

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŐTIRMALAR DERGİŐİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 13 Sayı: 69 Mart 2020 & Volume: 13 Issue: 69 March 2020
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
Doi Number: http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2020.3963

MCDONALDLAŞMA TEORİŐİ BAĐLAMINDA MEDYANIN KÜRESEL KÜLTÜR ÜRETİMİNE ETKİŐİ *THE EFFECT OF MEDIA ON MAKING OF GLOBAL CULTURE IN THE CONTEXT OF MCDONALDIZATION THEORY*

Orhun Kaan KAHRAMAN*

Öz

Küreselleşme, Soğuk Savaş'ın bitmesiyle gelişen teknolojinin etkisiyle hızlanmış ve hızlı bir şekilde tüm dünya küresel bir köye dönüşmüştür. Özellikle Neoliberal değerler, Batı BloĐu'nun galibiyeti ve teknolojinin etkisiyle tüm dünyaya yayılmış, küresel kültürün oluşmasına sebebiyet vermiŐtir. Bu çalışmada küresel kültürün oluşmasında teknolojinin ve bilhassa medyanın rolü, George Ritzer'in Mcdonaldlaşma etkisi çerçevesinde ele alınarak, Simülasyon kuramıyla medyanın nasıl bir küresel kültür oluşturduğu açıklanacaktır. Günümüz post modern küresel köyünde gelişen teknolojiyle kültürel metalar her geçen ay değişmekte olup, insanlara sürekli bir hipergerçeklik pompalanmaktadır. Bu çalışmada Baudrillard'ın simülasyon teorisiyle, Mcdonaldlaşma birleŐtirilerek medya ile global kültürün oluşumu açıklanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Küreselleşme , Simülasyon Teorisi, Mcdonaldlaşma, Postmodern Teori.

Abstract

Globalization has accelerated with the effect of developing technology from end of the Cold War and the whole world has quickly turned into a global village. Especially Neoliberal values spread all over the world with the influence of the Western Block and technology and caused the formation of a global culture. In this study, the role of technology and especially media in the formation of global culture will be handled within the framework of George Ritzer's McDonaldization effect, and what kind of global culture has been explained by Simulation theory. With the developing technology in today's post modern global village, cultural metas change every month and people are constantly pumped by hyperreality. In this study, the formation of the global culture with the media will be explained by combining McDonaldization with Baudrillard's simulation theory.

Keywords: Media, Globalization, Simulation Theory, McDonaldization, Postmodern Theory.

GİRİŐ

Soğuk Savaş'ın bitmesiyle Batı bloğu kazanmış ve neoliberalizmin zaferiyle, neoliberalizmin hakim paradigma haline gelmesine sebebiyet vermiŐtir. Dünya neoliberal sisteme hızlıca geçmiş ve bununla birlikte teknolojinin hızlanmasıyla da küreselleşme hızlı bir şekilde

* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Uluslararası İliŐkiler Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi, orhunk93@yandex.com



gerçekleşmeye başlamıştır. Teknoloji her ne kadar Soğuk Savaş döneminde karşıt blokların birbirlerinin üstesinden gelmeleri için hızlı bir şekilde gelişse de, Soğuk Savaş'ın bitmesiyle inanılmaz hızlarda gelişmeye başlamıştır. Bunda şüphesiz ki küreselleşmenin de etkisi vardır. Çünkü teknoloji şirketleri, neoliberalizmin hakim olduğu dünyada hammaddelerin ve ucuz işgücünün olduğu yerlere daha kolay yayılmıştır. Özellikle bu teknolojilerden yarı iletken teknolojisinin inanılmaz hızlarda gelişmesi, iletişim teknolojilerinin de hızla gelişmesine sebep olmuş bu da bilginin yayılmasını fazlasıyla hızlandırmış ve sonucunda bilginin de küreselleşmesini sağlamıştır. Bilginin küreselleşmesi de ülkeler arasında kültürlerin dolaşımını artırmış ve küresel köyü kozmopolit tek bir kültüre doğru yeni bir evrime yöneltmiştir. Bu küresel kültürün oluşmasında, medyanın etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Soğuk Savaş'ın bitmesiyle Batı temelli küresel kültürün oluşmasında medyanın oluşturduğu simülasyonun etkisi yadsınamaz derecede olmuştur. Bu çalışmada küresel kültürün oluşmasında medyanın etkisi açıklanmaya çalışılacaktır. Ancak tüm bunlardan önce, ilk olarak küreselleşme ile ne anlaşılması gerektiğini anlamamız gerekmektedir.

Küreselleşme çeşitli yazarlar tarafından çeşitli şekilde ifade edilmiştir. Giddens, küreselleşmeyi uzak yerlerdeki insanları birbirine bağlayan dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması olarak tanımlamaktadır(Giddens, 2010, 62). Robertson ise küreselleşmeyi beş evrede ortaya koymaktadır(Robertson, 1998, 98-101):

1. Evre: Oluşum Evresi; Avrupa'da 15.yy'dan 18.yy ortalarına kadar sürmüştür. Ulus topluluklarının yavaş yavaş ortaya çıkışı ve Orta Çağın "ulus ötesi" sisteminin çöküşü.
2. Evre: Başlangıç Evresi; 18. yy ortalarından 1870'lere kadar olan dönem. Türdeş üniter devlet düşüncesindeki değişimler v.b. Uluslar arası ve ulus ötesi düzenlemeler ile iletişime ilişkin yasal sözleşmelerin ve iletişimle uğraşan aktörlerin hızla artması.
3. Evre: Yükseliş Evresi; 1870'lerden 1920'lerin ortalarına kadar süren dönem. Burada "yükseliş", önceki dönemlerin ve mekanların giderek billurlaşan küreselleşme eğilimlerinin (altında) ulus toplumlara, (eril eğilimli) bireylere, tek bir "uluslar arası toplum" anlayışına ve giderek tekleşen ama birleşik hale gelmeyen bir insanlık anlayışına gönderme yapar. Küresel iletişimin biçimi ve hızında artış küresel yansımaların gelişimi Dünya zamanının yürürlüğe konması v.b.
4. Evre: Hegemonya için Mücadele Evresi; 1920'lerin ortalarından 1960'ların sonlarına kadar olan dönem. Yükseliş döneminin ortaya çıkardığı baskın küreselleşme sürecine ilişkin tartışmalar ve savaşlar. Milletler Cemiyetinin ardından Birleşmiş Milletlerin kurulması. Çatışan modernlik anlayışları ve ardından Soğuk - savaşın yükselmesi. Üçüncü Dünyanın netleşmesi v.b.
5. Evre: Belirginlik Evresi; 1960'ların sonunda başlayıp, 1990'larda kriz belirtileri gösteren dönem. Küresel bilincin artması. Materyalizm sonrası değerlerin vurgulanması. Soğuk savaşın sona ermesi ve "haklar" sorununun görünür hale gelmesi, yaşanan çekişmelere rağmen küresel medya sisteminin sağlamlaştırılması v.b.

Küreselleşme ayrıca çeşitli alanlarda gerçekleşmektedir. Appadurai küreselleşmenin yayıldığı alanları 5 ayrı boyutta inceler(Sarıbay, 2004, 42-43). Bunlar etno-alan, tekno-alan, finans-alan, medya-alan ve ideo-alandır. Bu alanlardan bizim burada işleyeceğimiz konu küresel kültürün oluşumunda medya-alandır. Çünkü küresel kültürün oluşumunda her ne kadar diğer alanların da etkisi olsada küresel kültürün oluşmasında medyanın etkisinin rolünün çok büyük olmasıdır. Medya sayesinde ideolojik, kültürel ve ekonomik alanlarda büyük güçler sürekli yararlanmaktadır. Medyanın gücünü günümüzün uluslararası sisteminde yumuşak güç olarak da ele alabiliriz. Nye yumuşak gücü; istediklerimizi zorlama veya karşılığını ödeme yerine cazibe yoluyla elde etme becerisi olarak tanımlar(Nye, 2017, 13). Havuç ve sopa taktiği kullanarak bir şeyler elde etme ya da başka şekilde ifade etmek gerekirse sert güç kullanma günümüzde eskisi kadar etkili olmamaktadır(2017, 13). Bu yüzden artık devletler yumuşak gücü kullanmalıdır. Çünkü diğer devletlerin üstünde yaptığınız rıza imalatı karşı devletlerin sizin istediklerinizi yapmasına neden olacaktır. Devletler burada yumuşak gücü genelde en önemli ideolojik aygıt olan medya ve popüler kültür ürünleriyle kullanmaktadırlar. Althusser "İdeoloji ve Devletin



İdeolojik Aygıtları” kitabında 18. Yüzyıl’a kadar en önemli ideolojik aygıtın kilise, 18. Yüzyıldan sonra ise okul olduğundan bahseder(Althusser, 2017, 58-59). Ancak günümüzde en önemli ideolojik aygıt medya ve dolayısıyla popüler kültürdür. Bu bağlamda, bu çalışmada medya nasıl küresel kültürü oluşturur sorusuna cevap arayacağız. Bu cevabı ya da cevapları ise post modern teoriler eşliğinde arayacağız. Ancak bu soruya cevap aramadan önce, küresel kültür ile ne anlamamız gerektiğine bakmamız gerekmektedir.

1. KÜRESEL KÜLTÜR VE TOPLUMUN MCDONALDLAŞTIRILMASI

Küreselleşmeyi okumaya çalıştığımızda daha çok ekonomik bağlamlardan bahsederiz. Örnek vermek gerekirse, çok uluslu şirketlerin aktif rolü, küreselleşmenin bu perspektifte anlaşılmasına basitçe neden olmaktadır. Ancak şunu da bilmeliyiz ki küreselleşmenin her ne kadar ekonomik boyutu çok önemli olsa da, kültürel manada da insanları kozmopolit bir kültür anlayışına doğru evirmiştir. Her ne kadar tarihsel bağlamda henüz emekleme aşamasında olsa da son 30 yılda inanılmaz hızlı bir şekilde gelişmiştir. İşte burada bahsettiğimiz küresel kültür kozmopolit, acımasız ve bir manada aşırılıkların da doğmasına sebep olan bir anlayıştır. Çeşitli kültürel artefaktların her yerde tüketilmesi güzel gözüküyor olsa bile, küresel kültür, tek bir kültür oluştururken bazı yerel kültürlerin de yok olmasına sebep olmaktadır. Daha önceki bölümde bahsedilen Appadurai’nin 5 alanından ortaya çıkan sonuca baktığımızda ise aslında tüm akışların temelinde ortak bir kültür oluşacağı sonucuna varabiliriz. Çünkü bu akışlara baktığımızda insanların kültürel anlamda birbirleriyle karışmasına yol açacak, bazı yerel kültürler yok olacak ve belirsizleşen sınırlar sayesinde de küresel köyde tek bir kültür ortaya çıkacaktır. Çünkü 1990’lardan sonra tek bir süper güçlü dünyadan bahsettiğimiz için, süper gücün hegomonluğu kültür alanına da yansımış ve 17. Yüzyıldan beri olan kültürel emperyalizmi yeni bir boyuta geçmiştir.

Aslında Soğuk Savaş’ın bitimine kadar küresel anlamda bir kültür oluşumunu bu kadar şiddetli görmemekteyiz. Ancak Soğuk Savaş’ın bitmesiyle birlikte gelen neoliberalizmin zaferi küreselleşmenin hızlı bir şekilde artmasına sebep olmuş, bu da küresel kültürün oluşmasını hızlandırmıştır. Öncelikle küresel kültür demekle ne anlamalıyız? Anthony Giddens küreselleşmenin kozmopolit bir dünya oluşturduğundan ve bu sebeple fundamentalizmin doğduğundan bahseder(Giddens, 2000, 18). Bunun sebebi şüphesiz ki batı kültürünün hegomonluğudur. Çünkü Soğuk Savaş’ın bitimiyle batı galip gelmiş ve tek hegomon güç olmuştur. Kültürü şekillendirmesi de şüphesiz ki bunun sonucudur. Kültürel anlamda baktığımızda özellikle Soğuk Savaş sonrasında, genel anlamda batının kültürel ürünleri her yerde tüketilmeye başlanmıştır. Bunun sebebini “süper gücün hegomonluğu” şeklinde de yorumlayabiliriz. Çünkü süper güç dediğimiz yapı her alanda kendi gücünü sınırsız bir şekilde kullanmış ve kültürü de şekillendirmiştir. Günümüzde baktığımızda trendlerin, şu an -her ne kadar tahtında tek olduğu sorgulansa bile- orada şekillendiğini görmekteyiz. Kültürün şekillenmesine ise iletişim teknolojilerinin inanılmaz hızlı bir şekilde gelişmesi etkili olmuştur. Bu teknolojiler geliştikçe kitle iletişim araçlarıyla bilgi, hızlı bir şekilde küresele yayılmıştır ve dünyanın her yanında bilinir hale gelmiştir. Bu da küresel kültürün oluşmasını hızlandırmıştır.

Thompson, kitle iletişim olarak betimlenen şeyin, simgesel biçimlerin sabitlenmesi ve yeniden üretimini kullanan kurumların gelişmesi aracılığıyla ortaya çıkmış fenomenler alanı olduğunu belirtir. Bu temelde kitle iletişiminin dört temel karakter özelliğinden bahseder(Thompson, 1991, 218-225):

1.İlk karakteristiği, simgesel malların kurumsallaşmış üretim ve yayımıdır. Bu simgesel biçimler çok sayıda kopyanın üretilebileceği ya da sayısız alımlayıcı için elde edilebilir olması anlamında doğaları gereği yeniden üretilebilirdir. Dolayısıyla bunlar metalaşmışlardır ve satılacak nesnelere olarak ya da diğer mal ve hizmetlerin satışını kolaylaştıracak araçlar olarak işlem görürler.

2.İkinci karakteristiği, simgesel malların üretimi ve alımlaması arasındaki temel bir kopuşu kurumlaştırmasıdır. Simgesel mallar genel olarak, üretim ve dağıtım (yayımlım) mekanında, fiziksel olarak bulunmayan alıcılar için üretilir. Bunlar, sabitlendikleri ve iletildikleri teknik medya yoluyla dolayımlanır. Bu genel olarak mesajların üreticiden alıcıya tek yönlü bir akışını içerir.



3.Üçüncü karakteristiği, simgesel biçimlerin zaman ve mekan olarak elde edilebilirliğini genişletmesidir. Bu genişleme sadece kitle iletişimde değil kültürel iletimin tüm biçimlerinde uzay zaman uzaklaşmasını içerir.

4.Dördüncü karakteristiği, kitle iletişiminin, simgesel biçimlerin kamusal dolaşımını içermesidir. Kitle iletişim kurumları, ilke olarak ürünlerini, onları alımlama koşullarına sahip herkes için üretmeleri anlamında, kamusal bir alan içinde dolaşır.

Bu özellikler, teknolojinin gelişimi açıkça ortaya koymaktadır ve iletişim teknolojilerinin gelişmesinin aslında kültürün yayılmasında coğrafi anlamda sıkıntıları da yok ettiğini göstermektedir. Mesela Antik Yunan 13. Yüzyılda yeniden keşfedilmiştir(erken rönesans), ancak o zamanki teknolojik yetersizlikler Antik Yunan düşünürlerinin kitaplarının hızlıca yayılmasını zorlaştırmış ve daha önemlisi de halka inmesini zorlaştırmıştır. Ancak şu anda tek bir tıkla internette hızlı bir şekilde sipariş verip o düşünürlerin kitaplarını okuyabiliriz. İşte teknolojinin, özellikle de iletişim teknolojilerinin gelişmesi böyle bir sonucu da doğurmuştur.

Kültürel olarak toplumların tek tipleşmesini günümüzde “Amerikanlaşma” olarak da tanımlayabiliriz. Çünkü kültürel anlamda bu tek tiplik özellikle Amerikan kültürünün egemenliğini taşır. Bunun nedeni de Soğuk Savaş sonrası konjontürde tek hegemon gücün Amerika Birleşik Devletleri olmasıdır. Hepimiz Amerikan ürünlerini tüketir ve kullanırız. Hatta ve hatta “Amerikan malıysa iyidir.” şeklinde kalıp sözler de toplumda yer edinmiştir. Genel olarak küçük nesiller de bu Amerikan ürünlerini tercih etmektedir. Bunun nedeni şüphesiz ki ABD’nin ekonomik gücünü dışarıya kültürel ürünleri de ihraç ederek iyi kullanması ve kültür endüstrisinin çok fazla gelişmiş olmasıdır. Hepimiz Hollywood filmleri izleriz, Amerikan sanatçıların müziklerini dinleriz, Amerikan yazarların romanlarını okuruz ve çizgi roman gibi popüler kültüre ait eserlerini tüketiriz. İşte bu genel olarak küresel kültürün de Amerikanlaşmasına neden olmaktadır. Bunu Amerikan şirketinin bilgisayar oyunu çıktığında bilgisayar ekipmanları satan mağazalarının önünde biriken kalabalıkları ve kuyruklardan bunu anlayabiliriz. Ya da bir Hollywood filminin ilk haftasından milyonlarca dolar gişe yapmasından. Küresel kültüre baktığımızda işte bu şekilde bir kültürel hegemonya açıkça görülmektedir.

Kültürel küreselleşmeye eleştirel yaklaşırsak genel anlamda küreselleşmenin, kültürü homojen hale getirdiğini ancak bu homojenliğin halkların kendine ait yerel kültürünü öldürdüğünü görmekteyiz. Kendi kültürümüzü kaybetmemiz ve “Amerikanlaşma”ımızın sonucunda aşırı fundamentalist grupların yükselmesi de kaçınılmaz olacaktır. Çünkü kendi kültürünü muhafaza etmek isteyen bu aşırı gruplar, yabancı kültürü dışlamak isteyecektir. Bu da fundamentalizmi arttıracaktır sonrasında ise toplumu bölecek ve zarar verecektir. Ancak olumlu açıdan bakarsak da küresel kültür, dünyadaki tüm kimlikleri kapsamaktadır ve dünyada geri kalmış halklara modernlik yaymaktadır. Özellikle iletişim teknolojisinin çok gelişip ucuzlaşması ve tüm küreyi kapsaması bu yayılmayı da kolaylaştırmaktadır. Uluslararası kuruluşlar da kültüre artan bu ilgiden dolayı ürünlerini satmak için reklam vermeyi yaygınlaştırmışlardır. Özel kablo televizyon kanallarının yaygınlaşması her ne kadar yereli öldürse de dünya çapında ticari kültürü artan bir oranda yükseltmiştir(Kellner, 1998, 7).

Küreselleşmenin kültürel sonuçlarını açıklayan bilim adamlarından Roland Robertson, dünyanın giderek küçülen tek dünya haline geldiğini, ulus devletlerin giderek çok kültürlü şekle büründüğünü söylemektedir. Ayrıca bu çok kültürlülüğün dışsal ve içsel zorlamalarıyla yüz yüze gelen toplumların oluştuğundan ve bireysel anlamda ötekilerin toplumla özdeşleşmesinin giderek karmaşıklaştığı bir dünyaya geldiğimizden bahsetmektedir(Robertson, 1998, 99-100). Bu ise bir daha önce bahsedilen fundamentalist aşırıcılığın artmasına sebep olabilir. Çünkü dışlananlar kendi aralarında birlik olup gruplaşması fundamentalizmin doğmasına neden olmuştur. Günümüzde yaşanan Nazizmin ve ırkçılığın tekrardan yükselmesi, dinlerden gücünü almış aşırı güçlü grupların aşırı faaliyetleri gibi olayların nedeni küresel kültürün “bizden olmayanları dışla” olgusu olabilmektedir. Günümüzdeki bu olguları postmodern toplumun patolojik bir vakası olduğuna inanan Zygmunt Bauman bu olguyu bir nevi temizlik deneyimi ile açıklamaktadır. Temizliği bir ideal ve düzen vizyonu olarak gören Bauman(Bauman, 2013,14), yabancıların da



postmodern toplumun ideal ve düzen vizyonundan dolayı dışlanacağını yani bir nevi temizleneceğini dile getirmektedir(2013,21). Küresel kültüre yabancı olan ve onu kabul etmeyen insan toplulukları da toplumdan bu şekilde dışlandığı için, günümüzde oldukça artan aşırılığı da toplumun temizlik idealine bağlayabiliriz. Küresel kültür de kendinden olmayanı dışlayarak, uyumlu olmayanı temizleyerek kendi ideal dünyasını bu şekilde oluşturmaktadır. Küresel kültürün hakim hegemon güç sayesinde oluşturulması ve tektipleşmesi ise kültürün McDonalddlaşmasına bir örnek oluşturur. Bu McDonalddlaşma sayesinde postmodern küresel toplum bu kültür hipergerçekleri arasında adeta kapana kısılmış haldedir. Ancak hepsinden önce McDonalddlaşmanın ne olduğuna bakmamız gerekmektedir.

George Ritzer McDonalddlaşma kavramı aslında her ne kadar bir kültür kuramı olmasa da sosyolojik açıdan oldukça önemli bir kuram olmakla birlikte küresel kültürün tektipleşmesi konusunda bize yardımcı olacaktır. Ritzer bu kuramını "Toplumun McDonalddlaştırılması" kitabında ortaya atmıştır. Aslında her ne kadar eserinde üretimin sıradanlaşmasına bağlı okumalar yapabilesek bile bunu kültüre de uyarlayabiliriz. Kitapta Ritzer'in Weber'in modern toplumdaki bürokratikleşmenin yükselişi temasından etkilendiğini görmekteyiz. Çünkü çoğu analizinde Weber çağırışlarını görmekteyiz. Ritzer McDonalddlaşmayı dünyanın yanı sıra Amerikan toplumundaki çok baskın bir sektör olan fast food restoranlarının kurallarının etkili olduğu bir süreç olarak tanımlamaktadır. Bunu da dört faktörle izah etmektedir. Bunlar; verimlidir, hesaplanabilirlik, tahmin edilebilirlik ve kontrol edilebilirliktir. Birincisi, günlük hayattaki isteğin ve doyumun arasındaki sürecin kısaldığını gösterir. İkincisi, paranın zaman ve harcanan emek karşılığında değerinin hesaplanmasının kolaylaştığını ifade eder. Üçüncü ilke ise, sunulan ürünler o kadar standartlaşmıştır ki tüketicinin aklına alternatif bir istek gelmez. Sonuncu ilke de McDonalddlaşma sürecinde geliştirilen teknolojilerin tüketiciyi kolaylıkla kontrol edilebildiğini vurgular. Tüketici kontrolü öyle bir şeydirki orada vurgulanan "Ye ve git!" anlayışını tüketici anlayamaz bile. Mesela bu zincirlerdeki renklerin seçimi bile tüketici kontrolünü göstermektedir. Kırmızı rengin tüketicideki uyandırdığı çekicilik ve hızlı tüketip gitmesi isteği uyandırması bile tüketici kontrolünün can alıcılığına açıklamaktadır(Ritzer, 2017, 43-46).

McDonalddlaşma ile Ritzer her ne kadar kapsamlı bir şekilde bir fast food zincirinin yapmış olduğu küresel etkiye dem vursa da burada anlatmak istediği ayrıca kapsamlı bir kültürel dönüşümdür. Küresel kültürün Amerikanlaşmasına McDonalddlaşma çok iyi bir örnektir. Çünkü Ritzer'in de bahsettiği gibi McDonalddlaşma sadece ABD'de yayılmakla kalmamış, dünyanın geri kalanına da bir süreç içerisinde yayılmış ve kuşatmıştır(2017, 316). Ritzer ayrıca McDonalddlaşmayı küresel akışkanlıklar kavramıyla birleştirmiştir. Bunu da McDonalddlaşmanın katı ve bir mekana sıkışmış bir şey olmadığını, bir kurumdan diğerine, bir toplumdaki ötekine kolaylıkla geçmesi özelliğiyle ifade eder(2017, 326-327). Buradan açıkça kültüre de çıkarım yapabiliriz. Çünkü kapitalizm etkisindeki kültürde de bu şekilde etkilenmektedir. Küresel kültürde de bu şekilde birbirinden etkilenme durumu ve bir özelliğin hızlıca diğer özelliğe geçtiğini görmekteyiz. Bunun en iyi örneklerinden biri sinema sektöründedir. Hollywood filmlerinin meta konusunu o senenin en prestijli ödül törenleri belirlemektedir ve tüm filmler o ödül törenlerinde kazanan filmlere göre üretilmektedir.

Yani buradan anlaşılacağı üzere küresel kültürün oluşmasında McDonalddlaşma etkisi çok kuvvetli bir etkidir. Ancak sadece bunu bir fastfood zinciri olan McDonald's'dan çıkarmamalıyız. Aynı McDonalds gibi diğer büyük şirketler ve kültür ürünleri de toplumu genel olarak tek bir kültüre doğru taşımaktadır. Verimlidir, çünkü tüm dünyadaki tüm halklara hitap eder. Hesaplanabilir, çünkü burada üretilen ürünleri tüm dünyada hesaplı bir şekilde tüketebilirsiniz. Hatta popüler kültür ürünlerini belirli bir bedel karşılığı olmaksızın belirli yollarla tüketmeniz mümkündür. Tahmin edilebilir, çünkü tüm popüler kültür tüketicileri tükettikleri markanın ne tarz bir içerik çıkaracağını bilir. Kontrol edilebilir, çünkü siz o ürünlerin içerisine istediğiniz mesajları yerleştirebilirsiniz ve hangi kitleye nasıl hitap edeceğini, ne tepki alacağını ve nasıl etkiler bırakacağını bilirsiniz. Küresel kültürün adeta popüler bir McKültür haline dönüşmüştür. Bu McKültür toplumlara popüler olmasıyla yayılır. Tüketmezseniz dışlanabilirsiniz,



çünkü ideal olan artık bu kültür ürünlerini tüketmektir. Bu küresel popüler kültür ürünleri de son derece gelişmiş iletişim teknolojilerinden imkan alarak hızlıca yayılır. Bu ürünler iletişim teknolojisinin getirmiş olduğu kolaylıklar sayesinde tüm dünyada aynı anda filmlerin konuşulmasına, aynı dizilerden bahsedilmesine neden olmaktadır. 2019 yılında Game Of Thrones dizisinin bir bölümü yayımlandığında tüm dünyada Twitter gibi sosyal platformlarda diziyle ilgili tartışmaların olduğundan ya da geçmişe gidecek olursak Star Wars filminden sonra insanların Facebook'da dini inançlarını Sith ya da Jedi olarak değiştirmesi medyanın küresel kültür oluşturmasının çarpıcı örnekleridir. Bu McKültür diye adlandırdığımız popüler küresel kültür gücünü bahsedildiği gibi iletişim teknolojilerinden ve özellikle medyadan almaktadır. Peki bu postmodern toplumun küresel bir kültür oluşturmasında medya nerededir?

2. KÜRESEL KÜLTÜRÜN OLUŞMASINDA MEDYANIN ETKİSİ

Medya özellikle kitlelerde tek bir kültürün oluşmasında çok önemli rol oynamaktadır. Medyanın etkisi 7'den 70'e tüm bireylerin bilinçaltına işleyen ve uzun sürelerde onların algısını değiştiren bir etkidir. Bizim algıladığımız ve bize iyi gelen şeyler tamamen dış etkenlere bağlıdır ve bu dış etkenlerden en önemlisi de medyadır. Hatta uluslararası ilişkilerde diğer toplumlarda kendi ülkenin imajını yükseltmeye yönelik, diğer toplumların halklarıyla bir uzlaşma sağlamak için ayrı bir diplomasi türü olan kamu diplomasisi anlayışı vardır. Günümüz kamu diplomasisi tamamen yumuşak güce dayalı ve medyanın da burada temel araçlardan biri olduğu yapıdadır.

Medyanın küresel kültürü şekillendirmesindeki en etkili örneklerinden biri sinemada Walt Disney'in Alaaddin isimli çizgi filmidir. Batı'da Doğu algısının mistik olmasında şüphesiz ki etkisi çok büyüktür. Bir diğer örnek de Star Wars serisidir. Star Wars serisi bireycilik, elit liderlik ve devlet denetiminden özgürleşme gibi yeni muhafazakarlık ilkeleriyle uyuşan değerleri tüm dünyaya satmıştır. Bu seri Amerikanvari kapitalist değerleri çok iyi yansıtır. Bu filmde mitler, feodal zorbalığa karşı özgürlük kazanmaya yönelik büyük ücadelenin olduğu şeklinde okunursa kapitalizmin doğuşunun metaforik olarak anlatıldığını anlayabiliriz (Kellner, 2010, 135-138). Filmin karakterlerinden Darth Vader bir lordu, imparatorluk genel olarak lordun adamlarını, cumhuriyet asileri ve Luke Skywalker'da asilerin liderini temsil eder ve bu bir Fransız İhtilali alegorisidir. Dönemin şartlarına uygularsak eğer bu durumu İmparatorluğun Doğu Bloğunu temsil ettiğini ve Cumhuriyetçilerinse liberalizmin bekçisi konumundaki Batı Bloğunu temsil ettiğini anlayabiliriz ki filmde Cumhuriyetçilerin ne olursa olsun sürekli kazandığını da görmekteyiz. 1970'lerde çekilen bu filmler dünyanın kültürünü nasıl neoliberal bireycilik etkisinde etkiliyorsa şu anda da çekilen filmler bu şekilde etkilemektedir. Özellikle Holywood filmleri dönemsel olarak dünyaya sürekli bir algı pompalamaktadır ve bu algının yarattığı hipergerçek tek bir kültürün oluşmasına sebep olmaktadır.

Batı içinde de liberalizmin getirdiği sanat eserlerinin seri yeniden üretimine ve bunun yarattığı küresel kültüre karşın bir başkaldırı olmuştur. Bunun en etkileyici örneklerinden biri Guy Debord'un yazmış olduğu "Gösteri Toplumu" isimli eserdir. Guy Debord şüphesiz ki batının meta fetişizmini farkedip batıdaki yaşamı adeta bir "Gösteri" olarak nitelendirip o zamanki tüm sanat akımlarına baş kaldırmıştır (Debord, 2018, 18-21). Gösteri Toplumu'nda Debord'un anlatmak istediği şey aslında bir simülasyon tasviridir. Çünkü gerçekten de Debord'a göre "Gösteri" den insanlar kaçamaz ve ona uymak durumundadır. Bu da medyanın aslında bir simülasyon oluşturduğu gerçeğini gözler önüne sermektedir.

Bir görsel sanat ürününden nasıl anlam çıkarılabilir? İşte bu soruyu sorarak yapılan ilk girişim Platon tarafından yapılmıştır. Platon insanı mağarada zincirlenmiş, kendi cehaleti yüzünden kapana kısılmış ve bunun ötesinde bir aleme ulaşma olanağından yoksun olarak mağara alegorisinde tasvir etmiştir. Bu mağara, gerçekler alemi ve simülarkın ardındaki "biçimler" karşısındaki imgeler dünyasını, bir nevi gerçekdışılık dünyasını temsil eder. Platon'a göre özneler bu "biçimler" in bilgisine sahip olmadıkları sürece, ateşin mağara duvarına yansıttığı gölgelerden başka hiçbir şey göremezler, bir nevi özneler zincirli esir gibidirler (Diken ve Laustsen, 2014, 20). Günümüze bunu uyarlırsak eğer; ateş yerine sinema projektörünü ya da bizi hipergerçekliğin içine alan ekranı, gölgesi duvara yansıyan nesnelerin yerine ekranda oynayan



hareketli resimlerin seneryosunu, mağara duvarındaki gölgelerin yerine de o ekranda ya da sinema perdesinde izlediğimiz hareketli resimleri alarak bu mağara metaforunu günümüze yansıtabiliriz. Artık günümüzde mağaradaki gölgeler artık evimizde ya da sinema salonunda izlediğimiz “hareketli resimler” olmuştur. Her birimiz bir simülasyon evreninin içinde bize verilen hipergerçeklikler içinde yaşıyoruz. Bu şüphesiz ki devletler nezdinde de rıza imalatı konusunda kullanılıyor ve hakikatın ne demek olduğunu anlayamıyoruz. Baudrillard, çığır açan simülasyon teorisinde aslında medyanın bizi nasıl etkilediğini vurgulamaktadır. Simülasyon kavramı Baudrillard’ın üçe ayırdığı simülakr düzeninin içinde üçüncü ve son olandır. Simülakr ise, gönderenden yoksun ve nerede başlayıp nerede bittiği bilinmeyen, hiçbir şeyin durduramadığı bir kapalı devre içinde gerçeğin değil yalnızca kendi kendinin yerine geçebilen bir şeydir(Baudrillard, 2017, 19). Simülasyon kavramı ise Baudrillard’ın dediği gibi 3. Simülakr evresidir. Baudrillard Rönesans’tan bu yana 3 adet simülakr düzeni olduğunu savunur:1) Rönesans’tan sanayi devrimine “kopyalama” dönemi. 2)Sanayileşme dönemine “üretim” dönemi. 3) Kodun belirlediği üçüncü döneme ise “simülasyon” dönemi demektedir(Baudrillard, 2016, 87). Simülasyon döneminde her şey birbirinin yeniden üretimidir ve özgün bir şey yoktur. Bu nedenle insanlar gerçekliği tam anlamıyla hiçbir zaman fark edemezler. Çünkü simülasyon bir hipergerçeklik üretmiştir ve buradan tam anlamıyla çıkmak mümkün değildir. Bu da gerçek ve hakikatle bir ilişkisi kalmayan döneme tekabül eder ki bu da simülasyon çağıdır. İşte küresel kültür de böyle bir simülasyondur. Günümüzde yeniden üretilen imgelerin metalaşp tek bir kültürün oluştuğu ve bu kültürden kaçmanın imkansız olduğu hipergerçeklerle sarılı bir simülasyon evreninin içindeyiz. Bu oluşum sürecinde ise simülasyonun medya ayağında tek bir küresel kültür oluşturmaktadır. Medya burada çok kuvvetli bir simülasyon oluşturma aracı olarak rol almaktadır. Medya toplumun bilincinde yarattığı hipergerçekler, onları kültürel anlamda sürekli yeniden üretilen içerikler sayesinde popüler kültürü şekillendirerek toplumu kendi ürettiği popüler kültüre yönlendirir. Bunların aslında en güzel örneklerinden biri de süper kahraman filmleridir. Son 13 sene içerisinde çıkan 21 Marvel süper kahraman filminin(“Watch Marvel Movies”, 2019) yarattığı hipergerçek hem Amerikan eski geek kültürünün canlanmasına sebep olmuş ve önceden bir alt kültür olan geek kültürünü popüler kültür haline getirmiş, hem de filmlerde kullanılan göstergelerle kendi Amerikan idealizmini ve kültürünü, yarattığı bu dev kültürel simülasyonla toplumlara empoze etmiştir. Her bir Marvel filmi sonrası o filmlerinin tişörtlerinin giyilmesi ve üstüne o filmler hakkında sayısız teoriler üretip üzerlerine konuşulması bunun örneğidir. Bu simülasyon aynı zamanda kuvvetli bir yumuşak güç uygulamasıdır. Çünkü filmlerde Captain America ve Iron Man gibi karakterler güçlü Amerikan idealizminin bir göstergesidir. Bu karakterler sadece dünyayı(filmlere göre genelde Birleşik Devletleri) kurtarırlar ve son derece teknolojik ilerlemeler sağlayıp tüm gelişmeleri kendi toplumlarının yararına uygularlar. Filmlerde savaşmak oldukça normaldir, düşmana uygulanan şiddet oldukça olağan ve yapılması gerektir. Bu aslında dünyanın(ülkenin) çıkarı için her şeyi göze almak bakımından klasik Amerikan neoliberalist anlayışının da bir göstergesidir. Düşman kimi filmlerde Rus bir eski suçlu(iron Man filminde olduğu gibi), kimi zaman uzaylı bir ırk(Thor) kimi zamanda mistik kuvvetlerdir(Dr Strange). Bu filmlere bu yönden baktığımızda apaçık bir rıza imalatının da olduğunu görmekteyiz. Bunu Chomsky onun çok satan eseri “Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politigi” kitabında bir propoganda modeli ile açıklamaktadır. Öncelikle kitle medyasının sıradan insanlara mesaj ve sembol ileten bir araç olarak görür ve işlevinin eğlendirmek, avutmak, bilgi vermek ve bireylere çeşitli değerleri, inançları ve davranış kodlarını aşlamak olarak görür.(Herman ve Chomsky, 2017, 72) Burada da Chomsky’nin her ne kadar postmodernizme karşı olsa da aslında bir halkların bilinçlerinde oluşan hipergerçekler açısından değerlendirdiğimizde simülasyondan bahsettiğini görüyoruz. Propoganda modelinin temel bileşenlerini ise(2017, 72): 1) Hakim kitle medyası firmalarının büyüklüğü 2) kitle medyasının temel gelir kaynağı olan reklamcılık 3) Medyanın, hükümet, iş dünyası ve bu temel kaynakların ve gücün faillerinin finanse ettiği ve onayladığı “uzmanlar”ın sağladığı bilgilere dayanması 4) Medyayı disiplin altına alan bir araç olarak “tepki üretimi” 5) Denetim mekanizması olarak “anti-



komünizm" olarak açıklar. Açıkçası bu propoganda modeli ile devletler şaşkın sürüyü evcilleştirip demokrasi sanatında yeni bir devrim yaparak rıza imalatı oluşturuyorlardır(Chomsky, 2017, 5). Totaliter devletin yaptığı gibi sopaları ve copları çıkarıp halkı şiddet kullanarak ehlileştirmek yerine neoliberal demokrasiler ideolojik aygıtlar kullanarak halkı istedikleri politikayı kullanmaları konusunda rıza ediyorlar. İşte Chomsky'nin rıza imalatında oluşturduğu propoganda modeli böyle bir şeydir. Halkların kafasında hipergerçekler oluşturarak onları kendilerinin sürekli yarattığı simülasyonda yaşatmak. Çünkü her ne yaparsan yap bu simülasyondan çıkamayız. Aynı Jim Carrey'nin oynadığı kült filmlerden "Truman Show" daki karakterinin kaldığı durumda olduğu gibi dev bir simülasyon içerisinde kalmış haldeyiz.

Bir diğer popüler kültür bazlı medyanın McDonaldlaşması örneğini de bilimkurgu dünyasından eleveririz. Bir önceki paragrafta bahsettiğim Baudrillard'ın simülakr düzenini bilimkurguya uyarlırsak eğer yine Baudrillard'ın fikirlerinden şöyle bir sonuca varırız. Birinci simülakr düzeni uyumlu, iyimser ve Tanrı'nın yarattığı ideal doğanın aynısı olan doğacı simülakrlar, ikincisi tüm üretim düzenini kapsayan enerji ve güce dayalı somutlaşan materyalist üretken simülakrlar, üçüncüsü ise bilgi, model ve siberetik oyunlardan oluşan, tamamen işlemsel, hipergerçek ve mutlak denetimi hedefleyen simülasyon simülakrları(Baudrillard, 2017, 163). Burada düzeni bilimkurguya uyarlırsak Baudrillard'a göre birinci düzende ütopya üretmeye yönelik, ikinci düzende bilimkurgu, üçüncü düzende ise distopya üretmeye yönelik bir eğilim vardır(2017, 163-164). Gerçekten baktığımızda Baudrillard'ın genel anlamda simülakr evrenlerinin düzenin başlattığı tarihlere göre birinci dönemde Thomas Moore "Ütopya", Voltaire "Mikromegas" gibi eserler yazmış çok güzel ve mutlu bir gelecek hayal edilmiştir. İkinci düzende ise Jules Vernes'lerden başlatarak 1950'lere kadar yani Arhur C. Clarke'a kadar alabiliriz. Bu dönemde gelecek yine kötümser bir şekilde hayal edilmemiş ancak sürekli bilgisayarlar ve bilimin gücü vurgulanmıştır. "2001: Bir Uzay Macerası" nı hatırlarsak eğer 1950'lerde yazılan bir kitapta şu an yeni yeni gelişen yapay zekayı filmde görebiliriz. Ancak üçüncü düzene geçtiğimizde ise burada oluşan simülasyon simülakrasının bizi geleceğe karşı hep kötümser düşünmeye ittiğini görebiliriz. Günümüz bilimkurgu edebiyatı ve görsel sanatlarına bakarsak bunu açık bir şekilde anlayabiliriz. Mesela son zamanlarda bunun en baş aktörü BBC'nin "Blackmirror" serisini ele alalım. Bu seride genel olarak vurgulanan teknolojinin bizi yok edeceği ve insanlığı kaybedeceğimiz yönündedir. Sosyal platformların insanlığın birbini puanlamasına gidecek kadar ya da sanal gerçeklik gözlükleriyle insanların birbirini canavar şekilde görüp birbirlerini katletmeye gidecek kadar kötü bir gelecekte bahseder bu seride. Bunun sonuçlarını şu anda görmek çok güç ancak fundamentalist grupların bunlardan etkilenip teknoloji karşıtlığı oluşturması da kuvvetle muhtemeldir. Çünkü insan medya hipergerçekliğinden çok kolay etkilenen varlıktır. Baudrillard'ın Tüketim Toplumu eserinde üçüncü sayfa haberlerinin artık insanlara normal gelmesi ve şiddet içerikli haberleri elinde mısır ve kolasıyla gayet normalmiş gibi izlemesi benzetmesi de bu durumun vahamiyetini gözler önüne serer(Debord, 2018, 29).

SONUÇ

Küresel kültür günümüzde medya şeklinde şekillenen yapıya bürünmüş bir iktidar pratiği halini almıştır. Tüketim toplumunun meta fetişizmi içerisinde içerikleri hızlı bir şekilde tüketmesi ve bu içeriklerin yeniden üretilerek gözler önüne serilmesi görsel sanatların simülakrından kolaylıkla etkilenen bizlerde küresel kültürü şekillendirmekte ve hipergerçekler içerisinde bize geri dönüşü olmayan bir simülasyon yaratmaktadır. Bu çalışmada Ritzer'in McDonaldlaşma kuramını, Baudrillard'ın simülasyon teorisiyle birleştirilmesindeki amaç genel olarak küresel kültürün medya tarafından nasıl şekillendirildiğini gözler önüne sermek içindir. Toplumun McDonaldlaştırılması her ne kadar ürün bazlı tüketimi içerse de günümüzde içerik fetişizmi aşikar olduğu için medya burada aktif rol oynar.

Popüler kültürün toplumları nasıl etkilediği ve rıza imalatı yaparak aslında baskın ideolojiyi nasıl bilinçlerde yeniden ürettiği ise günümüzde popüler kültürün tamamen medya üzerinden yürüdüğü gerçeğine dayanmaktadır. Siberetikleşen toplum sayesinde bizler sadece içerik tüketen birer robotlara dönüştüğümüz gerçeği de burada etkili olmaktadır. Popüler kültür



tüketim toplumu üzerinde önüne sunulan içerikleri tüketilmesine zorlanan birer simülasyon oluşturmaktadır. Küresel kültürde bu popüler kültür içerikleri sayesinde melezleşmiş ve hepimizde kozmopolit bir neoliberal idealizm etkisi empoze etmiştir. Popüler kültürün medya ile küresel kültürü etkilemesini de çeşitli film örneklendirmelerle açıklanmaya çalışılmıştır.

Ancak bunu da unutmamak gerekir ki tep tip bir yekpare bir evrensel kültürün oluşması toplumsal olarak çok zordur. Çünkü insan doğasının karmaşıklığından dolayı, bu kültürleri direkt kendilerine kabul etmeyecek ve bir süre buna direnecektir. Her insanın aynı şeyi sevmesi doğal olarak beklenemez. Fakat burada anlatılmak istenen olgu bu değildir. Anlatılmak istenen olgu genel olarak bilincimizdeki gerçekliğin medya kullanılarak bir rıza imal ettiği sürecidir. Mesela filmlerde gördüğümüz çoğu ürün, onlara bir şekilde ulaşma isteğini bırakır. Bu da bir çeşit popüler kültür hipergerçekliğinin etkisidir. Aynı şekilde çoğumuzun Amerikan marka kot pantolonları ve tişörtlerini giymemiz gibi. Ya da dünyada yeni teknolojik gelişmeleri sadece Birleşik Devletler'den bekleriz. Dünya'ya bir asteroit çarpacaksa bunu yeniden NASA'nın duyurmasını bekleriz. İşte küresel kültürün bu şekilde şekillenmesinin sebebi kitle medyası ürünlerinin bizlerde yarattığı rıza imalatıdır. Aynı Ritzer'in "Toplumun McDonalddlaştırılması"nda bahsettiği gibi tüketilen ürünlerin standartlaşması ve teknolojik gelişmeler sayesinde toplumların kontrol edilebilirliği kitle medyasının toplumlara pazarladığı küresel kültür ürünleri gibi. Baudrillard'ın vurguladığı gibi bu oluşturulan simülasyondan asla kaçamayız. Ve bu simülasyonu da günümüzde iletişim teknolojileriyle şekillenen medya oluşturmaktadır, bu simülasyonun hipergerçekleri de bahsedilen McKültür ürünleridir. Yani sonuç olarak kitle medyasının oluşturduğu popüler kültür içerikleri de küresel kültür anlayışımızı şekillendirir ve standartlaştırır. Bu ürünlerin içerisindeki içerikler veya ideolojilerle de gerçeklik anlayışımız şekillenir. Sonrasında ise kendimizi kaçılmaz bir denetim ve gözetim mekanizması(pnaptikon) ile gözlenen bireyler olarak buluruz. Çünkü sürekli olarak gerçekliğimiz bu McKültürlerle yeniden üretilmektedir, bu da bizlerde sürekli yeni kimlikler üretilmesini sağlar. Kısacası küresel kültürün oluşturulmasında medya oldukça etkili bir araçtır ve ekranların oluşturduğu simülasyon yardımıyla da, kontrol edilebilir sayısız McKültürler oluşturulmasını sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Giddens, Anthony (2010). *Modernliğin Sonuçları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Robertson, Roland (1998). *'Toplum Kuramı, Kültürel Görecelik ve Küresellik Sorunu'*. Der.: Anthony D. King, *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Sanbay, Ali Yaşar (2004). *Modernitenin İronisi Olarak Globalleşme*. İstanbul: Everest Yayınları
- Nye, Joseph (2017). *Yumuşak Güç*. Ankara: BB101 Yayınları
- Althusser, Louis (2017). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. İstanbul: İthaki Yayınları
- Giddens, Anthony (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya: Küreselleşme Hayatımızı Nasıl Yeniden Şekillendiriyor?*. İstanbul: Alfa Yayınları
- Thompson, John B. (1991). *Ideology and Modern Culture*. California: Stanford University Press
- Kellner, Douglas (1998). *Globalization and the Postmodern Turn*. In R. Axtmann (Ed.), *Globalization and Europe: Theoretical and Empirical Investigations*. London: Pinters
- Robertson, Roland (1998). *Küreselleşme: Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları
- Ritzer, George (2017). *Toplumun McDonalddlaştırılması*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Kellner, Douglas (2010). *Politik Kamera*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Debord, Guy (2018). *Gösteri Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Diken, Bülent ve Laustsen, Carsten B. (2014). *Filmlerle Sosyoloji*. İstanbul: Metis Yayınları
- Baudrillard, Jean (2017). *Simülasyon ve Simülakrlar*. Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Baudrillard, Jean (2016). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları
- Herman, Edward S. ve Chomsky, Noam (2017), *Rızanın İmalatı:Kitle Medyasının Ekonomi Politiği*. İstanbul: BGST Yayınları
- Chomsky, Noam (2016). *Medya Denetimi*. İstanbul: Everest Yayınları
- Baudrillard, Jean (2018). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Bauman, Zygmunt (2013). *Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Watch The Marvel Movies In Order. (2019, 11 Ekim). Erişim adresi: <https://www.amctheatres.com/amc-scene/the-best-way-to-rewatch-the-mcu>