

Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek

George RITZER, Çev: Şen Süer KAYA, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2011, 270s.

Tanıtın: Talip DEMİR*

“Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek” adlı kitap ilk olarak 1999 yılında Sage Publication tarafından yayınlanmış, yayınlandığında okurlar tarafından büyük bir ilgiyle karşılanmıştır. Kitabın ilk Türkçe baskısı 2000 yılında Ayrıntı Yayınlarından çıkmıştır. Tanıtımını yapmaya çalışacağımız eser, aynı yayınevinin 2011 yılındaki ikinci baskısıdır.

Eserin ana teması, günümüz toplumlarının içinde bulunduğu tüketim merkezli yaşam biçimidir. Günümüzde, insanların gündemini belirleyen neredeyse tek şeyin; neyi, nasıl, *nerede* tüketeyeğine ilişkin kaygıları olduğu söylenebilir. Bu bağlamda yazar, eserin, tüketim konusuna mal ve hizmetlerin sürekli artan çeşitliliği açısından değil de, bu kadar çok mal ve hizmeti tüketmemizi sağlayan, özendirilen ve hatta zorlayan ortamların neredeyse baş döndürücü bolluğu hakkında yazıldığını ifade ediyor. Eser boyunca bu ortamlar *tüketim araçları* olarak adlandırılıyor (s.18).

Eserin ilk bölümlerinde günümüze has çeşitli tüketim ortamlarının tek tek tahlili yapılıyor. Walt Disney Dünyası, eğlence parkları, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, tatil amaçlı gemi seyahatleri, McDonald’s gibi fast food restoranları ve hatta dev çelik ve cam yapılardan oluşan *mega kiliseler* vb. tüketime hizmet eden araçların tarihsel kökenlerine inerek günümüze kadarki serüvenini aktarıyor. Bu ortamları *tüketim katedralleri* olarak adlandırıyor. Bu katedraller, bu yeni ortamların yarı dinsel, “büyülü” niteliklerine işaret ediyor. Bu tür mekânların tüketim dinimizi uygulamak amacıyla “hacca gittiğimiz” yerler haline geldiğini; birçok insan için büyü, hatta bazen kutsal bir karaktere sahip olduğunu vurguluyor. Örneğin Moskova’daki McDonald’s restoranının açılışında bir işçinin “sanki Chartres Katedrali’ydi orası... ‘kutsal bir haz’ yaşama yeri” şeklinde demeç verdiğini aktarıyor. Kısacası bu tür mekânların, büyü bozulmuş dünyayı yeniden büyüleme girişimlerinin bir yansıması olduğunu iddia ediyor (s.14-26).

Peki, dünyanın “büyüsünün bozulması” ne anlama gelmektedir? Yazar, bu konuyu kuramsal açıdan Max Weber’in düşünceleri doğrultusunda eserin üçüncü ve dördüncü bölümünde ele alıyor (s.88-134). Bilindiği gibi Weber toplumların, rasyonalizasyon süreciyle geleneksel toplum tipinden modern toplum tipine doğru geçtiğini, bu nedenle modern öncesi toplumların dini bir hüviyete sahip olduğunu, akıllaşma süreci sayesinde dinin toplumsal yaşamdan giderek uzaklaştığını

* Arş. Gör., Şırnak Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Sosyolojisi A.B.D.
talipdemir83@gmail.com

iddia etmiştir. Dahası dünya artık gizemli, büyülü ya da ilahi bir karaktere sahip olmaktan çıkmıştır. Owen Chadwick'in "*Bir varmış bir yokmuş; bir zamanlar, orman büyülü imiş, ağaç gövdelerinde ve ağaç kökleri arasında ruhlar ve cinler yaşarlarmış. Ancak şimdi orman, orman idaresi tarafından işletilmektedir*"¹ şeklinde ifade ettiği gibi insanlar artık yaşamlarını kendilerinin sevk ve idare ettiğini, doğanın kontrol edilebilir ve yönlendirilebilir bir nesne haline geldiğini düşünmeye başlamışlardır. Dolayısıyla modernleşme süreci doğal olarak insan yaşamının büyülü ve Tanrısal olmadığını, her şeyin hesaplanabilir ve öngörülebilir olduğunu göstermiştir. Kısacası insanlar artık Tanrı'dan daha az *korkmaya* başlamışlar, modern bilimin ve özellikle tıbbın gelişmesiyle insanların yaşamlarına dair algıları köklü bir biçimde değişmiştir. Örneğin, önceleri Tanrı'nın gazabı olarak görülen veba hastalığının basit bir bakteriden kaynaklandığını keşfeden insanoğlu, Tanrı'ya karşı *elinin güçlendiğini* hissetmeye başlamıştır. Weber'in görüşleri bununla sınırlı değil. Weber ayrıca akılcılaşıma sürecinin modern bürokrasiye ve kapitalizme de yol açtığını vurgulayarak, özellikle kapitalizmin kar elde etmek için her türlü aracı kullandığını, insanları tüketim eksenli bir hayat çizgisine doğru ittiğini aktarmaktadır.

Kapitalist tüketim anlayışı tüm yaşamı kuşatınca yaşam artık daha da maddileşmeye başlamıştır. Ancak insanoğlu yalnızca etten kemikten ibaret bir varlık değildir. Bu yüzden manevi ve ruhsal ihtiyaçlara da sahip olan insanoğlu her şeyin maddileştiği bir dünyada kendini Berger'in deyimiyile "evsiz ve yurtsuz" hissetmekte, içine girdiği bu tüketim girdabından çıkmanın yollarını aramaktadır. Büyüsü bozulan dünyada insanoğlunun bu mutsuzluğunu fark eden kapitalist anlayış, kendileri için olumsuz olan bu durumu kendi lehine çevirmek için tüketime "büyülü" ve "eğlenceli" bir kılıf bulmanın yollarını aramışlardır. Mademki insanoğlu geleneksel toplumlardaki sihirli ve büyülü dünyanın özlemine çekmektedir, o halde dünya, yazarın eser boyunca bahsettiği yeni tüketim araçları/ tüketim katedralleri vasıtasıyla, "yeniden büyülenmelidir".

Yazar, bu 'yeniden büyüleme' sürecini beş ve altıncı bölümde ele almaktadır. Bu süreci, Jean Baudrillard'ın "gösteri toplumu ve simülasyon" kavramsallaştırması aracılığıyla açıklamaktadır. Yazar'a göre tüketim katedralleri, yeterli sayıda tüketiciyi kendilerine çekme yeteneklerini korumak istiyorlarsa tekrar büyülü hale gelmek zorundadırlar. Çünkü çok sayıda tüketim olmadan denetim ve sömürüye dönük mekanizmalar istenen karları sağlamaz (s.135). İçinde yaşadığımız dönem genel olarak "simülasyon çağı" olarak nitelendiriliyor. Yani gerçek olmayanın gerçeğin yerini aldığı bir dünyadır bu. Örneğin Disneyland'daki simülasyonla denizaltı yolculuğu, ya da korku tünelleri gezisi bunun açık örnekleridir. Özellikle televizyon ve internetin günlük yaşamın her bir köşesine nüfuz ettiği bir dünyada,

1 ROBINSON, F., 2002. "İslam'da Sekülerleşme", Çev.: C.Çelik, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 13, ss.343-355.

giderek her şey sanal bir nitelik kazanıyor. Sanal alışveriş, sanal kütüphane, sanal eğlence vb. kavramlar hayatın merkezinde yer alıyor. Büyük alışveriş merkezleri birtakım dijital gösteri mekanizmalarını kullanarak tüketiciyi “büyülemeye” çalışıyor. Yazara göre bu durumu Postmodern toplumla eş zamanlı bir gelişme olarak yorumlayabiliriz. Çünkü Modern dünyada her şey hayli kesin çizgilerle görünse de, Postmodern dünyanın zirvesinde birçok şey hayli bulanık görünür. Bu özellikle tüketim alanında geçerlidir. Hakiki ile hakiki olmayanın iç içe geçmesi bize aralarındaki fark konusunda açık olmayan bir izlenim verir. Hemen her tüketim aracı bir simüle ortamdır ya da simüle unsurlar ve simüle ürünlere sahiptir. Gene de hakiki gibi görünen şeylerde bile sayısı giderek artan hakiki olmayan unsurlar vardır. Sonuç olarak neyin gerçek, neyin gerçek olmadığı konusu artık o kadar açık değildir (s.219-220).

Öte yandan simülasyon olan yalnızca tüketim araçları değildir. Çoğunlukla buralarda çalışan insanlar ve çalışanla müşteriler arasındaki etkileşimler de hakiki değildir. Simüle edilmiş “insanlar”ın en açık örneği bin bir çeşit kostümler giyen çalışanlardır. Örneğin Disney Dünyasındaki Mickey Mause, Pluto ve Pamuk Prenses kostümleri giyen göstericiler tamamen gerçek dışıdır. Aynı şekilde McDonald’s restoranlarındaki kasiyer ve Disneyland’daki bilet satıcısı da çok iyi tanımlanmış roller oynarlar. Buradaki çalışanların nasıl görünecekleri, nasıl giyinecekleri, konuşacakları, davranacakları konusunda bir dizi önceden belirlenmiş şablonlar mevcuttur. Dünyadaki bütün McDonald’s restoranlarında hep aynı mimari dizayn ve aynı tip çalışan kıyafetleri vardır. Buradaki insanlarla yapılan iletişimler gerçek olmaktan uzaktır. Daima sorulara verilecek klişe cevapları vardır, menüler sabittir, fiyatlar standarttır vs. Herkes kapıdan içeri adımını attığı andan itibaren sınırları çizilmiş, rastlantı ve kendiliğindenliğe asla yer verilmeyen bir dünyanın içinde bulurlar kendilerini (s.149-150).

Kitabın son bölümünde yeni tüketim araçlarının toplumdaki etkileri ve geleceği konusu masaya yatırılıyor. Yazar burada, alışveriş merkezlerinin çağın tanımlayıcı yapısı olarak modern dönemlerdeki fabrikanın yerini aldığını belirtiyor. Ancak içinde bulunduğumuz bu dönemi Postmodern etiketiyle yapıştırmamanın da çok isabetli olmadığını vurguluyor. Daha ziyade Lyotard’ın izinden giderek “modern ile postmodernin her zaman yan yana var olduğunu” belirtmektedir. İçinde yaşadığımız çağın bir yüz yıl kadar önce var olan süreçlerle bir çeşit sürekliliğe sahip olduğunu öne sürüyor (s.217)

Kitabın sonuç bölümünde yazar, her ne kadar bazılarının tüketim toplumunun zayıfladığını öne sürdüğünü söylese de başta ABD olmak üzere ileri ekonomilere sahip birçok ülkede tüketim merkezli bir hayatın önemli ölçüde yaygınlaştığını belirtiyor ve şu andaki ekonomik büyüme devam ettiği sürece tüketim kültürünün de yayılmaya devam edeceğini öngörüyor. Ancak yazar, tüketimin de

tüketildiğinin farkına varmış olacak ki günümüzde bu kadar etkili olan tüketim araçlarının “yaratıcı yıkma” süreci aracılığıyla yerlerini, eninde sonunda, birer satış makineleri olarak sonsuz derecede daha büyüleyici, seyirlik ve daha da etkili yeni tüketim araçlarına bırakacağını da ekliyor (s.257). Yazar, her şeye rağmen, bu kısırdöngüden kurtulmak için ufak da olsa bir açık kapı bırakıyormuş gibi görünüp yeniden kendince gerçekçi bir bakış açısıyla kitabı sonlandırıyor: “Sanırım, gerçek mutluluğun bizi katedrallerde ve onların mal ve hizmetlerinde beklemediğini kolektif olarak kavrayacak noktaya gelebiliriz. Doyum için başka yerlere bakabiliriz; aile, iş, metalaşmamış doğa gibi. Ne var ki, tüketimin alternatifleri, yeniden canlanma olasılığı olmayan geçmişe dönük hayaller gibi görünüyor. Ekonomi çok derin durgunluk ya da krizlere girmediği sürece kendini toplayacaktır ve tüketicilerle tüketicinin ihtiyaçlarını yaratıp karşılamak üzere gereken tüketim araçları, onları bugünkünden daha da merkezi kılacak bir yeniden doğuş yaşayabilir” (s.258-260).

Eleştirel bir katkı olması hasebiyle kitabın bazı noktalardan değerlendirilmesinde fayda var. Her şeyden önce yazarın metodolojik bazı kısırdöngülerle yola çıktığını söyleyebiliriz. Günümüz Batı toplumundaki birçok yazar gibi kendi toplumuna (ABD) yönelik yapmış olduğu gözlemlerden yola çıkan yazar, elde ettiği verileri (ki bunların çoğu gözlemsel verilerdir) tüm dünyaya genelleyerek, tipik bir etnosantrik bakış açısını yansıtmaktadır. Öteden beri -özellikle modernleşme ve aydınlanmadan bu yana- Batılı bilim adamları kendi toplumlarında yaşanan gelişmeleri sanki öteki toplumların da yaşamak zorunda oldukları evrensel birer gerçekmiş gibi sunma gayretinde olmuşlardır. Sosyal bilimlerde de hâkim olan pozitivist anlayışa göre toplumların tarih boyunca tecrübe etmek zorunda oldukları bir takım evreler söz konusudur ve Batı toplumu bu tarihsel seyrin en tipik örneğini sergilemektedir. Hâlbuki toplumsal yaşam, İlkey Sunar’ın da vurguladığı gibi, doğa yasaları gibi değişmez yasalara tabi değildir, doğadaki gibi bir neden-sonuç ilişkisi toplumsal yaşam için asla düşünülemez. Her toplumun kendi iç dinamikleri, kültürü, dini formasyonları birbirinden farklıdır. Bu nedenle yazar kitabında, sanki bu konuya girmek gereksizmiş gibi sadece birkaç yerde bu evrensellik meselesine değinmiştir.

Yazar gözlemlerini daha ziyade büyük metropoller diyebileceğimiz, nüfusun hayli yoğun olduğu yerlerden devşiriyor. Ancak tüm dünyada bu tür metropollerin sayısı çok fazla değildir. Evet, alışveriş merkezleri hayatımızın bir parçasıdır, hepimiz bu tür mekânlara zaman zaman gidiyoruz. Fakat yazarın örnek verdiği ortamlardan biri olan Las Vegas kumarhaneleri tarzında eğlence mekânlarının İslam/Ortadoğu/Afrika coğrafyasında bulunmadığını görüyoruz. Kaldı ki Türkiye örneğinden gidecek olursak, ülkemizde sadece 3-5 büyükşehirde eserde belirtilen tarzda alışveriş merkezleri, Harikalar Diyarı gibi eğlence mekânları, masal parkları vb. ortamların olduğunu, bunun bütün bir ülkeye genellemenin çok yanlış

olacağı açıktır. İslam'ın “yiyiniz, içiniz fakat israf etmeyiniz”, “komşusu açken tok yatan bizden değildir” şeklindeki temel tüketim paradigması hala toplumsal yaşamda -dolaylı da olsa- etkisini sürdürmektedir.

Belirtilmesi gereken bir başka husus da, Batı ve Doğu toplumlarının (kaba- ca İslam Coğrafyası) maddi âleme ilişkin bakış açılarındaki farklılıktır. Bilindiği gibi Batı'da özellikle modernleşme ve sekülerleşme süreçleriyle birlikte madde ve doğa, içi boşaltılarak kutsal bağlamından koparılmıştır. Görünür olan maddi dünya, insanın dilediğince tasarrufta bulunabileceği bir konuma getirilerek merkeze alınmış, dolayısıyla *amaç* haline getirilmiştir. Ancak İslam dini bu dünyayı daha ziyade ahirete açılan bir *kapı*, dahası ayette belirtildiği gibi oyun ve eğlenceden ibaret bir yer olarak kurgulamıştır. Dolayısıyla maddeye ilişkin bakış açısı tüketim karşı takınılacak tavrı da belirlemektedir. Bu nedenle her ne kadar tüketimin dünya çapında artan cazibesi her fırsatta kendini hissettirse de, İslam toplumlarında Batı'dakine benzer bir tüketim çılgınlığının yaşanması pek muhtemel gözükmemektedir.