

Türkiye'nin karşısında bir... olduğu sınav:

Tüketim toplumu olma(ma)k

● Rifat N. BALI

1980'li ve 90'lı yılların Türkiye'si'nin toplumsal yaşamının en belirgin göstergelerinden biri bireylerdeki tüketimci eğilimlerin artması oldu. Bu bir yerde 1980'li yıllarda başlayan dış ticaretteki liberalizm siyasetinin bir doğal sonucu oldu.

1980'li yıllarla birlikte Türkiye'de iki kesim gelişmeye başladı; bir yandan liberalizmin getirdiği tüm nimetlerden yararlanan, bir zamanların Amerikan pazarları, ve bavul ticaretinin gözde müşterileri olan, bir dönemin revaçta tanımıyla "sosyete" diğer yandan bu kesime özenen, ona yetişmeye çalışan, yetişemediği durumlarda o kesimin statü sembollerine sahip olmaya uğraşan bir orta sınıf.

"Sosyete" Türkiye'de 1970'li yıllara kadar kısıtlı bir çevreyi ve Batılı yaşam tarzının sadece görünümünü, yani "ambalaj"ını benimsemeyi kendine düstur edinmiş bir çevreyi temsil ediyordu. 1980'li yıllarla gelen liberal ticaret uygulamasıyla Türk toplumunun oldukça geniş bir kesimi bu liberalizmin nemalarından faydalandı, gelir düzeyini yükseltti ve 1980'li yıllarda gerçek bir patlama gösteren özellikle magazin türündeki dergi yayıncılığı ve onun doğal bir sonucu olan reklam sektörünün gelişmesiyle de bir zamanların "sosyete"sinin kullandığı ürünler/markalar artık günlük yaşamımıza girdi, erişil(e)mez olmaktan çıktı, olağanlaştı, saradanlaştı.

Bunun sonucunda bir zamanlar sadece belli

seçkinlerin kullandıkları markaların bir bölümü artık herkesin alım gücüne hitap ettiğinden statü sembolleri değişti ve günümüzün seçkinleri statü sembollerinin çitasını daha da yükselttiler ve ulaşılmazını daha da zorlaştırdılar. Artık değerli saatler, lüks arabalar, lüks purolar ve çakmaklar, sınavlı sayıda üretilmiş ve çoğu zaman el yapımı ürünler, bu sınıfların yeni sembolleridir.

Artık ultra lüks ürünlerin markaları bir ayrıcalık, bir statü simgesi olmaktan çıkmış "seçkinlerin seçkini" diye adlandırılabilir kısıtlı bir çevrenin "olmazsa olmaz" bir yaşam parçası haline gelmiştir. Türkiye'de Batı'yı kendine model edinmiş olan çevreler bunu benimserken bir yerde de Batı'nın pop kültür kavramını da benimzediler ve sembollere dayanan bir kültür anlayışı inşa ettiler, fikri yaratıcılık yerine de slogan düzeyinde düşünceleri benimsediler. Batılı ve/veya modern olmak belli marka giysileri kullanmakla, Batı'da en çok okunan kitaplar listesinde yer alan kitapları okumakla, bıyık ve sakal kesmekle eşanlam taşır oldu.

Tüm bu gelişmeler dışarıdan bakıldığında doğal ve hatta sıhhatli gelişmeler olarak değerlendirilebilir, hatta bir ülkenin ilerlemesinin ve zenginleşmesinin göstergeleri olan yeni bir burjuva sınıfının doğuşunun ve serpilip gelişmesinin sıhhatli göstergeleri olduğu da söylenebilir. Ancak bu karmaşık bir durumu basite indirmek olur. Bugün Batılı ülkelerin ciddi gazetelerindeki köşe yazarları yazılarında, gördükleri piyesleri, müzikalleri, satın aldıkları kitapları ve vitrinlerde gördükleri

lüks ürün markalarını sıralamakla ve bunları refah toplumunun sosyal göstergeleri şeklinde sunmakla geçirmeyiz, zira aynı Batılı refah toplumlarında işsizlik gibi çok ciddi sosyal sorunlar mevcuttur ve bu tür sorunların mevcut olduğu ortamlarda birey neredeyse teşhirciliğe varan bir şekilde lüks ürün markalarını yazı konusu etmezler ve varlıklı sınıflar kendilerini basında sürekli göstermekten de kaçınırlar. Dahası Batı, görünümünden ziyade fikirlerin sağlamlığına ve derinliğine, tek kelimeyle içeriğe, önem verdiğinden bu tür yazılar da pek rağbet görmezler.

İslamcılar'ın aristokrasi özlemi ve zaafı

Günümüz Türk basınının yazarlarının bir bölümünün bu şekilde seçkin bir şekilde davranması Türk toplumunda bir karşı tepki yaratmış ve bu tepki özellikle İslâmi kesimde olmuştur. Ancak İslâmi kesimde oluşan bu tepki yüzeysel ve popülist bir şekilde olmuş ve işin en kolay tarafına kaçılıp bu tür yazarlar ve basın organları "Batıcı" olmakla suçlanmışlardır.

İslâmi kesimin buna yüzeysel ve sinirli bir tepki vermesinin yanısıra göstermiş olduğu ikinci bir tepki de ya kendi aristokrasisini, kendi seçkinlerini yetiştirme gayretleri, veya kendisini de tüketim, gösteriş furyasına ve marka sevdasına kapırmış şekilde olmuştur.

Ancak bu seçkin ve Batı'nın sadece yüzeysel pop kültürünü kıstas alan bir tüketici dayatması karşısında ya etkilenmek ve aynı eğilimleri

benimsemek, ya sinirli ve hırçın bir şekilde karşı tepki vermek ve karşısındaki kişilere hasım veya "öteki" gibi bakmak, veya kendi seçkinlerini yetiştirmek gibi eğilimler göstermiş olan İslâmi kesimin gözardı ettiği en önemli nokta bu tavırların benimserken bir yerde haklı olarak eleştirdiği aristokrat "Batıcı" seçkinlerin göstermiş oldukları aynı zaafı kendisinin de göstermesidir.

Bugün Türkiye düşünce dünyasının içinde bulunduğu kargaşa ve duygusallığın en önemli nedenlerinden biri yüzeysellik ve ilimden uzak durmaktır. Pop kültürün ve tüketim furyasının içine bilerek veya farkında olmadan kendini kapırmış olan İslâmi kesim kendi araştırma merkezlerini kurmadan, kendi aydınlarını ve özgün teorilerini, toplum modellerini geliştirmeden ve fikir üretmeden saf kendi dışındaki toplumun elitist ve ultra lüks eğilimlerine duygusal bir tepki olarak kendi içine kapanır, Batı'ya karşı körü körüne bir tavır alır ve bunun sonucunda Türk düşünce dünyasına herhangi bir fikri katkıda bulunmazsa karşı karşıya bulunduğu bu sınavda başarıya ulaşmaları sayılabilecektir. Bugün İslâmi bir toplum modelinden bahsedildiği ve bunun da Türkiye'ye has bir model olarak oluşturulacağından söz edildiği bir ortamda bundan birkaç yıl önce Ali Bulaç Bey'in girişimiyle kamuoyunun her kesiminde konuşulup tartışılmaya başlanan Medine Vesikası modeline bağlı bir toplum modelinden artık söz edilmemekte ve Medine Vesikası tasarısının dışında da bu konuda herhangi yeni bir fikir/tasarı üretilmemektedir. "Milli Görüş" ve "Adil Düzen" kavramları popülist amaçlara hizmet eden kavramlar olarak kalmış, ne bunlar ciddi bir şekilde geliştirilip güncelleştirilmişler, ne de bu kavramlar üzerinde ciddi ilmi tartışmalar yapılmıştır.

İslamcılar'ın ciddi bir araştırma merkezine duydukları ihtiyaç

Ali Bulaç Bey'in bir yazısında belirttiği üzere ("Zihin Tembelligi", Yeni Şafak, 1 Mayıs 1997) günlük siyasetin ve gerilimin hiç dağılmak bilmeyen bir sis perdesi gibi hepimizin üstüne çöktüğü ve zihinlerimize nüfuz ettiği bir ortamda fertler bir TV kanalından diğerine bitmek bilmeyen tartışmalar izlemektedirler, artık okumamaktalar ve dolayısıyla yeni fikir üretmemektedirler. İslâmi düşünceyi "karanlıklar çağı"yla özdeşleştiren popülist karşı söylemin varlığı da inkâr edilemediğine göre bu ortamda İslâmi aydınlara ve seçkinlere büyük görevler düşmektedir. Bu görev ciddi boyutlarda araştırma merkezleri kurmak, bu merkezlere sadece İslâmi kesimden değil toplumun her kesiminden fikir üretebilecek kimseleri dahil etmek ve kendi karşı modellerini ve fikirlerini geliştirmektir.

Bu yapılmadığı takdirde İslâmi aydınlar da "Batıcı" aydınlarımızın açmazlarına ve farkında olmadan pop kültürün ve modernizmin tuzağına düşecek, tartışmalar slogan niteliği taşıyan fikirler düzeyinde kalacak, derinlemesine ciddi ilmi araştırmalar yapılmayacak ve son tahlilde bundan zararlı çıkacak, olan tüm Türk düşünce dünyası olacaktır.

Günümüzde fertler artık okumamaktalar ve dolayısıyla yeni fikir üretmemektedirler.

İslâmi düşünceyi "karanlıklar çağı"yla özdeşleştiren popülist karşı söylemin varlığı da inkâr edilemediğine göre bu ortamda İslâmi aydınlara ve seçkinlere büyük görevler düşmektedir. Bu görev ciddi boyutlarda araştırma merkezleri kurmak, bu merkezlere sadece İslâmi kesimden değil toplumun her kesiminden fikir üretebilecek kimseleri dahil etmek ve kendi karşı modellerini ve fikirlerini geliştirmektir.



Yeni Şafak 17-6-97