

EVRENSELLİK VE YERELLİK

A. Evrenselliğin İddia ve Dayanakları / Eleştirisi

'Evrenselleşme' ile herhangi bir sistemin veya değerlerin kendi sınırlarını aşarak yayılımı anlaşılabilir. Burada herhangi bir sistemin yayılması kimsenin kontrolünde, denetiminde veya bilinçli bir aktörün tasarrufunda değildir. Tarihsel anlamda evrenselleşen değerlerin neler olduğunu şu anda tespit edebilmekteyiz. Bugün yaşadığımız sürecin bir farklılaşma getirdiği bir dönemde evrenselleşen sistemlerin, değerlerin farkında olduğumuzdan bunu etkileme isteği veya etkileme gücü bizlere sorgulamayı getiriyor.

Evrenselleşen değerler bir açıdan dünya sisteminde en zirvede bulunanların yani en güçlülerin istekleri gibi görülebilir. Bu güç dengesinin altında kalanlar ise ya kendisine sunulan değerleri benimseyecek ya da dünya sisteminde bir yalnızlığa itilecek gibi.

Evrenselleşme, dayanağını güçten aldığından bu gibi ülkeler şu an dünyanın bilimsel, teknolojik açılardan gelişmiş ülkeleridir. Bundan ötürü kendi siyasal, ekonomik, kültürel ve bilimsel çizgilerini evrenselleştirip dünyanın geri kalan toplumlarına sunmaktadır. Bu durum dünyada bir standartlaşma, bir homojenlik sağlıyor. Doğal olarak bu homojenliğe yerel tepkiler de doğuyor ve bu tepkiler de bir anlamda evrenselleşmektedir.

Evrenselleşmenin ikinci dayanak noktasında ise *kapitalizmin mantığı* vardır. Her kapitalist kendi alanında tekel olmak ister, çünkü rekabet ne kadar az olursa o kadar iyidir. Evrenselleşme yerel oluşumlara hayat şansı tanımayarak kendi siyasi, ekonomik ve popüler kültürünü çeşitli yollarla toplumlara dayatmaya çalışmaktadır.

Evrenselleştirilmeye çalışılan değerlerden birisi de *kültürdür*. Sosyolojik olarak kültür belirli bir toplumun üyeleri tarafından oluşturulmuş, paylaşılan ve birbirine aktarılan davranış kalıplarıdır. Yani bir grup insanın ortak bir hayat tarzı olmaktadır. Aynı zamanda kültürün toplumsal bir olgu taşıdığı ve tarihsel çizginin birikimle oluştuğu da açıktır. Dünya ölçeğinde evrenselleşen olgulardan birisi de *Amerikan popüler kültürüdür*.

Pek çok tanınmış kültür tarihçisi Amerikan popüler kültürünün ve tüketim toplumunun tabiatı ve bunun küresel yayılması üzerinde durdular. Ortaya Amerikan modeli sonrasında dünyada yaşanan kültürel dönüşümle ilgili olumlu ve olumsuz fikirler sunuldu. Tüm bu çalışmaların özünde küreselleşme ve Amerikanlaşma olarak bilinen bu iki olgu arasındaki bağın ne olduğu ya da bu iki olgunun güç politikaları ve ekonomik küresel söylem açısından eş kavramlar olup olmadıkları soruları yer almaktadır (*Doğu Batı*, 42).

Avrupa'da, Avusturalya'da ve Türkiye'de göze çarpan Amerikanlaşma eğilimleri, Avrupa'da olduğu gibi ülkemizde de nüfuzlu kesimin özellikle üst orta ve zengin kesimin

ilgi alanını oluşturmuştur. Böylece Amerikan tüketim alışkanlıkları ve kültürel değerlerinin benimsenerek, evrensel olmak için çalışan popüler kültürün bir parçası olarak, toplumda yerel anlamda ciddi toplumsal sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ancak bu evrensel değerlerin benimsenmesi, Türk kültürel kimliğinin ya da milli kimlik kavramının tamamen yok olması anlamına gelmemekte; ancak daha genç nesillerin geleneksel çizgileri devam ettirmelerine bir engel teşkil etmektedir. Benzer bir biçimde bizim modernleşme projemiz de sadece bir *taklit* olarak algılanmış ve içselleştirilememiştir.

Gerçekten de 1999'da Türkiye'de Mc. Donaldlaşma konusunda oldukça sağlam adımların atıldığı anlaşılıyor. Henüz ülkenin tümü olmasa da, Türkiye'nin büyük metropollerini, önemli ticari işlemler için sabit para birimi olarak Amerikan dolarının geçerli olduğu küçük Amerikalara dönüşmüş gibi (*Doğu Batı*, 45).

Popüler Amerikan kültürü artık hayatımızın tüm noktalarında bizi şekillendirip ona göre davranmaya zorlamaktadır. Ayrı bir alış veriş ve tüketim kültürünün oluşmasıyla yerel özelliklerimiz de kaybolmaktadır.

Kitle iletişim araçlarıyla işbirliği içerisinde olan Amerikan popüler kültürü, bu günlerde Türk yaşam tarzının her alanını ele geçirmiş durumda; bu kültür çoğu zaman farkında olmadan, gayet doğal bir şekilde tüketiliyor. Amerikan popüler kültürü kendi kendine ortaya çıkmasına mahal bırakmaksızın, nüfuzlu sınıfın ekonomik sektör liderlerinin otoritesi tarafından yönlendirilerek üretiliyor. Bu olgu kitlesel medya tarafından yaratılıp, şekillendiriliyor ve kitlelerin tüketimine sunuluyor. Türk toplumunun, Amerikan büyümesine kapılmış olan nüfuzlu kesimi bunu silip süpürüyor. Tüketim sürecine sadece kısıtlı aile bütçesiyle katılabilen ve üst sınıf yaşantısına hayran olan toplumun çoğunluğu ise bunun tadına bakmakla yetinmek zorunda kalıyor. Bu günün Türkiye'sinde Amerikan popüler kültürü, farkına varılmadan da tüketiliyor. Tüketim mallarının çeşitliliği ve bolluğu, tüketicilere verilen kredilerin artması ve iletişim teknolojisinin yaygınlaşması sayesinde Amerikan popüler kültürünün tüketilmesi de kolaylaşmaktadır.

Ticari zihniyet, kapitalizm ve tüketim toplumundan oluşan bu dünya görüşü ve ideolojisi, nüfuzlu sınıfların ve sanayi liderlerinin önderliği altında, medya tarafından yaratıldı ve bir paket olarak topluma dayatıldı. Ancak Amerikan tüketim toplumu anlayışının benimsenmesinin gizli faturası ağır oldu; Türkiye gibi ülkeler Özün kültürel geleneklerini ve özerkliğini bir tarafa bırakarak, huzur kaçıran bir kültürel homojenleşme ve standartlaşma sürecine girdi (*Doğu Batı*, 45). İnsanlar daha çok sıkışıp zengin olmaya çalıştılar bu da insanları bireyselleşmeye iterek kişisel haz ve duyguların tatmininin ön plana alınmasına neden oldu. Böylece *toplumsal ilişkiler* de ikincil ilişkiler haline dönüştü.

XX. yy.'ın ikinci yarısından sonra iletişim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, evrensel kültürün daha da hızlı bir şekilde yayılmasına yol açmıştır. Bu küresel kültür yayılımının sonucu olarak yerel kültürlerin kimlikleri, kurumların merkezi yapılarının sorgulanmasını da beraberinde getirmiştir. Böylece bu kültür akışı yerel kimlikleri yeniden biçimlendirerek, yerel kimliklerin arka planında olan epistemolojik temelleri de değiştirmiştir.

Kültürel üretimi küresel boyutlarda düşündüğümüzde ki ancak bu bakış açısıyla uluslararası düzeyde bir kültür kavramı inşa edilebilir, kültürü “kim üretiyor” sorusunun ne kadar karmaşık olduğunu görürüz. Çünkü 90'lardan bu yana ekonominin daha fazla uluslar arasılaşması yönündeki eğilim, medyayı da kapsayan çok uluslu şirketlerde köklendi; kitle üretimi ulusal üretimi çoktan aştı. Uzun süredir kültürel üretimin önemli bir parçası haline gelen "kültür endüstrileri" yani televizyon, film, müzik endüstrisi, yazılı basın gibi sektörler kendi içlerinde veya medya dışı sektörlerle birleşip genişleyerek, ulus aşırı medya holdinglerine dönüştüler. Dünyanın en ücra köşelerine kadar yayılan ulus aşırı medya holdinglerinin üretim ve yayılma politikalarında, kültürel üretim ve tüketimin küresel boyutlarının belirleyici etkileri oldu (*Doğu Batı*, 184) .

Yani evrensel bir nitelik kazanan kitle kültürü her yerde İngiliz veya Amerikan olmanın versiyonlarını üretmez fakat ayrılıkları benimseyip daha büyük her şeyi kapsayacak şekilde bir Amerikan tarzı oluşturmaktadır. Egemen kültür ve sermaye ancak bu şekilde farklı coğrafyalarda kendini kabul ettirmekte. Böylece küresel kitle yerel sermayeler aracılığı ile ve diğer siyasi ve ekonomik seçkinler sayesinde bir evrensel anlayış ortaya koymaya çalışır. Bu evrensel anlayış bir anlamda *yerel* unsurlardan da beslendiği ve onların aracılığıyla çalıştığı için onları silip atmaya çalışmaz.

Uluslararası medya şirketlerinin bu stratejileri, medyanın farklı sektörlerdeki çeşitli uygulamaları ile yerelin içine nüfuz etmeye olanak sağlar. Amerikan CNN'in işbirliği ve ortaklığı ile 1999 yılında CNN Türk'ün yayına başlaması; Time Warner şirketinin 1990'ların başında Türkiye'de şubeler açarak buradaki film dağıtım sektöründe önemli bir güç olması; *Elle* kadın dergisinin yakın zamanda Fransız yayıncısından aldığı yayın hakkı ile Türkiye'de yayınlanması, küresel medyanın genişleme eğilimlerine örnek gösterilebilir (*Doğu Batı*, 185).

Medya yoluyla sağlanan bu kültürel etkileşim sayesinde, Amerika'da yayınlanan bir dergi, Türkiye'de de yayınlanabiliyor. Böylece evrensel ile yerel arasındaki çizgi de giderek belirsiz bir hal almaktadır. Medyada oluşan bu ortaklık sadece burada kalmamakta, aynı zamanda yayın hakkı alınan dergi veya televizyon içeriğine de müdahale edebilmekte

ve kendilerinin oluşturdukları evrensel imaja aykırı olan resimlere, yazılara, haberlere müdahale etmektedir. Küresel kültürün ürünlerinde reklam teknikleri, dil hâkimiyeti, giyim stili, fotoğraflar ve fotoğraflarda bir homojenleştirme söz konusudur.

B. Yerliliğin İddia ve Dayanakları / Eleştirisi

Yerli, oturduğu yerde doğup büyüyen ve ataları da orada yaşamış olan "kimse" manasına gelmektedir. Yaşadığı topraklara sadece yerkürenin bir kısmını kapsayan toprak parçası olarak bakmaz. Onun ötesinde, üzerinde, derinliklerinde başka bir anlam yükler. Ona göre yaşadığı yer sadece bir toprak parçası değildir. Yaşadığı topraklara kendini var kılan unsur olarak bakar. Yaşadığı toprakların kendisine çok şey verdiğini, kendi özünü oluşturduğunu ve onunla varolduğunu varsayar ve kendisinin de bu topraklara çok şey vermesi gerektiği duygusuna kapılır.

Yerlilik, sözlük manası olarak "yurt içinde yapılan veya bir yurdun kendine özgü niteliklerini taşıyan" (*Türkçe Sözlük* 1998, 1624) manasında kullanılır. Yaşam tarzıyla, kültürüyle, duygu ve düşüncesiyle, sanat anlayışıyla, zevkleriyle, başkalarından farklı olan kendi yaşadığı topraklara has bir kültür, bir yaşantı meydana getiren insanlar yerli insanlardır.

Mücahid Bilicinin "yerlilik" tarifi şu şekildedir:

"En basit ifadesiyle yerlilik, bireysel veya kolektif kimliklerin merkezinde duran benliğin, (self) içinde bulunduğu bağlama tesis ettiği ambiyans veya konfor olarak tanımlanabilir. Toplumun fertlerinin birbirleriyle kaynaşmaları, birbirlerini sevmeleri, toplumsal olaylarda *biz* duygusunun ön plana çıkması gerekir. (Bilici 1999, 99)

Yerlilik düşüncesinde ister *din*, ister *coğrafya* veya *millilik* öğeleri ön plana çıksın hepsinin arka planında yatan ortak duygu toplumun yabancılaşmaya, modernizme karşı refleksidir. Kendinden olmayana, yabancı kültürün ve bu kültürlerin toplumdan yaygınlık kazanmasıyla ortaya çıkan sıkıntılara karşı bir tepki hareketi olarak algılayabileceğimiz yerlilik, son yıllarda *globalleşme* hareketinin daha bir ivme kazanmasıyla daha da bir anlam kazanmıştır.

Yerlilik insanın kendisiyle, inandıklarıyla, toprağıyla, kültürüyle, geçmişiyle barışık yaşama halidir. Yerlilik düşüncesi, insanı dışarıdan kuşatan yabancı duygulara veya olumsuz etkilere sahip ideolojilere karşı uyanık tutar. Ancak öteki ile farklılaştığı yeri tespit ederken saldırgan davranmaz. *Ötekilere* karşı kendinden emin, tedirginlikten uzak, barışık bir yer tayin eder. "Yerli coğrafi bütünlük şuuruna sahip bir insandır. Davası

parçaya değil *bütüne* dairdir. O, bütünün tarihi zaman içindeki devamlılığını ve yaşama enerjisini temsil etmiştir” (Alkan 1990, 126) “Yerli, bir yerden başka bir yere göç etmekle yabancı olmaz. Yerlinin köylüsü, şehre gelince kültür şoku geçirmez. Hicretin icaplarına itaat eder. Keyfiyete değil, kemiyete dair eksikliklerini nesilde tamamlar. Bu esnada piyano çalmayı, tenis oynamayı, şarap kültürünü benimsemesi gerekmez. Esasen ırsiyetin de mevcut bulunan kültür kodları, ona tabi olması gereken *sınırları* ikaz eder (Alkan 1990, 127).

Öncelikle maddi manevi bütün değerlerimize, geçmişten getirdiğimiz ve bizim vazgeçilmez unsurlarımıza, zaman mekân tanımadan sahip çıkmak zorundayız. Kültürel hegemonyanın yoğun bombardımanı altındaki günümüz insanı ancak anomi ve sapmadan, yabancılaşmadan ve kültürel çözülmekten kurtulmanın yolu olarak kendi değerlerine ve kültürel kodlarına sahip çıkıp ve bunun mücadelesini vererek kurtulabilir. Çünkü “Toplum insanların yalnız bir arada bulunmalarından oluşan yığın değildir. Fertleri bir arada tutan çeşitli değerler vardır. Bu değerler insanların bir arada yaşamalarını sağlayan, (onların) maddi ve manevi yönden rahat ve mutlu bir yaşam sürmelerini hedef alan kurallardan ibarettir. Bu kurallar din, ahlak, ekonomi ve politika alanlarında kendini gösterirler. Bahis konusu değerlerin daha etkili olmalarını sağlayan felsefe, bilim ve sanat gibi insan faaliyetleri vardır. Bütün bunlar *kültür* denen şeyi meydana getirirler.” (Öner 1990, 16)

Günümüzün baş döndürücü teknolojik gelişmeleri, iletişim ağının dünyanın her yerini sarması, kültürel hegemonyanın sadece tek tip insan, tek tip kültüre doğru sürüklemesi ve insanların kültürel bir kargaşa içine düşmesi ve gelişemeyen evrimleşemeyen bir kültürel karmaşanın karşısında uyanık olmak zorundayız. Çünkü toplumların mutluluğu ve gelişimi kendi içinde ahenkli bir kültürel bütünlükten ve gelişmekten geçmektedir. “İnsanın maddi ve manevi mutluluğu içinde yaşadığı mutluluğa bağlıdır. Eğer bir toplum sağlıklı ise fertlerine daha rahat daha mutlu yaşama imkanı sağlar, toplumları sağlıklı kılan ise kendisine hakim olan kültürdür. Eğer bir milletin kültürünü oluşturan unsurlar gelişmiş ve birbirini destekler bir ahenk içerisinde iseler ve toplumun fertleri bu kültürden yeterince faydalanabiliyorsa o toplum sağlıklıdır” (Öner 1990, 16).

Batı tarafından yoğun *kültür hegemonyasına* tabi tutulan Türkiye aydını; Avrupalı karşısında kendini küçük görmeye başladı. Geleneklerimizden, maddi ve manevi öğelerimizden, örf ve adetlerimizden kaynaklanan davranışlar sıradanlaşmaya, küçük görülmeye başladı. Bu zihniyetin sonucu olarak da *iyi* hep başkalarının, *kötü* olan ise bizim oldu. Kendini küçümseme, kendinden, tarihinden, kültüründen, benliğinden kaçmak

marifetmiş gibi algılanmaya başlandı. Çünkü reddi miras yapmak çağdaşlaşmayla, modernlikle, entelektüel olmayla özdeşmiş gibi görülmeye başlandı. Geçmiş ile şimdinin uyumlu bir birlikteliğinden geleceğimizi inşa etmenin hesaplarını yapamaz olduk. Oysa “Toplumların, milletlerin, tarihi, gelenek ve göreneklere kültürün elemanları olan geçmiş değerlerinden koparılamaz. Bunlar geçmişte olan uygulamalar oldukları için çağdaşlaşmayla bir çatışmadan ziyade bir paralellik arz etmektedir” (Gökçe 1990, 46). Toplumun içinde bulunduğu şartlar, toplumsal yapılar sürekli değişebilir, hatta bunlardan yeni gelenekler ortaya çıkabilir. Korkmamız gerekenler bunlar değil; korkmamız gereken kültürün kaynağından uzaklaşıp başka kültürler tarafından boğulmasıdır.

Kültür düşünerek amaçlayacağımız, az veya çok birbiri ile uyumlu faaliyetlerin bir karışımının meydana getirilmesi olayıdır. Buradaki faaliyetlerin her birinin amacı kendi yararlarıdır. "Nasıl ki kendi kişisel gelişmemiz için en ince ayrıntısına kadar çalışıyorsak aynı şeyi toplumun gelişmesi açısından da yapmalıyız. Kendimizi iyi, güzel şeyler yapma adına değiştirmeye çalıştığımız gibi toplumu da iyi, güzel şeyleri yapma adına değiştirmeye çalışmalıyız, ancak burada her şeyin en iyisini ben bilirim mantığıyla değil, *esnek* bir mantıkla hareket etmeliyiz, böylece yanlışlarımızda ısrar etmemiş oluruz. Buna uyararak bir çağın kültürünü kendi evveliyatından koparmamış oluruz, aksi halde bir çağın kültürünün kendi evveliyatından göremediğimiz ve anlayamadığımız kadar kopmasına neden olabiliriz” (Eliot 1989, 73.11).

Bu bağlamda Türkiye aydını aslında bu toplumda yaşıyor, bunun farkındadır. Kendini her yönüyle batılılaşmaya, batılılara benzetmeye çalışsa da Avrupalı olamayacağını farkındadır. Aslında sahip oldukları zihniyetin, kendini kuşatmış olan toplumsal yapının, toplumun genel eğiliminden kurtulamayacağını, sahip oldukları düşüncelerin kendisini getireceği yere ayak basmaya pek cesaret edemiyor. Türkiye aydınına bu konuda en önemli desteğin devletten geldiği söylenebilir. Devlet; artık batının "hikmetini" ve nurunu keşfeden ayrıcalıklı bir kesimin, toplumu nurlandırma mekanizması olarak görülmeye başlanmıştır. Türkiye aydınının bu aydınlatma misyonunun devletle özdeşleşmesi, bürokratik, baskıcı özelliğini pekiştirmiştir (Davutoğlu, 97).

Yerelci aydınlarımızın en önemli özelliği ise din ve gelenek ekseninde sergiledikleri, kuvvetli toplamalara rağmen pek çoğunun din dışı bir kariyere sahip olmalarıdır. Nitekim Türkiye yerelciliğinin başat isimleri arasında yer alan Ali Fuat Başgil, Hilmi Ziya Ülken, Erol Güngör, Mümtaz Turhan, Peyami Safa, Remzi Oğuz, Arık, Nurettin Topçu gibi şahsiyetler dinsel bir toplumsallaşma yaşamakla birlikte, meslekten din adamları değildir (Öğün 1999, 16).

S. Ögün'e göre “Meslekten olmayan yerelci kültüralistler ile meslekten din adamı olan çevrelerin yerelciliği arasında bazı farklar olduğu söylenebilir. Bu farklılıkların başında meslekten olmayanların ancak muhafazakârlığın kültürel kodlarıyla açıklanabilecek olan “düzgünlüğü” buna mukabil diğerlerinin “pejmurdeliği” gelmektedir. Birinci grup diğerlerini küçümseme eğilimindeyken; ikinciler ilk grubu yabancılaşma hatta o kültüralistlerle birlikte anma eğilimi içinde görünenleridir” (Ögün, 117).

Yukarıdaki farkları ülkenin iki tip aydını yani İslamcı aydın ile sağcı aydın olarak tanımlamak mümkündür. Sağcı aydınlar İslamcıları küçümseme yoluna giderken; İslamcı aydınlar diğer kesimi yerelci olmamakla, batıcı olmakla suçlamaktadırlar. Bu farklılaşmaya rağmen iki grup arasında benzerlik ve farklılıktan bahsedilebilir. Her iki kanatta dinin sosyal bir olgu olduğunu kabul etmekte ittifak etmiş olmalarına rağmen sağ, öğreti ve yöntem biçimlerinde *milli din* sentezine giden bir yol izlediği halde, İslamcı kanat daha ziyade, *milliyeti* dışlayan bütüncül bir İslam görüşünü benimsemektedir. Onlara göre, toplumun etnik yapısı bir erime potasında, yani İslami yapı içinde çözümlenecektir. Bunun gibi hem sağ hem de İslamcılar modernleşme ve batılılaşma normları karşısında benzer tepkileri göstermektedirler.

Yerelci açıdan felsefe toplum ilişkisini irdelediğimizde, toplumların hem yerelci öğeleri hem de bütün insanlığın ortak malı olan öğeleri karşımıza çıkmaktadır. Necati Öner'e göre kültürlerin bir *ortak* bir de *özgü* yanı vardır. Kültürün ortak yanı insanlığın ortak malı gibidir. Hiçbir toplumun izlerini taşımaz. Kültürün özgü yanı ise bir toplumun damgasını taşır. *Birincisi* objektif, dinamik; *ikincisi* sübjektif ve statiktir. Sübjektiflik ferde göre değil topluma göredir, birincisine *ortak kültür*, ikincisine *özgü kültür* diyor. Bunların dışında diğer kültür unsurları derece derece her iki unsuru da taşırlar (Öner, 18). Ortak kültür özelliği çok fazla olan *din*, *felsefe* ve *sanatta* da Necati Öner'e göre *özgü kültür* izleri taşır.

Necati Öner'e göre, felsefe toplum ilişkisi bahis konusu olunca, milli bir felsefenin olup olamayacağı tartışma konusudur. Milli felsefeden kasıt bir millete has, onun damgasını taşıyan felsefedir. Milli felsefenin olabileceğini bizde ilk savunan Ziya Gökalp olmuştur. Gökalp Türkçülüğün esaslarında şöyle diyor. “... Demek ki felsefenin bir sahası sübjektiftir. Binaenaleyh felsefe, bilim gibi beynelmilel olmaya mecbur değildir, milli de olabilir. Bundan dolayıdır ki her milletin kendine göre bir felsefesi vardır. Yine ondan dolayıdır ki, ahlakta, edebiyatta olduğu gibi felsefede de Türklük olur.” Bu görüşü bu gün de paylaşılanlar vardır. Ancak Necati Öner bu görüşte değildir.

Yerlilik düşüncesinin dinamizmi, *iç ideolojisi* ne olursa olsun, herkesin yani her kesimden insanın sahip olduğu bir düşünce olmasıdır. *Yerlilik* doğal bir duygudur. İnsanın kendisine sahip çıkması kendi değerlerinin arkasında durmasıdır.

S. Ögün yerelcilik konusunda şu tespitleri yapmaktadır:

“Yerelci kültüralizmi, sınırlı sayılardaki ideolojilere taksim etmek ve onların uhdesinde anmak ikna edici gözükmemektedir. Mesela sadece milliyetçiler, muhafazakarlar, sağcılarla dindarlar yerelcidir, demek şaşırtıcı sonuçlar üretmeye aday olan kültürel çözümlenmeleri devre dışı bırakan dar bir yaklaşım olacaktır. Buradaki iddia yerelciliğin bir ideolojisi olmaktan çok, farklı, hatta çelişik ideolojik oluşumlarda bile ortaya bir payda olarak işleyen kültürel bir *sendrom* olduğu yolundadır” (Ögün, 106).

Yerlilik düşüncesi bir siyasi partinin, bir derneğin veya bir cemaatin ideolojisi değildir. Türkiye'yi kendine yurt edinmiş, bu toprakları sevmiş, bu topraklara bir şey vermesi gerektiğini düşünen, buna inananların paylaştıkları, sahip oldukları bir zemindir. Bu anlamda insanın doğup büyüdüğü yeri sevmesi doğal bir duygudur. Fakat bu duygu ve düşüncelerimiz bizi içimize kapalı bir toplum yapmaması kendimizin dışındaki insanlara veya kültürlere kulak tıkama vesilesi yapmamalıyız. Değişen dünya şartlarında teknolojik yeniliklere yabancı kalmamalı, basit bir taklitçilikten öte onu kendi kültürümüzle ve yaşayış biçimimizle yoğurabilmeliyiz.

Ali ESEN

KAYNAKÇA

- Akan, A. Turan, *Yatağına Kırılğan Irmaklar*, Ötüken Yay., İstanbul 1998.
- Bilici, Mücahid, “Aidiyetin Dönüşümü ve Ayakları Yerden Kesilen Yerlilik”, *Cogito*, Sayı: XXI, 1999.
- Davutoğlu, Ahmet, “Türk Entelektüel Geleneğindeki Baskıcı Temayüllerin Kökenleri”, *İlim ve Sanat*, Sayı: XIII.
- *Doğu Batı*, Yıl 4, Sayı 15, 2001.
- Eliot, T.S., Kültür Tanımı Üzerine, *Milli Kültür*, Kültür Bakanlığı Yay., Sayı: LXV, Ankara 1989.
- Gökçe, Gündüz, “Kültür ve Çeşitli Boyutları” *Milli Kültür*, Kültür Bakanlığı Yay., Sayı: LXVIII, Ankara 1990.
- Ögün, S. Seyfi, “Yerelci Kültüralizmi Kıyaslamalı Bir Değerlendirme”, *Cogito*, Sayı: XXI, 1999.
- Öner, Necati, “Felsefe ve Toplum”, *Milli Kültür*, Kültür Bakanlığı Yay., Sayı: XXIII, Ankara 1990.
- Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, T.T.K. Yayınevi, Ankara 1998.