Değersizleşme ve Yabancılaşma Bağlamında Tüketim Ahlâkı ve İnsan

Nejdet DURAK*

Muhammet İRĞAT**

Özet

Ahlâk, sosyo-kültürel bir varlık olan insana ait bir değerlendirme alanıdır. İnsana özgü bu nitelik, onun bütün düşünce ve davranışlarının ahlâkî değerlendirmeye tabi tutulmasını zorunlu kılmaktadır. Küreselleşme süreci ile birlikte bu varoluşsal niteliğine yabancılaşan insan, yüzyıllardan beri sahip olduğu geleneksel değerlerden uzaklaşarak tüketim olgusunun belirleyici olduğu tüketim ahlâkının değerler dünyasında var olma çabasındadır. Geleneksel toplumdan modern ve postmodern topluma geçişle birlikte ortaya çıkan kimlik bunalımı, yabancılaşma, değersizleşme ve rakamsal değerlenme türünden olgular, insanî eylem-değer ilişkisinin bu açıdan incelenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu çalışma tüketim ahlâkına ait öz nitelikleri ortaya koyup, değersizleşme sürecinden geçen insanın, geleneksel değerlerinden kopuşunu ve tüketim ahlakının değer dünyası olarak adlandırdığımız "rakamsal değerlenme" içindeki ahlâkî konumunu eleştirel olarak incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Ahlâk, Tüketim Ahlâkı, Yabancılaşma, Değersizleşme, Ahlâkî Değer

The Moral of Consumption and Human In the Context of Depreciation and Alienation

Abstract

Moral is a field of evaluation which is special to human being who has a socio-culturel existence. This characteristic makes all human thoughts and behaviors to be evaluated morally. Human who has become alienated from his ontological characteristic along with globalization, drawing away from traditional values, he has for centuries, struggled to exist in a world where consumption morals are arbiter. The phenomena like identity depression, alienation, losing of values and numerical appreciation that came along with the transfering from the traditional community to the modern and postmodern community requires the examination of human being's act-value from this point of view. The aim of this study is to point out the numerical human being's socio-psychotic despair related to the philosophical outcomes.

Key Words: Moral, Moral of Consumption, Alienation, Depreciation, Moral Value

---

* Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü, Isparta, Türkiye, nejdetdurak@sdu.edu.tr, (0246) 211 0277.

** Yrd. Doç. Dr., Adıyaman Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi İslam Felsefesi ABD, Adıyaman, Türkiye, mirgat@adiyaman.edu.tr, (0416) 223 2772.

Giriş

Ahlâkî değerler, genel bir ifadeyle insan davranışlarını iyi veya kötü olarak tanımlamamızı sağlayan değerlerdir. Değer, eylemlerin ve kişilerin bir özelliği olarak, insanın varlığa kattığı bir bilinç boyutudur.[1] Ahlâkî değerler, insanın niyet-eylem örgüsünü, sosyal ilişki biçimini ve dünya görüşünü belirleyen varlık unsurlarıdır. İnsan, diğer canlılardan farklı olarak bir değerler dünyası içine doğmakta ve hem değer üreten bir varlık olduğu için hem de varlığın öz niteliği olan değişim[2] olgusuna bağlı olarak yaşadığı için bu değer dünyasını sürekli olarak güncellemektedir. Bu değişime boyun eğmeyen ve kalıcılığını koruyan inanç, kültür, tarih temelli başat manevî değerler olduğu gibi; değişimin, izlerini tamamen yok ettiği toplumsal yapı, yaşam biçimi ve yaşanılan zamana bağlı değerler de vardır. Bu yönüyle değerin önemli bir vasfı da onun insanı manevî olarak yükseltici, yetkinleştirici, mertebelendirici olan karakteridir.[3]

Varlığa ait bu değişimin sosyal alandaki tezahürü, geleneksel toplum yapısının değişerek sırasıyla modern ve postmodern toplum yapısına dönüşmüş olmasıdır.[4] Hiç şüphesiz bu dönüşüm, geleneksel değerlerin, yerini yeni değerlere bırakması sonucunu doğurmuştur. Dolayısıyla eski ile yeni arasında değerler ve tutumlar üzerinden farkedilebilen bir zihniyet değişimi ortaya çıkmıştır.

Modern zamanlarda ortaya çıkan küreselleşme, kültür endüstrisi ve tüketim odaklı yaşam biçimi olguları, varlığın, geleneksel değerlerden kopmasına ve söz konusu değerlerin içinin boşaltılmasına neden olmuştur. Bu süreç, kalıcı ve köklü değerlerin eylemsel işlevlerini yitirmesine; insan davranışlarını ve insanî ilişkileri, günübirlik, bireysel ve köksüz değerlerin belirlemesine yol açmıştır. Değerler, insanî ilişkilerin biçimini ve amacını belirleyen sosyal yapı unsurları olduklarından, değerlere ait özellikler, toplumu oluşturan bireylerin ya "dayanışma" ya da "rekabet" koşullarında sosyal ilişkilere katılmasını sağlamaktadır.[5]

Bu bağlamda manevî niteliği olan köklü değerlerin hüküm sürdüğü geleneksel toplumlarda insanî ilişkiler dayanışma[6] esasına göre belirlenirken; modern toplumlarda sosyal ilişkilerin odağında rekabet yer almaktadır.[7] Geleneksel değerler; toplumsal birlikteliği, tesânüdü, millî ve manevî hazzı hedeflerken; modern zamanlara ait değerler, bireyselliği, bencilliği ve rekabete dayalı münferit

---

[1] Kuçuradi, İoanna *Etik*, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara 2006, s. 181.

[2] Hughes, H. Stuart, *Toplum ve Bilinç*, Çev., Güzin Özkan, Metis Yayınları, İstanbul, 1995, s. 9.

[3] Ülken, Hilmi Ziya *Ahlâk*, Ülken Yayınları İstanbul 2001, s. 153.

[4] Şaylan, Gencay, *Postmodernizm*, İmge Yayınları, İstanbul, 2009, s. 24.

[5] Kaya, Yaşar, *Toplumsal Yapı*, Turan Yayıncılık, İstanbul, 2003, s. 20; Rokeach, Milton, *The Nature of Human Values*, The Free Press, New York, 1973, s. 13.

[6] Armağan, Mustafa, *Gelenek*, Ağaç Yayınları, İstanbul, 1992, s. 63.

[7] Ester, P.- Halman, L.- Moor, R., *The Individualizing Society*, Netherland, 1993, p. 100.

hazları hedeflemektedir.[8] Yine geleneksel toplumlarda ahlâkî eylemi belirleyen ve ortak ahlâk kriterlerinin kökenini oluşturan en temel mekanizma dinin şekillendirdiği vicdan[9] iken; sekülerleşmeyle birlikte dinin belirleyici ve düzenleyici güç olma özelliğini önemli ölçüde kaybettiği modern toplumlarda bu fonksiyonu, bireysel tercihler ve finansal (rakamsal) değerler icra etmektedir. Nitekim Descartes'in "ben"i,[10] modernizmin, bireycilik (individualizm) eksenli bir toplumsal yapı oluşturmasına imkân hazırlamış; bireyciliğin esas olduğu toplum yapısı olarak modernizm de bireyin kendi rasyonel değerlerini yaratmasına imkân sunmuştur. Bu durum, değerlerin birden çok, rölatif, bireysel ve köksüz olmasını beraberinde getirdiğinden modern toplumlarda "değersizleşme" ve "yabancılaşma" gibi değer bunalımları yaşanmıştır.

İnsanın bu dünyadaki var oluşuna yönelik anlamlandırma çabaları, aynı zamanda onun sosyal ve kültürel davranışlarını etkilemekte, belirlemektedir. Max Weber'e göre, toplumsal davranışı sadece yorumlayarak anlayabilir ve sebeplerini izah edebiliriz. İnsanı ve sosyo-ekonomik hayatını anlamak için metafizik ya da dinî kavramlardan hareketle değerler sistematiğinin iç mantığını açığa çıkarmak gerekir. Farklı toplumsal yapılarda insanların sosyal ve ekonomik davranışlarını anlamlandırmak ancak böylesi bir çabayla mümkün olabilecektir.[11]

Geleneksel toplumdan modern ve postmodern topluma geçişle birlikte ortaya çıkan kimlik bunalımı, yabancılaşma ve değersizleşme türünden olgular, insanî eylem-değer ilişkisinin bu açıdan incelenmesini zorunlu kılmaktadır.

Bu makalenin amacı, değersizleşme ve yabancılaşma gibi değer bunalımları bağlamında modern zamanların toplumsal ve kültürel bir fenomeni olan tüketim olgusuna ait değerler dünyasını irdelemek suretiyle tüketim toplumu insanının, adına "rakamsal değerlenme" diyebileceğimiz yeni bir değer bunalımı içerisindeki ahlâkî konumunu eleştirel olarak ele almaktır. Bunun için öncelikle değersizleşme ve yabancılaşmadan ne kast edildiğini ana hatlarıyla ortaya koymaya çalışacağız. Ardından ortaya çıkan bağlamdan hareketle tüketim ahlâkının değer dünyasında yerini alan ve adına "finanasal ya da rakamsal değerlenme" dediğimiz yeni değer bunalımını ve insanın bu değer(siz)lenme içindeki mevcut konumunu inceleyeceğiz.

---

[8] Ersoy, Ersan, "Bağsız Bireyin Modern Bunalımları: Değişen Dünyada Sosyal İlişkiler", *Türk Yurdu*, 2011, S. 292, s. 4.

[9] Ersoy, "a.g.m.", s. 4.

[10] Descartes, Rene, *Felsefenin İlkeleri*, Çev., Mesut Akın, Say Yayınları, İstanbul, 1995, s. 90.

[11] Aron, Raymond, *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*, Çev., Korkmaz Alemdar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, 1986, s. 509.

1- Değersizleşme Kavramı

Değer, Türkçede "bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet"[12] şeklinde tanımlanmaktadır. Felsefî literatürde ise değer, "belli bir davranış tarzı veya varoluşun temel amacı hakkında uzun süreli kişisel bir inanış",[13] "bir şeyin arzu edilir veya edilemez olduğu hakkındaki inanç",[14] "arzu edilen, arzu edilebilen şey, olaylarla ilgili insan tavrı, olgular ve nesneler hakkında ihtiyaç ve ideallere göre verilen yargı"[15] gibi tanımlamalarla ifade edilmektedir.

Değer, insan ve insana bağlı olarak var olan düzen itibariyle ortaya çıkan bir kavramdır.[16] Nitekim değer kavramı, insanî nitelikteki olgu ve olayları anlamlandıran ve onların insan açısından meşruiyet normlarını ortaya koyan ortak bir kabulü belirlemektedir.[17] Bu bağlamda değer, insan yaşamının fizikî ve manevî ihtiyaçlarının, meşru zeminde ve düzenli teminini kalıcı hale getiren ve her insan tarafından doğru kabul edilen dokunulmaz kuralların her biri anlamına gelmektedir.[18] Öyleyse değerler dünyası, insan doğasından kaynaklanan gerçek ihtiyaçların müşterek bir zeminde giderildiği güvenli bir düzen ortamı olarak tanımlanabilir.[19]

Bu perspektiften yola çıkıldığında "değersizleşme" kavramı ise, insan doğasından kaynaklanan ve toplumsal ortaklıkla meşrulaşan olgusal kodlar niteliğindeki sabit değerlerin yitirilmesi, yozlaşması ya da geçici, modern değerlerle yer değiştirmesi anlamına gelmektedir. Değersizleşmenin birey ve toplum üzerindeki psiko-sosyal yansımalarının neler olduğu hakkında şu somut örnekler verilebilir: a) Kendilik bilincinin kaybolması; modern insan, birey olma iddiasıyla toplumun değerlerini şahsiyetinde toplayan, yüceltilen örnek kişilikleri yaşamak yerine kendi istediğini yaşamakta ve kendi hislerini yüceltmektedir.[20] Modern insan, "kendi olma"yı reddeden bunun yerine popüler modelle özdeşleşmeye çabalayan insandır. Modern insanın içinde bulunduğu bu durumu, simülasyon ve gerçeklik üzerinden tahlil eden Baudrillard, imaj veya simülasyon ile gerçeklik arasındaki sınırın kaybolduğunu ve bununla birlikte gerçeğin yerine hipergerçekliklerin geçtiğini belirtmektedir.[21] Ona göre hipergerçek, gerçeğin yerine

---

[12] Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, TDK Yayınları, Ankara, 1998, I, 538.

[13] Rokeach, M., *The nature of human values*, Free Press, New York, 1973, p. 5.

[14] Güngör, Erol, *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, 2010, s. 27.

[15] Bolay, Süleyman Hayri, *Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü*, Akçağ Yayınları, Ankara, 1997, s. 93.

[16] Durak, Nejdet-İrğat, Muhammet, "Bir Çevre Problemi Olarak Değer Erozyonu: Yabancılaşma ve Değersizleşme Bağlamında İnsan-Çevre İlişkisi", *2. Uluslararası Çevre ve Ahlak Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Adıyaman Üniversitesi Yayınları, Adıyaman, 2014, II, ss. 1155-1162, s. 1156.

[17] Erdem, Hüsamettin, *Ahlâk Felsefesi*, Hü-Er Yayınları, Konya, 2003, s. 35-37.

[18] Aristoteles, *Nikomakhos'a Etik*, Çev. Saffet Babür, Bilgesu Yayınları, Ankara, 2009, 1103a.

[19] Durak-İrğat, "a.g.m.", s. 1156.

[20] Toku, Neşet; *"Değerlerin Dilemması; Subjektiflik ve Objektiflik", Bilgi ve Değer,* Ed. Şehabettin Yalçın, Vadi Yayınları, Ankara 2002, s. 102.

[21] Baudrillard, Jean, *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çev., Oğuz Adanır, Doğu-Batı Yayınları, Ankara, 2003, s. 15.

medyada idealize edilerek sunulan bedenlerin, eşyaların, tutum ve davranışların geçtiği durumdur. Baudrillard, klasik mantığın, simülasyona karşı tüm kategorileriyle mücadele etmeye çalıştığını ancak simülasyonun bu mantığı çoktan aşıp geçerek hakikat ilkesinin yerini aldığını belirtmektedir.[22]

b) Köksüzlük; modern zamanlarda birey, tarihinden ve tüm tarihsel değerlerinden koparak başta ahlâkî alanda olmak üzere her alanda kendine özgü, menfaatlerine uygun, dolayısıyla anlamsız ve köksüz değerler uydurmaktadır. Bu da bireylerin köklerinden kopmasına, parçalanmasına ve neticede yalnızlaşmasına neden olmaktadır. Bencillik ve menfaatçilik; yalnızlaşan ve özüne yabancılaşan insan, modern dünyanın insan için sunduğu en belirgin var olma koşulu olan "tüketim"[23] dünyasındaki rekabet, menfaatçilik, ihtiras ve başkasının kaybını kendisi için kazanç sayan başarı fikri ile bencilleşmiştir. Bencilleşen tüketim insanı, Baudrillard'ın deyimiyle tüketimin ona sunduğu bolluk ve refaha sadece kendisi sahip olduğunda zevk; başkalarıyla bölüştüğünde ise acı duyar.[24] Benim için iyi olan iyidir düşüncesiyle menfaati doğrultusunda her şeyi mubahlaştıran tüketim insanının tek hedefi, daha çok şeye başkalarından daha fazla ve daha önce sahip olmaktır. Bu da etrafındaki herkesi bir düşman ve yenilmesi gereken bir rakip olarak görmesine neden olur ki bu bakış, onu sonu gelmeyen bir huzursuzluk içine atar. Onun bütün hayatı, kendinden çok şeye sahip olanları kıskanmak ve kendinden az şeye sahip olanlardan da korkmakla geçer.[25] Bencillik ve menfaatçilik, bireyin, aile, akrabalık, komşuluk, cemaat ve gelenekle bağlarını koparmasına ve neticede değersizleşme yaşamasına neden olmuştur.[26]

Değersizleşmenin birey ve toplum üzerinden okunabilen somut yansımalarından birisi de amaçsızlıktır. Nitekim modern zamanlarda insan, artık uzun vadeli yüksek gaye ve değerlerden uzaklaşmış; geçici, basit gaye ve değerleri hedeflemiştir. Yine değersizleşme sürecini ve kültürel yozlaşmayı tetikleyen bir olgu olarak kültür endüstrisi, topluma tüketim kültürünü benimsetme ve böylece amaçsızlığı dayatmaktadır. Öyle ki tüketim kültüründe üretilen her yeni değer, bir öncekini değersiz kılacak biçimde sistematize edilmiştir. Dolayısıyla kalıcılığın olmadığı; tüketimin, var olmanın ve ayakta kalabilmenin yegane sebebi olarak belirlendiği bir ortamda, insanla nesne ve değer arasındaki duygusal bağ koparılmış, böylece insanın değerlerini koruduğu hafızası ve onları sembolize eden hatıraları anlamsızlaşmıştır.

Sonuç olarak değersizleşme sürecine ait tüm bu yaşantılar, bireyin ve toplumun değer dünyasında güven yerine korku ve güvensizlik; sevgi, hoşgörü ve dayanışma

---

22 Baudrillard, *a.g.e.*, s. 18.

23 Poole, Ross, *Ahlak ve Modernlik*, Çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1993, s. 101.

24 Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004, s. 22.

25 Fromm, Erich, *Sahip Olmak Ya da Olmak*, Çev. Aydın Arıtan, İstanbul, 1997, s. 30.

26 Ersoy, "a.g.m.", s. 5.

yerine çatışma ve ayrışma; ortak, kalıcı ülkü birliği yerine bireysel ve anlık hedeflerin yerleşmesine neden olmuştur.

2. Yabancılaşma Kavramı

Yabancılaşma, en genel ifadeyle bir varlığı başta kendi özü olmak üzere ait olduğu varlık dünyasından uzaklaştıran ve yabancı kılan eylem ya da gelişmelerin bütününe verilen addır.[27]

Yabancılaşma kavramının etimolojik kökenine baktığımızda Latince "alieno" kelimesinden türediğini, İngilizce ve Fransızcaya "alienation" olarak geçtiğini görmekteyiz. Türkçeye ise Farsça *boş, ıssız* yer anlamındaki "yâbân" sözcüğünden geçmiş olan yabancılaşma; el, yabani, yabancı, gayr-i medeni gibi anlamlara gelmektedir.[28]

Yabancılaşma olgusunu bir felsefi problem olarak inceleyen ilk düşünür, felsefesini "Mutlak Ruh"un yabancılaşması üzerine kuran Hegel'dir. Hegel, *Phaenomenologie des Geistes (Tinin Fenomonolojisi 'Görüngübilimi')* adlı eserinde insanı fenomenolojik ve tarihsel bir varlık olarak ele alıp varlığı, diyalektik oluş süreci içerisinde tanımlar. Bu sürecin temelinde düşünme ve varlığın türdeşliğini ifade eden 'akıl', 'töz' veya 'ide' yer almaktadır. Tinin amacı, kendi bilinç ve özgürlüğüne ulaşmaktır. Bu bağlamda ilk gerçekleşmesini doğada bulan tin, böylece kendi özüne yabancılaşarak başka bir şeye dönüşür.[29] Hegel, tinin, doğada başlayan bu yabancılaşma sürecinin, sırasıyla tarihsel varlık alanı olan topluma, kültür alanına ve sanata doğru ilerleyerek devam ettiğini belirtir.[30] Hegel bu süreci 'sübjektif tin'den başlayarak basamak basamak 'objektif tin' ve oradan 'mutlak tin' olan ve sanat, din ve felsefede ifadesini bulan, tinin gelişme basamakları şeklinde açıklar.[31]

Buna göre tinin yabancılaşmasının, toplumsal varlık olan insan üzerindeki yansıması, insanın sınırsız ihtiyaçlarını karşılayabilmek için sürekli faaliyeti sırasında kendisini, tasarımlarını yani özünü fiziksel nesnelerde, toplumsal kurumlarda, kültürel ürünlerde dışsallaştırması şeklinde izlenebilir. Bu izlenim, insanın fiziki anlamda var oluşu ile manevî anlamdaki var oluşu arasındaki mesafenin açıldığını ve dolayısıyla özüne yabancılaştığını göstermektedir.[32]

Yabancılaşma sürecinin insan tarafından aşılmasının, insanın, kendi dışındaki dünyadan başka bir şey olduğunun bilincine vararak öz bilincine ulaşması ile

---

[27] Durak-İrğat, "a.g.m.", s. 1157.

[28] Eyüboğlu, İsmet Zeki, *Türk Dilinin Etimolojik Sözlüğü*, Sosyal Yayınları, İstanbul, 1995, s. 714.

[29] Gökberk, Macit, *Felsefe Tarihi*, Remzi Kitapevi, İstanbul 1990, s. 438; Özlem, Doğan, *Tarih Felsefesi*, Say Yayınları, İstanbul, 2010, s. 121-122.

[30] Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, *Tinin Görüngübilimi*, Çev., Aziz Yardımlı, İdea Yayınları, İstanbul, 1986, s. 23.

[31] Özlem, *a.g.e.*, ss. 122-123.

[32] Tolan, Barlas, *Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma*, Toplum Bilimleri Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara, 1980, s. 145.

mümkün olacağını söyleyen Bumin, bunun da ancak zamansal-mekânsal bir gerçeklik olarak kavranılması, öz bilinçle dünya ilişkisinin Descartes ve Kant'da gördüğümüzden farklı bir biçimde kurulmasını gerektirdiğinden söz eder.[33]

Bumin, Hegel felsefesinde yer alan efendi-köle diyalektiğinin, öz bilincin özerkliğine kavuşma süreci olduğundan bahsetmekte ve insan-insan, insan-doğa ilişkisinin tarihini, köle ve efendi diyalektiğinin karşılıklı olarak birbirlerini etkilemesinin diyalektiği olarak görmektedir.[34] Dolayısıyla efendi-köle diyalektiği, insanın, insan olma, kendi bilincine ulaşarak özgürleşme sürecinin bir ifadesi olmaktadır. İnsan, hayvanlardan farklı olarak kendi biyolojik varoluşunu kendini özerk bir varlık olarak kabul ettirme doğrultusunda mücadele ederek aşar. Buna göre köle, savaşta kendi doğasını aşamadığı için efendinin ve doğanın kölesi olarak çalışacaktır.[35]

Hegel'den etkilenen Marx ise yabancılaşma sorununu toplumsal bir fenomen olarak ele almıştır. Kendisine ulaşan birikimi bir eleştiri sürecinden geçirerek yabancılaşma biçimlerini değerlendiren Marx, yabancılaşma kavramına idealist açıdan bir tanım getirme yerine yaşanan tarihsel, somut gerçeklik içeresinde devleti, insanın yabancılaşmasının bir biçimi olarak tanımlamıştır.[36] Yabancılaşma, bu yaklaşım doğrultusunda insanlığın gelişiminin doğal bir sonucu olarak zorunlu yaşanan, kaynağını insanın üretici eyleminde bulan bir olgu olmaktadır.[37] Marx'ın tarih anlayışına göre tarihi belirleyen şey, tinsel bir töz olmayıp, maddi ilişkiler bağlamında şekillenen sosyo-ekonomik yapılardır. Bu doğrultuda süreç modern toplum olarak tanımlanan kapitalist toplumu belirginleştirerek, insanın öncelikle kendi emeğine, toplumsal ilişkilerine, özüne yabancılaşmasını ortaya çıkararak, insanın diğer insana düşman olmasına sebep olmaktadır.[38] Bu sürecin doğal sonuçlarından biri kişinin doğaya yabancılaşmasıdır.

Marx, *Kapital*'de insanın kendi özünden uzaklaşmasının, yabancılaşmasının ulaştığı en son boyutu ifade etmek için "meta fetişizm" kavramına yer vermektedir. Meta fetişizm, emekten bağımsız olarak ürünlerin, kendi içlerinde ve kendilerinin değer sahibi olmasıdır. Bunun sonucunda insan eliyle insan ihtiyaçlarını karşılamak üzere var olan metaların kendileri, bir amaca dönüşmüş olur.[39]

Bottomore'e göre Marx'ın amacı:"…kapitalist toplumun 'yabancılaşma'larından kurtulmuş insanın, içinde, hem doğayı hem toplumsal ilişkilerini anlayarak ve kontrol ederek, kendi kaderine hükmeder halde yaşadığı bir toplumdu ve ona göre

---

[33] Bumin, Tülin, *Hegel Bilinç Problemi, Köle-Efendi Diyalektiği Praksis Felsefesi*, Alan Yayıncılık, İstanbul, 1987, s. 23.

[34] Bumin, *a.g.e.*, s. 33.

[35] Bumin, *a.g.e.*, s. 34.

[36] Bottomore, T.B.-Rubel Maximilien, *Marx'ın Sosyolojisi*, Chiviyazıları, İstanbul, 2006, s. 25.

[37] Bottomore-Maximilien, *a.g.e.*, s. 26.

[38] Bottomore-Maximilien, *a.g.e.*, s. 54.

[39] Cohen, Gerald A., *Karl Marx'ın Tarih Teorisi*, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul, 1998, s. 145-146.

bu, sosyalist hareketin de amacıydı. Bu, Marx'a özgü bir ideal değil, 19. yüzyılın ilerlemeci kuramlarının önde gelen bir eğilimiydi."[40]

19. yüzyılın kapitalist anlayışı doğrultusunda öne çıkan "biriktirme", "sahip olma", "tüketimden kaçınma", gibi yaklaşımlar, 20. yüzyılın kapitalist anlayışı ile birlikte yerini son derece sakıncalı bir anlayış olan "tüketme erdemine" terk etmiş gözükmektedir. Marx'a göre sosyo-ekonomik üretim biçiminin nesnel koşullarının oluşturduğu bu süreç sonucunda insanlar kendi özüne yabancılaşmaktadır.[41]

Durkheim ise Marx'a benzer bir şekilde yabancılaşma kavramını sosyo-ekonomik bağlamda ele almıştır. O, yabancılaşmayı, kuralsızlık (anomi) anlamında kullanmıştır. Ona göre, geleneksel toplum yapısının özelliği olan "mekanik dayanışma"dan modern toplum yapısının özelliği olan "organik dayanışma"ya geçişle birlikte iş bölümü olgusunda insan merkezli olumsuzluklar ortaya çıkmıştır. Bayhan, Durkheim'in, bu olumsuzlukların sebebini, organik dayanışmada çalışanların, yaptıkları işin amacını ve anlamını kavrama imkânından uzaklaştırılmaları olarak belirttiğini aktarmaktadır.[42] Bayhan, Durkheim'in kuralsızlık (anomi) anlamındaki yabancılaşma olgusunun, söz konusu nedene bağlı olarak sosyo-ekonomik temelde başladığını ve özellikle ekonomik krizlerin artması, iflasların çoğalması, işveren-ücretli ilişkilerinin bozulması gibi ortamlarda zirveye ulaştığını belirtmektedir.[43]

Yabancılaşma olgusu modern hayat içerisinde insanı; sosyolojik, psikolojik, ekonomik, metafizik gibi pek çok boyutu ile incelemeyi gerektiren bir kavramdır. Yabancılaşma, insanın kendisini belirleyen değerlerden uzaklaşmasının adıdır. İnsanı kuşatan kültürel, toplumsal değerlerin yitirilmesinin, kaybolmasının, psikolojik bir kopuşun ortaya çıkmasıdır. Akyıldız'a göre: "Bireysel özün içeriğinin ne olduğunun somut şekilde ortaya konamamış olması yabancılaşma olgusunun nedenlerini ve içeriğini belirsiz konuma sokmaktadır. Söz konusu belirsizlikler yabancılaşma olgusunu ele alan çeşitli düşünürlere, kendilerinin sahip oldukları ideolojik ve felsefi yaklaşımlarına uygun çeşitli yorum ve fikir üretme imkânı vermektedir."[44] Bu bağlamda yabancılaşma olgusunun biyolojik ve psikolojik olmak üzere iki boyutu söz konusudur. Postmodern insanı, biyolojik olarak ölmemek; psikolojik olarak ise meşgul olmak için yaşayan ve bunun farkında olan varlık biçiminde tanımlarsak[45] öncelikle biyolojik anlamda var olabilmek -hayatta

---

[40] Bottomore, T.B.-Rubel Maximilien, *a.g.e.*, s. 55.

[41] Akyıldız, Hüseyin, "Bireysel ve Toplumsal Boyutlarıyla Yabancılaşma", *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBFD.*, Yıl: 1998, S. 3, Güz, ss. 163-176, s. 165.

[42] Bayhan, Vehbi, *Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1997, s. 11.

[43] Bayhan, *a.g.e.*, s. 11.

[44] Akyıldız, Hüseyin, "a.g.m"., s. 175.

[45] Özdemir, Muhammet, "Kur'ân ve Sosyal Bilimlerin İnsan Yaklaşımları", *EskiYeni Anadolu İlahiyat Akademisi Araştırma Dergisi*, S. 26, Bahar 2013, Ankara, s. 9.

kalmak- için; ikinci olarak, ölüm temasına yönelik bilinçten doğan psikolojik meşguliyet ihtiyacı için mücadele eden bir varlıktan söz etmiş oluruz.

Postmodern insanın kendini ikame edebileceği değerler dünyası (ideoloji, din, kültür, millet) modern dünyada anlamsızlaştığından ve sahip olduğu ahlâkî değerlerin giderek içi boşaldığından insan, gerek bu boşluğu doldurmak için ve gerekse var olmak için farklı argümanlara yönelmektedir. Bunun yanı sıra gelişen teknoloji ve iletişim araçları, dünyayı küreselleştirirken, insan sanal bir dünyada yalnızlaşmakta ve ontolojik olarak geleneksel doğa ile ilişkisini belirleyen ahlâkî değerlerden uzaklaşmakta, onlara yabancılaşmakta, sanal bir gerçekliğin içerisine sürüklenmektedir.

Gerek Hegel'in felsefi tahlili ve gerekse Marx ve Durkheim'in sosyo-ekonomik tahlili ile ele aldığı yabancılaşma kavramının, özelde bireyin ve genelde toplumun öz değerlerinden uzaklaşması ve kimlik yitimi yaşaması anlamına geldiği son derece açıktır.

3. Tüketim Ahlâkı'nın Değerler Dünyası: Rakamsal Değerlenme ve İnsan

Baudrillard, en belirgin özelliği, sürekli farklılaşan ürün ve hizmetler sunarak ve medya aracılığıyla o ürün ve hizmetlere yüklenen imaj ve değerleri bireysel tüketimi teşvik amacıyla kullanan, tüketim kültürünün hâkim olduğu toplumu "*tüketim toplumu*" olarak tanımlamaktadır.[46]

Tüketim toplumunda marka ve imaj esasına dayalı "lifestyle" diye adlandırılan kalıplaşmış hayat tarzları mevcuttur. Bu toplumun üyesi olan insanların en belirgin özelliği ise sürekli tüketmektir. Tüketim toplumunda insanlar, yaşamak için tüketmek yerine, tüketmek için yaşamaktadırlar.[47] Bu anlayışa göre tüketim, postmodern insanın biyo-psişik yaşamını devam ettirme yolunda bir amaç haline dönüşmüştür. Bu doğrultuda şekillenen bir sistemde var olabilmenin yolu, ancak bu sistemin üretmiş olduklarını tüketmekten geçmektedir. Mezkûr tutum, bireylerin ürün ve hizmet seçimleri yani tüketimleri, kendilerine yeni yaşam biçimleri oluşturmalarında farklılıklar içeren, sıradan olmayan, ayrıcalıklı ve seçkin bir tarza sahip olabilme duygusunu hayata geçirmeyi öngörmektedir. Tüketim toplumu insanları, satın alarak çok şeye sahip olma ve bunları sürekli tüketerek var olma çabasındaki kişilerdir.[48]

Tüketim toplumunda medya aracılığıyla ürünler nesnel varlıklar olarak değil daha çok öznel "semboller" olarak tanımlanmaktadırlar. Ürünün ne olduğundan çok neyi temsil ettiği önemlidir. Gerçek olan değil, ürünün taşıdığı ve yarattığı

[46] Baudrillard, *a.g.e.*, s. 38.

[47] Featherstone, Mike, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev., Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2005, s. 67.

[48] Lindstrom, Martin, *Buyology*, Optimist Yayınları, İstanbul, 2009, s. 56.

imaj, odak noktasıdır. Tüketici için "medyatik hedonizm",[49] hayatın her anını ve her alanını hazzın kendisi olarak algılatma çabası içerisinde belirginleşmektedir. Sunulan yeni yaşam biçimleri de bu süreçte ister sanal, ister gerçek ortamda olsun hazzı ve beraberinde tüketimi yaşamın merkezine taşımaktadır. Yeni hayat biçimleri adı ile büyük sermayelerin kontrolünde gerçekleşen, tüketime yönelik süreçte lüks ve onu çağrıştıran kavramlar ile statü, ancak nesnelerle elde edilebilir konuma gelmiştir.[50] Tüketimin ise, ihtiyaçların giderilmesi ile sınırlı olan yapısı, tüketim toplumu içinde yerini arzu ve isteklerin giderilmesine bırakmıştır. Bu anlamda, "arzular ve sosyal formlarıyla tüketim, "bir yaşam tarzı içinde hedonist, gösteriş ve bir gruba ya da kültüre ait olma gibi amaçlar için prestiji yüksek markaları, estetikleşmiş ürünleri ve hizmetleri satın alma, sahiplenme ve kullanma" şeklinde tanımlamaktadır."[51]

Biyolojik olarak ölmemek, psikolojik olarak ise meşgul olmak için yaşayan ve bunun farkında olan insanın tüketime adapte olması sırasında kaotik ve egoist bir yaşam tarzı ortaya çıkmaktadır. Sözünü ettiğimiz hayat tarzıyla kastedilen, bireyin samimiyet, güven, dayanışma, empati, gibi ahlâkî değerlerinin var olma hırsı ve yarışı nedeniyle erozyona uğraması ve bunun sonucunda kendi varlığını başkalarını öteleyerek bencilce sağlamasıdır.

Modern insan, ahlâkî açıdan bir açmazla karşı karşıyadır. Çünkü kendi hayatını kuşatan zihniyet, kişiyi bir yönüyle ahlaki tutarsızlığa doğru sürüklemektedir. Bu açıdan kişinin benimsediği ahlâkî değerler, onun karşı karşıya kaldığı ikilemleri aşmasında, yaşadığı çağın taşıdığı problemleri çözüme kavuşturmasında büyük öneme sahiptir. Bu yönüyle ahlaklılık bir insan başarısıdır. Olması gerekenle olan arasındaki karşıtlık, çatışkılar, ahlâkî gerilimin yaşandığı, insanın ahlâkî sorumluluğunun, katılımının belirginleştiği bir zemini ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç

Yabancılaşma ve değersizleşme, insandaki biyolojik güven ihtiyacını, güvensizliğe; birlikte yaşama ihtiyacını, samimiyetsizliğe; var olma ve önde olma ihtiyacını ise bencilliğe sürükleyerek onda değer kayması yaşatmaktadır.

Tüketim toplumunda, İslam ahlâkının temel değerleri olan kanaatkârlık, tevazu ve saygınlık gibi değerler, tahrip olmuş ve biçim değiştirmiştir. Bunun yerine "rakamsal değerler"den oluşan yeni bir değer dünyası, tüketim insanını kuşatmıştır. "Rakamsal değerlenme" biçiminde kavramsallaştıracağımız tüketim toplumunun değer dünyasında insan, her şeye en önce sahip olma ve bu sayede toplumda saygınlık kazanma yarışına girişmiş, sahip olduğu para, mal, unvan,

[49] Belk, Russell W., *Collecting in a Consumer Society*, Routledge, London and New York, 1995, p. 98.
[50] Corrigan, Peter, *The Sociology of Consumption*, Sage Publications, London-Thousand Oaks- New Delhi, 1997, p. 113-115.
[51] Zorlu, Abdulkadir, *Tüketim Sosyolojisi*, Global Yayınları, Ankara, 2006, s. 60.

kredi notu vb. finansal değerlerle tanımlanan ve ölçülen finansal bir varlık haline dönüşmüştür. Finansal değerlerin varlık kategorisine dönüştüğü bu süreçte insan, kalıcı ahlâkî erdemlerini maddi erdemlere bırakmaktadır.

Rakamsal değer dünyası, insanın iç dünyasını dikkate almayan, onu kendi öz benliğine yabancılaştıran bir dünyadır. Nitekim insanın manevî dünyasında hiçbir kavramın rakamsal karşılığı yoktur. Tüketim toplumunda sosyal yaşam, rakamların toparlanarak bir anlam ifade ettiği istatistik bilimi ile ifade edilmekte, insanın manevî dünyasına yabancı bu kavramlar insana, insanî bir yaklaşımı ve bu yolla oluşacak bir felsefi bakış açısını engellemektedir.

Tüketim toplumunda, insana rakamlar aracılığıyla değer biçilmektedir. Bu durum, özellikle finansal değerlerin ön plana çıktığı bankacılık ve pazarlama sektöründe daha da belirgindir. Bu sektörlerde çalışan insanlara verilen hedefler değerlendirme esaslarının temelini oluşturuyor.

Tüketim ahlâkının değer dünyasında, insan da kendi değerini rakamlarla ifade ederek "rakamsal değerlenme" yaşamaktadır. Öyle ki, insanın sahip olduğu rakamsal değerler, onun toplum içindeki konumunu, statüsünü belirlemekte; bu değer dünyasında insanlar, banka hesabındaki tutarlar kadar değer kazanmaktadır. Söz konusu değer dünyasında insanın mânevi yönü ihmal edilmekte hatta görmezden gelinmektedir. Öyle ki bu ahlâkı içselleştiren insan, finansal (rakamsal) değeri yükseldikçe bu değerden yoksun olan başkalarını bir meta olarak algılamakta, onları satın almaya, zevk ya da stres atma aracı olarak kullanmaya hatta en temel insanî hakkı olan yaşam hakkını çok kolayca elinden almaya kalkışabilmektedirler.

Tüketim ahlâkının değerler dünyasında kişisel gelişim adı altındaki birtakım sihirli formüller yoluyla insan, iyi bir insan olmaya değil, rakamlarla ifade edilen değerlerde daha yüksek seviyeye sahip olmaya özendirilmektedir. Rakamların dünyası ile çevrelenmiş insan, bu dünyada başarılı olabilmek için mânevi değerlerinden uzaklaşmakta, rakamsal değerlere ulaşabilmek için, rakamların değer ifade etmediği iç dünyasını, vicdanını ve duygularını gerektiğinde göz ardı etmektedir.

Tüketim toplumundaki ahlâkî sorunların çoğu, tüketim ahlâkının değerler dünyası ile geleneksel değerler dünyası arasındaki karşıtlıktan kaynaklanmaktadır. Rakamların insanı, manevî boyutta yücelmeye çalışan geleneksel insanı küçümsemekte ve onun değer dünyasını göz ardı etmektedir.

Rakamsal değer dünyası, hiçbir dinî, kültürel, millî ya da geleneksel değeri tanımamakta hatta bütün bu değerleri, birer ayak bağı olarak görmektedir. Rakamların dünyasında, mutluluk rakamla ifade edilen değerlere sahip olmaktan geçtiği için insanlar sevdiklerini rakamsal değer ifade eden nesnelerle mutlu etmeye çalışmaktadır. Aynı şekilde sevmediklerini de rakamsal değerlerle cezalandırmaktadırlar.

Sonuç olarak, tüketim ahlâkının değer dünyası rakamlardan ibaret olan katı, maddi ve soğuk bir nitelik arzetmekte iken; bu değer dünyasında var olmaya çalışan insan ise esnek, manevî ve duygusal bir nitelik taşımaktadır. Hal böyle olunca insan, bu değer dünyasında sürekli bir çatışma, arada kalma, intihar, güvensizlik ve yalnızlaşma gibi toplumsal anomali haline itilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyıldız, Hüseyin, Bireysel ve Toplumsal Boyutlarıyla Yabancılaşma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBFD*, Y. 1998, S. 3, Güz, ss. 163-176.
- Aristoteles, *Nikomakhos'a Etik*, Çev. Saffet Babür, Bilge Su Yayınları, Ankara 2009.
- Armağan, Mustafa, *Gelenek,* Ağaç Yayınları, İstanbul 1992.
- Aron, Raymond, *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*, Çev. Korkmaz Alemdar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara 1986.
- Baudrillard, Jean, *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2004.
- -------------, Jean, *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu-Batı Yayınları, Ankara 2003
- Bauman, Zygmunt, *Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları*, Çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2007.
- ----------, Zygmunt, *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*, Çev. Abdullah Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2009.
- Bayhan, Vehbi, *Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 1997.
- Belk, Russell W., *Collecting in a Consumer Society*, Routledge, London and New York 1995.
- Bottomore, T.B.-Rubel Maximilien, *Marx'ın Sosyolojisi*, Chiviyazıları, İstanbul 2006.
- Bolay, Süleyman Hayri, *Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü*, Akçağ Yayınları, Ankara 1997.
- Bumin, Tülin, *Hegel Bilinç. Problemi, Köle-Efendi Diyalektiği Praksis Felsefesi*, Alan Yayıncılık, İstanbul 1987.
- Cohen, Gerald A., *Karl Marx'ın Tarih Teorisi*, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul 1998.
- Corrigan, Peter, *The Sociology of Consumption*, Sage Publications, London-Thousand Oaks- New Delhi 1997.
- Descartes, Rene, *Felsefenin İlkeleri*, Çev., Mesut Akın, Say Yayınları, İstanbul 1995.
- Durak, Nejdet-İrğat, Muhammet, "Bir Çevre Problemi Olarak Değer Erozyonu: Yabancılaşma ve Değersizleşme Bağlamında İnsan-Çevre İlişkisi", 2. *Uluslararası Çevre*

ve Ahlak Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Adıyaman Üniversitesi Yayınları, Adıyaman 2014, II, ss. 1155-1163.

- Erdem, Hüsamettin, *Ahlâk Felsefesi*, Hü-Er Yayınları, Konya 2003.
- Ersoy, Ersan, "Bağsız bireyin Modern Bunalımları: Değişen Dünyada Sosyal İlişkiler", *Türk Yurdu*, 2011, S. 292, ss. 1-8.
- Ester, P.- Halman, L.- Moor, R., *The Individualizing Society*, Netherland 1993.
- Eyüboğlu, İsmet Zeki, *Türk Dilinin Etimolojik Sözlüğü*, Sosyal Yayınları, İstanbul 1995.
- Featherstone, Mike, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 2005.
- Fromm, Erich, *Sahip Olmak Ya da Olmak,* Çev. Aydın Arıtan, İstanbul 1997.
- Gökberk, Macit, *Felsefe Tarihi*, Remzi Kitapevi, İstanbul 1990.
- Güngör, Erol, *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar*, Ötüken Neşriyat, İstanbul 2010.
- Habermas, Jürgen, *İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim,* Çev. Mustafa Tüzel, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 1993.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, *Tinin Görüngübilimi*, Çev., Aziz Yardımlı, İdea Yayınları, İstanbul 1986.
- Hughes, H. Stuart, *Toplum ve Bilinç*, Çev., Güzin Özkan, Metis Yayınları, İstanbul 1995.
- Kaya, Yaşar, *Toplumsal Yapı,* Turan Yayıncılık, İstanbul 2003, s. 20.
- Kuçuradi, İoanna *Etik*, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara 2006.
- Lindstrom, Martin, *Buyology*, Optimist Yayınları, İstanbul 2009.
- Özlem, Doğan, *Tarih Felsefesi*, Say Yayınları, İstanbul 2010.
- Özdemir, Muhammet, "Kur'ân ve Sosyal Bilimlerin İnsan Yaklaşımları", *Eski Yeni Anadolu İlahiyat Akademisi Araştırma Dergisi*, S. 26, Bahar, Ankara.
- Poole, Ross, *Ahlak ve Modernlik*, Çev., Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1993.
- Şaylan, Gencay, *Postmodernizm*, İmge Yayınları, İstanbul 2009.
- Rokeach, Milton, *The Nature of Human Values*, The Free Press, New York 1973.
- Tezcan, Mahmut, "Gençlik ve Yabancılaşma", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Y. 1985, 18/1, ss. 121-127.
- Toku, Neşet, *"Değerlerin Dilemması; Subjektiflik ve Objektiflik", Bilgi ve Değer*, Ed. Şehabettin Yalçın, Vadi Yayınları, Ankara 2002, ss. 99-105.
- Tolan, Barlas, *Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma*, Toplum Bilimleri Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 1980.

- Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, TDK Yayınları, I, Ankara 1998.
- Ülken, Hilmi Ziya *Ahlâk*, Ülken Yayınları İstanbul 2001.
- Zorlu, Abdulkadir, *Tüketim Sosyolojisi*, Global Yayınları, Ankara 2006.

The Ethics of Consumption and People in Regard to Depreciation and Alienation*

Nejdet DURAK**

Muhammet İRĞAT***

Abstract

Morality is a field of evaluation which is special to human beings who have a socio-cultural existence. This characteristic makes all human thoughts and behaviors evaluated morally. Humans who have become alienated from his ontological characteristic along with globalization, drawing away from traditional values, has for centuries, struggled to exist in a world where consumption morals are arbiter. The phenomena like identity depression, alienation, losing of values, and numerical appreciation that came along with the transferring from the traditional community to the modern and postmodern community requires the examination of human being's act-value from this point of view. The aim of this study is to point out the numerical human being's socio-psychotic despair related to the philosophical outcomes.

Key Words: Moral, Moral of Consumption, Alienation, Depreciation, Moral Value

Değersizleşme ve Yabancılaşma Bağlamında Tüketim Ahlâkı ve İnsan

Özet

Ahlâk, sosyo-kültürel bir varlık olan insana ait bir değerlendirme alanıdır. İnsana özgü bu nitelik, onun bütün düşünce ve davranışlarının ahlâkî değerlendirmeye tabi tutulmasını zorunlu kılmaktadır. Küreselleşme süreci ile birlikte bu varoluşsal niteliğine yabancılaşan insan, yüzyıllardan beri sahip olduğu geleneksel değerlerden uzaklaşarak tüketim olgusunun belirleyici olduğu tüketim ahlâkının değerler dünyasında var olma çabasındadır. Geleneksel toplumdan modern ve postmodern topluma geçişle birlikte ortaya çıkan kimlik bunalımı, yabancılaşma, değersizleşme ve rakamsal değerlenme türünden olgular, insanî eylem-değer ilişkisinin bu açıdan incelenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu çalışma tüketim

---

* This paper is the English translation of the study titled "Değersizleşme ve Yabancılaşma Bağlamında Tüketim Ahlâkı ve İnsan" published in the 3th issue of *İlahiyat Akademi.* (Nejdet DURAK, Muhammet İRĞAT, "Değersizleşme ve Yabancılaşma Bağlamında Tüketim Ahlâkı ve İnsan", *İlahiyat Akademi,* sayı: 3, 2016, s. 75-88.) The paper in Turkish should be referred to for citations.

** Assoc. Prof. Dr., Süleyman Demirel University, Faculty of Divinity, School of Philosophy and Sciences of Religion, Isparta, Turkey, nejdetdurak@sdu.edu.tr, (0246) 211 0277.

*** Asst. Assoc. Prof. Dr., Adıyaman University, School of Islamic Sciences, Department of Islamic Philosophy, Adıyaman, Turkey, mirgat@adiyaman.edu.tr, (0416) 223 2772.

ahlâkına ait öz nitelikleri ortaya koyup, değersizleşme sürecinden geçen insanın, geleneksel değerlerinden kopuşunu ve tüketim ahlakının değer dünyası olarak adlandırdığımız "rakamsal değerlenme" içindeki ahlâkî konumunu eleştirel olarak incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Ahlâk, Tüketim Ahlâkı, Yabancılaşma, Değersizleşme, Ahlâkî Değer

Introduction

Moral values are briefly the elements that enable us to define human behaviors as benevolent or malevolent. Value is a dimension of awareness one adds to one's existence as an actual and personal characteristic.[1] Moral values are the existential elements determining one's pattern of intention and action, social relationship type, and philosophy. Humans are born into a world of values, and they constantly update these values as they are the creatures generating values and living in relation to the concept of change[2], the essential quality of existence, which is different compared to the other creatures. There are certain dominant spiritual values which are based on beliefs, cultures, and history, which do not succumb to changes, and which maintain permanence. However, there are also other values which are based on the social structure, lifestyle, and current time. The traces of these values are terminated by changes. Another important aspect of values is their quality that spiritually enhances, develops and raises one.[3]

The social reflection of this existential change is that the traditional social structure is transformed into modern and postmodern structures of society.[4] It is beyond a doubt that this change has resulted in the replacement of traditional values with the new ones. Thus, a mindset change that can be recognized through the old and new values and attitudes has emerged.

The modern concepts of globalization, culture industry, and consumption-based lifestyle caused people to deviate from traditional values and these values to lose their meanings and significance. This process also caused permanent and radical values to lose their functions and human behaviors and relationships to be determined by daily, personal, and rootless values. As values are the social structure elements determining the form and purpose of human relationships, value-related concepts enable people forming the society to participate in social relationships under either "solidarity" or "competitive" conditions.[5]

Human relationships are determined based on the principle of solidarity in the traditional societies where spiritual and radical values are dominant[6], but the social

[1] Kuçuradi, İoanna *Etik*, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara 2006, p. 181.

[2] Hughes, H. Stuart, *Toplum ve Bilinç*, Trs., Güzin Özkan, Metis Yayınları, Istanbul, 1995, p. 9.

[3] Ülken, Hilmi Ziya *Ahlâk*, Ülken Yayınları Istanbul 2001, p. 153.

[4] Şaylan, Gencay, *Postmodernizm*, İmge Yayınları, Istanbul 2009, p. 24.

[5] Kaya, Yaşar, *Toplumsal Yapı,* Turan Yayıncılık, İstanbul, 2003, p. 20; Rokeach, Milton, *The Nature of Human Values*, The Free Press, New York, 1973, p. 13.

[6] Armağan, Mustafa, *Gelenek,* Ağaç Yayınları, Istanbul 1992, p. 63.

relationships in modern societies focus on competition.[7] Traditional values aim social association, solidarity, and national and spiritual pleasures but the values of modern times focus upon personal pleasures based on personality, selfishness, and competition.[8] Moreover, the simplest mechanism determining the ethical action in traditional societies and constituting the root of common ethical criteria is the concept of awareness shaped by religions[9], but this function is fulfilled by the personal preferences and financial (digital) values in modern societies where religions significantly lost their organizing and regulatory characteristics. Descartes' concept of "self"[10] enabled people to form a social structure based on modernism and individualism, and modernism as a personal social structure helped people create their own rational values. As this process causes values to be multiple, relative, personal, and rootless, value crises containing certain concepts such as "depreciation" and "alienation" occurred in modern societies.

The efforts to make the existence of people in this world more meaningful affect and determine their social and cultural behaviors. According to Max Weber, we can understand social behaviors and explain the relevant reasons only through interpretation. Internal logics of value-related systematics should be revealed considering the metaphysical or religious concepts to understand people and socio-economic life. Making people's social and economic attitudes meaningful in different social structures is possible only through such efforts.[11]

The concepts of identity crisis, alienation, and depreciation, all of which emerged upon the transition from traditional society to modern and postmodern society, obligate the examination of human actions-values from that perspective.

This study aims to critically review the ethical position of consumption society in a new value crisis which can be called as "digital evaluation" by analyzing the world of values belonging to the concept of consumption, a social and cultural phenomenon of the modern times in regard to value crises such as depreciation and alienation. For that purpose, this study briefly demonstrates the intentions behind the concepts of depreciation and alienation. In addition, considering the new context, it examines the new value crisis that is positioned in the world of values within the ethics of consumption and that is called "financial or digital appreciation", and it analyzes the current position of people in this appreciation or depreciation process.

---

[7] Ester, P.- Halman, L.- Moor, R., *The Individualizing Society*, Netherland 1993, p. 100.

[8] Ersoy, Ersan, "Bağsız Bireyin Modern Bunalımları: Değişen Dünyada Sosyal İlişkiler", *Türk Yurdu*, 2011, p. 292, I. 4.

[9] Ersoy, "ibid.", p. 4.

[10] Descartes, Rene, *Felsefenin İlkeleri*, Çev., Mesut Akın, Say Yayınları, Istanbul 1995, p. 90.

[11] Aron, Raymond, *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*, Trs., Korkmaz Alemdar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara 1986, p. 509.

1- The Concept of Depreciation

Value is defined as "the abstract criterion used to determine the value of something" or the "worth of something"[12]. This term is defined in the philosophical literature as "a long-term belief regarding a certain style of behavior or main purpose of existence",[13] "a belief regarding whether something is desirable or not",[14] or "desired or desirable facts of actions, and judgments made based on the needs and ideals regarding the human attitudes, cases and objects related to these desired or desirable facts or actions"[15].

Value is a concept that exists based on people and that emerges in line with the social organization.[16] In addition, the concept of value determines a process of common acceptance making the human concepts and events meaningful and presenting the justification norms regarding people.[17] Accordingly, the concept of value means all untouchable rules which make the process of meeting physical and spiritual needs of human life on a legal ground permanent and which are accepted as correct by everybody.[18] Therefore, the world of values can be defined as a safe environment of rules where real needs arising from human nature are met on a common ground.[19]

From that perspective, the concept of "depreciation" means losing the constant values which arise from human nature, become justified through the social partnership and are regarded as factual codes, replacement of these values with modern values or corruptions regarding this process. The following are the concrete examples regarding the psycho-social reflections of depreciation over people and society: a) Losing the self-related awareness; modern people relate the social values with their personalities with the claim of becoming a person, live what they prefer instead of following the glorified models, and glorify their own feelings.[20] Modern people are those who reject being themselves and make effort to adopt the popular model. Analyzing the current state of modern people over the concepts of simulation and reality, Baudrillard states that the borders between the concepts of image and simulation has been lost and that hyperreality has replaced

---

[12] Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, TDK Yayınları, Ankara 1998, I, 538.

[13] Rokeach, M., *The nature of human values*, Free Press, New York 1973, p. 5.

[14] Güngör, Erol, *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar*, Ötüken Neşriyat, Istanbul 2010, p. 27.

[15] Bolay, Süleyman Hayri, *Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü*, Akçağ Yayınları, Ankara, 1997, p. 93.

[16] Durak, Nejdet-İrğat, Muhammet, "Bir Çevre Problemi Olarak Değer Erozyonu: Yabancılaşma ve Değersizleşme Bağlamında İnsan-Çevre İlişkisi", *2. Uluslararası Çevre ve Ahlak Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Adıyaman Üniversitesi Yayınları, Adıyaman, 2014, II, p. 1155-1162, p. 1156.

[17] Erdem, Hüsamettin, *Ahlâk Felsefesi*, Hü-Er Yayınları, Konya 2003, p. 35-37.

[18] Aristoteles, *Nikomakhos'a Etik*, Trs. Saffet Babür, Bilgesu Yayınları, Ankara 2009, 1103a.

[19] Durak-İrğat, "ibid.", p. 1156.

[20] Toku, Neşet; *"Değerlerin Dilemması; Subjektiflik ve Objektiflik"*, *Bilgi ve Değer*, Ed. Şehabettin Yalçın, Vadi Yayınları, Ankara 2002, p. 102.

the reality.[21] Accordingly, hyperreality reflects the bodies, objects, attitudes, and behaviors idealized in the media, all of which replace the reality. Baudrillard also mentions that the concept of classic logic makes efforts to fight against simulation in all categories and that simulation has already eluded the logic and replaced the reality principle.[22]

b) Rootlessness; people of the modern times lose their relation to their history and all historical values and generate false, meaningless values suiting their purposes and interests in all fields, particularly ethics, which causes people to lose their roots or have distorted roots and become alone as a result. c) Selfishness and utilitarianism; people who become alone and alienated from their essence become selfish with the idea of success that regards the competition, utilitarianism, ambition, and lose of others as achievement in the world of "consumption" that is the most prominent condition of existing offered by the modern world[23]. As Baudrillard notes, the people of consumption culture who have become selfish feel satisfied when they are the only ones achieving the abundance and wealth offered by consumption but they feel pain when they share these with others.[24] The only goal of these people who justify anything with the idea that what is good for me, is actually good is to have more stuff earlier than the others, which causes them to regard everybody around them as a rival to be beaten and thus feel an endless uneasiness. They live their lives by being jealous of those possessing more than them and by fearing those who have less than them.[25] Selfishness and utilitarianism have caused people to lose their ties with their families, relatives, neighbors, congregations, and traditions and to experience depreciation.[26]

One of the concrete reflections of depreciation that can be read through people and society is purposelessness. Moreover, people have deviated from long-term purposes and values in modern times and focused on temporary and simple purposes and values. Moreover, culture industry as a concept triggering the depreciation process and cultural corruption makes the society adopt the consumption culture and imposes purposelessness to people in such a way that every new value in the consumption culture is systematized in a manner to nullify the previous ones. Therefore, in an environment where permanency is absent and where consumption is regarded as the main reason for existing and surviving, the emotional ties between people, objects, and values have been distorted, and

[21] Baudrillard, Jean, *Simülakrlar ve Simülasyon*, Trs., Oğuz Adanır, Doğu-Batı Yayınları, Ankara 2003, p. 15.
[22] Baudrillard, *ibid*., p. 18.
[23] Poole, Ross, *Ahlak ve Modernlik*, Çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, Istanbul 1993, p. 101.
[24] Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, Trs. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, Istanbul 2004, p. 22.
[25] Fromm, Erich, *Sahip Olmak Ya da Olmak*, Trs. Aydın Arıtan, Istanbul 1997, p. 30.
[26] Ersoy, "ibid.", p. 5.

people's memory protecting people's values and experiences symbolizing them have been made meaningless.

These processes related to the depreciation have caused people and society to have fears and distrust instead of trust, conflicts, and disagreements instead of love, tolerance and cooperation, and personal and momentary targets instead of common and permanent goals.

2. The Concept of Alienation

Alienation is briefly the name of process or actions which make one deviate from one's environment and especially one's essence.[27]

This term has been derived from the Latin term "alieno" and it is also used as "alienation" in French. This term is reflected with "yabancılaşma" in Turkish. This Turkish version has been derived from the Farsi term "yaban" meaning empty or desolate and it also means foreign people, wild, foreigners, and non-modern.[28]

The first philosopher examining the concept of alienation as a philosophical problem is Hegel who established his ideas through the alienation of "Absolute Spirit". In his work entitled *Phaenomenologie des Geistes (The Phenomenology of Spirit),* he reviews humans as a phenomenological and historical creature and defines existence in the process of dialectical presence. This process is based on the concepts of 'mind', 'essence' or 'idea' which reflect thinking and homogeneity of existence. The spiritual purpose is to achieve the awareness and freedom of the self. Accordingly, the spirit which emerges in the nature first turns into something different by becoming alienated from the self.[29] Hegel states that this alienation process of the spirit spreads toward the society, cultural field and art, respectively, which are the historical fields of existence.[30] Hegel explains this process as the developmental steps of the spirit starting from the 'subjective spirit', gradually reaching 'objective spirit' and 'absolute spirit' and becoming meaningful in art, religion and philosophy.[31]

Accordingly, the reflection of spiritual alienation over people, who are social creatures, can be observed as externalizing the self, personality or essence in the physical objects, social institutions and cultural products in order to meet people's unlimited needs during their continuous activities. This indicates that the distance

---

[27] Durak-İrğat, "ibid.", p. 1157.
[28] Eyüboğlu, İsmet Zeki, *Türk Dilinin Etimolojik Sözlüğü*, Sosyal Yayınları, Istanbul 1995, p. 714.
[29] Gökberk, Macit, *Felsefe Tarihi*, Remzi Kitapevi, Istanbul 1990, p. 438; Özlem, Doğan, *Tarih Felsefesi*, Say Yayınları, Istanbul 2010, p. 121-122.
[30] Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, *Tinin Görüngübilimi*, Çev., Aziz Yardımlı, İdea Yayınları, Istanbul 1986, p. 23.
[31] Özlem, ibid., p. 122-123.

between people's physical and spiritual existence has increased and thus people have alienated from their essences.[32]

Bumin who states that overcoming the process of alienation is possible by achieving the self-awareness while understanding that the outer world is a different creation than the self also notes that this is only possible by understanding the process as a timewise-spatial reality and establishing the relationship between the self-awareness and world in a way different than those of Descartes and Kant.[33]

Bumin mentions that the master-slave dialectics in Hegel's philosophy is the process where self-awareness achieves autonomy, and she regards the background of human-human and human-nature relationship as the dialectics arising from the mutual influence between the concepts of slave and master.[34] Thus, the master-slave dialectics becomes a reflection of the period when people become free by achieving the awareness of becoming a human. Humans overcome the issues related to their own biological existence by making an effort to make sure they are accepted as autonomous creatures, which is different compared to animals. Accordingly, slaves will work as the servants of masters and nature as they cannot overcome their nature in circumstances.[35]

Marx who was influenced by Hegel reviewed the issue of alienation as a social phenomenon. He evaluated the forms of alienation by analyzing the experiences he had through a critical process and defined government as a form of alienation in the historical reality instead of bringing an idealist definition to the concept of alienation.[36] Accordingly, the concept of alienation turns into a fact that is obligatorily experienced and that arises from the productive actions of people which is a natural result of humanity's development.[37] According to Marx's historical ideology, what determines history is not a spiritual essence but the socio-economic structures formed in relation to the materialistic relationships. This process makes the capitalist society called the modern society prominent, reveals people's alienation from their efforts, social relationships and essence, and causes people to be oppose to one another.[38] One of the natural results of this process is the alienation of people from nature.

In the work *Capital*, Marx uses the concept of "meta fascism" to reflect the highest degree one's deviation from and alienation from the self reaches. This

---

[32] Tolan, Barlas, *Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma*, Toplum Bilimleri Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 1980, p. 145.

[33] Bumin, Tülin, *Hegel Bilinç Problemi, Köle-Efendi Diyalektiği Praksis Felsefesi*, Alan Yayıncılık, Istanbul 1987, p. 23.

[34] Bumin, ibid., p. 33.

[35] Bumin, ibid., p. 34.

[36] Bottomore, T.B.-Rubel Maximilien, *Marx'ın Sosyolojisi*, Chiviyazıları, Istanbul 2006, p. 25.

[37] Bottomore-Maximilien, ibid., p. 26.

[38] Bottomore-Maximilien, ibid., p. 54.

concept indicates the internal and respective values of products with no relation to the efforts. As a result of this, the commodities themselves, to meet human needs by human hands, become a purpose.[39]

According to Bottomore, Marx's goal was to reflect a society where people who got rid of "alienation" forms of the capitalist society live by understanding and controlling both nature and social relationships and managing their own destiny, and according to him, this was also the purpose of socialist movement. However, this was not an ideal specific to Marx. Instead, it was one of the leading orientations regarding the progressive theories of the 19th century."[40]

Approaches such as "collection", "possession", and "avoidance from consumption", which have become prominent through the capitalist perceptions of the 19th century, have been replaced with the undesirable concept of "consumption merit" along with the capitalist understanding of the 20th century. According to Marx, people become alienated from their essences at the end of this process where the objective conditions of socio-economic production are developed.[41]

Similarly, Durkheim reviewed the concept of alienation in a socio-economic context. He used this concept to reflect anomy. According to him, negative anthropocentric incidents regarding the concept of cooperation emerged with the transition from "mechanic solidarity", a quality of traditional social structure, to "organic solidarity", a quality of the modern social structure. Bayhan states that Durkheim reflected the reason for these negative incidents as making the people involved in organic solidarity deprived of the ability to understand the purpose and meaning of what they do.[42] He also mentions that Durkheim's alienation theory meaning anomy was first based on the socio-economic grounds and reached its highest status in cases such as the increase of economic crises, bankruptcies, and distortion of the relationships between the employers and employees.[43]

The concept of alienation is a concept requiring to review people from many perspectives, such as sociology, psychology, economy, and metaphysics, in the modern life. Alienation also reflects becoming unfamiliar with the values determining the selves of people. It is also the loss of cultural and social values surrounding people and also the emergence of a psychological indifference. According to Akyıldız: "The fact that the content of personal essence was not revealed concretely makes the reasons and content of the concept of alienation more unclear. These unclarities provide the ability to generate various

[39] Cohen, Gerald A., *Karl Marx'ın Tarih Teorisi*, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, Istanbul 1998, p. 145-146.
[40] Bottomore, T.B.-Rubel Maximilien, ibid., p. 55.
[41] Akyıldız, Hüseyin, "Bireysel ve Toplumsal Boyutlarıyla Yabancılaşma", *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBFD.*, Year: 1998, I. 3, Güz, p. 163-176, p. 165.
[42] Bayhan, Vehbi, *Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 1997, p. 11.
[43] Bayhan, ibid., p. 11.

interpretations and ideas to certain philosophers examining the concept of alienation in line with their ideological and philosophical approaches."[44] Accordingly, this concept has two dimensions, namely, biological and psychological. If we define postmodern people as the creatures who live to survive biologically and to be busy psychologically and who are already aware of this[45], we mention a creature aiming to survive first and making efforts for the psychological busyness-related needs arising from the awareness regarding the death theme later.

As the world of values (ideology, religion, culture, nation) which postmodern people can use to replace themselves become meaningless in the modern world and the ethical values have less content, people focus on different arguments to fill this gap and to survive. In addition, while the developing technological and communicational tools globalize the world, people become alone in a virtual world, deviate from the ethical values determining their ontological relationship with the traditional nature, become alienated from these values and get dragged into a virtual reality.

It is obvious that the concept of alienation, which was reviewed in Hegel's philosophical analysis and examined in the socio-economic analyses of Marx and Durkheim, means one's deviation from essential values in particular, social deviation from the same values in general, and loss of identity.

3. The World of Values in the Ethics of Consumption: Digital Appreciation and People

Baudrillard defines society, the most prominent quality of which is to use the images and values assigned to different products and services to promote the idea of personal consumption through the media, "*consumption society*" where the culture of consumption is dominant.[46]

There are stereotypes lifestyles which are based on brands and images in the consumption society. The most dominant characteristic of the people who are the members of this society is the continuous consumption. People of the consumption society live to consume instead of consuming to live.[47] According to this perception, consumption has turned into a purpose to maintain people's bio-psychic life. The condition of existing in a system shaped accordingly is closely and solely related to the consumption activities generated by this system. The aforementioned attitude, in other words, people's selection or consumption of products and services has the

---

44 Akyıldız, Hüseyin, "ibid"., p. 175.

45 Özdemir, Muhammet, "Kur'ân ve Sosyal Bilimlerin İnsan Yaklaşımları", *EskiYeni Anadolu İlahiyat Akademisi Araştırma Dergisi*, I. 26, Bahar 2013, Ankara, p. 9.

46 Baudrillard, *ibid*., p. 38.

47 Featherstone, Mike, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Trs., Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, Istanbul 2005, p. 67.

goal of realizing the emotion related to having an extraordinary, privileged and outstanding lifestyle which contains differences in selecting new living experiences. People of the consumption society always aim to buy and have many objects and to exist by consuming these continuously.[48]

Products of the consumption society are rather defined as "symbols", instead of objective objects, through the media. What is important is what products represent instead of what they are. The point of focus here is the image carried and created by the product instead of its real essence. "Mediatic hedonism"[49] becomes clear with the efforts to make sure each field and moment of life is regarded as the pleasure itself. New lifestyles bring pleasure and consumption to the center of life regardless of whether in virtual or actual environment. The relevant status has reached a state where it can only be achieved through the objects with the concept of luxury and relevant terms in the consumption process which is managed by the major capitals under the name of new lifestyles.[50] Consumption culture's structure that is limited to meeting needs was replaced with the action of fulfilling desires and requests in the consumption culture. Accordingly, consumption with certain desires and social forms can be defined as purchasing, possessing, and using prestigious brands and aestheticized products and services for certain purposes such as belonging to a hedonist or ostentatious group or culture with a certain lifestyle."[51]

A chaotic and egoist lifestyle emerges when people who live to survive biologically and be psychologically busy and who are aware of this process adapt to the consumption culture. What is meant by the lifestyle mentioned here is that people experience personality erosion due to the ambitions and challenges regarding certain ethical values such as sincerity, trust, solidarity, and empathy and that they selfishly maintain their existence by disregarding others.

Modern people face an ethical dilemma because the ideology surrounding their lives drive people to ethical inconsistency from a certain perspective. Accordingly, the ethical values adopted by people have a great importance in overcoming the dilemmas they face and solving the problems of the current era. Therefore, morality is an achievement for people. The opposition between what should happen and what happens paves the way for a ground where conflicts and ethical tension occur and people's ethical responsibility and participation become prominent.

---

[48] Lindstrom, Martin, *Buyology*, Optimist Yayınları, Istanbul 2009, p. 56.

[49] Belk, Russell W., *Collecting in a Consumer Society*, Routledge, London and New York 1995, p. 98.

[50] Corrigan, Peter, *The Sociology of Consumption*, Sage Publications, London-Thousand Oaks- New Delhi, 1997, p. 113-115.

[51] Zorlu, Abdulkadir, *Tüketim Sosyolojisi*, Global Yayınları, Ankara 2006, p. 60.

Conclusion

Alienation and depreciation cause value-related issues by turning the biological needs of trusting into distrust, coexisting into insincerity, and existing and leading into selfishness.

Certain values such as austerity, modesty, and prestige, which are the main values of Islamic ethics, have been destroyed and reshaped in the society of consumption. A new world of values consisting digital values has surrounded the people of consumption. People have been racing to have everything before anyone else and become prestigious in this way in the world of values of the consumption culture that we can conceptualize as the "digital appreciation", and they have turned into financial creatures defined and evaluated through the financial concepts such as money, goods, title, credit rating, and so on. People replace their permanent ethical merits with the material merits in this period when financial values have turned into the category of existence.

The world of digital values indicates an environment that does not consider one's internal world and makes them alienated from their selves. Moreover, no concepts in one's spiritual world have a digital equivalence. Social life in the consumption society is expressed through the science of statistics where numbers indicate a significance. These concepts, which are different for the spiritual world of people, prevent a human approach and philosophical perceptions to be generated in this regard.

People are digitally valued in the society of consumption. This is clearer in banking and marketing sectors where financial values are more dominant. The targets assigned to people working in these sectors constitute the basis for the evaluation principles.

People experience "digital appreciation" by expressing their values through numbers in the world of the ethics of consumption in such a way that the digital values one has determine one's social status and people gain value as much as their balances in bank accounts in this world of values. People's spiritual aspects are neglected or even disregarded in this world of values. People who internalize these ethical aspects perceive others who are deprived of these values as a meta as their financial (digital) values increase, attempt to buy them, use them as the means of getting satisfaction or relieving stress, or even try to take their basic right to live away.

Instead of being a benevolent person, people are encouraged to reach higher statuses with digitally-reflected values through certain magical formula called personal development. People who are surrounded by the world of numbers deviate from spiritual values to be successful on this world, and they disregard their inner world, conscience, and emotions, all of which are not digitally expressed, to reach digital values when needed.

Most of the ethical problems in the consumption society arise from the opposition between the world of values in the ethics of consumption and traditional values. The people of numbers despise the traditional people making an effort to rise in the spiritual dimension and disregard their world of values.

The world of digital values recognizes no religious, cultural, national or traditional values and even regards these as forms of hindrance. As happiness is related to having the values expressed with numbers, people make an effort to make their beloved ones happy through the objects indicated with numerical values. Similarly, they punish who they do not like through digital values.

In conclusion, the world of values in the ethics of consumption means a strict, material and antipathetic quality full of numbers, and the people making efforts to exist in this world of values have flexible, spiritual, and emotional characteristics. Thus, people are pushed toward social anomalies such as constant conflicts, dilemmas, suicide, distrust, and loneliness in this world of values.

REFERENCES

- Akyıldız, Hüseyin, Bireysel ve Toplumsal Boyutlarıyla Yabancılaşma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBFD*, Y. 1998, I. 3, Güz, p. 163-176.
- Aristoteles, *Nikomakhos'a Etik*, Trs. Saffet Babür, Bilge Su Yayınları, Ankara 2009.
- Armağan, Mustafa, *Gelenek*, Ağaç Yayınları, Istanbul 1992.
- Aron, Raymond, *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*, Trs. Korkmaz Alemdar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara 1986.
- Baudrillard, Jean, *Tüketim Toplumu*, Trs. Hazal Deliceçaylı and Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, Istanbul 2004.
- -------------, Jean, *Simülakrlar ve Simülasyon*, Trs. Oğuz Adanır, Doğu-Batı Yayınları, Ankara 2003
- Bauman, Zygmunt, *Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları*, Trs. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, Istanbul 2007.
- -----------, Zygmunt, *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*, Trs. Abdullah Ayrıntı Yayınları, Istanbul 2009.
- Bayhan, Vehbi, *Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 1997.
- Belk, Russell W., *Collecting in a Consumer Society*, Routledge, London and New York 1995.
- Bottomore, T.B.-Rubel Maximilien, *Marx'ın Sosyolojisi*, Chiviyazıları, Istanbul 2006.
- Bolay, Süleyman Hayri, *Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü*, Akçağ Yayınları, Ankara 1997.

- Bumin, Tülin, *Hegel Bilinç. Problemi, Köle-Efendi Diyalektiği Praksis Felsefesi,* Alan Yayıncılık, Istanbul 1987.
- Cohen, Gerald A., *Karl Marx'ın Tarih Teorisi*, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, Istanbul 1998.
- Corrigan, Peter, *The Sociology of Consumption*, Sage Publications, London-Thousand Oaks- New Delhi 1997.
- Descartes, Rene, *Felsefenin İlkeleri*, Çev., Mesut Akın, Say Yayınları, Istanbul 1995.
- Durak, Nejdet-İrğat, Muhammet, "Bir Çevre Problemi Olarak Değer Erozyonu: Yabancılaşma ve Değersizleşme Bağlamında İnsan-Çevre İlişkisi", 2. *Uluslararası Çevre ve Ahlak Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Adıyaman Üniversitesi Yayınları, Adıyaman 2014, II, p. 1155-1163.
- Erdem, Hüsamettin, *Ahlâk Felsefesi*, Hü-Er Yayınları, Konya 2003.
- Ersoy, Ersan, "Bağsız bireyin Modern Bunalımları: Değişen Dünyada Sosyal İlişkiler", *Türk Yurdu*, 2011, p. 292, p. 1-8.
- Ester, P.- Halman, L.- Moor, R., *The Individualizing Society*, Netherland 1993.
- Eyüboğlu, İsmet Zeki, *Türk Dilinin Etimolojik Sözlüğü*, Sosyal Yayınları, Istanbul 1995.
- Featherstone, Mike, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Trs. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, Istanbul 2005.
- Fromm, Erich, *Sahip Olmak Ya da Olmak,* Trs. Aydın Arıtan, Istanbul 1997.
- Gökberk, Macit, *Felsefe Tarihi*, Remzi Kitapevi, Istanbul 1990.
- Güngör, Erol, *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar*, Ötüken Neşriyat, Istanbul 2010.
- Habermas, Jürgen, *İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim,* Trs. Mustafa Tüzel, Yapı Kredi Yayınları, Istanbul 1993.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, *Tinin Görüngübilimi*, Trs., Aziz Yardımlı, İdea Yayınları, Istanbul 1986.
- Hughes, H. Stuart, *Toplum ve Bilinç*, Trs., Güzin Özkan, Metis Yayınları, Istanbul 1995.
- Kaya, Yaşar, *Toplumsal Yapı,* Turan Yayıncılık, Istanbul 2003, p. 20.
- Kuçuradi, İoanna *Etik*, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara 2006.
- Lindstrom, Martin, *Buyology*, Optimist Yayınları, Istanbul 2009.
- Özlem, Doğan, *Tarih Felsefesi*, Say Yayınları, Istanbul 2010.
- Özdemir, Muhammet, "Kur'ân ve Sosyal Bilimlerin İnsan Yaklaşımları", *Eski Yeni Anadolu İlahiyat Akademisi Araştırma Dergisi*, I. 26, Bahar, Ankara.
- Poole, Ross, *Ahlak ve Modernlik*, Trs., Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, Istanbul 1993.

- Şaylan, Gencay, *Postmodernizm*, İmge Yayınları, Istanbul 2009.
- Rokeach, Milton, *The Nature of Human Values*, The Free Press, New York 1973.
- Tezcan, Mahmut, "Gençlik ve Yabancılaşma", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Y. 1985, 18/1, p. 121-127.
- Toku, Neşet, *"Değerlerin Dilemması; Subjektiflik ve Objektiflik", Bilgi ve Değer*, Ed. Şehabettin Yalçın, Vadi Yayınları, Ankara 2002, p. 99-105.
- Tolan, Barlas, *Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma*, Toplum Bilimleri Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara 1980.
- Türk Dil Kurumu, *Türkçe Sözlük*, TDK Yayınları, I, Ankara 1998.
- Ülken, Hilmi Ziya *Ahlâk*, Ülken Yayınları Istanbul 2001.
- Zorlu, Abdulkadir, *Tüketim Sosyolojisi*, Global Yayınları, Ankara 2006.

الإنسان والأخلاق الاستهلاكية في ظل الاغتراب وفقدان القيم *

أ. د. نجدت دوراك

جامعة سليمان دميريل – كلية الإلهيات؛ قسم فلسفة الأديان

nejdetdurak@sdu.edu.tr

د. محمد إرغات

جامعة آديمان – كلية العلوم الإسلامية؛ فلسفة الإسلام

mirgat@adiyaman.edu.tr

ترجمة: عادل أوزتكين

الخلاصة:

الأخلاق هي ساحة أو مجال تقييم متعلق بالإنسان الذي يُعد كائناً اجتماعياً – ثقافياً. وإن هذه الصفة الفريدة والخاصة بالإنسان تستوجب إخضاع كافة أفكاره وأشكال سلوكه وتصرفاته للتقييم الأخلاقي.

يسعى الإنسان -الذي أصبح في عصر النظام العالمي الجديد «العولمة» بحالة اغترابٍ عن هذه الصفة الوجودية - يسعى لإثبات وجوده وكيانه في عالم قيم الأخلاق الاستهلاكية، التي تحولت إلى العامل المحدد لظاهرة الاستهلاك، مبتعداً بذلك عن القيم التقليدية التي حازها واتصف بها منذ مئات السنين.

إن الظواهر التي برزت إلى الوجود -مع عملية الانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث ومجتمع ما بعد الحداثة- من قبيل أزمة الهوية والاغتراب وفقدان القيمة والتقييم الرقمي أو التحول إلى قيمة رقمية تحتم إجراء دراسة من هذه الناحية لعلاقة القيمة والعمل الإنساني.

نحاول في هذا البحث بيان الصفات الجوهرية للأخلاق الاستهلاكية، والقيام بدراسة نقدية لانفصال الإنسان -الذي يمر بمرحلة فقدان القيمة- عن قيمه التقليدية ووضعه الأخلاقي، ضمن نطاق عالم قيم الأخلاق الاستهلاكية، والذي أطلقنا عليه تسمية «التقييم الرقمي».

الكلمات المفتاحية: الأخلاق، أخلاق الاستهلاك، الاغتراب، فقدان القيمة أو القيم، القيمة الأخلاقية

Değersizleşme ve Yabancılaşma Bağlamında Tüketim Ahlâkı ve İnsan

Özet

Ahlâk, sosyo-kültürel bir varlık olan insana ait bir değerlendirme alanıdır. İnsana özgü bu nitelik, onun bütün düşünce ve davranışlarının ahlâkî değerlendirmeye tabi tutulmasını zorunlu kılmaktadır. Küreselleşme süreci ile birlikte bu varoluşsal niteliğine yabancılaşan insan, yüzyıllardan beri sahip olduğu geleneksel değerlerden uzaklaşarak tüketim olgusunun belirleyici olduğu tüketim ahlâkının değerler dünyasında var olma çabasındadır. Geleneksel toplumdan modern ve postmodern topluma geçişle birlikte ortaya çıkan kimlik bunalımı, yabancılaşma, değersizleşme ve rakamsal değerlenme türünden olgular, insanî eylem-değer ilişkisinin bu açıdan incelenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu çalışma tüketim ahlâkına ait öz nitelikleri ortaya koyup, değersizleşme sürecinden geçen insanın, geleneksel değerlerinden kopuşunu ve tüketim ahlakının değer dünyası olarak adlandırdığımız "rakamsal değerlenme" içindeki ahlâkî konumunu eleştirel olarak incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Ahlâk, Tüketim Ahlâkı, Yabancılaşma, Değersizleşme, Ahlâkî Değer

* وهذه هي الترجمة العربية للدراسة بعنوان "Değersizleşme ve Yabancılaşma Bağlamında Tüketim Ahlâkı ve İnsan" التي نشرت في العدد الثّالث من مجلة الإلهيات الأكاديمية. (نجدت دوراك، محمد إرغات، الإنسان والأخلاق الاستهلاكية في ظل الاغتراب وفقدان القيم، الإلهيات الأكاديمية، ٢٠١٦، العدد: ٣، ص ٧٥-٨٨). من الواجب أن يستند في الإقتباس إلى المقالة التركية.

The Moral of Consumption and Human In the Context of Depreciation and Alienation

Abstract

Moral is a field of evaluation which is special to human being who has a socio-culturel existence. This characteristic makes all human thoughts and behaviors to be evaluated morally. Human who has become alienated from his ontological characteristic along with globalization, drawing away from traditional values, he has for centuries, struggled to exist in a world where consumption morals are arbiter. The phenomena like identity depression, alienation, losing of values and numerical appreciation that came along with the transfering from the traditional community to the modern and postmodern community requires the examination of human being's act-value from this point of view. The aim of this study is to point out the numerical human being's socio-psychotic despair related to the philosophical outcomes.

Keywords: Moral, Moral of Consumption, Alienation, Depreciation, Moral Value

المدخل:

القيم الأخلاقية بعبارة عامة هي: تلك القيم التي تتيح لنا توصيف تصرفات الإنسان إما بالسيئة أو الحسنة أو المقبولة. والقيمة -كخاصية للأفعال والأشخاص- هي بُعْدٌ من أبعاد الوعي الذي يضيفه الإنسان إلى الوجود (١).

تُعتبر القيم الأخلاقية من العناصر الأساسية لكينونة الإنسان، والتي تؤثر في تشكل نيته وفعله، وتحدد طبيعة علاقاته الاجتماعية، ونظرته إلى العالم.

يولد الإنسان ضمن عالم من القيم مختلفاً بذلك عن سائر المخلوقات الحية الأخرى، ولكونه كائناً منتجاً للقيمة، ومرتبطاً بظاهرة التغير (٢) التي تُعد الصفة الجوهرية لوجوده، فإن عالم القيم هذا يخضع للتحديث والتجديد بصورة مستمرة. وكما أنه توجد قيم معنوية علوية وثابتة ذات جذور عقائدية وثقافية وتاريخية تظل صامدة في وجه رياح التغيير، وتحافظ على بقائها واستمراريتها؛ فإن هناك أيضاً قيماً مرتبطة بالبنية الاجتماعية وطراز الحياة والزمن الذي تسود فيه، والتي قضى التغيير على آثارها تماماً. ومن هذه الناحية تظهر للقيمة صفة أخرى ذات أهمية كبيرة، وهي طبيعتها المؤثرة على الإنسان معنوياً، حيث ترتقي به، وتقوده إلى الكمال، وتكسبه ميزة ومرتبة معنوية (٣).

إن مظهر هذا التغيُّر -الذي يعد من سمة الوجود في الميدان الاجتماعي- هو تغير بنية المجتمع التقليدي،

(١) كوجورادي، إيوانا Kuçuradi, İoanna Etik، منشورات مؤسسة الفلسفة التركية، أنقرة، ٢٠٠٦، صـ ١٨١.

(٢) هوغز، ستيوارت، المجتمع والوعي، ترجمة: غوزين أوزكان، منشورات متيس، إسطنبول، ١٩٩٥، صـ ٩.

(٣) أولكن، حلمي زيا، الأخلاق، منشورات أولكن، إسطنبول، ٢٠٠١، صـ ١٥٣.

وتحوله بصورة منتظمة إلى بنية المجتمع الحديث «الحداثة»، ثم إلى مجتمع ما بعد الحداثة (٤). ومما لا شك فيه أبداً أن هذا التحول يؤدي إلى النتيجة الحتمية المتمثلة بإخلاء القيم التقليدية مكانها، لتحل محلها قيم جديدة. وبالتالي تظهر على الساحة تغيرات فكرية بين القديم والجديد، والذي يمكن ملاحظته من خلال القيم وأنماط السلوك.

لقد أصبحت الظواهر التي برزت إلى الوجود في العصور الحديثة- مثل العولمة وصناعة الثقافة ونمط المعيشة والحياة المعتمدة على الاستهلاك- سبباً في الابتعاد والانفصال عن القيم التقليدية وإفراغها من مضمونها. وأدت هذه المرحلة إلى فقدان القيم الأصيلة المتجذرة والراسخة لوظائفها وفعاليتها العملية، وفتحت الباب على مصراعيه أمام بناء الإنسان تصرفاته وأنماط سلوكه وعلاقاته الإنسانية على أساس من القيم اليومية العابرة والفردية والمزيفة. ولأن القيم تُعد من عناصر البنية الاجتماعية أو عواملها المحددة لشكل العلاقات الإنسانية وغايتها وهدفها، فإن خصائص القيم تؤمن انخراط الأفراد المكونين للمجتمع في العلاقات الاجتماعية ضمن ظروف من «التضامن» أو «المنافسة» (٥).

وفي هذا السياق، يلاحظ أن العلاقات الإنسانية في المجتمعات التقليدية -التي ما زالت تحكمها القيم الأصيلة المتجذرة ذات الصفة الروحية والمعنوية-تتحدد على أساس من التضامن والتكافل (٦)، بينما نجد أن المنافسة هي المهيمنة على العلاقات الاجتماعية في المجتمعات الحديثة (٧).

وبينما تجعل القيم التقليدية هدفها الرئيس تحقيق التكافل والتعاضد المجتمعي، ورفع الروح المعنوية والوطنية فيه؛ فإن قيم العصر الحديث تستهدف الملذات والمنافع الفردية المستندة إلى الفردية والمنفعة الشخصية والمنافسة (٨).

وكذلك فإن الآلية الأساسية التي تحدد الفعل الأخلاقي، وتشكل جذور المعايير والمبادئ الأخلاقية المشتركة في المجتمعات التقليدية هي الضمير والوجدان الذي يصوغه ويؤطره الدين (٩)، بينما الذي يتولى هذا الدور في المجتمعات الحديثة – التي فقد فيها الدين مع تحولها للعلمانية قوته وفعاليته المنظمة والمحددة للعلاقات بنسبة كبيرة- هو الخيارات الفردية والقيم المالية «الرقمية». وقد ساهمت حداثة «الأنا» لديكارت (١٠)

(٤) شايلان، غينجاي، ما بعد الحداثة، منشورات إيمغه، إسطنبول، ٢٠٠٩، صـ ٢٤.

(٥) كايا، يشار، البنية الاجتماعية، دار طوران للنشر، إسطنبول، ٢٠٠٣، صـ ٢٠؛ روكيتش، ميلتون، طبيعة القيم الإنسانية، ١٩٧٣، صـ ١٣.

(٦) آرماغان، مصطفى، التقليد أو «العرف»، منشورات آغاتش، إسطنبول، ١٩٩٢، صـ ٦٣.

(٧) أستر، هالمان، مور صـ ١٠٠.

(٨) أرسوي، أرسان، «الأزمات الحديثة للفرد غير المقيد: العلاقات الاجتماعية في العالم المتغير»، مجلة تورك يوردو، ٢٠١١، عدد: ٢٩٢، صـ ٤.

(٩) أرسوي، المرجع السابق صـ ٤.

(١٠) ديكارت، رينيه، مبادئ الفلسفة، ترجمة: مسعود آكن، منشورات ساي، إسطنبول، ١٩٩٥، صـ ٩٠.

Descartes في تهيئة التربة لإمكانية تشكل البنية الاجتماعية القائمة على محور الفردية؛ وإن الحداثة -كبنية اجتماعية قائمة على أساس الفردية- قد أتاحت للفرد إمكانية إيجاد قيمه العقلية والمنطقية الذاتية. ولأن هذه الحالة قد جلبت معها تعددية القيم ونسبيتها وفرديتها وابتعادها عن الجذور فقد ظهرت في المجتمعات الحديثة جملة من أزمات القيم مثل «فقدان القيمة» و«الاغتراب».

إن كل المساعي والجهود المبذولة لإفهام الإنسان معنى وجوده وإيضاحه له في هذه الحياة الدنيا تؤثر في الوقت ذاته على تصرفاته وسلوكياته الاجتماعية والثقافية وتحددها. ووفقاً لرأي ماكس ويبر **Max Weber** فإننا لا نملك تجاه السلوك المجتمعي سوى إمكانية تفسيره وفهمه وإيضاح سببه، ويلزمنا لفهم الإنسان وحياته الاجتماعية والاقتصادية استخراج المنطق الداخلي لمنظومة القيم من خلال استخدام المفاهيم الميتافيزيقية أو الدينية. فلا يمكن إدراك سلوكيات الناس وتصرفاتهم الاجتماعية والاقتصادية في المجتمعات ذات البنى المختلفة إلا بهذا النوع من الجهود [١١].

إن الظواهر التي تبرز إلى الوجود مع عملية الانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث ومجتمع ما بعد الحداثة، من قبيل أزمة الهوية والاغتراب وفقدان القيمة والتقييم الرقمي أو التحول إلى قيمة رقمية، تحتم إجراء دراسة من هذه الناحية لعلاقة القيمة والعمل الإنساني.

وإن هدف هذه المقالة هو إجراء دراسة نقدية للوضع الأخلاقي لإنسان المجتمع الاستهلاكي، هذا الوضع الذي يظهر داخل إطار أزمة قيمية جديدة، والتي يمكن أن نطلق عليها تسمية «التقييم الرقمي»، أو التحول لقيمة رقمية من خلال تحويل عالم القيم الواقعية العائد إلى الاستهلاك إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية للعصور الحديثة، وذلك في سياق جملة من أزمات القيمة، مثل «فقدان القيمة» و«الاغتراب». ولذلك فإننا سنحاول في البدء - وخلال عدة أسطر - بيان المقصود من فقدان القيمة والاغتراب. وبعد ذلك سوف نعمل -ضمن سياق ما نتوصل إليه من بيان- على دراسة أزمة القيمة الجديدة التي أسميناها «التقييم المادي أو الرقمي»، التي اتخذت لها مكاناً في عالم قيم الأخلاق الاستهلاكية، ووضع الإنسان الموجود ضمن أزمة «فقدان القيمة» هذه.

١ - مفهوم فقدان القيمة:

تُعرف القيمة في اللغة بأنها: المقياس أو المعيار المجرد «المعنوي» الذي يصلح لتحديد أهمية شيءٍ ما، أو هي المقابل أو الثمن الذي يستحقه شيءٌ ما [١٢].

وأما القيمة في المصطلح الفلسفي فيمكن أن تُعرف بعدة تعاريف، مثل: إنها «اعتقاد شخصي مستمر لمدة

---

(١١) آرون، رايموند، مراحل الفكر السوسيولوجي «الاجتماعي»، ترجمة: كوركماز آلمدار، المنشورات الثقافية لمصرف العمل التركي، أنقرة، ١٩٨٦، صـ ٥٠٩.

(١٢) مؤسسة اللغة التركية، معجم اللغة التركية، ج ١، منشورات مؤسسة اللغة التركية، أنقرة، ١٩٩٨، صـ ٥٣٨.

طويلة من الزمن بشأن الغاية الأساسية للوجود أو لنمط سلوك معين»[١٣]، «أو اعتقاد حول شيء ما صار مرغوباً فيه أو غير مرغوب فيه»[١٤]، «أو الشيْ المرغوب هو الشيء الذي يمكن أن يرغب فيه من خلال موقف الإنسان المتعلق بالأحداث والوقائع، إنه الحكم الذي يُقرر حسب المثل والاحتياجات بشأن الأشياء والظواهر»[١٥].

إن القيمة هي مفهوم معتمِد في ظهوره على الإنسان، أو على نظام مرتبط في وجوده بالإنسان[١٦].

حيث إن مفهوم القيمة يضفي على الأحداث والظواهر ذات الصبغة الإنسانية معناها، ويحقق لها قبولاً مشتركاً لدى الإنسان. هذا القبول الذي يضع معايير مشروعيتها[١٧].

فالقيمة في هذا المضمار تأتي بمعنى: كل قاعدة من القواعد الثابتة وغير القابلة للمساس التي يتم الإقرار بصحتها وصوابيتها من قبل كل إنسان، والتي تؤسس احتياجات حياة الإنسان المادية والمعنوية على أرضية مشروعة، وتؤمن قنوات ثابتة ومستمرة لتلبيتها[١٨]. إذاً يمكن تعريف عالم القيم بأنه: وسط منتظم آمن يتم فيه وعلى أرضية مشتركة تلبية احتياجات الإنسان الحقيقية النابعة من طبيعته البشرية[١٩]. وإذا ما انطلقنا من هذا المنظور، فإن مفهوم «فقدان القيمة» يأتي بمعنى: انهيار القيم الثابتة التي اتصفت بطبيعة الواقعية الحقيقية والنابعة من الطبيعة الإنسانية والمكتسبة لمشروعيتها بالقبول المجتمعي المشترك لها أو فسادها أو إحلال القيم الحديثة العابرة والمؤقتة محلها. ويمكننا إيراد الأمثلة الملموسة الآتية حول تسبب فقدان القيمة بانعكاسات نفسية واجتماعية على الفرد والمجتمع:

أ) فقدان الوعي الذاتي:

فالإنسان المعاصر يجنح - حسب ادعائه التفرد والتميز - نحو العيش كما ترغب نفسه، ويرفع من شأن أحاسيسه ومشاعره، ويمجدها، بدلاً من اتباع الأشخاص النموذجيين المتسامين والحائزين على الاحترام والتقدير، والذين جمعوا في شخصياتهم قيم المجتمع[٢٠].

---

(١٣) روكيتش، م، Rokeach, M., The nature of human values, Free Press, New York, 1973, p. 5.

(١٤) غونغور، أرول Güngör, Erol، أبحاث حول علم نفس القيم، منشورات أوتوكن، إسطنبول، ٢٠١٠، صـ ٢٧.

(١٥) بولاي، سليمان خيري، معجم المصطلحات والمبادئ الفلسفية، منشورات آكجاغ، أنقرة، ١٩٩٧، صـ ٩٣.

(١٦) دوراك، نجدت Durak, Nejdet - إرغات، محمد İrğat, Muhammet، «تآكل القيمة كمشكلة بيئية: علاقة الإنسان والبيئة في سياق الاغتراب وفقدان القيمة». ٢. كتاب بيانات مؤتمر البيئة والأخلاق الدولي، ج ٢، منشورات جامعة أضيمان، ٢٠١٤، صـ ١١٥٥- ١١٦٢، ١١٥٦.

(١٧) أردم، حسام الدين Erdem, Hüsamettin، فلسفة الأخلاق، منشورات Hü-Er، قونية، ٢٠٠٣، صـ ٣٥- ٣٧.

(١٨) أرسطو طاليس، الأخلاق النيقوماخية «مهداة إلى ابنه نيكوماخوس»، ترجمة، صافت بابور، منشورات بيلغهصو، أنقرة، ٢٠٠٩، ١١٠٣أ.

(١٩) دوراك - إرغات، المرجع السابق صـ ١١٥٦.

(٢٠) طوكو، نشأت Toku, Neşet، «معضلة القيم: الذاتية والموضوعية»، المعرفة والقيمة، شهاب الدين ياجلن Ed. Şehabettin Yalçın، منشورات وادي، أنقرة، ٢٠٠٢، صـ ١٠٢.

إن الإنسان المعاصر يرفض أن يكون هو «ذاته»، وبدلاً من ذلك يسعى للتشبه بالنماذج الشعبية المشهورة «المشاهير». ويصف جانبودريار **Baudrillard** هذه الحالة التي يعاني منها الإنسان المعاصر، والتي حللها من خلال المحاكاة والواقع، بأنها فقدان للحد الذي بين الصورة أو المحاكاة، وبين الواقع والحقيقة، وأنها إلى جانب ذلك حلول للواقع المتجاوز «الافتراضي **hyperreality**» محل الواقع الحقيقي (٢١).

فوفقاً لرأي بودريار **Baudrillard** أن الواقع المتجاوز هو حالة تحل فيها الأجسام والأشياء وأنماط السلوك والتصرفات التي يتم إنتاجها وتصويرها في الوسائل التكنولوجية والإعلامية المرئية محل الواقع الحقيقي. ويبين بودريار **Baudrillard** أن المنطق الكلاسيكي التقليدي قد عمل بكل أشكاله وأصنافه على مواجهة ومقاومة المحاكاة، إلا أن المحاكاة قد تغلبت على هذا المنطق، وتجاوزته بأشواط، وحلت محل مبدأ الحقيقة الواقعية (٢٢).

ب) انعدام الأصالة أو «التجذر»:

فالفرد في العصر الحديث ينفصل عن تاريخه، وعن كافة قيمه التاريخية؛ ليصوغ في كل الميادين – وعلى رأسها الميدان الأخلاقي– قيماً خاصة به، ومتوافقة مع مصالحه ومنافعه الفردية، وبالتالي تكون هذه القيم جوفاء لا معنى لها، وغير أصيلة ومتجذرة. إن هذه الحالة تتسبب بانقطاع الأفراد عن جذورهم وتشتتهم، وفي النهاية تؤدي إلى إصابتهم بالعزلة.

جـ) الأنانية والنفعية:

فالإنسان المصاب بحالة الانعزال والاغتراب عن الذات تصيبه الأنانية من خلال المنافسة والنفعية والجشع، وفكرة النجاح القائمة على اعتبار خسارة الآخر كسباً للأنا، والتي تسود في البيئة «الاستهلاكية» (٢٣)، هذه البيئة التي تُعد شرط الوجود الأوضح الذي قدمه العالم الحديث للإنسان.

إن إنسان الاستهلاك الذي أصابته الأنانية -كما يقول بودريار- يشعر باللذة والمتعة عندما يحصل هو فقط على الثروة والرفاهية التي يقدمها له النمط الاستهلاكي، ويشعر بالضيق والألم عندما يتقاسم ما قدمه الاستهلاك له مع الآخرين (٢٤).

---

(٢١) بودريار، جان Baudrillard, Jean، سيمولكارا والمحاكاة، ترجمة: أوغوزأدانر، منشورات دوغوباتي Doğu-Batı، أنقرة، ٢٠٠٣، صـ ١٥.

(٢٢) بودريار، المرجع السابق صـ ١٨.

(٢٣) بول، روس Poole, Ross، الأخلاق والحداثة، ترجمة: محمد كوجوك Mehmet Küçük، منشورات آيرنتي، إسطنبول، ١٩٩٣، صـ ١٠١.

(٢٤) بودريار، مجتمع الاستهلاك، ترجمة: هازالدليجه جاي وفردا كسكين Hazal Deliceçaylıve Ferda Keskin، منشورات آيرنتي، إسطنبول، ٢٠٠٤، صـ ٢٢.

وإن الهدف الوحيد للإنسان الاستهلاكي -الذي يستبيح كل شيءٍ في سبيل المنفعة اعتماداً على مبدأ أن كل ما هو لي فهو خير- هو السعي لامتلاك أشياء أكثر من الآخرين، والحصول عليها قبلهم. وهذا الأمر يدفعه لأن ينظر إلى كل من يحيط به على أنه عدو ومنافس ينبغي التغلب عليه، وهذه النظرة تقوده إلى السقوط في حالة لا نهاية لها من القلق والاضطراب. وتمضي حياة هذا الإنسان بالغيرة والحسد ممن يمتلك أشياء أكثر منه، وبالتوجس والخوف ممن يقتنون أشياء أقل منه (٢٥).

إن الأنانية والنفعية تتسبب باستئصال الروابط التي تربط الفرد بالعائلة والأقرباء والجيران والجماعة والتقاليد والأعراف، وينتج عنها خلق حياة يهيمن عليها فقدان القيم (٢٦).

إن أحد الانعكاسات الملموسة لفقدان القيم التي يمكن ملاحظة آثارها من خلال الفرد والمجتمع هو «فقدان الهدف» أيضاً؛ أو غيابه؛ حيث إن الإنسان في العصر الحديث قد ابتعد عن الغايات والقيم العليا ذات المدى البعيد؛ وجعل هدفه الرئيس الغايات والقيم المؤقتة والبسيطة. وكذلك فإن صناعة الثقافة -كظاهرة محفزة لأزمة فقدان القيم والفساد الثقافي- تدفع المجتمع إلى تبني ثقافة الاستهلاك، وبالتالي ترغمه على الانجراف نحو حالة فقدان الهدف. حتى إن كل قيمة جديدة يتم إنتاجها داخل الثقافة الاستهلاكية تُنظَّم وتُبَرْمَجُ بطريقة تجعل ما سبقها من قيم لا قيمة ولا أهمية لها. وتبعاً لذلك، فقد تم استئصال الرابطة العاطفية الموجودة بين الإنسان والأشياء والقيم ضمن بيئة فاقدة لخاصية الديمومة، وحُدِّدَ الاستهلاك كسبب وحيد لكينونتها وبقائها، وبذلك، فقد فقدت تلك الذاكرة -التي احتفظت بقيم لإنسان وذكرياته التي اعتبرها مثلاً ورموزاً- معناها، وأدى فقدان القيمة في النهاية إلى آثار كارثية على عالم القيم الخاص بالفرد والمجتمع معاً، إذ حل في هذا العالم الخوف وفقدان الثقة محل الأمن والطمأنينة، وحل التصارع والتنازع والتفرق والتنافر محل المحبة والتسامح والألفة والتضامن، وحلت الأهداف والغايات الظرفية والآنية والفردية محل تلك الغايات المثالية المشتركة والمتصفة بالديمومة.

٢- مفهوم الاغتراب:

الاغتراب بعبارة عامة: اسم يُطلق على كافة الأفعال والأحداث والتطورات التي تبعد الإنسان عن ذاته، وعن العالم الذي ينتمي إليه والمحيط به وتجعله غريباً عنه (٢٧).

إذا ما دققنا في الجذر الذي اشتق منه مصطلح الاغتراب، فإننا نجده يعود إلى الكلمة اللاتينية «**alieno**»، ومن هذه الكلمة اشتقت كلمة «**alienation**» في اللغة الإنكليزية والفرنسية. وإن كلمة الاغتراب

(٢٥) فروم، أريك، التملك والكينونة، ترجمة: آيدنآريتان، إسطنبول، ١٩٩٧، صـ ٣٠.

(٢٦) أرسوي، المرجع السابق صـ ٥.

(٢٧) دوراك- إرغات، المرجع السابق صـ ١١٥٧.

«yabancılaşma» التي انتقلت إلى اللغة التركية مشتقة من كلمة «yâbân» التي تعني في اللغة الفارسية الفارغ والموحش؛ فإنها تأتي بمعانٍ مثل: غريب، وحشي، أجنبي، غير متمدن (٢٨).

إن أول مفكر تناول دراسة ظاهرة الاغتراب كمشكلة فلسفية هو هيغل «**Hegel**» الذي أسس فلسفته على اغتراب «الروح المطلق». فيتناول هيغل الإنسان في كتابه «ظواهرية الروح **Phaenomenologiedes Geistes**» ككائن ظواهري وتاريخي، ويعرف وجوده أو كيانه ضمن عملية التكون الجدلي «الديالكتيكي». ويشكل «العقل» أو «الفكرة» أو «الجوهر» الذي يعبر عن تجانس التفكير والكينونة أساس هذه العملية. إن هدف الروح هو الوصول إلى حريتها ووعيها الذاتي. وفي هذه السياق، فإن الروح التي وجدت لأول مرة في الطبيعة تغترب وتخرج من ذاتها، وتتحول إلى شيءٍ آخر (٢٩).

ويبين هيغل أن عملية اغتراب الروح أو مسيرتها التي بدأت في الطبيعة تستمر بالتقدم وبالترتيب نحو المجتمع الذي يُعد ميدان الكينونة أو الوجود التاريخي، ونحو ميدان الثقافة والفن (٣٠).

ويصف هيغل هذه المسيرة أو العملية التي تبدأ من «الروح الذاتية»، ثم تتقدم بالتدرج نحو «الروح الموضوعية»، ومنها إلى «الروح المطلقة»، وتجد التعبير عنها في الفن، والدين والفلسفة يصف كل ذلك بسلم أو درجات تطور الروح (٣١).

ووفقاً لذلك، فإنه يمكن تتبع انعكاس اغتراب الروح على الإنسان -الذي يُعد كائناً اجتماعياً- على شكل إخراجها لذاتها وصميميتها -أي لجوهرها- وإيداعها في الأشياء المادية والمؤسسات الاجتماعية والمنتجات الثقافية، وذلك أثناء نشاطها المستمر في سبيل تلبية احتياجات الإنسان اللامحدودة. وهذا التتبع يُظهر على أن هناك هوة أو مسافة قد ظهرت بين كيان الإنسان المادي وكيانه الروحي، وبالتالي حصل اغتراب لذاته (٣٢).

يقول بومين **Bumin**: بإمكانية تجاوز الإنسان مشكلة الاغتراب، من خلال وعيه وإدراكه بأن ذاته شيءٌ مختلف عن العالم الخارجي المحيط به، والوصول إلى وعيه الذاتي، ويشير إلى أن تصور هذا الأمر واستيعابه -الذي لا يكون إلا كواقع زماني ومكاني- يستوجب تأسيس علاقة بين الوعي الذاتي والعالم بشكل مختلف عما رأيناه لدى «ديكارت» و «وكانت» (٣٣).

---

(٢٨) أيوب أوغلو، عصمت زكي، معجم اشتقاقات اللغة التركية، منشورات سوسيال، إسطنبول، ١٩٩٥، صـ ٧١٤.

(٢٩) غوبرك، مجيد، تاريخ الفلسفة، مكتبة رمزي، إسطنبول، ١٩٩٠، صـ ٤٣٨؛ أوزلم، دوغان، فلسفة التاريخ، منشورات ساي، إسطنبول، ٢٠١٠، صـ ١٢١- ١٢٢.

(٣٠) هيغل، جورج فيلهلم فريدريش، ظواهرية الروح، ترجمة، عزيز ياردملي، منشورات آيديا، إسطنبول، ١٩٨٦، صـ ٢٣.

(٣١) أوزلم، المرجع السابق صـ ١٢٢- ١٢٣.

(٣٢) تولان، بارلاس، أزمة المجتمع المعاصر: الشذوذ والاغتراب، منشورات معهد أبحاث العلوم الاجتماعية، أنقرة، ١٩٨٠، صـ ١٤٥.

(٣٣) بومين، تولين، مشكلة الوعي الهيغلي، الفلسفة التطبيقية لجدلية العبد والسيد، دار آلان للنشر، إسطنبول، ١٩٨٧، صـ ٢٣.

يرى بومين أن جدلية السيد والعبد الواردة في فلسفة هيغل هي عملية استعادة الوعي الذاتي لاستقلالها الذاتي، وينظر إلى تاريخ علاقة الإنسان بالإنسان وعلاقة الإنسان بالطبيعة على أنها جدلية لتأثير متبادل كمقابل لجدلية العبد والسيد [٣٤]. وعلى ذلك، فإن جدلية السيد والعبد هي تعبير عن مسيرة أو عملية يخوضها الإنسان للتحرر؛ بتحقيق كينونته الإنسانية، والوصول إلى وعيه الذاتي. فالإنسان يتجاوز هذه المسيرة؛ لأنه يجادل ويكافح في سبيل فرض نفسه ككيان مستقل بذاته، ولإثبات كينونته البيولوجية ككائن مختلف ومتميز عن الحيوانات. ووفقاً لذلك فإن العبد-لأنه لم يستطع تجاوز طبيعته في المعركة- سوف يعمل كعبد لسيده وللطبيعة[٣٥].

وأما ماركس **Marx** الذي تأثر بهيغل، فقد تناول مسألة الاغتراب كظاهرة اجتماعية. إن ماركس -الذي يتناول تقييم صور الاغتراب وأشكاله بالاستفادة من عملية نقدية متراكمة قبله- يُعرف الدولة ضمن واقع ملموس وتاريخي معايَش كصورة أو شكل لاغتراب الإنسان، وذلك بدلاً من إيراد تعريف لمفهوم الاغتراب من زاوية مثالية مجردة [٣٦].

فالاغتراب- من خلال هذه المقاربة التي تبناها ماركس- يعدُّ ظاهرة معاشة حتمية كنتيجة طبيعة لتطور البشرية، تجد مصدرها في العمل المنتج «الإنتاجي» للإنسان [٣٧].

وإن ما يفسر التاريخ ويحدده - وفقاً لمفهوم ماركس للتاريخ- ليس جوهراً روحياً، وإنما هو البنى والتشكيلات الاجتماعية الاقتصادية المتشكلة في إطار العلاقات المادية. وقد تسببت هذه العملية أو الحالة في إفراز المجتمع الرأسمالي -الذي يتم تعريفه بالمجتمع الحديث-، وبإظهار مشكلة اغتراب الإنسان أولاً عن عمله وعلاقاته الاجتماعية وعن ذاته، وبالتالي تسببت في خلق مشاعر العداوة لدى الناس تجاه بعضهم بعضاً. ومن إحدى النتائج الطبيعية لهذه الحالة هي الاغتراب عن الطبيعة [٣٨].

يستخدم ماركس في كتابه رأس المال مفهوم: «صنمية السلعة»؛ ليبين أن ابتعاد الإنسان عن ذاته هو أبعد مدى وصل إليه الاغتراب. فصنمية السلعة هي حيازة المنتجات والبضائع «السلع» لقيم داخلية وذاتية، بشكل مستقل عن العمل والجهد المبذول. ونتيجة لذلك تتحول السلع -الموجودة بيد الإنسان لتلبية احتياجات الإنسان- إلى أهداف بحد ذاتها [٣٩].

---

(٣٤) بومين، المرجع السابق صـ ٣٣.
(٣٥) بومين، المرجع السابق صـ ٣٤.
(٣٦) بوتومور، ت.ب – روبيلماكسيميلين سوسيولوجيا ماركس، إسطنبول، ٢٠٠٦، صـ ٢٥.
(٣٧) المرجع السابق صـ ٢٦.
(٣٨) المرجع السابق صـ ٥٤.
(٣٩) كوهين، جيرالد نظرية التاريخ عند كارل ماركس، منشورات التحول الاجتماعي، إسطنبول، ١٩٩٨، صـ ١٤٥ – ١٤٦.

يرى بوتومور أن هدف ماركس كان «تحقيق مجتمع يعيش فيه الإنسان المتحرر من «اغتراب» المجتمع الرأسمالي، حيث يحكم فيه قدرَه بنفسه، من خلال فهم الطبيعة وعلاقاته الاجتماعية على السواء، والسيطرة عليها، وكان هذا حسب وجهة نظره هدف الحركة الاشتراكية أيضاً. ولم تكن هذه الفكرة خاصة بماركس، وإنما كان التوجه الرئيس للنظريات التقدمية للقرن التاسع عشر» (٤٠).

ومن الملاحظ أن الاتجاهات التي ظهرت في إطار مفهوم رأسمالية القرن التاسع عشر، مثل «الادخار» و«التملك» و«الامتناع عن الاستهلاك» قد تركت مكانها -مع بروز رأسمالية القرن العشرين- لمفهوم في غاية الخطورة والضرر، ألا وهو «قيمة الاستهلاك». ويرى ماركس أنه قد نتج عن هذه الحالة -التي شكلتها الشروط الموضوعية للنمط الاجتماعي الاقتصادي للإنتاج- اغتراب الإنسان عن ذاته (٤١).

أما دور كايم **Durkheim** فقد تناول مفهوم الاغتراب في السياق الاجتماعي الاقتصادي بشكل مشابه لماركس. فقد استخدم الاغتراب بمعنى «الشذوذ» «أنومي» أو تحلل المعايير. حيث يرى دور كايم أنه مع واقعة الانتقال من حالة «التضامن الميكانيكي» -التي هي خاصية لبنية المجتمع التقليدي- إلى حالة «التضامن العضوي» التي هي خاصية للمجتمع الحديث، مع واقعة الانتقال هذه ظهرت سلبيات في ظاهرة العمل، شكَّل الإنسان محورها. ويقول بايهان **Bayhan** إنَّ دوركايم يُرجِع سبب هذه السلبيات إلى فقدان العاملين في ميدان التضامن العضوي لقدرتهم على فهم معنى العمل الذي يقومون به وغايته وهدفه (٤٢). ويبين بايهان أن ظاهرة الاغتراب التي يعبر عنها دوركايم بـ«الشذوذ» أو انحلال المعايير قد بدأت على أساس اجتماعي اقتصادي، نتيجة للسبب المذكور آنفاً، ثم إنها بلغت ذروتها بشكل خاص في أوساط تشوبها الأزمات، مثل زيادة الأزمات الاقتصادية، وازدياد حالات الإفلاس، وفساد علاقات أرباب العمل والعمال المأجورين (٤٣).

إن ظاهرة الاغتراب مفهوم مستوجب لدراسة الإنسان ضمن نطاق الحياة الحديثة بأبعادها المتعددة، مثل البعد الاجتماعي، والنفسي، والاقتصادي، والميتافيزقي «ما وراء الطبيعة». فالاغتراب اسم يُطلق على ابتعاد الإنسان عن القيم التي تحدد ذاته. والاغتراب تمزق وفساد للقيم الثقافة والاجتماعية المحيطة بالإنسان، وظهور لانفصام نفسي. ووفقاً لرأي حسين آق يلذر **Akyıldız Hüseyin** «فإن عدم التمكن من إظهار طبيعة أو كينونة المضمون الداخلي للذات «الجوهر» الفردي يخلق وضعاً مبهماً ومجهولاً بشأن أسباب ظاهرة الاغتراب ومضمونها. وإن هذا الوضع المبهم والمجهول يتيح لمختلف المفكرين الذين يتناولون ظاهرة الاغتراب إبداء أو

(٤٠) بوتومور - ماكسيميلين، المرجع السابق صـ ٥٥.

(٤١) آكيلدز، حسين، «الفردية والاغتراب بأبعاده الاجتماعية»، جامعة سليمان دميرال، عام ١٩٩٨، عدد. ٣ خريف صـ ١٦٣-١٧٦، صـ ١٦٥.

(٤٢) بايهان، وهبي، الاغتراب والشذوذ في المرحلة الجامعية، منشورات وزارة الثقافة، أنقرة، ١٩٩٧، صـ ١١.

(٤٣) بايهان، المرجع المذكور صـ ١١.

إنتاج تفسيرات وأفكار متنوعة ومختلفة تتوافق مع الاتجاهات الأيديولوجية والفلسفية التي يتبنونها» (٤٤). وفي هذا السياق يمكن القول إن هناك بعدين لظاهرة الاغتراب، هما: البيولوجي، والنفسي «السيكولوجي». فإذا ما عرّفنا إنساناً ما بعد الحداثة بأنه كائن يعيش من أجل الخلود «عدم الموت» بيولوجياً؛ ومن أجل الانشغال سيكولوجياً وهو مدرك لذلك (٤٥) فإننا نكون بذلك نتحدث عن كائن يجادل ويناضل من أجل الكينونة -البقاء على قيد الحياة- بالمعنى البيولوجي أولاً؛ ومن أجل حاجة الانشغال السيكولوجي المتولدة عن وعيه لموضوع الموت ثانياً.

فبسبب فقدان عالم القيم (الأيديولوجية، والدينية، والثقافية، والقومية) بإمكان إنسان عصر ما بعد الحداثة أن يمركز معنى حياته وأهميته فيها وبسبب حدوث تفريغ تدريجي لمحتوى القيم الأخلاقية التي يمتلكها- يتوجه هذا الإنسان إلى مخارج مختلفة، سواء من أجل ملء هذا الفراغ، أو إثبات كينونته وتأكيدها. وبينما تعمل وسائل الاتصال والتكنولوجيا -التي تتطور إلى جانب ذلك- على عولمة العالم، فإنها كذلك تقود الإنسان إلى العزلة في عالم افتراضي، والابتعاد عن قيمه الأخلاقية التي تحدد وجودياً علاقته مع الطبيعة التقليدية، وتدفعه إلى الاغتراب، داخل واقع افتراضي.

إن مفهوم الاغتراب، سواء بالجانب الذي تناوله هيغل بتحليله الفلسفي، أو بالجانب الذي تناوله ماركس ودوركايم بالتحليل الاجتماعي الاقتصادي، قد جاء بصورة واضحة، بمعنى ابتعاد الفرد بشكل خاص، والمجتمع بصفة عامة، عن القيم الذاتية الجوهرية، وتعبيراً عن حالة فقدان الهوية.

٣- عالم قيم الأخلاق الاستهلاكية (الإنسان والقيمة الرقمية):

يعرف بودريار «مجتمع الاستهلاك» بأنه المجتمع الذي تسيطر عليه ثقافة الاستهلاك، وميزته الأجلى والأوضح هي أنه مجتمع يقدم خدمات ومنتجات متنوعة ومتجددة باستمرار، ويستخدم وسائل الإعلام المختلفة؛ لإضفاء قيم وأشكال وصور جذابة على تلك المنتجات والخدمات، بهدف التشجيع على الاستهلاك الفردي (٤٦).

يتميز مجتمع الاستهلاك بأن فيه أنماط حياة مقولبة، يُطلق عليها تسمية «لايف ستايل» أي «طراز حياة»، والذي يعتمد بشكل أساسٍ على العلامات التجارية «الماركات» والأشكال الصورية. وإن السمة البارزة للبشر الذين يُعدون أعضاء في هذا المجتمع هي الاستهلاك المستمر. فالناس في المجتمع الاستهلاكي يعيشون حياتهم

(٤٤) آكيلدز، حسين، المرجع السابق صـ ١٧٥.

(٤٥) أوزدمير، محمد، «مقاربات الإنسان للعلوم القرآنية الاجتماعية»، مجلة أبحاث أكاديمية إلهيات الأناضول القديمة والحديثة، عدد ٢٦، ربيع ٢٠١٣، أنقرة، صـ ٩.

(٤٦) بودريار، المرجع السابق صـ ٣٨.

من أجل الاستهلاك، بدلاً من أن يستهلكوا من أجل الحياة (٤٧). ووفقاً لهذا المفهوم، فإن الاستهلاك يتحول إلى هدفٍ لإنسان عصر ما بعد الحداثة؛ لمتابعة حياته «النفسية والبيولوجية واستمراريتها» وإن الطريق التي ينبغي عليه أن يسلكها لإثبات كينونته ووجوده داخل نظام متكون على هذا النحو، لا تمر إلا عبر الاستهلاك الذي أنتجه هذا النظام. فالاتجاه المذكور يهدف إلى خلق شعور لدى الأفراد -عندما يحددون خياراتهم بشأن المنتجات والخدمات، أي استهلاكاتهم، ويعملون على تشكيل أنماط حياة جديدة لأنفسهم- بإمكانية امتلاك طراز خاص متميز غير عادي مشتمل على تنوع كبير. وإن الناس في المجتمع الاستهلاكي يتصفون بأنهم أشخاص يبذلون جهوداً متواصلة لشراء وامتلاك أكبر قدر من الأشياء، وإثبات وجودهم بالاستهلاك المستمر لهذه الأشياء (٤٨).

لا يتم التعريف عن المنتجات في المجتمع الاستهلاكي وتقديمها عن طريق الإعلانات في وسائل الإعلام على أنها عناصر أو أشياء مادية فحسب، وإنما يتم التركيز على أشياء اعتبارية «نماذج ورموز». والمهم في هذا المجتمع هو ما يمثله ويرمز إليه المنتج أكثر من طبيعة المنتج. فالتركيز لا يكون على حقيقة المنتج، وإنما على الشكل الذي يحمله، أو الانطباع والصورة التي يخلقها لدى المستهلك المستهدَف.

يحاول «مذهب المتعة أو اللذة الإعلامي» (٤٩) جاهداً أن يصور الحياة بكل لحظاتها وميادينها بالنسبة للمستهلك على أنها هي اللذة والمتعة. وإن أنماط الحياة أو العيش المقدمة في هذه الحالة تجعل المتعة ومعها الاستهلاك في مركز الحياة، وذلك سواء في الوسط الافتراضي أو الحقيقي. لم يعد بالإمكان في مرحلة التوجه الحثيث نحو الاستهلاك -التي ظهرت في ظل انتشار سيطرة الشركات الكبيرة ذات الرأسماليات الضخمة باسم أنماط الحياة الجديدة- الحصول على الرفاهية، وما تستدعيه من مفاهيم، والمكانة، والتفوق الاجتماعي إلا من خلال اقتناء الأشياء (٥٠).

وأما الاستهلاك -الذي يُعد بالأساس وسيلة ذات طبيعة محدودة لتلبية احتياجات الإنسان- فقد تحوّل في المجتمع الاستهلاكي إلى وسيلة لتلبية الرغبات والشهوات والمتع المتنوعة اللامحدودة. وبهذا المفهوم يُعرف الاستهلاك بصيغته النفعية والاجتماعية بأنه: «توجه الإنسان داخل طراز حياة ما نحو شراء واقتناء واستعمال منتجات وسلع ذات أشكال وتصاميم وعلامات تجارية تدل على الفخامة والجودة وغلاء الثمن؛ لتحقيق أهداف يصبو إليها، مثل اللذة والمتعة والتفاخر، والإشارة إلى انتمائه لطبقة، أو ثقافة اجتماعية معينة» (٥١).

(٤٧) فيثرستون، مايك، عصر ما بعد الحداثة وثقافة الاستهلاك، ترجمة: محمد كوجوك، منشورات آيرنتي، اسطنبول، ٢٠٠٥، صـ ٦٧.

(٤٨) ليندستروم، مارتن، منشورات أوبتيميست، اسطنبول، ٢٠٠٩، صـ٥٦.

(٤٩) Belk, Russell W., Collecting in a Consumer Society, Routledge, London and New York, 1995, p. 98.

(٥٠) Corrigan, Peter, The Sociology of Consumption, Sage Publications, London-Thousand Oaks- New Delhi, 1997, p. 113-115.

(٥١) زورلو، عبد القادر سوسيولوجيا الاستهلاك، منشورات غلوبال، أنقرة، ٢٠٠٦، صـ ٦٠.

عندما يتكيف الإنسان –الذي يعيش حياته من أجل الخلود البيولوجي والانشغال السيكولوجي، وهو مدرك وواع بذلك– مع الاستهلاك يظهر نمط حياة متصف بالفوضوية والأنانية. إن المقصود بنمط الحياة الذي أشرنا إليه هو تضاؤل وتراجع القيم الأخلاقية، مثل صدق الفرد وإخلاصه وثقته وأمانته وتضامنه وتعاطفه بسبب التنافس والطمع والجشع، وبالتالي، بروز الأنانية التي تدفع الفرد إلى إقصاء الآخرين لتأكيد وجوده وذاته.

إن الإنسان المعاصر مهدد بمواجهة مأزق خطير من الناحية الأخلاقية، وذلك لأن الذهنية المهيمنة على حياته تقود الفرد بأحد جوانبها نحو تناقض أخلاقي. ومن هذه الناحية، فإن القيم الأخلاقية التي يتبناها الشخص تلعب دوراً في غاية الأهمية بشأن تجاوز الأجواء أو المناخات السلبية التي يقف في مواجهتها، وبخصوص التوصل إلى حل للمشاكل التي يجلبها العصر الذي يعيش فيه. فالأخلاقية أو التمتع بالأخلاق يُعد بهذا الجانب نجاحاً إنسانياً. وإن التناقضات والتباينات والأزمات الأخلاقية التي تحدث بين ما هو كائن وبين ما يجب أن يكون توجد أرضية تبلورها المساهمة والمسؤولية الأخلاقية للإنسان.

النتيجة:

إن الاغتراب وفقدان القيم يحولان حاجة الأمان والطمأنينة البيولوجية لدى الإنسان إلى حالة من القلق وفقدان الثقة، وحاجة العيش المشترك إلى حالة من فقدان الصدق والإخلاص، ويحولان حاجة إثبات الوجود والتقدم لديه إلى حالة من الأنانية، وبالتالي، يتسببان في انهيارٍ للقيم التي يحملها في داخله.

يلاحظ في المجتمع الاستهلاكي حدوث تحطم ودمار للقيم الأصيلة التي تحتويها الأخلاق الإسلامية، مثل قيم القناعة والتواضع والاحترام، وحصول تغيير في صورتها. لتحيط بالإنسان عوضاً عن هذه القيم إحدى القيم الجديدة المتشكلة من «القيم الرقمية» ألا وهي الاستهلاك. لقد دخل الإنسان في عالم قيم المجتمع الاستهلاكي، والذي عبرنا عنه بمفهوم: «التقييم الرقمي أو التحول لقيمة رقمية»، دخل في سباق هادف إلى امتلاك كل شيءٍ قبل الآخرين، وبالتالي، اكتساب الاحترام والتقدير من خلال ذلك، فتحول بذلك إلى كائن مالي يُقَيَّمُ ويُعْرَف بالقيم المالية، مثل النقود والأموال والعلامات التجارية وبطاقات الائتمان التي حصل عليها. إن الإنسان في هذه العملية أو المرحلة التي صنف فيها ككائن القيم المالية تخلى عن الفضائل الأخلاقية الثابتة والراسخة ليتبنى الفضائل و«القيم» المادية.

إن عالم القيم الرقمية عالم لا يولي أي اعتبار أو أهمية لعالم الإنسان الداخلي، ويدخله في حالة اغتراب عن جوهر ذاته. حيث لا يوجد مقابل رقمي لأي مفهوم من مفاهيم العالم الروحي والمعنوي للإنسان. إن الحياة الاجتماعية في المجتمع الاستهلاكي يُعَبَّر عنها بعلم الإحصاء، والذي يدل على جمع الأرقام، وإن مثل هذه

المفاهيم الغريبة عن العالم الروحي للإنسان تعيق الإنسان عن التوجه الإنساني، وبالتالي، تمنعه من النظرة الفلسفية التي تتشكل عن طريق التوجه أو المقاربة الإنسانية.

يتم تقدير الإنسان وتقييمه في المجتمع الاستهلاكي من خلال الأرقام. وهذه الحالة شائعة وبارزة بشكل خاص في قطاع الصيرفة والتسويق الذي يشكل الأولوية للقيم المالية. وإن الأهداف التي تبين وتُعطى للعاملين في هذه القطاعات تشكل القاعدة الرئيسة لأسس التقييم.

وإن الإنسان في عالم قيم الأخلاق الاستهلاكية يعبر حتى عن قيمته الذاتية بالأرقام، أي بـ«القيمة الرقمية». حيث إن القيم الرقمية التي يملكها الإنسان تحدد وضعه ومكانته داخل المجتمع، وإن الناس في عالم القيم هذا يكتسبون قيمتهم بقدر أرصدة حساباتهم المصرفية. فعالم القيم الذي نتحدث عنه يهمل الجانب الروحي والمعنوي للإنسان، وحتى إنه لا يأخذه بعين الاعتبار على الإطلاق. حيث إن الإنسان الذي تَشَرَّب هذه الأخلاق يتصور عند ارتفاع قيمته المالية «الرقمية» أن الآخرين المحرومين من هذه القيمة هم عبارة عن سلع، فيجْسُرُ بكل سهولة على الإقدام على شرائهم، وجعلهم وسيلة لتحقيق المتعة أو التسلية، والتخفيف من الضغوطات عن نفسه، ويبلغ به الأمر درجة سلبهم حق الحياة، الذي يُعد أهم الحقوق الإنسانية على الإطلاق.

إن إنسان القيم الاستهلاكية في إطار تطوير ذاته لا يتطلع إلى أن يكون خيراً وفاضلاً أكثر من خلال جملة من الصيغ والعبارات السحرية تحت اسم تطوير الشخصية، بل يسعى إلى الحصول على مستويات أعلى في مجال القيم التي يعبر عنها بالأرقام.

وإن الإنسان الذي أحيط بعالم الأرقام يميل إلى الابتعاد عن القيم المعنوية والروحية؛ من أجل تحقيق النجاح في هذه الدنيا، ويتجاهل عند الضرورة مشاعره وأحاسيسه وضميره وكل عالمه الداخلي الذي لا يُعبر عنه بالأرقام، وذلك في سبيل الوصول إلى القيم الرقمية.

إن أغلب المعضلات والمشكلات الأخلاقية السائدة في المجتمع الاستهلاكي نابعة من التباين الحاصل بين عالم قيم الأخلاق الاستهلاكية وبين عالم القيم التقليدية. فإنسان الأرقام يستحقر الإنسان التقليدي الذي يعمل على السمو في الجانب الروحي، ويتجاهل عالم قيمه الفردية

إن عالم القيمة الرقمية لا يعترف إطلاقاً بالدين والثقافة والوطنية والقومية أو بالقيم التقليدية، وحتى إنه ينظر إلى هذه القيم على أنها أمور تافهة لا تستحق التوقف عندها. ولأن السعادة في عالم الأرقام قد أصبحت عبارة عن امتلاك السلع ذات القيمة التي يعبر عنها بالأرقام، فقد صار الإنسان في هذا العالم يعمل على إسعاد أحبائه بالأشياء التي تعبر عن القيمة الرقمية. وبالطريقة ذاتها، فإنه يحاول أيضاً معاقبة الذين يكرههم بالقيم الرقمية.

وفي المحصلة، إن عالم قيم الأخلاق الاستهلاكية يعرض لنا طبيعة باردة ومادية وقاسية، وهي عبارة عن أرقام، بينما الإنسان الذي يحاول إثبات وجوده وذاته في هذا عالم يحمل طبيعة مرنة وروحية وشاعرية. ولذلك فإن الإنسان يهوي باستمرار في عالم القيم هذا إلى حالة من الشذوذ الاجتماعي، ويعاني من مشاكل جمة، مثل الصراعات والتخلف والانتحار والقلق والاضطراب والعزلة وغيرها.

المصادر العربيّة:

- آكيلدز، حسين، «الفردية والاغتراب بأبعاده الاجتماعية»، جامعة سليمان دميرال، عام ١٩٩٨، عدد: ٣، خريف، صـ ١٦٣-١٧٦، صـ ١٦٥.
- أرسطو طاليس، الأخلاق النيقوماخية «مهداة إلى ابنه نيكوماخوس»، ترجمة: صافت بابور، منشورات بيلغهصو، أنقرة، ٢٠٠٩، ١١٠٣.
- آرماغان، مصطفى، التقليد أو «العرف»، منشورات آغاتش، إسطنبول، ١٩٩٢.
- آرون، رايموند، مراحل الفكر السوسيولوجي «الاجتماعي»، ترجمة: كوركمازآلمدار، المنشورات الثقافية لمصرف العمل التركي، أنقرة، ١٩٨٦.
- بودريار، مجتمع الاستهلاك، ترجمة: هازالدليجه جاي وفردا كسكين، منشورات آيرنتي، إسطنبول، ٢٠٠٤.
- بودريار، جان، سيمولكارا والمحاكاة، ترجمة: أوغوزأدانر، منشورات دوغوباتي أنقرة، ٢٠٠٣.
- بومان، زيغمونت، ما بعد الحداثة وعدم الرضا، ترجمة: إسماعيل تركمان، منشورات آيرنتي، إسطنبول، ٢٠٠٧.
- بومان، زيغمونت، العولمة: النتائج الاجتماعية، ترجمة: منشورات «دار نشر» عبد الله آيرنتي، أنقرة، ١٩٩٧.
- بوتومور، ت.ب- روبيلماكسيميلين سوسيولوجيا ماركس، إسطنبول، ٢٠٠٦.
- بولاي، سليمان خيري، معجم المصطلحات والمبادئ الفلسفية، منشورات آكجاغ، أنقرة، ١٩٩٧.
- بومين، تولين، مشكلة الوعي الهيغلي؛ الفلسفة التطبيقية لجدلية العبد والسيد، دار آلان للنشر، إسطنبول، ١٩٨٧.
- كوهين، جيرالد، نظرية التاريخ عند كارل ماركس، منشورات التحول الاجتماعي، إسطنبول، ١٩٩٨.
- ديكارت، رينيه، مبادئ الفلسفة، ترجمة: مسعود آكن منشورات ساي، إسطنبول، ١٩٩٥.
- دوراك، نجدت - إرغات، محمد، «تآكل القيمة كمشكلة بيئية: علاقة الإنسان والبيئة في سياق الاغتراب وفقدان القيم». ٢. كتاب بيانات مؤتمر البيئة والأخلاق الدولي، ج ٢، منشورات جامعة أضيمان، ٢٠١٤، صـ ١١٥٥- ١١٦٢، ١١٥٦.
- أردم، حسام الدين، فلسفة الأخلاق، منشورات، قونية، ٢٠٠٣.
- أرسوي، أرسان، «الأزمات الحديثة للفرد المتحرر: العلاقات الاجتماعية في العالم المتغير»، مجلة تورك يوردو، عدد: ٢٩٢.
- أيوب أوغلو، عصمت زكي، معجم اشتقاقات اللغة التركية، منشورات سوسيال، إسطنبول، ١٩٩٥.
- فيثرستون، مايك، عصر ما بعد الحداثة وثقافة الاستهلاك، ترجمة: محمد كوجوك، منشورات آيرنتي، إسطنبول، ٢٠٠٥.
- فروم، أريك، التملك والكينونة، ترجمة: آيدنآريتان، إسطنبول، ١٩٩٧.
- غوبرك، مجيد، تاريخ الفلسفة، مكتبة رمزي، إسطنبول، ١٩٩٠.

- غونغور، أرول، أبحاث حول علم نفس القيم، منشورات أوتوكن، إسطنبول، ٢٠١٠.
- هابرماس، يورغن، العلم والتقنية كإيديولوجيا، ترجمة: مصطفى توزل، منشورات يابي كريدي، إسطنبول، ١٩٩٣.
- هيغل، جورج فيلهلم فريدريش، ظواهرية الروح، ترجمة: عزيز ياردملي، منشورات آيديا، إسطنبول، ١٩٨٦.
- هوغز، ستيوارت المجتمع والوعي، ترجمة: غوزيناأوزكان منشورات متيس، إسطنبول، ١٩٩٥.
- كايا، يشار، البنية الاجتماعية، دار طوران للنشر، إسطنبول، ٢٠٠٣.
- أخلاقية كوجورادي، إيوانا، منشورات مؤسسة الفلسفة التركية، أنقرة، ٢٠٠٦.
- ليندستروم، مارتن منشورات أوبتيميست، إسطنبول، ٢٠٠٩.
- أوزلم، دوغان، فلسفة التاريخ، منشورات ساي، إسطنبول، ٢٠١٠.
- أوزدمير، محمد، «مقاربات الإنسان للعلوم القرآنية الاجتماعية»، مجلة أبحاث أكاديمية الإلهيات لأناضول القديمة والحديثة، عدد: ٢٦، ربيع ٢٠١٣، أنقرة.
- بول، روس، الأخلاق والحداثة، ترجمة: محمد كوجوك، منشورات آيرنتي، إسطنبول، ١٩٩٣.
- شايلان، غينجاي، ما بعد الحداثة، منشورات إيمغه، إسطنبول، ٢٠٠٩.
- تزجان، محمود، «الشباب والاغتراب»، مجلة كلية العلوم التربوية في جامعة أنقرة، ١٩٨٥.
- طوكو، نشأت، «معضلة القيم: الذاتية والموضوعية»، المعرفة والقيمة، شهاب الدين ياجن، منشورات وادي، أنقرة، ٢٠٠٢.
- تولان، بارلاس، أزمة المجتمع المعاصر: الشذوذ والاغتراب، منشورات معهد أبحاث العلوم الاجتماعية، أنقرة، ١٩٨٠.
- مؤسسة اللغة التركية، معجم اللغة التركية، ج ١، منشورات مؤسسة اللغة التركية، أنقرة، ١٩٩٨.
- أولكن، حلمي زيا، الأخلاق، منشورات أولكن، إسطنبول، ٢٠٠١.
- زورلو، عبد القادر، سوسيولوجيا الاستهلاك، منشورات غلوبال، أنقرة، ٢٠٠٦.

المصادر الأجنبية:

- Rokeach, Milton, The Nature of Human Values, The Free Press, New York, 1973.
- Corrigan, Peter, The Sociology of Consumption, Sage Publications, London-Thousand Oaks-New Delhi, 1997.
- Belk, Russell W., Collecting in a Consumer Society, Routledge, London and New York, 1995.