

Küreselleşme Sürecinde Kültürün ve Dinin Değişen Görünümleri

The Changing Outlook of Culture and Religion in the Process of Globalization

İhsan ÇAPCIOĞLU^a

^aDin Sosyolojisi AD,
Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi,
Ankara

Geliş Tarihi/Received: 13.10.2017
Kabul Tarihi/Accepted: 29.11.2017

Yazışma Adresi/Correspondence:
İhsan ÇAPCIOĞLU
Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi,
Din Sosyolojisi AD, Ankara,
TÜRKİYE/TURKEY
ih sancapcioglu@yahoo.com

ÖZ Küreselleşme, belirli bir kültür, ekonomi ya da siyaset normunun, değer yargısının ya da kurumsal yapının dünya çapında yaygınlık kazanarak zamanla o alanda geçerli tek norm, tek değer yargısı ya da tek kurumsal yapı haline gelmesini ifade eder. Bu anlamda küreselleşme, iktisadi, dini, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak dünya çapında yaygınlık kazanması sürecini beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede, özellikle, kitle iletişim ve ulaşım teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler sonucunda kültürel, siyasi, iktisadi ve dini çeşitliliği ile dünyanın *tek bir mekân* olarak algılandığı görülmektedir. Bu makalenin amacı, bireysel ve toplumsal yaşamın çeşitli yönlerini derinden etkileyen küreselleşme fenomeninin özellikle kültürel ve dini görünümünü ana hatlarıyla incelemektir. Elbette, ekonomiden sanata, bilimden iletişime ve politikadan uluslararası ilişkilere kadar pek çok alanı içine alan geniş bir literatürü kapsayan küreselleşme fenomeninin, kültürler ve dinler üzerindeki etkilerini bütünüyle analiz etmek imkân dâhilinde değildir. Bu nedenle, araştırmada özellikle küreselleşme, kültür ve din tartışmalarının odaklandığı belli başlı alanların verileri çerçevesinde, küreselleşmenin, kültürün ve dinin farklı formları üzerinde ortaya çıkardığı değişimler üzerinde durulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme; kültür; din; din sosyolojisi

ABSTRACT The Globalization reflects the process by which one specific culture, economic system, political norm, value judgement or institutional structure becomes the only one valid institutional structure, value judgement, political or economic norm on the global level. In this sense, the globalization, brings forward some common values making them widespread worldwide, beyond the local and national boundaries in economic, political, social, religious and cultural fields. In this frame, especially as the results of mass communication and transportation technologies, it is observed that the world with its cultural, political, economic and religious variety is perceived as *only one space*. The main aim of this article is to analyze particularly the main characteristics of the cultural and religious Outlook of the globalization phenomenon that deeply affects the individual and societal life's various aspects. Of course it is not possible to totally analyze the effects of globalization on the cultural and religious ground as the globalization comprises a tangled huge literature from economy to arts, from science to communication and from politics to international relations. For this reason, the changes, the globalization brought forward on the culture and different forms of religion, will be dealt within the framework of certain subjects that the debate on culture and religion focuses on.

Keywords: Globalization; culture; religion; the sociology of religion

Toplumsal değişme dinamiklerinin tarihin önceki devirlerinden köklü farklılıklar gösterdiği bir dönemde yaşıyoruz. Çok sayıda yazar ve yorumcu içinde yaşadığımız yüzyılın köklü dönüşümler konusunda tarihin çok önemli bir kesitine sahne olduğuna her geçen gün daha fazla

ikna olmuş görünmektedir. “Sanayi toplumu” ve “aydınlanma” gibi devrimsel sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik dönüşümlere işaret eden kavramlara yapılan göndermelerin yanı sıra “tarihin sonu”¹ ve “toplumsalın sonu”² gibi son dönemde popülerleşmiş kavramlara ilişkin görüşler ve yorumlar bu kanaati git-tikçe pekiştirmektedir. Dünyamızın yaşadığı bu tür dönemsel değişimler, dünyanın giderek “tek bir me-kân”³ haline geldiğini ifade etmek için kullanılan bir kavram olan “küreselleşme çağı (*age of globalization*)” ile özdeşleştirilmektedir. Bununla birlikte, dünya ölçeğinde yaşanan bu süreçlerin birbi-rinden farklı sonuçları olduğu görülmektedir.

Küreselleşme, genellikle, belirli bir kültür, ekonomi ya da siyaset normunun, değer yargısının ya da kurumsal yapının küresel ölçekte yaygınlık kazanarak zamanla o alanda geçerli tek norm, tek hâkim de-ğer yargısı ya da tek kurumsal yapı haline gelmesini ifade eden bir kavramdır. Özellikle kitle iletişim ve ulaşım teknolojileri alanında yaşanan baş döndürücü gelişmeler sonucunda kültürel, siyasi, iktisadi ve dini çeşitliliği ile dünyanın *tek bir mekân* olarak algılandığı görülmektedir. Sosyo-kültürel yoğunluk ve bilinçlenme ile birlikte dünyayı bir bütün olarak algılama ve planlama çabalarının her geçen gün artma-sı, dünyamızı kültürel farklılıkları ve benzerlikleri bir arada barındıran bir mekân haline getirmiştir.⁴ Başka bir ifadeyle, “tek mekânda farklılıkların kendiliklerini koruyarak bir arada bulunabilmesi küresel-leşen dünyada yaşanan bilinç yükselişiyle mümkün olmuştur.”⁵ Küreselleşme kuramcılarında Robertson, insanlığın eş zamanlı olarak hem benzerliğin hem de farklılığın gelişimine katkıda bulunan bir süreçten geçtiğini ve bu süreci tanımlamak için kullanılan küreselleşme kavramının sadece benzerli-ğin hızla yayılması anlamına gelmediğini, aynı zamanda onun kültürel, dini, siyasi, etnik ve iktisadi farklılıkları da yeniden canlandırdığını ifade etmektedir.⁶ Ayrıca Robertson, küreselleşme sürecinin bir yönünü evrensel (küresel) olanın yerelleşmesi, diğer yönünü ise yerelliklerin evrenselleşmesinin oluş-turduğuna dikkat çekerek, küresel ile yerelin zannedildiği gibi birbirinin karşıtı kavramlar olmadığına işaret etmektedir.⁷ Bu anlamda küreselleşme, iktisadi, dini, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak dünya çapında yaygınlık kazanmasını ifade etmektedir.

Bu özelliğiyle küreselleşme, milli sınırları aşıp dünya ölçeğinde iş yapma, yeni zaman-mekân kom-binasyonlarında toplulukları ve örgütlenmeleri bütünleştirme, birleştirme ve dünyayı nesnel olarak ve insanların deneyimlerinde daha çok birbirlerine bağlanmış hale getirme süreçlerine işaret eden bir kav-ramdır. Küreselleşme, sınırları belirlenmiş bir sistem, bir ulus devlet ya da bölgenin coğrafi olarak ta-nımlanmış sınırlarından oluşan klasik “toplum” düşüncesinden uzaklaşarak, toplumsal yaşamın zaman ve mekân boyutlarıyla nasıl yeniden düzenlendiği üzerine yoğunlaşan farklı bir algı perspektifini içerir.⁸ Bu perspektifte küreselleşmenin en son aşamasının ortaya çıkardığı temel özelliklerden birisi zaman-mekân sıkışmasıdır. Buna göre, küresel süreçlerin hızlanmasıyla birlikte dünya kendisini daha küçük hissetmekte, uzaklıklar kısalmakta ve dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın etkisi kı-sa sürede çok uzak yerlerdeki insanlar tarafından hissedilmektedir.⁹

¹ Francis Fukuyama, *The End of History and Last Man*, Avon Books, New York, 1992.

² Jean Baudrillard, *Sessiz Yiğitlerin Gölgesinde Ya Da Toplumsalın Sonu*, (çev. Oğuz Adanır), Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2003.

³ Roland Robertson, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Sage Publications, London, 1992.

⁴ Judit Bokser Liwerant, “Globalization and Collective Identities”, *Social Compass*, 2002, 49 (2), s. 257.

⁵ Ali Balcı, “Roland Robertson, Küreselleşme ve Kültür”, *Bilgi* (2006), 12 (1), s. 28.

⁶ Roland Robertson, “Globalization and the Future of Traditional Religion”, *God and Globalization: Religion and The Powers of The Common Life* içinde, Max L. Stackhouse ve Peter J. Paris (ed.), Harrisburg, Trinity Press International, Pennsylvania, 2000, cilt: 1, ss. 56-57.

⁷ Roland Robertson, “Mapping the Global Condition: Globalization as the Central Concept”, *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, Mike Featherstone (ed.), Sage Publications, London, 1990, s. 73.

⁸ Anthony Giddens, *Modernliğin Sonuçları*, (çev. Ersin Kuşdil), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998, ss. 66-69.

⁹ David Harvey, *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yayınları, İstanbul, 1999, ss. 291-341.

Bu makalenin amacı, yukarıda tasvir edilen temel nitelikleri ile günümüz sosyal bilimlerinin en çok tartışılan kavramlarından biri olan küreselleşme fenomeninin kültürel ve dini görünümünü ana hatlarıyla incelemektir. Elbette, ekonomiden sanata, bilimden iletişime ve politikadan uluslararası ilişkilere kadar pek çok alanı içine alan geniş bir literatürü kapsayan küreselleşme fenomeninin, kültürler ve dinler üzerindeki etkilerini bütünüyle tespit etmek imkân dâhilinde değildir. Bu nedenle, araştırmada özellikle küreselleşme, kültür ve din tartışmalarının odaklandığı belli başlı alanların verileri çerçevesinde, küreselleşmenin, kültürün ve dinin farklı formları üzerinde ortaya çıkardığı değişimler üzerinde durulacaktır.¹⁰

KÜRESELLEŞMENİN BOYUTLARI: DİKOTOMİK TANIMLAMALAR

Küreselleşme süreçleriyle ilgili dinamikler, hem yerel hem de küresel ölçekte birtakım ikili karşıtlıkların doğurduğu çatışmalara ve bu çatışmaların her bir kutbu arasındaki karşılıklı etkileşimlere yol açmaktadır. Bu farklı zaman-mekân ve zaman-uzam çiftleri arası karşılıklı ikilik ve etkileşimlerin ortaya çıkardığı kültürel çatışmalar beş maddede özetlenebilir:

- *Küreselleşmeye karşı tekilleşme*: Küreselleşme, bir taraftan modern yaşamın belli alanlarını (örneğin ulus-devlet, üretim ve işletme süreçleri, tüketici yönelimleri gibi) evrenselleştirmeye çalışırken, diğer taraftan bu alanları göreceleştirip, teklifi ya da farklılığı canlandırmaya çalışarak tekilleşmeyi teşvik etmektedir.
- *Homojenleşmeye karşı farklılaşma*: Küreselleşme süreci, bir taraftan yereldeki modern toplumsal yaşamın yüzeysel görünümünde ve kurumlarında belli bir aynılığa yaratma eğilimi sergilerken; diğer taraftan, küreselin yerel koşullara göre içselleşmesi ve yeniden eklenmesine yol açmaktadır.
- *Bütünleşmeye karşı parçalanma*: Küreselleşme, toplumları, bir taraftan coğrafi sınırlar boyunca birleştiren yeni küresel, bölgesel ve ulus aşırı topluluk ya da örgütlenme biçimlerine zorlarken, diğer taraftan toplulukları, hem ulus devlet sınırlarının içinde hem de dışında bölünebilir ya da parçalanabilir hale getirmektedir.
- *Merkezleşmeye karşı adem-i merkezleşme*: Küreselleşme, bir taraftan iktidarın, bilginin, sermayenin ve enformasyonun yoğunluğundaki artışı sağlarken, diğer taraftan kendi oluşumlarını ve sonraki gelişmelerini etkileyecek güçler üzerinde daha çok iktidar sahibi olmaya çalışan yerel kuruluşlar ve topluluklar gibi güçlü bir adem-i merkezleşme dinamiği yaratmaktadır.
- *Yan yana bulunmaya karşı eş zamanlı bulunma*: Küreselleşme, farklı kültürlerin yaşam tarzlarının ve toplumsal pratiklerinin yan yana bulunmasını ya da birlikte var olmasını gerektirir. Bu durum sınırları güçlendirir, sosyo-kültürel farkları ve önyargıları birleştirir. Ancak bununla eş zamanlı olarak içinde düşüncelerin, bilgilerin, değerlerin, yaşam biçimlerinin melezleşmesinin yaşandığı ortak kültürel kimlikler ve toplumsal mekânlar yaratır.¹¹

¹⁰ Bu makalede ele alınan küreselleşme, kültür ve din ilişkisinin farklı boyutlarına ilişkin tartışmalar, 2007 yılından beri çeşitli yayınlarla ürüne dönüştürülmüştür. Burada aşağıdaki yayınlarda geliştirilen çerçeveye büyük oranda bağlı kalmış ve hali hazırda yoğunlukla yaşanmakta olan küreselleşme sürecinin söz konusu boyutlarına ilişkin yeni örneklerle konu güncellenmeye çalışılmıştır. Bkz. *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din*, Ankara: Platin Yayınları, 2007; "Cultural Globalization and Global Flow of Popular Culture", *World Applied Sciences Journal*, (2008), Vol. 4, pp. 10-15; "Küreselleşme, Kültür ve Din", *Ankara Ü. İlahiyat F. Dergisi*, (2009), Cilt XLIX, Sayı 2, ss. 157-187; *Küreselleşme, Kültür ve Din*, Ankara: Otto Yayınları, 2017.

¹¹ M. Van Elteren, "Amerikan Popüler Kültürünün Etkisinin Global Bir Yaklaşım İçinde Değerlendirilmesi", *Popüler Kültür ve İktidar*, Nazife Güngör (der.), Vadi Yayınları, Ankara, 1999, ss. 288-289.

Bu karşıtlıklar çerçevesinde küreselleşme, üç temel boyutu içeren sosyo-kültürel bir değişim süreci olarak düşünülebilir. Smith'e¹² göre bu süreçler aşağıdaki küreselleşme alanlarından oluşur:

- Dünya finans piyasalarının ve serbest-ticaret bölgelerinin yükselişini, malların ve hizmetlerin küresel değişimini, ulus ötesi şirketlerin hızlı büyümesini ifade eden *ekonomik küreselleşme*.
- Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği gibi ulus üstü ekonomik ve politik örgütlenmelerin milli devletleri sınırlandırmasını ve küresel politikaların yükselişini ifade eden *politik küreselleşme*.
- Dünya ölçeğinde bilginin, işaretlerin ve sembollerin küresel akışı ve bu akışların neticesinde oluşan çeşitli sosyo-kültürel dönüşümlere gösterilen tepkileri de içinde barındıran *kültürel küreselleşme*.

KÜLTÜREL KÜRESELLEŞME YAKLAŞIMLARI

Sosyal bilimler alanında küreselleşme tartışmaları 1980'li yıllarla birlikte gündemdeki yerini almasına karşın, küreselleşme sürecinin neredeyse bin yıldır devam ettiği iddia edilmektedir. Buna göre, sözgeli mi, küçük ölçekli avcı ve toplayıcı toplumlardan modern ulus-devlete geçiş, küresel topluma doğru bir adım olarak değerlendirilmektedir. Durkheim, Marx ve Weber'in kuramları, zaman ve mekân bakımından geniş bölgelere yayılan toplumsal örgütlenme biçimlerinin, daha geniş tarihsel süreç boyunca nasıl birbirlerini izlediklerine ilişkin farklı açıklamalar sunmuştur. Geçmişin kuramsal geleneklerini bu yolla yeniden inşa edebileceğimiz gerçeğine karşın, küreselleşme araştırmalarında en büyük ilgi çağdaş bağlamlar üzerinde yoğunlaşmaktadır.¹³

Toplumsal değişim süreçlerine ilişkin meta anlatıların çağdaş örneğini oluşturan küreselleşme süreciyle birlikte sosyo-kültürel hayatta bir akışkanlık söz konusu olmuştur. Bu akışkanlık sayesinde kültürel aidiyetlerin sınırları genişlemiş, böylece ulus devletin sınırlarını aşan çevreci, feminist, etnik ve dinsel içerikli sosyal hareketler güçlenmeye başlamıştır. Ancak günümüzde bu durum, çoklu aidiyetlere dayalı çokkültürlü ve uzlaşmacı bir toplum tipi yerine, toplumsal gerginliklerin ve karşıtlıkların görünürlüğünün her geçen gün daha da arttığı çatışmacı yerel kimlik ve aidiyetler üzerine kurulan bir küresel manzaranın ortaya çıkışına katkıda bulunmuş görünmektedir.

Featherstone, küreselleşmenin, genellikle hazcılığa dayalı yaşam tarzlarının oluşmasına, narsist ve bencil kişilik tiplerinin gelişmesine ortam hazırladığını iddia eder.¹⁴ Bu çerçevede o,¹⁵ küreselleşmenin kültürel etkisine ilişkin literatürün, iki çekişmeli hipotez ya da model etrafında toplandığını savunur. *Birinci model*, "Amerikanlaşma", "McDonalddlaşma" (McDonalddization) ve homojenleşmenin artışı ile karakterize olan bir dünyada yaşadığımızı ileri süren Ritzer¹⁶ ve Barber'ın¹⁷ yaklaşımına dayanır. Kültürel küreselleşme literatüründe belki de en iyi bilinen bu yaklaşım, Marx ve Weber'in çalışmalarından yararlanan Ritzer'in¹⁸ *Toplumun McDonalddlaşması* adlı çalışmasında kullandığı "McDonalddlaşma"dır. Ritzer bu tanımlamayı, fast-food restoranlarındaki işleyiş mantığının Amerikan toplumunun yanı sıra giderek dünyanın geri kalan büyük kesimine de egemen olmasına yol açan farklı sosyo-kültürel süreçleri ifade etmek için kullanmıştır. Buradaki düşünce fast-food kuruluşlarının benimsediği ilkelerin giderek

¹² Philip Smith, *Kültürel Kuram*, Babil Yayınları, İstanbul, 2005, s. 308.

¹³ Smith, *Kültürel Kuram*, s. 309.

¹⁴ Mike Featherstone, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (çev. Mehmet Küçük), İstanbul: Ayrıntı yayınları, 1996, s. 187.

¹⁵ Mike Featherstone, *Undoing Culture*, Sage Publications, London, 1995, s. 6.

¹⁶ George Ritzer, *The McDonalddization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*, California: Pine Forge Press, 1993; ayrıca bkz. George Ritzer, *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Yeniden Büyülemek*, (çev. Şen Süer Kaya), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2000.

¹⁷ Benjamin Barber, *Jihad vs. McWorld*, Ballantine Books, New York, 1996.

¹⁸ Bkz. Ritzer, *The McDonalddization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*.

değişik toplum kesimlerini ve bir bütün olarak dünyayı büyük oranda etkilemesidir. Bu ilkeler; “etkinlik”, “hesaplanabilirlik”, “tahmin edilebilirlik” ve “denetim” olarak özetlenebilir. Ritzer, üniversiteler, cenaze törenleri, geniş yerleşim siteleri ve moteller gibi yerleri McDonaldlaştırma faaliyetinin çağdaş mekânları olarak gösterir. Hizmet sunumu ve mali açıdan karşılanabilirlik ölçütleri bakımından bazı faydaları görülmesine karşın, Ritzer, bu durumun yarattığı birçok olumsuzluğa da işaret etmektedir. Örneğin, bu kuruluşların ortaya koyduğu toplumsal değişimin pratik sonuçları; işin ve diğer faaliyetlerin basit görevler içinde vasıfsızlaşması, paketlenmiş sunum, standartlaşmış modüller ve seçenekler, acımasız piyasa ilkelerinin uygulanması ve toplumsal yaşamda otantikliğin ya da anlamın erozyona uğraması gibi daha geniş toplumsal amaçlarla ilgili herhangi bir öngörü olmaksızın dar bir araç-amaç rasyonalitesini içerir. Ritzer’e göre, bunların hepsi negatif anlamlar taşımaktadır. Ona göre, “eğer dünya daha az McDonaldlaşmış olsaydı, insanlar kendi insani potansiyelleriyle daha iyi yaşayabilirdi”.¹⁹

Bu yaklaşım; “kültürel emperyalizmi” ve Birleşik Devletler kültürünün serbest piyasa ideolojileriyle birlikte dünyanın geri kalan kısmına nasıl ihraç edildiğini vurgulamıştır. Batı, özellikle Amerikan değerlerinin etkin konumu, ulus ötesine aktarılan ekonomik ve kültürel sermaye, hukukun birçok içeriğinin evrenselleşme eğilimi, ulus devletlerin geleneksel formlarının değişime zorlanması, çokkültürlülük, şeffaflığın gittikçe bireysel ve toplumsal yaşam alanlarını kuşatarak gizlilik ve mahremiyet niteliklerinin azalması bu modeldeki küreselleşme tanımları içerisinde öne çıkan olgulardan bazılarıdır.²⁰ Ayrıca bu modelde Disney²¹ çizgi filmleri gibi, ABD kaynaklı medya ve popüler eğlence ürünlerinin ihracına özel ilgi gösterilmiştir. Bu yaklaşımın en son uyarlamaları, küresel kültürel tercihlerin ve idari sistemlerin yükselişi ile yerel/ulusal kültür farklılıklarının nasıl aşındırıldığına işaret etmektedir. Bunlar, ayırt edici olarak Amerikan değer sistemlerinden çok, genel, derinliksiz, köksüz ve sürekli genişleyen kapitalist rasyonaliteye ve bununla bağlantılı metalara ve teknolojilere tabidirler.²²

Uzun dönemde dünyanın McDonaldlaşması, insanın yaratıcılığını engelleyen ve toplumsal ilişkileri insancıl olmaktan uzaklaştıran tek düze standartların zorla kabul ettirilmesi anlamına gelmektedir.²³ Benzer şekilde Benjamin Barber da kamuoyunu, “McWorld” olarak adlandırdığı dünyanın çeşitlilik gösteren topluluklarını hızlı bir şekilde yavan, tek düze bir piyasaya dönüştüren, ruhsuz bir tüketici kapitalizmine karşı uyarılmaktadır. Barber’a göre McWorld, yüzeysel Amerikan popüler kültürünün 1950’lerde ve 1960’larda bir araya getirilmiş olan ve yayılcı ticari çıkarlarca yönlendirilen bir üründür. Müzik, video, tiyatro, kitaplar ve eğlence parklarının tamamı ortak logolar, reklam sloganları, starlar, şarkılar, markalar ve reklam müzikleri dolayımında ortak zevkler yaratan Amerikan İmajı, bir ihracat ürünü olarak üretilmiştir.²⁴

Bu bağlamda, Peter L. Berger’in, Barber’in “McWorld” terimine gönderme yaparak küreselleşmenin dört boyutu arasında ele aldığı popüler kültür, Batı ve özellikle Amerika kökenlidir. Berger’in de belirttiği gibi, Dünyanın her tarafında gençler Amerikan müziği ile dans eder; Amerikan jeansleri ve üzerle-

¹⁹ Smith, *Kültürel Kuram*, s. 310.

²⁰ Şahin Gürsoy, “Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din”, *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din*, Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu (ed.), Platin Yayınları, Ankara, 2007, s. 75.

²¹ Yeni popüler kültür endüstrilerinde, “dünyanın kültürel bütünleşmesi” yönünde bir inanç ve bu doğrultuda gerçekleştirilen “evrensel kültür üretimi”nden söz edilmektedir. Bu inanç yaşam biçimlerinin, kültürlerin ve tüketici davranışlarının bütün dünyada birbirine benzer hale geleceğine olan bir kanaati yaygınlaştırmaktadır. Bu “ortak kültür” inancı ve “dünya bilinci”, *Dallas, Batman* (Yarasa Adam) ve Disneyland gibi başarılı ürünlerle de destekleniyor görünmektedir. Euro Disneyland’in müdürüne göre Disney’in karakterleri evrenselidir. “Bir İtalyan çocuğuna gelin de Topolino’nun (Miki Fare’nin İtalyancası) Amerikalı olduğunu anlatın” der. Bkz. David Morley ve Kevin Robins, *Kimlik Mekânları*, (çev. Emrehan Zeybekoğlu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1997, s. 155.

²² Smith, *Kültürel Kuram*, s. 309.

²³ Manfred B. Steger, *Küreselleşme*, (çev. Abdullah Ersoy), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2006, s. 102.

²⁴ Steger, *Küreselleşme*, s. 104.

rinde Amerikan üniversiteleri ve diğer tüketim ürünleriyle ilgili mesajlar bulunan tişörtler giyerler. Daha yaşlılar Amerikan sitkomları izler ve Amerikan filmlerine giderler. Genç-yaşlı herkes Amerikan fast foodlarıyla giderek daha uzun boylu ve daha şişman hale gelir.²⁵ Burada aslında bir kültürel hegemonya söz konusudur. Berger'e göre, Fransız kültür bakanlarının ya da İranlı mollaların bu duruma kızmaları şaşırtıcı değildir. Kültürel emperyalizmi eleştirenler bunun sadece dışa yönelik bir tavır olmadığını bilirler. Bu durum belirgin bir inançlar ve değerler yükü taşır.²⁶ Amerikan kültürünün tüketimi aslında ayinsel bir nitelik taşır. Bu hegemonik durum, tüketimin asimetrik yapısında da görülebilir. Örneğin, Meksikalılar hamburger, Amerikalılar tako yer. Bununla birlikte, Meksikalılar hamburgerin yanında Amerikan kültürünün tüm yönlerini de tüketirken, Amerikalılar tako yemekle birlikte Meksika kültürünün mutfak dışında kalan yönlerini almazlar.²⁷

Berger'e göre, popüler kültürün küreselleştirilmesi görevini üstlenen insanlar, "Davos kültürü" adını verdiği küresel seçkin kültürün yöneticileridir. Bununla birlikte, bu ithal kültür ürünlerinin tüketicileri çok daha geniş bir topluluktur. Popüler küresel kültüre yönelik yerli tepkiler, aralarında çeşitli uzlaşma noktaları bulunmakla birlikte, toptan kabullenişle toptan karşı çıkış arasında değişir. Toptan kabuleniş, genellikle bir kuşak çatışmasına neden olur ve muhtemelen gençleri bu kabullenişe iten motivailerine karşı gösterdikleri tepkileridir.²⁸ Toptan reddediş ise baskıcı rejimler içinde bile neredeyse imkânsızdır.²⁹

1980'li ve 1990'lı yıllarda küreselleşmenin bir sonucu olarak, tekbiçimlilik ve otantiklik yitimi üzerine kötümser vurgusu ile bu düşünüş tarzı giderek sorgulanmaya başlanmış ve böylece "küresel" ve "yerel/ulusal" olanın akıl almaz ölçüde karmaşık, karşılıklı etkileşimine vurgu yapan *ikinci bir model* ortaya çıkmıştır. Genel olarak "yerel olan", küçük ölçekli ve coğrafi olarak sınırlı geleneklere ve yaşam biçimlerine (örneğin, din, milli kültür, dil, mahalli gelenekler) işaret ederken; "küresel olan," küreselleşmeyle ilişkili, mekânsal olarak geniş toplumsal ve kültürel güçlere (örneğin, tüketimcilik, uydu iletişimleri, kültür endüstrileri, göç) işaret etmektedir. Bu ikinci modelin temsilcileri, genellikle küreselleşme süreçlerinin, küresel ve yerel/ulusal kültürlerin birbirleriyle nasıl ilişkili hale geldiğine dikkat çekerler. Bu modelin savunucularına göre, bu karşılaşmalar, herhangi bir alanda kültürel "homojenleşme" (türdeşleşme)³⁰ kadar "kültürel melezleşme"³¹ ve "kültürel farklılaşma"³² olasılıklarını da içeren yönleriyle karmaşık ve öngörülemez sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir.

²⁵ Peter L. Berger, "Küresel Kültürün Dört Yüzü", (çev. Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu), *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din*, Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu (ed.), Platin Yayınları, Ankara, 2007, ss. 9-10.

²⁶ Bu çerçevede Rock müzik konusunu ele alan Berger, bu müzik türünün sadece yüksek sesli ritmik müzik ve tehlikeli derecede atletik dans tercihinden ibaret olmadığını; ayrıca kendini ifade etme, geri kafalı olduğu kabul edilen geleneği yenme anlamına geldiğini belirtir. Berger, "Küresel Kültürün Dört Yüzü", s. 10.

²⁷ Berger yaşadığı bir olaydan hareketle, Amerikan popüler kültürünün dilsel yayılmacılığını şöyle örneklendirir: "Birkaç yıl önce Çin'in Guandong (60 milyon nüfuslu bir Pazar) eyaletinde hallmark tebrik kartlarının temsilcisi ile görüşmüştüm. Ürünlerinin çok iyi satılmasından duyduğu memnuniyeti ifade etti. En çok hangi tebrik kartlarının satıldığını sorduğumda, "sevgililer günü" kartları olduğunu söyledi. "Çinli gençler karşı cinse karşı çok utangaçtırlar. Duygularını karşı cinse ifade etmeleri çok zordur. Sevgililer günü kartı göndermek onlar için çok daha kolaydır." Bu durumda ne diyeceğimi bilemedim ve mesajları Çinceye çevirmenin oldukça zor olacağını söyledim. "Yo hayır" dedi. "Kartları İngilizce olarak istiyorlar." Berger, "Küresel Kültürün Dört Yüzü", ss. 9-11.

²⁸ Bu çerçevede Berger, bu kabullenişin yabancılar için şaşırtıcı birçok farklı boyuta sahip olduğunu belirterek, Sovyet komünistlerinin başlangıçta baskı altına almayı denedikten sonra "Sovyet rock"ı terimini icat ederek izin vermek zorunda kaldıkları Rock müziği örneğini verir. Bkz. Berger, "Küresel Kültürün Dört Yüzü", s. 11.

²⁹ Berger, aynı yer.

³⁰ Örneğin, bütün gelişmiş ulusların zengin orta sınıfları arasında birçok ortak beğeni, tercih ve yaşam tarzı bulunmaktadır. Bu, yerel kültürlerin ve yaşam tarzlarının etkisini yok etmeye ya da en aza indirmeye eğilimlidir. Birçok durumda bu alandaki bulgular, "geride kalan"ın Batı'ya yetişeceğini öne süren modernleşme süreçlerine ilişkin ana akım sosyoloji kuramı ile uyumludur.

³¹ Burada temel konu, küresel güçlerin ve ürünlerin yerel koşullar tarafından benimsenme ya da kısmen değiştirilme biçimidir. Kültürlerin bu karışımı ve melezleşmesiyle eski kimlik tanımları sürekli ve zorunlu olarak değişmektedir. Kimliğin sürekliliği de kopmuştur. Geçmişle bir bağ kurma ihtiyacı gittikçe daha fazla hissedilmektedir. Kültür ve toplulukları çevreleyen süreklilik ve bağlantı merkezleri olarak birtakım bölgelere bağlanma duygusu da aynı şekilde hissedilmektedir. Küresel mekânda insan, kendini "yurdunda" hissetme arzusu duymaktadır. Morley ve Robins, *Kimlik Mekânları*, ss. 125-126.

Morley ve Robins,³³ bilgi ve iletişim akışının yaygınlaşması ve kitlesel göçler sonucu; ulusal sınırların giderek aşındığı, dolayısıyla kültür ve kimliklerin her zamankinden daha sıklıkla karşı karşıya geldiği bir çağda yaşadığımızı vurgularlar. Eskiden kültürler zaman ve mekân sınırlarıyla birbirinden ayrılırken, günümüzde sabit, bütüncül ve sınırlarla çevrili bir kültür kavramı, yerini “kültür kümelerinin küresel devingenliği” ve nüfuz edilebilirliği kavramına bırakmıştır. Bu özelliğiyle küreselleşme süreci, giderek daha istikrarsız bir kimlik ve aidiyet duygusunun tanımlandığı yeni bir karma kimlik anlayışını temsil etmektedir. Kültürel inanç, alışkanlık ve değer yargılarının yanı sıra, çeşitli düşüncelerin ve davranış örüntülerinin şekillendirdiği kimliklerin hızla değiştiği bir dönemde, kültürel kimlik ve yaşam alanları yeniden düzenlenmektedir. Böylece giyim-kuşam, eğlence, yeme-içme ve teknoloji gibi tüketime yönelik pek çok alışkanlığın görünür kıldığı kültürel kimlikler dünyasında türdeşlikler ya da benzerlikler öne çıkmaktadır.³⁴ Böylece ulusal kimliğe yüklenen geleneksel içerik, postmodern ikamesi olarak algılanabilecek popüler kültür ürünleriyle yer değiştirmekte ve artık her şeyiyle kendi kendine yetebilecek bir kültürden bahsetmek neredeyse imkânsız hale gelmektedir.

KÜRESELLEŞME, KİTLE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE POPÜLER KÜLTÜR

Bugün küresel kültür unsurları, büyük ölçüde mesajlarını iletmek için güçlü iletişim teknolojilerine sahip küresel medya imparatorlukları tarafından oluşturulmakta ve yönlendirilmektedir. Küresel kültürel gerçekliği, benzer formüllerle üretilmiş TV şovları ve reklâmlarla dolduran bu şirketler, insanların kimlikleri ve kültürel beğenileri üzerindeki etkileriyle, istek ve yönelimlerini giderek daha fazla biçimlendirmektedir.³⁵ TV programları küresel dedikodu piyasaları haline gelmekte ve her yaştan izleyici ve okuyuculara Amerikalı ünlülerin özel yaşamlarına ilişkin anlamsız ayrıntıları sunmaktadır.³⁶ Amerika’da popüler kültür ürünlerinin kültürel etkileri üzerine yapılmış yakın tarihli araştırmalar 12 yaşındaki Amerikalı çocukların yılda 20.000 reklam filmi izlediklerini ve bunun sonucu olarak 2 yaşındaki küçük çocuklarda bile marka bağlılığının gelişmiş olduğunu ortaya koymuştur.³⁷ Bu küresel ölçekte popüler hale gelmiş TV yapımlarının benzerleri patent hakkı satın alınarak yerli TV’ler tarafından taklit edilmekte ve süreç aynı mantıkla yerel kültür birimlerinde de tekrarlanmaktadır. Küresel ölçekte yayın yapan büyük medya kuruluşları, küresel medya endüstrisinin ürettiği formatların³⁸ yerel kültürlerle uyarlanmalarının önündeki engelleri aşabilmek için çeşitli stratejiler geliştirme konusunda oldukça mesafe kat etmiş görünmektedir. Öyle ki, büyük medya kuruluşları tarafından tasarlanan program formatları, en kapalı toplumların bile kültürel dokusuna uyum sağlayacak şekilde dizayn edilmiş ve ticaret hacminin genişlemesine engel olan dil, din, toplumsal koşullar gibi kültürel farklılıkların aşılmasında adeta bir may-

³² Yerli/millî haklar için mücadeleler, kökten dinci hareketler ve ırkçı tepkiler küreselleşmeye karşı savunmacı tepkiler olarak görülebilir. Bunlar, yabancı ve küresel etkilerin zararlı sonuçları olarak kabul edilen şeylere karşı değerli yaşam biçimlerini savunma ve koruma isteğinden doğar. Bkz. Smith, *Kültürel Kuram*, ss. 310-311.

³³ Morley ve Robins, *Kimlik Mekânları*, s. 125.

³⁴ Mehmet Şükrü Nar, “Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2015), 8 (37), ss. 941-954.

³⁵ Steger, *Küreselleşme*, s. 107.

³⁶ TV programlarında “sıradanlığa ve gündelik olana yapılan vurgular, gerçeklik televizyonu metinleri aracılığıyla ve bunların metinlerarası dolaşımı vasıtasıyla, hem bir tüketici hem de kültürel bir üretici olarak konumlandırılan izleyicinin bir kültürel form olan televizyonun içine nasıl dâhil edildiği ve bununla koşut olarak televizyonun izleyicinin gündelik hayatının içine nasıl eklemelendiği” dikkatle üzerinde durulması gereken bir konu haline gelmektedir. Bu sorunsalın tartışılmasına ilişkin bir çalışma için bkz. Barış Bora Kılıçbay, *Türkiye’de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü* (Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2005, s. 17.

³⁷ Steger, *Küreselleşme*, ss. 108-109.

³⁸ Dünya genelinde benzer televizyon formatlarının küresel medya endüstrisinde ne tür ihtiyaçlara karşılık geldiğinin yanı sıra, üretim ve dağıtım süreçlerinin nasıl işlediğine ilişkin detaylı incelemeler için bkz. Albert Moran, *Copycat TV: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*, University of Luthon Press Luthon, 1998. Bu çalışma, söz konusu formatların özellikle hukuki ve ticari nitelikleri konusunda ilgili literatürde bir başucu kitabı olmuştur.

muncuk işlevi görmüştür. *BBG, Çarkıfelek, Survivor ve Kim 500 Milyar İster?* gibi küresel medya formatlarının kültürel koşullarla uyumlu çalışması, yalnızca kendilerinin değil, bütün dünyada faaliyet göstermek isteyen büyük üretim şirketlerinin de ulusal pazarlara sirayet etmelerinin önünü açmıştır.³⁹

Küresel medya endüstrisinin büyük üretim şirketleri eliyle üretilen yaygınlaştırdığı programların yapım ve yayın pratiklerinde, uyarlanan kültürün yerel içeriğinin kısmen dikkate alındığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, söz konusu uyarlamalarda küresel aktörlerin geliştirdikleri şablonun esas alındığı görülmektedir. Bu durumda içerik belli ölçüde yerelleştirilmiş olsa da, program formatlarının içinde şekillendiği kültürel yapının değerlerini büyük oranda yansıtmaması kaçınılmazdır. Sözgelimi, yerel motiflerle süslenmiş küresel ölçekli bir yarışma programı; şans, gösteriş, metalaştırma ve meşrulaştırma gibi tüketim imgelerinin kültürel ajanı olarak iş görmekteyse, “yeni endüstriyel stratejiler de en aşılabilir kültürel dirençleri ve ulaşılmaz görünen jeo-kültürel alanları küresel şirketlerin yatırım alanları haline dönüştürme yönünde işlev görmektedir.”⁴⁰

Ulus ötesi büyük medya kuruluşlarının ürettiği formatlar tarafından dünyaya yayılan ‘yeni değerler’, yalnızca popüler kültürün tartışılmaz egemenliğini güvence altına almakla kalmamakta, aynı zamanda toplumsal gerçekliğin depolitizasyonuna ve toplumsal bağların zayıflamasına da yol açmaktadır. Bu duruma en çarpıcı örnek olarak son yirmi yıldır TV kanallarındaki haber yayınlarının ve eğitim programlarının içi boş dedikodu ve eğlence şovlarına dönüşmeye başlaması gösterilebilir.⁴¹

Küreselleşme, zaman ve mekân ufuklarının sıkıştırılmasını, anlık ve derinliği olmayan bir dünyanın yaratılmasını ifade ettiği için küresel mekân, bir akışlar mekânıdır; elektronik, merkezi olmayan, sınırların ve cephelerin nüfuz edilebilir olduğu bir mekândır. Bu küresel alanda ekonomiler ve kültürler birbirleriyle yoğun ve doğrudan bir ilişki içine girerler.⁴² Bu nedenle küresel ticari stratejistler, çok uluslu üretimle bağlantılı; küçük, bağımlı ve yerel ekonomiler yaratma yoluna gitmektedir. Bu durum medya ürünlerinin akışında bir taraftan içeriğin yerelleştirilmesine imkân sağlarken, diğer taraftan medya devlerinin daha geniş uluslararası platformlarda etkinlikte bulunmalarının da önünü açmaktadır. Böylece küresel kültür ulaşabildiği her yerde kültürel farklılıkları özümseyip tek tipleştirerek Batılı değerlerin mini versiyonlarını üretmekte, onları sosyal gerçekliğin tüm alanlarını daha geniş ölçekte kapsayan ve aslında Amerikan tarzını (*American Way*) içeren daha geniş bir çerçevenin içine yerleştirmektedir. Egemen kültür ve sermaye ancak bu şekilde farklı coğrafyalardaki pazar içinde yer edinebilmektedir. Başka bir ifadeyle küresel popüler kültür, yerel sermayeler aracılığıyla siyasal ve ekonomik seçkinlerle işbirliği sayesinde nüfuz alanını genişletme imkânı bulmaktadır.⁴³ Dolayısıyla artık küresel popüler kültür ürünleri yerel kültür unsurlarıyla eklenerek tüketilmek üzere ulusal ve uluslararası piyasalara sunulmaktadır. Bu ürünler Levis ya da Lee gibi giyim-kuşam ürünlerinden, McDonalds restoranlarına, “biri bizi gözetliyor” gibi televizyon programlarından sitkomlara ve dizilere⁴⁴ kadar toplumsal yaşamın gösterge bilimsel ve kültürel pek çok alanında gerçekleşebilmektedir.⁴⁵

³⁹ Ercan Balcı, “Televizyon Program Formatları: ‘Çarkıfelek’ ve ‘Kim 500 Milyar İster’ Programları Üzerine Bir İnceleme”, *Kültür ve İletişim*, (2009), 12 (2), s. 76.

⁴⁰ Balcı, “Televizyon Program Formatları: ‘Çarkıfelek’ ve ‘Kim 500 Milyar İster’ Programları Üzerine Bir İnceleme”, s. 77.

⁴¹ Steger, *Küreselleşme*, s. 113.

⁴² Morley ve Robins, *Kimlik Mekânları*, s. 160.

⁴³ Süheyla Kırca, “Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Uluslararası Kimliklerin Yaratılması”, *Doğu Batı*, (2001), sayı: 15, yıl: 4, s. 177.

⁴⁴ Örneğin, belli başlı Amerikan dizileri, en azından birçok izleyicinin gözünde, içlerinde canlandırılan karakterlerin etrafındaki tüketim malları yüzünden, yaşam tarzları bağlamında değerlendirilerek seyredilir. Mobilyalar, evlerin dekorasyonu, otomobiller, giysiler, yeme içme alışkanlıkları, dizideki karakterlerin saç stili, giysileri ve kullandığı kozmetiklerin karışımı ile oluşturulan görüntüler, izleyicilerin gözünde arzulanan yaşam tarzları olarak algılanan imajlar yaratırlar. Robert Bocoock, *Tüketim*, (çev. İrem Kutluk), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 1997, s. 98.

⁴⁵ Hayriye Erbaş ve Songül Sallan Gül, “Kapitalizm ve Kültür: Popüler Kültürün Küreselleşmesi ve Piyasalaşması”, *Mülkiye*, (2001), cilt: 25, sayı: 229, s. 217.

Bu bağlamda Amerikan kültürünün,⁴⁶ başat egemen kültür olarak yaşamın farklı alanlarında kültürel hegemonyasını tesis etmiş ve küresel ölçekte kendini evrensel kılmanın başarısını gösterebilmiş bir kültür olduğunu söyleyebiliriz. Şaşırtıcı derecede popüler kültürün fiili bir meşruiyetinin söz konusu olduğu Amerika, günümüzde yarattığı ve yaygınlaştırdığı kültürle evrenselliğin sınırlarını zorlamaktadır. Öyle ki televizyonun varlığını duyurduğu 1950'li yıllardan beri, Amerikan popüler kültürü pek çok ülkenin ulusal kültür kimliğiyle az ya da çok bütünleşmiştir.⁴⁷ Modern kitle iletişim araçlarıyla metalaştırılan ve ulusal sınır tanımayan popüler kültür; Hall tarafından “küresel kitle kültürü” olarak nitelendirilmektedir. Bu kültürünün Batı merkezli olduğu tartışma götürmez bir gerçektir. Küresel kitle kültürü, geleneksel medya ürünleri olarak televizyon ve sinemanın yanı sıra, grafik sanatlar ve reklam endüstrisi gibi görsel imgelerin etkin olduğu modern kültürel üretim araçlarının egemenliği altındadır. Taşıyıcı dili İngilizce olan bu kültür bir yandan Batının dışında yaşayanlar için *merkezdekiyle* özdeşim kurmayı sağlarken, diğer yandan tüketim aracılığıyla Batı türü bir yaşantının ya da yaşam tarzının etkilerinin *çevreye* yayılmasını sağlar. Ayrıca kendine özgü türdeşleştirmeler yaparak farklılıkları özümser ve her şeyi kuşatma iddiasında olan bir ‘Batı tarzı’ içine yerleştirir. Ancak yerelliği ihmal edemeyeceğini bildiği için de yerel siyasal ve ekonomik seçkinlerle işbirliği yoluna giderek onlar aracılığıyla işlevsel yayılmacılığını sürdürmeye çalışır.⁴⁸ Bununla birlikte medya tür ve içerikleri yoluyla kültürel imgelerin Amerika’dan diğer Batı kültürlerine oradan da ‘az gelişmiş’ ülkelere akışı uzun süredir tek yönlü olarak gerçekleşmeye devam etmektedir. Karmaşık dağıtım ağları ve ortaklık anlaşmalarıyla diğer ülkelere ihraç edilen popüler kültür ürünleri ulus aşırı şirketler aracılığıyla Amerikan tarzı bir yaşamın egemen olduğu bir çerçevenin içine yerleştirilerek yerelleştirilmeye çalışılmaktadır. Böylelikle dünya eğlence biçimini oluşturan bu kültürel ürünler küresel markalar haline gelmektedir. Batı’dan Doğu’ya, Kuzeyden Güney’e yayılan ve sürekli akış halinde bulunan bu sermaye ve güç hareketliliği, kültürel etkisini tüketim maddelerinin sahip olduğu simge, sembol ve marka değerlerinin yanı sıra, dev medya ve reklam kuruluşları aracılığıyla küresel ölçekte dolaşıma girerek sağlamaktadır.⁴⁹

Gündelik hayat içinde üretilen popüler kültürel formları inceleyen yaklaşımların çoğu, çeşitli sembollerin yaşayan kültürdeki kullanımlarıyla ilgilenir. Bu özelliğiyle popüler kültür, sembolik formlardan oluşan dünyayı anlamlandırma pratiklerinin genel adıdır. Popüler temsillerin hangi bağlamlarda nasıl okunduğunu çözümlenmek ve gündelik olan aracılığıyla popüler temsilleri anlamak, aynı zamanda yerel ve küresel arasındaki kültürel akışa odaklanmayı gerektirir. Bu bağlamda popüler kültür incelemeleri aynı zamanda hem uluslararası ve karşılaştırmalı bir bakışı hem de yerel olanı ele alan bir anlayışı sergilemektedir.⁵⁰ Küresel ve yerel/ulusal kültürel formlarla marjinal ve egemen olan ürünlerin sıkça yer değiştirerek medya aracılığıyla tüketim platformuna taşınması, gündelik yaşam formlarını dönüştürmektedir. Medyanın popüler kültürel sembolleri üretmesi, pazarlaması ve tüketime sunması, dünyanın farklı yerlerinde aynı pembe diziyi bağımlılık düzeyinde izleyen hayranlar kitlesi yaratabildiği gibi bir top-

⁴⁶ Popüler kültürün sıklıkla Amerikan toplumunun kültürüyle birlikte anılmasının sebebi, Amerikan toplumunun diğer toplumlardan farklılaşan yanlarında aranmalıdır. Baudrillard’ın dediği gibi; “Amerika modernliğin özgün versiyonudur. Amerika köken sorununa boş veriyor; kökenle ya da efsanelere özgü bir otantik olmayla uğraşmıyor; ne geçmiş ne de kurucu bir gerçekliği var. Zamanla ilgili bir ilk birikimi olmadığı için sürekli bir güncellik içinde yaşıyor. Hakikat ilkesinin ağır ve yüzyıllardan bu yana sürüp gelen birikimine sahip olmadığı için, sürekli bir taklit içinde, göstergelerin sürekli güncelliği içinde yaşıyor”. Jean Baudrillard, *Amerika*, (çev. Yaşar Avunç), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996, s. 92. Baudrillard’ın işaret ettiği bu gerçeklerden ötürü Amerikan kültürünü bütünüyle “popüler” olarak nitelendirmek mümkündür. Esasen Amerikan yaşam tarzlarının evrensel ölçekte bir etki alanı yaratmasının, biraz da onun bilinçli ya da bilinçsiz yayılmacı tavrından ileri geldiği söylenebilir. Dünya ölçeğinde yaşanan Amerikanlaşmanın ya da Amerikanlaştırmanın sosyolojik gerçekliği inkâr edilemez düzeydedir. Bunu Hollywood filmlerinin kabul görür yayınlığından tutun da, Coca Cola ve Mc Donalds’a kadar birçok alanda görmek mümkündür. Kenan Çağan, *Popüler Kültür ve Sanat*, Altınküre Yayınları, Ankara, 2004, s. 60.

⁴⁷ Çağan, *Popüler Kültür ve Sanat*, s. 137.

⁴⁸ Gönül İçli, “Küreselleşme ve Kültür”, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, (2001), 25 (2), s. 167.

⁴⁹ Kırca, “Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Ulusaşırı Kimliklerin Yaratılması”, s. 174.

⁵⁰ Nuran Erol Işık, “Kültürel Bir Kimlik Olarak Delikanlılığın Yükselişi!”, *Doğu Batı*, (2001), sayı: 15, yıl: 4, s. 122.

lumda üretilen popüler kültürel bir formun, yerel ya da geleneksel özellikleri ile küresel olanı bir araya getirerek kültürel açıdan melezleşmesine de yol açabilmektedir. Yerel kültür unsurlarının dünya çapında dolaşan kültüre eklenip yeni melez biçimler ortaya çıkarmasının sonuçlarından olan popüler kültürel temsiller, kimlikler dünyasını da gittikçe karmaşıklaştırmaktadır.⁵¹

Kitle iletişim teknolojilerinin sağladığı imkânlar sayesinde, farklı kimlik dünyalarına aidiyeti tescilli yaşam formları ve kültür örüntüleri daha önce görülmemiş bir hız, serbestlik ve yaygınlıkla dünyayı dolaşmaktadır. Görüntüler ve düşünceler, bir yerden diğerine daha kolay ve hızlı bir şekilde gönderilebilir hale geldikçe, insanların yaşamlarını gittikçe daha doğrudan ve derinden etkilemektedir. Esasen, küreselleşme sürecinin hızını artıran temel etmenlerin başında insanlar arasındaki kültürel sembol alışverişinin sıklaşması gelmektedir.⁵² İletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak artış gösteren kültürel sembol alışverişini, toplumda geçerli olan değerler sistemini ve tüketim kalıplarını dönüştürerek yeniden oluşturmaktadır. Kültürel alandaki küresel değişmeyi tanımlarken, söz konusu kitlesel “tüketim” in toplumsal işlevinin türdeş nitelikler göstererek bir anlamda dünya toplumlarının ortak paydası haline geldiğini ve “kimliğin”, tüketim kültürünün temel kaynağı ve bireyin kendini ispat ve ifade aracı olarak işlev gördüğünü belirtmek gerekir. Günümüzde kültürel uygulamalar çoğu kez kent ve ulus gibi sabit yerellikleri aşmakta ve sonunda egemen küresel temalarla etkileşim yoluyla yeni anlamlar kazanmaktadır.⁵³

Medya aracılığıyla kısalan mesafeler ve bilginin hızlı dolaşımı, geleneksel algılama ve yaşama biçiminin istikrarlı zaman ve mekân anlayışını aşındırmaktadır. Bir bilgi edinme ve kültür aktarma aracı olarak medya, kültürün piyasa mantığı içinde tüketilmesine aracılık edebilmektedir. Esasında onun en çok eleştirilen tarafı da bu yönüdür. Kültürel sermaye ve birikim, medya sayesinde kendini sunmada eşsiz bir araç bulduğunu zannederken; o araç kültürel birikimi kendi işleyiş mantığına uygun bir biçimde metalaştırarak dönüştürebilmektedir. Burada aktarılan ise, herkesin, daha doğrusu müşterinin ihtiyaçlarına göre biçim ve içerik değiştirmiş bir popüler kültürdür.⁵⁴

Tarih boyunca kültür ürünleri çeşitli biçimlerde varlığını korumuştur. Ancak bu kültür ürünlerinin büyük şirketler tarafından küresel boyutlarda üretilip pazarlanması günümüze özgü bir olgudur. İşte bu durumun yarattığı birçok sakınca popüler kültürün çeşitli eleştiriler almasına neden olmuştur. Çünkü popüler kültür yalnızca bir takım malları ve gündelik yaşam pratiklerini değil, bunların beraberinde getirdiği dünya görüşlerini de popülerleştirir. Bu durumda kapitalist sistemin ve onun ürettiği piyasa ilişkilerinin evrenselliğini savunan ideolojik jargon geniş kitlelerce onaylanmış olmaktadır.

Kültürel, ekonomik ve siyasal süreçler sosyal hayatın birbirinden ayrılmaz parçalarıdır. Kültürel olan siyasal ve ekonomik olan için hayatidir. Kültür; sadece değerleri, yargıları, tutumları vb. taşıyan, aktaran ve geniş kitlelere ulaştıran, böylece toplumun varlığı ve bekasına katkına bulunan düşünsel bir süreç değildir. Aynı zamanda ve daha fazlası olarak o, insanların sosyal yaşam örüntülerinin en güçlü ve canlı kaynağıdır. Bu anlamda kültür, yaşanmış ve yaşanandır, yaşanmış ve yaşananla ilgilidir. Kültürü biçimlendiren, insanların yaşam deneyimleri olduğu için, bir toplumun kültürü bütün insani yaşam formlarının oluşturduğu tecrübeler toplamıdır denebilir. Bu yaşam deneyimi bir zamanlar belli bir coğrafi bölgeye ait, yerel ve doğrudan birebir ilişkilerle oluşurken, şimdilerde küreselleşme sürecinin yoğun

⁵¹ Erol Işık, “Kültürel Bir Kimlik Olarak Delikanlılığın Yükselişi”, ss. 122-123.

⁵² Bkz. Malcolm Waters, *Globalization*, Routledge, London, 1995.

⁵³ Steger, *Küreselleşme*, s. 100.

⁵⁴ Celaleddin Çelik, “Kitle İletişim Araçları ve Popüler Kültür İlişkisine Sosyolojik Bir Yaklaşım”, *Medyada Yeni Yaklaşımlar*, Metin Işık (ed.), Eğitim Kitabevi, Konya, 2004, s. 73.

ve karmaşık ilişkiler ağında buna dolayimli, dışarıdan ve uzaktaki başkalarının yaşam deneyimleri ve özellikle dünyaya egemen küresel bir pazarın yaşam koşullarının belirlediği planlı yaşam deneyimleri eklenmiştir.⁵⁵

Popüler kültür neredeyse bütün geleneksel beğeni ölçütlerini yıkmakta ve kültürel farklılıkları bir taraftan teşvik ederken, diğer taraftan kültürel olan her şeyi birbiriyle karıştırmakta, birbiri içine eklenmeye zorlamakta ve homojenleşmiş bir kültür ortaya çıkartmaktadır. Bu nedenle popüler kültür yalnızca kültürel yıpranmışlığa neden olmakla kalmamakta, aynı zamanda totaliteryanizme de hizmet etmektedir. Popüler kültürün küresel kültür örüntüleri aracılığıyla edindiği bu karakteristiğin, genel kültürel ortamdaki değişimlerden bağımsız düşünülmesi mümkün değildir. Kültür içindeki çok yönlü gidiş gelişlerin artmasından, anlam sistemlerinin ve simgesel biçimlerin geniş ölçekli aktarımından dolayı dünya, sömürcülüğün yükseliş dönemlerinde olduğu gibi sadece siyasal ve ekonomik anlamda değil, aynı zamanda kültürel yapılanma çerçevesinde de giderek tek bir mekâna dönüşmekte; karşılıklı kültürel etkileşim ve alış-verişin hızlandığı, kültürel kapalılığın neredeyse imkânsızlaştığı yeni bir evrimsel forma bürünerek hızla değişmektedir.⁵⁶

KÜLTÜREL KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE DİNİN DEĞİŞEN GÖRÜNÜMLERİ

Küreselleşme zaman ve mekân sınırlarında zorunlu değişimleri beraberinde getirdiği için⁵⁷ küreselleşen dünyada dinlerin değişen toplumsal görünümüne ilişkin açıklamalar, zaman ve mekân boyutunu da içine alan, büyük oranda dini ve dindışı alanlar ile herhangi bir din ve diğer dinler arasındaki ilişkinin sınırları nasıl oluşturulur sorusuyla birlikte değerlendirilmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar, küreselleşme ve din ilişkisinin mekânsal, zamansal ve toplumsal boyutuna ilişkin çalışmalar olarak üç bölüme ayrılabilir. Buna göre belli mekânları din adına izole edebiliriz, belli zamanları dini zamanlar olarak sınırlandırabiliriz ve dini belli insanlarla ya da topluluklarla ilişkilendirebiliriz. Dolayısıyla bu çalışmalarda, insanlık tarihi boyunca kutsal mekânların, kutsal zamanların ve kutsal kişilerin ya da toplulukların az ya da çok açık bir tanımını bulabiliriz. Ancak bu açıklamalar, genellikle, mutlak ve değişmez bir içeriğe sahip değildir. Kutsal mekânlar dinlere göre değişken ve geçici olabilir, kutsal zamanlar başlangıcı ve sonu itibarıyla belirsiz olabilir ve bireyler için kutsallık statüsü kazanılabilir ya da kaybedilebilir. Ayrıca dini ve dindışı arasında bu tür bir tanımlamanın ima edeceği belirsizlik birçok sosyal bağlam içinde akışkan olabilir. Bu durumda dini olan ile din dışı olanı herhangi bir tartışmalı yöntemle birbirinden ayırmak, kültürel açıdan o kadar da önemli görünmemektedir.⁵⁸

İnsanlık tarihinde ekonomi, devlet, siyaset, bilim ya da eğitim ve teknoloji gibi güçlü dindışı sosyal sistemlerin gelişmesi, din alanında değişimleri ve farklılıkları beraberinde getirmiştir. Tarihin farklı dönemlerinde ve farklı dinlere göre değişen dini toplumsal formlar, çeşitli dinlere mensup kişilerin aynı toplumda bir arada yaşaması problemini de içeren pek çok sorunu dinlerin karşısına çıkarmıştır. Dini hem dindışı kabul edilene hem de başka dinlere kıyasla farklı bir olgu olarak yapılandırmanın iki yönlü zorluğu nerede, ne zaman ve kim için hangi dinin ölçüt olarak ele alınacağını açıklayan biçimler ve mekanizmalar gerektirir. Bu üç belirleme biçiminin hepsi önemli olmakla birlikte, kim için sorusu günümüz küresel toplumunda en önemli ve tartışmalı soru konumundadır. Bu çerçevede ünlü

⁵⁵ İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, *Popüler Kültür ve İletişim*, Erk Yayınları, Ankara, 2005, s. 22.

⁵⁶ Çağan, *Popüler Kültür ve Sanat*, s. 132.

⁵⁷ Elizabeth McAlister, "Globalization and the Religious Production of Space", *Journal for the Scientific Study of Religion*, (2005), cilt: 44, sayı: 3, ss. 249-255.

⁵⁸ Peter Beyer, "Social Forms of Religion and Religions in Contemporary Global Society", *Handbook of the Sociology of Religion*, Michele Dillon (ed.), Cambridge University Press, Cambridge, 2003, s. 53.

küreselleşme kuramcısı Beyer'in⁵⁹ sınıflamasından hareketle çağdaş küresel dünyada dinlerin en yaygın toplumsal formlarını kurumsallaşmış din, siyasallaş(tırıl)mış din, sosyal hareket dini ve cemaatçi ya da bireyci din olmak üzere dört başlıkta toplayabiliriz.⁶⁰

Kurumsallaşmış din bağlamında günümüz küresel toplumunun dikkat çekici bir özelliğinin organizasyonların hayatın hemen her alanında yaygınlaşması olduğu söylenebilir. Bu organizasyonlar, dünyanın her yerinde toplumsal ve dini hayatı çeşitli açılardan etkilemektedir. Bununla birlikte onların en güçlüleri dini, ekonomik ve politik olanlardır. Ulusal ve uluslararası alanda devlet dışı organizasyonlar (NGO) gittikçe artan şekilde günlük yaşantımızda kendilerini hissettirmektedirler. Bunlar arasında gücü, büyüklüğü, içyapısı ve kararlılığı değişen çok çeşitli dini organizasyonlar bulunur. Bunlar dinlere diğer herhangi bir formdan daha fazla somutluk kazandırır. Sözelimi Hıristiyan Roma Katolik Kilisesi çok sayıda alt organizasyonu ile bu organizasyonların en büyüğü ve en yaygınıdır. Bununla birlikte, her kurumsallaşmış din farklı organizasyonlara sahiptir. Bunlar Budist manastırlarından, Hindu tapınak organizasyonlarına, İslamiyet'teki tarikat yapılanmaları ve dini gruplardan Hıristiyan pentekostal kiliselerine, Müslüman, Hıristiyan ve Hindu hac organizasyonlarından uluslararası Taoculuk merkezlerine kadar uzanır. Bu teşkilatların büyüklükleri, en yerelden en küresele kadar, örneğin New York Brooklyn'de dükkân önü kiliselerinden, İsrail'deki uluslararası Ortodoks Yahudi organizasyonlarına kadar değişir. Ayrıca bunlar yeni bir dine biçim vermede ya da tanınmakta olan bir dini somutlaştırmada en önemli unsurlardır. Bununla birlikte bir dini organizasyonun meşruiyetinin toplumsal oluşumunda rol oynayan en önemli iki unsur *zaman* ve *sayıdır*.⁶¹ Bahailik ya da Siyantoloji (Scientology) tarikatı gibi nispeten yeni olan bazı dini oluşumlar ya da Roma Katolik Kilisesi gibi kurumsallaşmış olanlar, örgütlenmelerini teolojik merkezlerinde gerçekleştirirler ve güçlü organizasyon stratejileriyle kendilerini başarıyla temsil ederler.

Çağdaş küresel toplumda organizasyonun en önemli avantajlarından biri, toplumsal sınırlar oluşturma imkânı sağlamasıdır. Bu nedenle organizasyonlar, kişileri kendilerine mensup olanlar ve olmayanlar; sosyal davranışları ise organizasyonun bir parçası olanlar ve olmayanlar şeklinde ikiye ayırırlar. Onlar bu farkı yürürlükte olan kuralların organizasyonun içinde ya da dışında oluşu ve özellikle üye, müşteri, ofis sahibi ve benzeri sosyal roller yoluyla mensup olanlar ve olmayanlar temeline göre tanımlarlar. Dini organizasyonlar kendilerinin tâbi oldukları durumlar, kimlerin idarelerine tâbi oldukları ve en tipik faaliyetlerinin nerede gerçekleşeceği konusunda oldukça açıktırlar. Ayrıca onlar her zaman faaliyetlerinin yönlendiği açık bir amacı dile getirirler. Böylece içgüdüsel olarak kısmi ve soyut olan fonksiyonlara, hedeflere, kategorilere somut ve temsili bir biçim verebilirler. Organizasyonlar, başka şartlar altında toplumun birçok üyesi tarafından kabul görmeyen farklılıkları karmaşık ve çoğulcu bir sosyal çevrede taşıyabilirler. Stratejileri ise belli amaçlar için belli zamanlarda ve belli mekânlarda toplumun bazı bireylerini hedef almakla toplumun tüm bireylerini hedeflemek arasında değişebilir. İçyapıları üniversiteler, şirketler ya da devlet kurumlarında olduğu gibi açık seçik de olabilir; belli amaçlara yönelik sosyal ağlar içinde daha gölgeli gayri resmi bir şekilde de olabilir.⁶²

Çağdaş dünyada dinlerin mensupları sınıflandırmalara karşı direnç gösterirler; çünkü bu şekilde dindışı alanların sekülerleşmesini ve dinin kendi alanıyla sınırlı kalmasını kabul etmek zorunda kalırlar.

⁵⁹ Beyer, "Social Forms of Religion and Religions in Contemporary Global Society", s. 54.

⁶⁰ Küreselleşen dünyada dinlerin farklı görünümüne ilişkin ayrıntılı bilgi için ayrıca bkz. Gregory Melleuish, "Globalized Religions for a Globalized World", *Policy*, (2005), cilt: 21, sayı: 2, ss. 16-20.

⁶¹ Phil Zuckerman, *Invitation to the Sociology of Religion*, Routledge, USA, 2003, ss. 61-73.

⁶² Beyer, "Social Forms of Religion and Religions in Contemporary Global Society", ss. 54-55.

Bu direnişin genellikle büründüğü şekil, devlet ve onun yasama, yürütme ve askeri yapılarını dinin kurallarını ve uygulamalarını ortak şekilde empoze etmek için kullanmak anlamına gelen *politize olma*dır. Bu yöneliş günümüz toplumunda dini yapıların ordunun ya da devletin görünen yüzü olması veya aynı anlamda devletin dinin bir ifadesi olması şeklinde farklı bir sosyal biçime bürünebilir. Devletin sınırları içindeki insanları ortak yasalar etrafında bir araya getirme kapasitesi veya belli bir dini insanların günlük yaşamının kaçınılmaz bir bölümü haline getirmesi, bu dinlere bir devlete bağlı olmayan dinlerin başarabileceğinin ötesinde bir duruş kazandırır. Bugün dine böyle bir şekil verilmesi en radikal şekliyle İran ve Afganistan gibi ülkelerde görülür. Bununla birlikte bunun farklı örnekleri devletlerin kimlik ve ideolojilerinin belli bir dini içeriğe sahip olduğu pek çok ülkede görülebilir. Örneğin, İsrail, Hindistan, Pakistan, Bangladeş, Zambiya, Sri Lanka, Tayland, Endonezya, Rusya ve daha etkin şekilleriyle İngiltere, İsveç ve Almanya gibi Avrupa ülkeleri bu durumun önemli temsilcilerini oluşturur. Görüldüğü gibi ister İslam, Hıristiyanlık ve Yahudilik olsun, isterse Hinduizm ya da Budizm olsun bu örneklerin hepsinde din örgütsel bir ifadeye sahiptir. Devlet dini ya da devletin dine sosyal bir form kazandırmak için kullanıldığı yerlerde dinin politize olmuş ya da devletleşmiş biçimi temel biçim olur. Günümüz Hindistan'ında Hinduizm örneğinde olduğu gibi örgütlenmiş dinin zayıf ya da muhalefete açık olduğu yerlerde devlet aygıtının genel anlamda ya da belirsiz bir şekilde kullanılması dinin farklılaşması konusunda, dine genel sembolik bir kabul kazanma dışında bir katkıda bulunmaz. Bunun tabii ki bir de devletin dini şekillendirmesi ve dine bağlı olduğu kabul edilen olguları kontrol etmesi yönü vardır.

Dünyanın pek çok ülkesinde dinler bu anlamda bir politik araç haline gelmiştir. Endonezya, Çin ve Rusya gibi ülkeler günümüzde din kabul ettikleri olguları kısıtlı bir listeye sınırlandırmaktadırlar. Endonezya'da sadece İslam, Protestanlık, Katoliklik, Hinduizm ve Budizm tanınan dinler arasındadır. Çin'de de bu liste hemen hemen aynıdır sadece Taoculuk Hinduizmin bir alt kolu olarak kabul edilir. Rusya'da mevcut yasalara göre sadece belli bir tarihten önce yerleşmiş dinler yasal din sayılır. Bu çerçevede Beyer, başka birçok ülkede nelerin din sayılacağı açıkça sınırlandırılmamış olsa da Japonya, Arjantin, Fransa gibi ülkelerde yeni ve marjinal dinlerle ilgili anlaşmazlıkların mevcut olduğunu ve mevcut durumun dünya dinleri sayılan yaygın dinleri ya da herhangi bir ülkede uzun bir geçmişe sahip dinleri kayırdığını iddia etmektedir.⁶³

Dine yeni formlar kazandırmanın ya da şekil vermenin bir başka yolu olarak sosyal hareketlerle ilgili çalışmalar incelendiğinde, bir sosyal hareketi neyin oluşturduğu hususunun oldukça tartışmalı olduğu görülmektedir. Konumuzun kapsamı açısından belli ortak özelliklerin tanımlanması sınırlama açısından faydalı olacaktır. Bilindiği gibi sosyal hareketler mevcut toplumsal düzende değişiklikler meydana getirmek ve yeni toplumsal düzenler oluşturmak için insanların, fikirlerin ve maddi kaynakların harekete geçirilmesiyle ilgilenirler. Onların, günümüzde olduğu gibi, yakın ilişkide oldukları örgütlenmeler vardır. Fakat bunlarla basitçe iç içe değillerdir. 1960'lar sonrası kadın hareketleri ve çevreci hareketler bu durumun en tipik örnekleridir. Greenpeace ve uluslararası kadın örgütleri gibi her birinin kendileriyle özdeşleşmiş organizasyonları olsa da bu hareketlere somut yapısını kazandıran olgu, örgütlerin isimlerinden çok protestolar, aykırı yayınlar, toplumsal tartışmalar, lobi faaliyetleri ve diğer sembolik hareketlerdir. Sosyal hareketleri yapılandıran, yenileyen ve geliştiren taraftar eylemlerinden yoksun olsalar da dini hareketler, örgütlerin aksine, zaman ve mekâna bağlı

⁶³ Beyer, "Social Forms of Religion and Religions in Contemporary Global Society", s. 56.

sembolik ihtimallere ya da belirli zamanlara ve mekânlara, belirli kişilere olduğundan çok daha fazla bağlıdır.

Dolayısıyla sosyoloji literatüründe dini hareketler olarak adlandırılan oluşumların çoğu, özellikle de yeni dini hareketler aslında az önce tanımladığımız anlamda sosyal hareketler değildir. Bunlar daha çok belli bir zamanda ve üye kazanma amacıyla kurulmuş örgütlerdir. Bu anlamda Brahma Kumaris, Siyantoloji kilisesi (Church of Scientology), Falun Gong, Birleşik Kilise (United Church of Christ), Soka Gakkai, Hindistan'da, ABD'de, Çin, Kore ve Japonya'da ortaya çıkan yeni dini örgütlerdir. Bununla birlikte Transandantal meditasyon (Transandantal Meditation), New Age, Neopaganizm (Wicca), Tai-Chi Chuan ve Qi Gong gibi bu türden sayılabilecek başka dini hareketler de vardır. Bu örneklerin hepsinde bunlarla ilişkilendirilmiş ya da özdeşleşmiş örgütler olsa da katılımın genel özelliği düzensiz, rastlantısal, ortak bir otoritenin kontrolünden uzak ve bireysel olmasıdır. Transandantal meditasyon örneğinde olduğu gibi bazı hareketlerde son yıllarda hareket zayıflarken daha açık seçik örgütlü bir yapıya yöneliş vardır. Özellikle Batı neopaganizmi (Neopaganism) örneğindeki gibi hareketin fikri yapısı, kendilerine göre bireysel bir dini otorite olan inanışlarının gayri meşru bir şekilde birleştirilmesi olarak saydıkları örgütlenmeye karşıdır. Dolayısıyla bu tür yeni paganlar festivaller ya da yıllık kutlamalar gibi olaylar için toplansalar da yerleşik bir örgütün resmi bürolarına sahip olmak bir tarafa çok az üyelik kuralları vardır. Dinin bu sosyal formunun görece farklılığının bir başka göstergesi de bu hareketlerin büyük birleşimlerden, örgütlenmeden, devlet ve diğer sosyal kurumlar tarafından bir din olarak tanınmadan kaçınınsalar da kendilerini bu yönlerden birine girmek için büyük bir baskı altında hissetmeleridir. Neopaganlarda olduğu gibi bazı durumlarda bu tür bir birleşme ve tanınmanın birincil nedeni din özgürlüğü olabilir.⁶⁴ Transandantal meditasyonda olduğu gibi başka durumlarda ise bir hareketin dinamizmini ve sürekli hareketliliğini sağlamanın zorluğu örgütsel düzenlilik ve konsantrasyonu takip edilecek cazip bir yol haline getirebilir.⁶⁵

Küreselleşmeyle birlikte komünal dini yapıların sayısında bir artış olduğu açıkça gözlenmektedir. Bireycilik ve rasyonellik trendlerinin oluşturduğu modernleşmenin, dinin mahiyetini ve modern dünyadaki yerini değiştirdiği bilinmektedir. Buna karşılık post-modernizmin dini, büyük ölçüde bireycileşmiş ve inançların bir bölümünde meşruiyetini yitirmiş olarak, yeni durumuyla topluma geri döndürdüğünden bahsedilebilir. Küreselleşme sürecinin yerelliği canlandırıcı yüzü sonucu, dini hareket ve cemaatleşmede bir artış gözlenmiş, madalyonun diğer bir yüzü olarak da bu dinsel oluşumlar küresel ölçekte bir şebekeleşmeye girişmişlerdir. Böylece geleneksel dini bünye içerisinde farklı dini oluşumlardan yeni dini hareketlere kadar geniş bir yelpazenin meydana getirdiği dini alanda çeşitli hareket ve oluşumların yaygınlaşmaya başlamasıyla dini çoğulculuktan (religious pluralism) söz edilir olmuştur. Ancak tüm büyük dinlerin çeşitli toplumlardaki değişik yansımalarının aslında tek bir hakikatten kaynaklandığını ifade ederek felsefi planda dini çoğulculuk perspektifi geliştiren John Hick⁶⁶

⁶⁴ Din sosyolojisi öğrencileri için olduğu kadar profesyonel araştırmacılar için de başarılı bir giriş kitabı olan *Invitation to the Sociology of Religion*'da Zuckerman, ABD'deki dini organizasyonların yasal anlamda bir din statüsü kazanmak için verdikleri mücadeleyi siyantoloji kilisesi (Church of Scientology) örneği ile açıklamaktadır. Zuckerman'a göre Siyantoloji (Scientology), şu sıralar "kült" etiketinden kurtulmak ve birçok nedenden ötürü –yasal, maddi ve diğer nedenler- "gerçek" bir din olarak kabul edilmek için uluslararası kulislerini sürdürüyor. Uluslararası Siyantoloji Kilisesi tarafından hazırlanan büyük, kalın kaplı bir kitabın bölümleri ve ekleri Siyantoloji'nin "gerçek" bir din olduğunu "kanıtlamaya" çalışmaktadır. Eğer onlar, iktidardakiler tarafından "gerçek bir din" olarak kabul edilirlerse, vergi indiriminden toplumsal saygınlığa kadar pek çok toplumsal yarar elde edebilirler. Fakat kült olarak adlandırılırlarsa, davaları, yasal haksızlıkları ve toplumsal dışlanmayı göze almak durumunda kalacaklardır. Siyantolojiye toplumsal meşruiyet kazandıracak şey, taraftarlarının sayısı ya da var oluş süresi değil, sağduyulu kamusal ilişkileri ve başarılı avukatları olacaktır. Bkz. *Invitation to the Sociology of Religion*, s. 72.

⁶⁵ Beyer, "Social Forms of Religion and Religions in Contemporary Global Society", ss. 56-57.

⁶⁶ John Hick, *A Christian Theology of Religions: The Rainbow of Faiths*, SCM Press Ltd., USA, 1995, ss. 139-148.

ve Wilfred Cantwell Smith⁶⁷ gibi araştırmacıların, küresel medeniyetin temelini oluşturacak dinin Judeo-Hıristiyan gelenek olduğunu zımnen ifade ettikleri görülmektedir.⁶⁸

Bu bağlamda, küreselleşen dünyada Ahmediye Hareketi (Ahmadiyya Movement) ve Moonculuk (Moonism) gibi çeşitli dini oluşumların küreselleşme şartlarından nasıl yararlandıkları veya bu süreci nasıl algıladıkları, din ve küreselleşme ilişkisi ile ilgili araştırma konuları arasındadır. Dünyadaki tüm toplumlara Kuran'ın gerçek öğretisini yaymak üzere Allah tarafından tayin edildiğini ve beklenen Mesih olduğunu iddia eden Ahmediye Hareketi'nin kurucusu Mirza Gulam Ahmed, iletişimin, hayatın birçok yönlerinde küresel etkiler yaratmadaki önemli rolüne dikkat çekmektedir. Küresel söyleminin yanı sıra, medyadan ticaret, sanayi ve eğitime kadar geniş bir faaliyet yelpazesıyla küresel alanda dikkat çeken bir başka dini hareket de Moonculuktur. Bu çerçevede sırf dini program üreten ve elektronik kilise (The Electronic Church) adı verilen dini yapılanma da iletişimin önemini vurgulayıp bundan yararlanarak küresel faaliyetler içine giren bir başka örnek olarak dikkatimizi çekmektedir.⁶⁹

Küreselleşme ve din konusuna dolaylı ya da dolaysız olarak atıfta bulunan sosyal bilimciler çalışmalarını kültürel çoğulculuk üzerinde yoğunlaştırmışlardır. Bu çerçevede dini organizasyonların küreselleşme karşısındaki tutumları ve bunun toplumsal yansımaları da ele alınan konular arasındadır. Ayrıca küreselleşmenin bir yandan ulusalcı dini hareketleri teşvik ettiği diğer yandan da bu hareketlerin küreselleşme sürecine girdikleri de bu kapsamda incelenmektedir. Yine küreselleşmenin bir sonucu olarak dini anlayış ve algılamalarda değişimin yaşanması da araştırmacıların dikkatini çeken bir başka konudur.⁷⁰ Sözgelimi İslam dünyasında mistik akımların kuruluş dönemlerindeki anlayış ve pratikten tamamen farklı bir yapıyı benimsemeleri bu süreçle ilgili görünmektedir.

Küreselleşme sürecinde dinlerin farklı görünüşleri arasında son biçim olarak cemaatçi/bireyci din olgusu kısaca ele alınabilir. Zuckerman'ın da belirttiği gibi bu olgu, kurumsallaşmış din ile dini olan fakat gözlemcilerin analitik değerlendirmeleri dışında sosyal hayatta bir din olarak yapılandırılmamış biçimler arasındaki sınırları gösterir.⁷¹ Bunun güncel örnekleri Hindistan, Çin ya da Afrika'nın bazı bölgelerinde görülen yerel dini uygulamalar, dünyanın çeşitli yerlerindeki yerli insanların yaşamlarının dini boyutları ya da Bellah ve arkadaşlarının⁷² sheilism adı altında tanıttıkları bireysel uygulamalar ve dinlerden birisine dâhil edilmemiş bütün bir kültürel uygulamalar düzeni olabilir. Sonuncunun örnekleri, Batıda görülen halloween,

⁶⁷ Wilfred Cantwell Smith, *The Meaning and End of Religion*, Augsburg Fortress Publishers, USA, 1991, ss. 193-203.

⁶⁸ H. Ezber Bodur, "Küreselleşme, Din ve Ulus-Devlet", *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din* içinde, Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu (ed.), Platin Yayınları, Ankara, 2007, s. 23.

⁶⁹ Bodur, "Küreselleşme, Din ve Ulus-Devlet", s. 30.

⁷⁰ Bodur, "Küreselleşme, Din ve Ulus-Devlet", s. 32.

⁷¹ Zuckerman, pek çok sekülerleşme kuramcısı gibi kurumsallaşmış dinin ve dindarlığın gerilediğini, ancak bireysel/spiritual dindarlık formlarında bir yükseliş olduğunu belirtmektedir. O, dindarlığın değişen görünümünü yakın çevresinden çarpıcı örneklerle şöyle aktarmaktadır: "Geçen gece kayıncımdan neredeyse bir saat süreyle kendisi öldükten sonra -ki bunun bir gün gerçekleşeceğinden kesinlikle emin- kızımın (eşimin) yaşam sigortasından faydalanıp faydalanamayacağı ile ilgili endişelerini anlattı. Geçen hafta markette kuyrukta beklerken *Newsweek*'in kapağının cehennem hakkında olduğunu fark ettim. Birkaç ay önce kapak konusu Tanrı idi. Yine birkaç ay önce *Time* kıyamet ile ilgili bir haberi kapak yapmıştı. Son derece liberal, ilerici ve görünüşte seküler Pitzer College'de -ki bu fakültenin hazırladığı *The Princeton Review*'in internet sitesi bu ülkede "sistemli bir şekilde Tanrı'yı göz ardı eden" siteler arasında dördüncü sırada kabul edilmektedir- bu paragrafı yazmak için oturduğumda, aynı koridoru paylaştığım meslektaşlarımdan birinin düzenli olarak meditasyon yapan bir Budist, birinin Bhagavad-Gita ile ilgili son çalışmasından aldığı tanrısal esinleri büyük bir coşkuyla benimle paylaşan bir Hindu ve bir diğerinin kendisinin yüzüne son derece sıkı manevi bağlarla bağlı olduğunu iddia eden bir "pagan panteist" olduğunu fark ettim. Meslektaşlarımdan her hangi birinin kendisini "dindar" olarak tanımladığını kesinlikle zannetmiyorum. Çünkü bazılarına göre "dindar" kavramı, dogmatik, fundamentalist, kesin inançlı ya da itaatkâr ile eşanlamlıdır. Arkadaşlarımdan (ve özellikle öğrencilerimden) pek çoğu gibi, meslektaşlarımda muhtemelen kendilerini -kutsal şeylerle samimi bağlıklarını sürdürdükleri, bizi aşan bir şeylerle iletişim kurmayı arzuladıkları ve bu hayatta rasyonel olarak anlaşılabilen ya da ampirik olarak açıklanabilen şeylerden daha fazlasının bulunduğunu kabul ettikleri halde, belirli bir dini harekete ait olmadıklarını ya da belirli bir dini geleneği kabul etmediklerini ima ediyor gibi görünen- "spiritüel" kavramıyla tanımlamayı tercih edeceklerdir. Fakat onlar ister "dindar" ister "spiritüel" etiketini tercih etsinler ben kendimi kesinlikle dinsiz, ateist ya da seküler olarak tanımlanması mümkün olmayan insanlar tarafından kuşatılmış buluyorum". Bkz. Zuckerman, *Invitation to the Sociology of Religion*, s. 2.

⁷² Bkz. Robert N. Bellah ve diğerleri, *Habits of the Heart*, Harper and Row, New York, 1995.

paskalya gibi dini bayramlara ait seküler (dindışı) kutlamalardır. Bu kutsal günlerin hepsi bir bakıma dinseldir ve rastgele bir gözlemlerle din gibi algılanırlar. Fakat bunların hiçbirisi tutarlı bir tarzda din ve ibadet kategorisine girmezler çünkü bunun içindekiler onun din olarak algılanmasını hedeflemezler. Onlar buna karşı değillerdir ancak hiçbir kurumsallaşmış din bunları sahiplenmez. Aslında bu ifadeler sadece diğer biçimlerle ilişkilendirildiklerinde din gibi gözükürler. Bu tür davranışlar için model teşkil eden sadece kurumsallaşmış dinlerdir, bu yüzden ibadetlerle benzerlik gösteren sosyal faaliyetler din gibi anlaşılabilir ya da din muamelesi görebilir. Bir kategori olarak din bu geniş kapasiteyi kendisi kazanmıştır. Buradan birçok sosyolog ve araştırmacının sorduğu şu soru ortaya çıkar: din olarak tanımlanan bütün bu olguların ortak tanımlayıcı karakteristikleri var mıdır?⁷³ Bu soruya verilen yanıt, genellikle neyin din sayılacağını belirleyen kriterin din olarak etiketlenen farklı olgulardan çıkarılmış karakteristik özellikler değil, dinlerin bizzat kendisi olduğudur. Ayrıca dini meydana getiren ve şu veya bu tavırlardan oluşan bu biçimlerin aşkın bir boyuta sahip olmasıdır. Ayrıca din kategorisi altında toplanan bütün bu örneklerin belli başlı inanç ve ritüellerinin yanı sıra, söz konusu aşkın boyutla iletişimi sağlayan teknikleri ve uygulamaları vardır. Bu aşkın boyutu anlamak ve bu boyuta ulaşmak için dinler arasında sonsuz çeşitliliğe sahip yollar vardır ve bunların bazıları dinden sayılmayan hareketlerle açık benzerlikler gösterirler. Beyer'e göre bu biçimsel ortaklık din ve dindışı arasındaki sınırı belirlemek için yeterli olmaz. Bu bağlamda burada tartışma konusu yapılan tezaların ve biçimlerin çok daha belirleyici olduğu anlaşılmaktadır.⁷⁴

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Buraya kadar yapılan değerlendirmeler doğrultusunda küreselleşmenin günümüz sosyal bilimlerinin egemen ve meydan okuyucu paradigması olduğu anlaşılmaktadır. Ancak kültürel heterojenlikle homojenliğin bir arada ve paradoksal bir biçimde yaşandığı bu karmaşık süreç, çağdaş dünyada geleneksel, yerel olanın ya da milli kültürlerin önemini bütünüyle kaybettiği anlamına gelmemektedir. Bu süreçte yeni bilgi ve iletişim şebekeleri ile bağlantılı olarak yerellikten kurtulma süreçlerinin vurgulanıyor olması, mutlak bir eğilim olarak görülmemelidir. Bu bağlamda Aymaz'ın⁷⁵ aşağıdaki cümleleri, tüm sınırların kalktığı ve mesafelerin yok olduğu dünyayı, küçük, sevimli, eğlenceli bir festival alanına benzeten küreselleşme söyleminin bir eleştirisini sunmaktadır:

Sınır ötesi veri akışı, küresel yayın ağları, uydu takviyeli haberleşme vs. bunlar hala örneğin bir on sekizinci yüzyıl gazetesiyle aynı ideolojik sorunu taşıyor. Hem de daha ağır ve karmaşıklaşmış olarak. Çünkü mesafeyi ortadan kaldıran iletişimsel deneyim elbette çıplak algıya kapalıdır, yani fiziki değil zihinseldir. Bu nedenle zihnin muhatap olduğu şeyin gerçeğin kendisi olup olmadığı sorusu hala yakıcı bir sorudur. O zihnin bilişsel olarak ne halde olduğu da yine ayrı bir mesele. Acaba modern insanın zihni, kendisine ulaşan bilgiyi algılama, başka bilgilerle ilişkilendirme, mukayese etme, anlamlandırma v.s. gibi temel işlemleri yapma becerisi göstermede ne denli uyanık, zinde ve sağlamdır? Bu ve benzeri şeyler düşünüldüğünde sınırlar kalktı mesafe ve mekân yok oldu diye sevinmek son derece yersizdir. Zamana ve yere uyacak doğru tavır, burada küresel bir kitleleşme tehlikesi var mı yok mu? sorusunun üzerinde biraz kafa yormaktır. İletişim tekniğinin insan bilincini sakatlayarak ilerlediğini bu alanda gelişme denen şeyin yabancılaşmayı ortadan kaldıracak olan icraatın öngördüğü anlamda bir düşünme yeteneğini engellediğini görebilme kabiliyeti sergilemektir. Tabii görebilmek için de öncelikle küreyi değil insanı merkeze alan bir bakış açısından yana olmak gerekiyor.

⁷³ Beyer, "Social Forms of Religion and Religions in Contemporary Global Society", s. 57.

⁷⁴ Beyer, "Social Forms of Religion and Religions in Contemporary Global Society", s. 58.

⁷⁵ Göksel Aymaz, *Popüler Gerilim*, Yeni Hayat Kütüphanesi, İstanbul, 2004, s. 47.

21. yüzyılın ilk yıllarını yaşadığımız bu günlerde dünyamız ekonomik, siyasal, kültürel ve dinsel değişimlerin baş döndürücü bir hıza ulaştığı daha önce görülmemiş bir durumu tecrübe etmektedir. Genel anlamda “Küreselleşme” başlığı altında açıklanan bu değişimlerin yukarıda farklı formları ve görünüşleri üzerinde durduğumuz kültürler ve dinler açısından nasıl bir tablo ortaya çıkaracağını kesin bir dille açıklama iddiası, dünyamızın geleceğine yönelik toplumsal bir kehanet olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle, ister emperyalizmin “çağdaş versiyonu” şeklinde değerlendirilerek karşı çıkılsın, ister yeni dünya düzeninin ekonomik, siyasal ve kültürel kurgusunu oluşturmak amacıyla savunulsun, küreselleşme ve sonuçları hakkında yapılan tartışmalar günümüzün sosyal bilimlerinde önemli bir yer işgal etmeye devam etmektedir.⁷⁶

Küreselleşme kuramcısı Robertson’un ifadesiyle,⁷⁷ *benzerlik içinde farklılığın* yoğun bir şekilde sıkıştırıldığı ve kültürlerin büyük oranda izafileştirme olgusunun bir sonucu olarak her geçen gün daha fazla manipülasyon –aslında keşif- konusu olduğu bir dünyada yaşadığımızı bütünüyle kabul ettiğimiz sürece, geleneksel kültürlerin geleceğinin parlak olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, küreselleşme sürecinin ürettiği popüler kültür örüntülerinin geleneksel yerel kültürler içinde metalaş(tırıl)ması, görselliğin egemen olduğu sanal dünyada yerel bağlamlarından koparılan kültürel imgelerin iletişim ve ulaşım araçları, özellikle de internet aracılığıyla dolaşımının hızlanması, kültürel farklılıkları aşındırarak homojenleşmiş bir kültür ortaya çıkarmayı amaçlayan popüler kültürün küresel egemenliği karşısında geleneksel kültürlerin geleceği ile ilgili sorunları bütün boyutlarıyla değerlendirmeyi zorlaştırmaktadır.

Küreselleşme, siyasal, kültürel, iktisadi ve dini boyutları ile toplumsal bir olgudur ve bu olguya karşı olmak ya da taraf olmak çok anlamlı tavırları ifade etmez. Eğer tarihin teleolojik olarak ileri giden bir düzlem olduğu düşünülürse, küreselleşme hiç şüphesiz ileri doğru atılmış bir adımdır. Elbette küreselleşme, toplumsal hayatta bazı problemleri de beraberinde getirecektir. Ancak bu problemler, mevcut durumun tamamen karşısında olmak gibi bir sonucu ortaya çıkarırsa, bu tavır gerçekçi bir zemin arayışının önünde engel teşkil edecektir. Küreselleşme, toplumsal ve kültürel pek çok sürecin değişmesi anlamına gelmekte ve bu değişim süreci bilinen ideolojik yaklaşımları geçersiz kılmaktadır. Dolayısıyla, ideolojik niteliği ağır basan yaklaşımların sağlıklı ve kabul edilebilir sonuçlar ortaya çıkarmasını beklemek geçerli bir yol gibi görünmemektedir.

Bu noktada küreselleşmenin fiili bir durum olduğunun kabulü önem kazanmaktadır. Taraf olmak ya da karşı çıkmak yerine “durum belirlemeyi” önemli hale getiren bu süreçte, yeni durumun getirilerinin arttırılması ve olumsuzluklarının asgariye indirilmesi için çaba sarf edilmesi gerçekçi ve yapıcı bir tavır olacaktır. Yine küreselleşmenin ortaya çıkardığı durumun olumsuzluklarını öne çıkarmak ve karamsar tablolar çizmek, geciktirilmeye gelmez sorunların çözümünü ertelemekten öte her hangi bir işleve sahip olmayacaktır.⁷⁸ Küreselleşmenin yol açtığı olumsuz sonuçlar, bu sürecin bütünüyle reddedilmesini gerektirmemelidir. Bununla birlikte, küreselleşme sürecinin yaratacağı imkânlardan fayda sağlamak kadar, zararlarından kaçınma yollarını da öğrenmek durumunda olduğumuz anlaşılmaktadır.

⁷⁶ Hayriye Erbaş ve M. Kemal Coşkun, “Küreselleşme, Yerellik ve Demokrasi: İslam Tartışmaları ve Türkiye”, *III. Ulusal Sosyoloji Kongresi Dünyada ve Türkiye’de Farklılaşma Çatışma Bütünleşme II*, Ankara, 2002, s. 144.

⁷⁷ Roland Robertson, “Küreselleşme ve Geleneksel Dinin Geleceği”, (çev. İhsan Çapcıoğlu), *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din* içinde, Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu (ed.), Platin Yayınları, Ankara, 2007, s. 114.

⁷⁸ Şenol Baştürk, “Bir Olgu Olarak Küreselleşme”, *İş-Güç E-Dergi*, (2003), cilt: 3, sayı: 2.

KAYNAKÇA

- Aymaz, Göksel, *Popüler Gerilim*, Yeni Hayat Kütüphanesi, İstanbul 2004.
- Balcı, Ali, "Roland Robertson, Küreselleşme ve Kültür", *Bilgi*, 2006, 12 (1), ss. 25-36.
- Balcı, Ercan, "Televizyon Program Formatları: 'Çarkifelek' ve 'Kim 500 Milyar İster' Programları Üzerine Bir İnceleme", *Kültür ve İletişim*, 2009, 12 (2), ss. 47-78.
- Barber, Benjamin, *Jihad vs. McWorld*, Ballantine Books, New York 1996.
- Baştürk, Şenol, "Bir Olgu Olarak Küreselleşme", *İş-Güç E-Dergi*, 2003, cilt: 3, sayı: 2.
- Baudrillard, Jean, *Amerika*, (çev. Yaşar Avunç), Ayrıntı Yay., İstanbul 1996.
- Baudrillard, Jean, *Sessiz Yağınların Gölgesinde Ya Da Toplumsalın Sonu*, (çev. Oğuz Adanır), Doğu Batı Yay., Ankara 2003.
- Bellah, Robert N. ve diğerleri, *Habits of the Heart*, Harper and Row, New York 1995.
- Berger, Peter L., "Küresel Kültürün Dört Yüzü", (çev. Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu), *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din*, Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu (ed.), Platin Yay., Ankara 2007.
- Beyer, Peter, "Social Forms of Religion and Religions in Contemporary Global Society", *Handbook of the Sociology of Religion*, Michele Dillon (ed.), Cambridge University Press, Cambridge 2003, ss. 45-61.
- Bocock, Robert, *Tüketim*, (çev. İrem Kutluk), Dost Kitabevi Yay., Ankara 1997.
- Bodur, H. Ezber, "Küreselleşme, Din ve Ulus-Devlet", *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din* içinde, Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu (ed.), Ankara: Platin Yay., 2007, ss. 17-42.
- Çağan, Kenan, *Popüler Kültür ve Sanat*, Altinküre Yay., Ankara 2004.
- Çelik, Celaleddin, "Kitle İletişim Araçları ve Popüler Kültür İlişkisine Sosyolojik Bir Yaklaşım", *Medyada Yeni Yaklaşımlar*, Metin Işık (ed.), Eğitim Kitabevi, Konya 2004, ss.67-82.
- Elteren, Men Van, "Amerikan Popüler Kültürünün Etkisinin Global Bir Yaklaşım İçinde Değerlendirilmesi", *Popüler Kültür ve İktidar*, Nazife Güngör (der), Vadi Yay., Ankara 1999, ss. 275-325.
- Erbaş, Hayriye ve Songül Sallan Gül, "Kapitalizm ve Kültür: Popüler Kültürün Küreselleşmesi ve Piyasalaşması", *Mülkiye*, 2001, cilt: 25, sayı: 229, ss. 207-227.
- Erbaş, Hayriye ve M. Kemal Coşkun, "Küreselleşme, Yerellik ve Demokrasi: İslam Tartışmaları ve Türkiye", *III. Ulusal Sosyoloji Kongresi Dünyada ve Türkiye'de Farklılaşma Çatışma Bütünleşme II*, Ankara, 2002, ss. 144-154.
- Erdoğan, İrfan - Korkmaz Alemdar, *Popüler Kültür ve İletişim*, Erk Yay., Ankara 2005.
- Featherstone, Mike, *Undoing Culture*, Sage Publications, London 1995.
- Featherstone, Mike, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (çev. Mehmet Küçük), Ayrıntı Yay., İstanbul 1996.
- Fukuyama, Francis, *The End of History and Last Man*, Avon Books, New York 1992.
- Giddens, Anthony, *Modernliğin Sonuçları*, (çev. Ersin Kuşdil), Ayrıntı Yay., İstanbul 1998.
- Gürsoy, Şahin, "Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din", *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din*, Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu (ed.), Platin Yay., Ankara 2007.
- Harvey, David, *Postmodernliğin Durumu*, (çev. Sungur Savran), Metis Yay., İstanbul 1999.
- Hick, John, *A Christian Theology of Religions: The Rainbow of Faiths*, SCM Press Ltd., USA 1995.
- Işık, Nuran Erol, "Kültürel Bir Kimlik Olarak Delikanlılığın Yükselişi", *Doğu Batı*, 2001, sayı: 15, yıl: 4, ss. 121-133.
- İçli, Gönül, "Küreselleşme ve Kültür", *Cumhuriyet Üniv. Sosyal Bilimler Dergisi*, 2001, 25 (2), ss. 163-172.
- Kılıçbay, Barış Bora, *Türkiye'de Gerçeklik Televizyonu ve Yeni Televizyon Kültürü*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2005.
- Kırca, Süheyla, "Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Ulaşır Kimliklerin Yaratılması", *Doğu Batı*, 2001, sayı: 15, yıl: 4, ss. 173-187.
- Liwerant, Bokser, Judit, "Globalization and Collective Identities", *Social Compass*, 49 (2), 2002, ss. 253-271.
- McAlister, Elizabeth, "Globalization and the Religious Production of Space", *Journal for the Scientific Study of Religion*, 2005, cilt: 44, sayı: 3, ss. 249-255.
- Melleuish, Gregory, "Globalized Religions for a Globalized World", *Policy*, 2005, cilt: 21, sayı: 2, ss. 16-20.
- Moran, Albert, *Copycat TV: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*, University of Luthon Press, Luthon 1998.
- Morley, David - Robins, Kevin, *Kimlik Mekânları*, (çev. Emrehan Zeybekoğlu), Ayrıntı Yay., İstanbul 1997.
- Nar, Mehmet Şükrü, "Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2015, 8 (37), ss. 941-954.
- Ritzer, George, *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Yeniden Büyülemek*, (çev. Şen Süer Kaya), Ayrıntı Yay., İstanbul 2000.
- Ritzer, George, *The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*, Pine Forge Press, California 1993.
- Robertson, Roland, "Globalization and the Future of Traditional Religion", *God and Globalization: Religion and The Powers of The Common Life* içinde, Max L. Stackhouse ve Peter J. Paris (ed.), Trinity Press International, Harrisburg 2000, cilt. 1, ss. 53-68.
- Robertson, Roland, "Küreselleşme ve Geleneksel Dinin Geleceği", (çev. İhsan Çapcıoğlu), *Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Din* içinde, Şahin Gürsoy, İhsan Çapcıoğlu (ed.), Platin Yay., Ankara 2007.
- Robertson, Roland, "Mapping the Global Condition: Globalization as the Central Concept", *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, Mike Featherstone (ed.), Sage Publications, London 1990.
- Robertson, Roland, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Sage Publications, London 1992.
- Smith, Philip, *Kültürel Kuram*, Babil Yay., İstanbul 2005.
- Smith, Wilfred Cantwell, *The Meaning and End of Religion*, Augsburg Fortress Publishers, USA 1991.
- Steger, Manfred B., *Küreselleşme*, (çev. Abdullah Ersoy), Dost Kitabevi Yay., Ankara 2006.
- Waters, Malcolm, *Globalization*, Routledge, London 1995.
- Zuckerman, Phil, *Invitation to the Sociology of Religion*, Routledge, USA 2003.