

MODERNİTENİN GÖLGESİNDE İKTİSAT AHLÂKI VE DEĞERLERİMİZ¹

Kabul Tarihi: 27.02.2016
Yayın Tarihi: 14.04.2016

Kübra KÜÇÜKŞEN*

Öz

Tüm dinlerde olduğu gibi beşeri sistemlerde de, esas alınan zihniyete göre inşa edilen bir insan prototipi eliyle ekonomik faaliyetler yürütülmektedir. Batı düşüncesinde moderniteyle birlikte insan konusunda öne çıkan en önemli yaklaşımlar, onu sadece biyolojik bir varlığa indirgemekte, bireysel ve sosyal yönlerini bütüncül bir yaklaşımla izah edememektedir. Modernitenin en önemli tezahürlerinden olan kapitalist sistemin, sadece menfaat ve kâr peşinde koşan, bireysel çıkarlarını her şeyin üzerinde tutan bir insan tasavvuru vardır. Homo-economicus olarak tabir edilen bu rasyonel insan, her davranışını menfaatlerinin belirlediği ve tek geçerli değer olarak maddi faydayı kabul eden bir insan modelidir. Bu çalışmanın amacı, literatür taramasıyla, tarihsel süreçte yaşanan değişim ve dönüşümleri dikkate alarak, çağın bunalımının sebeplerini iktisat ahlâkı ve tüketim davranışı temelinde tartışmak, başta okullar olmak üzere toplumun tüm katmanlarında ekonomik davranışın ahlâki değer temeli ve tüketim bilinci eğitimi verilmesi için bir öneri sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: İktisat ahlâkı, değerler, tüketim topumu, modernite

ETHICS OF ECONOMICS AND OUR VALUES UNDER THE SHADE OF MODERNITY

Abstract

Just like all other religions, in human systems, the economic activities are implemented with a human prototype that is established in accordance with a baseline mentality. The most important approaches that emerged with modernity in the Western opinion in the subject of human, only degrades it to a biological asset and cannot explain the individual and social aspects with an integrative approach. The capitalist system which is one of the most important manifestations of modernity, has a human envision which only seeks for the interest and income, and mostly focuses on the individual interests. The interests determine each behaviour of this rational human that is described as homo-economics, and it also a human model which considers the material benefit as an only single valid value. The aim of this study is, having regard to the changes and transformations occurred in the historical process, to discuss the reasons of the depression of era on the basis of the ethics of economics and consumption behaviour, and to offer a suggestion in order to provide education of moral values and consumption consciousness of the economic behaviour in all layers of society especially in the schools.

Key Words: Ethics of economics, values, consumption society, modernity

Giriş

İnsanla birlikte var olan, insani var oluşun temel esaslarından olan ekonomik davranış ve toplumsal yapıda işleyen ekonomik ilişkiler, sosyal hayatın büyük bir bölümünü kapsamaktadır. Kişinin inancı ve dünya görüşü, davranışlarının belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Toplumsal hayatta bireylerin bütün davranış ve ilişkileri gibi, ekonomik davranış da sahip olunan bir dünya görüşü ve değerler bütünü çerçevesinde gerçekleşmektedir.

İnsanın fert olarak, amaç ve ideallerini belirlemesi, bu doğrultuda eylem ve davranış gerçekleştirerek yaşam tarzını oluşturması değerlerle mümkün olmaktadır. İnsanın yaratılanların en şerefli ya da en aşağı seviyede bir varlık konumunda mı olduğunu belirleyen yegâne şey değerlerdir. Bir toplumun sürekliliği ve varlığını idame ettirebilmesi toplumsal değer ve ilkelerinin günlük hayatlarına aktarılması ve yeni nesillere benimsetilmesiyle mümkündür. Her toplum kendi kimliğini oluşturan değerlerini bir sonraki nesle aktarabilmek için çaba gösterir.

¹ Bu makale 18-21 Haziran 2014 de Erzurum'da düzenlenen "Uluslararası İnsani Değerlerin Yeniden İnşası" adlı sempozyumda sunulan bildirinin düzenlenmiş formudur.

* Yrd. Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, kubrakucuksen@konya.edu.tr

Ekonomi kurumunun yapı öğelerinden olan tüketimin günümüzdeki şekli, son iki yüz yılın yani modern kapitalist sistemin bir olgusudur. Tüm dünyada modernleşme süreciyle birlikte insanın kutsalla olan bağının zayıflaması, yaşamın anlam ve amacının dünyevi haz ve tüketime indirgenmesi, evrensel değerlerle birlikte milli kültürel değerlerin de erozyona uğramasına neden olmuş, değerlerde yaşanan aşınma ve ahlâki çöküntü toplumsal pek çok sorunun ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Ülkemizde özellikle 1980 sonrası liberalleşme ve serbest piyasa politikalarının hayata geçirilmesiyle yaşanan toplumsal değişimin de etkisiyle, değerler hiyerarşisi alt üst olmuş, ekonomik açıdan zengin ve varlıklı olma, şan şöhret sahibi olma, toplumda en üst değerler arasında yer almış, maddi güce ulaşabilmek için her yol mubah olarak algılanmıştır. Aileler her yönden tüketim kültürüyle kuşatılmış, mutluluk aile bireylerinin birbiriyle uyumu ve bütünleşebilmesi kadar mal ve hizmet tüketimiyle eşleştirilir olmuştur. Öyle ki Önür' ün de belirttiği gibi iyi anne- baba veya iyi eş olma, harcama, harcatma ve tüketirebilme düzeyiyle ölçülür hale gelmiştir (2004:16).

Bu çalışmada ekonomik davranışın dini ve ahlâki temeli, esas alınan değerler arasında ekonomik davranışın dayandığı ahlâk ve zihniyet parametrelerinin neler olduğunun tartışılması amaçlanmıştır. Bu alanda insanı merkeze alan değerlerimizi günlük hayata aktarabilmemiz ve yaşatabilmemiz için neler yapılabileceği, kendi değerlerimizin gerek kurumsal gerekse kurumsal açıdan nasıl bir iktisadi davranış öngördüğü tartışılacaktır. İlgili literatür taranarak hazırlanan çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kapitalizmin iktisat ahlâkı, ikinci bölümde tüketim toplumu üçüncü bölümde din-değer-eylem ilişkisi tartışılmış, sonuç ve öneriler bölümüyle çalışma sona ermiştir.

1. Asketizmin Uzağında Kapitalizmin İktisat Ahlâkı

“Din gibi manevi bir ilkeler bütününün kapitalizm gibi son derece maddi, dünyevi bir sosyo-ekonomik oluşuma kaynaklık edebilmesi inanılır gibi değil. Ancak hakikat budur” (Özel, 1993).

Kapitalizm, on altıncı yüzyılda Avrupa’da başlayıp on dokuzuncu yüzyılın sonlarında bütün dünyayı etkisi altına alan, Wallerstein’in ifadesi ile insanlık tarihinde eşine rastlanmamış tarihsel bir sistemdir. Kapitalizmin oluşumunda manevi dinamikler ve dinin rolü 19. yy dan itibaren Sombart, Marx ve Weber gibi sosyologların çalışmalarına konu olmuştur. Weber, belirli bir inanca bağlı olarak ekonomi ahlâkının, dünyevi zevklerden kaçınma (asketizm) öğretilerine dayanan Protestan ahlâkı ile bağlantısını ele almış, daha sonra yayınladığı Dünya Dinlerinin Ekonomi Ahlâkı ile de en önemli kültür dinlerinin ekonomi ile olan bağlantılarını araştırmıştır. Weber için kapitalizmin hareket noktası mesleğini düşünme ve kendini mesleğine adamadır. Bu meslek anlayışının kaynağı ise “din”dir (Weber, 2002).

Kapitalist sistemin sacayakları üretim, üretime bağlı tüketim ve iktidardır. Üretilen her şey kullanım değerine ya da kullanım süresine göre değil, yok oluş sürelerine göre üretilir. Üretilen ürünler kısa bir zaman diliminde eskiyecek, yaşam süresi sona erecek ve yerine yenileri piyasaya sürülecektir. Süreci yaşatan teknolojik gelişme ve moda olgularıdır. Bu sistem bireylerin tüketim tatminini sağlar ama bireye neyi tüketeyeceğine dair bir seçim imkânı sunmaz. Birey her gün yeni bir tarzda sunulan tüketim kalıplarını hızlı bir şekilde tüketir. Temel felsefe “büyüme için üretmemiz, üretmek için de tüketmemiz gerekmektedir. Yanlış olan az tüketmektir. Kitleleri tüketmemeye teşvik etmek, üretmemeyi söylemenin bir yoludur. Üretmemek yoksulluğa sebep olur. Yoksulluk ise serbest teşebbüsün düşmanlarını, demokrasinin düşmanlarını iktidara getirir” (Mattelart, 1995: 181).

Üretim fazlasını ve elde kalmasını önlemenin yolu insana suni ve yalancı ihtiyaçlar üretmek tüketimini artırmaktır. Bu da o güne kadar piyasada bulunmayan yeni tüketim ürünlerini icad etmekle mümkündür. İcad edilen bu yeni malların talep edilmesi “reklâmlar” sayesinde insanlara öğretilir. Modern dünyanın en önemli ve en tahripkâr bilimi olarak kabul edilen reklamcılık sayesinde insanın arzu ve hevesleri birer organik ihtiyaç haline gelir (Özel, 1995: 39). Reklâm mesajı tüketiciye ürünle ilgili bilgi vermek ve bireyleri ikna ederek ürünü derhal satın almalarını sağlamak amacıyla hizmet eder. Aslında yokluğunda insanların eksikliğini hissetmediği şeyler, reklâmlar sayesinde ihtiyaçmış gibi sunulur. Dolayısıyla reklâm sadece ticari bir faaliyet değil, psikolojik/toplumsal süreçleri kullanarak bireylerin satın alma davranışını etkileyen bir olgudur (Budak, 2001).

Adorno, Horkheimer ve Herbert Marcuse gibi düşünürler tüketim kültürünün, toplumda bireyleri tüketime dayalı yaşam biçimlerini satın almaya zorlayan, yanlış ihtiyaçlar ürettiğini ileri sürmüşlerdir. Marcuse’a göre sadece korkunç miktarlarda kaynak ve yetenek israfına dayalı olan tüketim toplumu değil, aynı zamanda ülke ekonomisini kontrolünde bulunduran uluslararası dev şirketler ABD nin hemen her alanda işe geçmesine neden olmuştur. Çok az farklı tüketim eşyası bulunmasına rağmen, tüketiciler bu eşyaların kendilerine gelene kadar geçirdikleri tüm imalât, dağıtım, alt yapı, pazarlama, reklam ve paketleme süreçlerine harcanan masrafları ödemek zorundadır. Endüstrinin sömürü çarkı böylelikle dönmektedir (Akt: Kaplan, 1991: 89). Gerçek ihtiyaçlar ile sahte ihtiyaçlar arasındaki ayrımın ortadan kalktığı tüketim toplumunda birey, satın almanın ve bunları sergilemenin kendisine toplumda bir ayrıcalık ve prestij getirdiğine inanır. Ekonomik refahın, toplumsal statünün, mutluluk ve başarının, imaj ve markaya dayalı bir tüketimle eş tutulduğu günümüz toplumlarında reklâm bu algıları meşrulaştırma işlevi görmektedir.

Kapitalizmin başat değeri iktidar ve sahip olmadır. İktidara sahip olan iktidarın tüm güçlerine de sahip olur (Poole, 1993). Kapitalizmde mal ve mülke sahip olma diğer sistemlerde görülmeyen anlamlara tekabül eder. Sahip olma mutluluk içindir, sahip olma başarıdır. Sahip olma maddeyi merkeze almaktır. Madde bir kez insan hayatının merkezi olduğunda tüketim bir tutku haline gelir. Sahip olunan şeyin hem sayı hem de çeşit olarak fazlaşması mutluluk ve başarının göstergesidir (Budak, 2001). Kapitalizmin öngördüğü insan tipi olan Homo-economicusun temel dürtüsü yarış, rekabet, üstün olma ve başkalarına egemen olmayı başarmaktır (Bulaç, 1995: 32). Böyle bir bireyin artık başka bireyler için fedakârlık yapması, başkalarının yararlarını düşünmesi, dostluk, sevgi, paylaşma vb. duygulara sahip olması mümkün değildir.

Kapitalizm tarihi, aynı zamanda hristiyan zihniyetten sapmanın tarihi olarak da değerlendirilmektedir. Kalvinist Protestanlığın mensupları için dini seçilmişliğin ve Tanrı tarafından sevilmenin bir işareti olarak görülen ticari başarı, daha fazla üretim ve tasarruf birdenbire artık kapitalizmin serbest arenasında kıyasıya rekabet kâr hırsı ve tüketim alışkanlığına dönüşmüştür (Özdemir, 2005: 92). Geçmişte daha çok yayılarak, daha fazla emekçiyi istihdam ederek, daha fazla hammadde kullanarak daha fazla yatırım yaparak gelişen kapitalizm, günümüzde gelişmiş ekonomilerde neredeyse sadece yoğunlaşarak gelişmekte, sadece sürekli büyüyen bir tüketime ihtiyaç duyulmaktadır (İnsel, 2004: 28-29).

Bir medeniyet her şeyden önce bir değerler sistemidir. Kurumlar bu değer ve inançların birer eseri olarak ortaya çıkarlar. Batı medeniyetinin maddi temeli liberal kapitalist bir ekonomik zihniyete dayanır. Dolayısıyla toplumsal ve siyasal organizasyon bu temel etrafında şekillenmiştir. Batı dünyasında yaşanan modernleşme sürecinin temel felsefesi değerlerden arındırılmış özgür ve bağımsız bir insan ve toplum modeli oluşturmaktır (Akdoğan, 1999: 31). Kapitalizmin gelişmesinde başat rol oynayan bu ekonomik insan modeli, daha sonrası için plânlanan “tüketici insan” tipinin oluşmasında

bir ilk aşamadır. Kapitalizmin dinden ayrışma serüveni bu “değerlerden arınmış insan” sayesinde gerçekleşmiştir.

2. Tüketim Toplumu Üzerine

Günümüzde toplumlar metaların kutsallaştırıldığı tüketim toplumlarına dönüşmüştür. Tüketimin işlevi yeni yaşam tarzları sunarak, bireylerde farklı kimlik duyguları geliştirmek ve bireyin sosyal sınıf ve katmanlar arasındaki yerini belirlemektir. Ürünlerin vââd ettiği fayda için arzular kamçılanmakta, böylelikle onlara sahip olma adına daha çok kazanma ve daha çok harcama teşvik edilmektedir. Bana ne satın aldığımı, nereden aldığımı söyle sana kim olduğumu söyleyeyim diyen Bauman “*aslında hayatımı benim bireysel meselem yapan tüketici davranışıdır. Ve beni birey yapan da tüketim faaliyetidir. Satılan şey yalnızca bir ürünün kullanım değeri değil, onun ayrılmaz bir parçası olan özel bir hayat tarzının yapı taşları olarak simgesel anlamıdır. Hayat tarzı da tüketim tarzından başka bir şey değildir*” (2012: 221) demektedir.

Ekonomik sistemler kendilerini oluşturan değer ve normlardan soyutlandıkça maddileşmektedir. Böyle bir süreç gösterişçi tüketimi, israf ve lüksü tırmandırmakta, bireyler arasında kâr için kazanç sağlayan, kolay para kazanan, daha çok kazanmak için her yolu mubah görenlerin at oynattığı bir ortamı hazırlamaktadır. Böylece toplumu ayakta tutan kültürel bağlar çözülmekte değerler sistemi alt üst olmaktadır (Türkdoğan, 1996: 266). Halbuki kadim kültürlerin hepsinde ekonomi bir insan için kaçınılmaz olarak gerekli olan, ancak belirleyici olmayan bir unsurdur. Davutoğlu ekonominin bu başat konumunu moderniteyle açıklamaktadır. “*Modernite değerle mekanizma arasındaki ilişkiyi tersine çevirerek ekonomiyi merkeze aldı. Kapitalizm ile demokrasi arasındaki irtibatlandırmada olduğu gibi ekonomi siyaseti belirlemeye başladı. Siyaset hukuku, hukuk değerleri üretti. O değer de insana ekonomik tüketici kimliği oluşturdu. İslâm medeniyeti ve diğer kadim kültürlerde önce ontoloji, sonra değer, sonra hukuk, sonra siyaset, en son ekonomi gelirdi*” (2002: 39,103).

Modernleşme, modernizm ve modernite birbirlerinin içinde gelişen kavramlardır. Modernite günlük hayatın rutinleşmesi, dini değerlere olan inancın zayıflaması, yaşam cephelerinin farklılaşması, bürokratik yönetim sistemi, bilim ve tekniğin egemenliği, kapitalizmin ekonomik hakimiyet sürecidir (Turner, 2003: 291). Modernite, geleneksel dini düşüncenin ve yaşantının bireyin zihin dünyasında ve toplumsal yapıda egemenliğini yitirmesine yol açmıştır. Eskiye, geçmişe, tarihi yadsıyan, yeniyi, çağa ait olanı kabul eden modernizm; hümanizm, sekülerizm ve demokrasi sacayağı üzerine kurulu, hakimiyetin insana ait olduğunu, kurtuluşun dinde değil, insan aklından neş’et eden bilimsel icatlarda bulunabileceğini savunan bir dünya görüşü olarak kabul edilmektedir (Demir, Acar, 1997:159). Batı modernleşme parametrelerinin üzerine oturulduğu ilerleme, gelişme olgusu, inancın ve dinin yerini alarak toplumsal hayatın bütününe yayılmış, toplumun temel değerler hiyerarşisinde sapma meydana getirmiştir. (Özdemir, 2005: 51). Modern insan için artık nihai hedef maddi, dünyevi bir yarar elde etmektir. İnsan bundan böyle bütün semavi dinlerdeki mahlûkatın en şerefli konumuyla değil, “homo- economicus”, “homo- ecco” “self-inmade” olarak kutsalla; dini, ahlaki, hukuki, bireysel ve toplumsal tüm bağlarını kopartmak istediği yeni konumuyla tanımlanmaktadır. Modern paradigma, Tanrı’yı yerinden ederek, kâinatın merkezine konumlanan insanın, yaratıcı, rasyonel gücünü ön plâna çıkartarak, ilâhi ve ahiretle ilgili olanları değil, dünya ve dünyayla ilgili olanları yüceltmektedir. Bu yeni paradigmanın besmelesi “Tanrı’nın ve faydanın adıyla”dır (Ebenstein, 2001).

20. yüzyılda değer’in yeni olana atfedilmesi, yeninin, yeni olduğu için değerli olması, salt yeniliğin kutsanması, tüketim toplumunun en belirgin özelliğidir. (İnsel, 1993:112). Modern toplumun “ticari toplum” veya “piyasa toplumu” olarak nitelendirilmesi, modern dünyadaki başat ahlâk anlayışını biçimlendirmektedir (Poole,

1993: 15-16). Boff'a göre, kapitalist dünya piyasasının temelinde teolojik bir sapkınlık, tüzel bir kokuşmuşluk vardır. Piyasa modern bir din biçiminin ortaya çıkmasına tanıklık etmektedir: Meta dini. Meta dininin temel dogması da "para her şeye kadirdir" sloganıdır (Boff, 1997: 313).

Günümüzde üreten değil tüketen insan tipi idealize edilmekte, tüketim değerleri toplumsal davranışa yön vermektedir. Daha fazla araba üretmek ve bunları satabilmek için daha fazla araba tüketilmesi gerekir. Herkesin arabası varsa, o zaman tüketicilerin dört yıl yerine iki yılda bir araba değiştirmelerini sağlamak gerekir. Wallerstein'in ilginç benzetmesiyle günümüzde daha fazla sermaye üretmek amacıyla sermaye üreten kapitalistler, "ayak değirmeninde daha hızlı koşmak için gitgide daha hızlı koşan beyaz fareye benziyorlar" (Wallerstein 1996:36).

Daniell Bell günümüzde artık çalışma ahlâkıyla, çalışma dışı ahlâkın birbirinden ayrılması neticesinde meselâ Amerikan toplumunun başarı ve çalışma gibi motiflerle ilgilenmediğini, daha ziyade nasıl harcamalı, nasıl eğlenmeli tarzında tüketim normlarına kaydığını söylemektedir. Ona göre Amerika kültürü 1950 lerden sonra oyun, eğlence, gösteriş, ve zevk gibi hedonistik mahiyet arz eden bir kimliğe dönüşmüştür. Hedonizm dünyası da aslında kapitalist yaşam tarzından kaynaklanmaktadır (Türkdoğan 1996:257). Bunun sonucu da tüm dünyada bir uçta yoksullar öteki uçta aşırı zenginlerin yer aldığı orta sınıfın eridiği bir toplum yapısıyla karşılaşmaktadır.

3. Ekonomik Eylem- Din ve Değer İlişkisi

"Eğer kişiler aşk, adalet, hakikat, sadakat gibi değerlere artık önem vermiyorsa her şeyi daha çok kazanma, daha çok harcama ölçütüne dayalı bir başarı ölçüsüne göre değerlendiriyorlarsa böyleleri sevgi dolu bir Tanrıya ibadet ettiklerini savunsalar da gerçekte taptıkları piyasa ekonomisi ideallerinin sembolleştirdiği bir puttan başka bir şey değildir" (Fromm, 1981: 35).

İnsanın hayat tarzını ve davranışlarını belirleyen değerler bütünü onun dünya görüşünü oluşturur. Değerler toplumun sosyo-kültürel öğelerine anlam veren en önemli ölçütlerdir. Herhangi bir toplumsal yapı, o toplumun sahip olduğu değer yargıları tespit edilmeden sağlıklı bir şekilde analiz edilemez (Özensel, 2003: 221-222).

Değerler sistemi kişilere neyin yasaklandığını neyin cezalandırıldığını söylerler. Bir toplumda kullanılan ödül ve cezaların temeli değer sisteminde bulunur. Maslow insanoğlunun gün ışığına minerallere, sevgiye ihtiyacı olduğu kadar, bir değerler bütününe, hayat felsefesine ihtiyacı olduğunu söyler. İnsanın bütün davranışlarına yön veren dini ve ahlâki değerler, insanın bireysel ve toplumsal bilincini şekillendirmek suretiyle, bu değerler doğrultusunda davranış geliştirmesini telkin eder. Din ve ahlâkın iktisat alanında ortaya koyduğu emir ve yasaklar bu alanda bireylerin iktisat ahlâkı ve değerlerini oluştururlar.

Ekonomik faaliyeti anlayabilmek için, onu ilişkili olduğu değerler sistemi ve dünya görüşü içerisinde ele almak gerekmektedir. Bir toplumun ekonomik ahlâkını oluşturan faklı birçok faktör vardır (Günay 2000: 390). Din, hukuk ve ahlâk kurallarına uygun davranmak için insanlara yeterli içsel motivasyonu sağlar. Böylelikle din, *toplumdaki ekonomik ilişkileri düzenleyen hukuk ve ahlâk kurallarına uygun davranmayı, görece düşük maliyetle sağlayan bir kurum özelliği göstermektedir* (Demir 1999: 66-68). Weber'e göre her büyük din teolojik öğretilerden başka insanın günlük davranış ve ilişkilerini büyük ölçüde etkileyen ve onun dünyaya karşı tutumunu ilgilendiren değerler sistemi de yaratır. Yani toplumun ekonomik etkinliği onun ahlâk felsefesinden ayrı düşünülemez. Katolik din adamları ve Protestan reformcular (Luther, Calvin..) insanın dünyaya karşı tutumunu değiştiren ve özellikle çalışma, iş ilişkileri konusunda yeni bir anlayışı yansıtan bir öğreti temellendirmişlerdir (Sencer, 1999:15). Örneğin kentli bir zanaatkârla küçük tüccarın yaşam tarzı onları, hristiyan dindarlığının rasyonel ve ahlâki boyutlarına önceden

hazırlamaktadır. Böylece ekonomik faaliyetleri, dürüstlük, güvenilirlik, iyi iş adamlığı gibi unsurlarla yerine getirirler (Turner 1991:135).

Weber, kişinin ödevinin dünya nimetlerinden faydalanmak ve zenginliğini artırmak olduğu görüşünü savunmuş, daha sonra Luther, bir “meslek ahlâkı” kavramını ortaya atarak Allah’ın seçkin kulu olmanın ve kurtuluşun, dünya hayatında başarıya ulaşarak, dünya nimetlerinden faydalanmakla mümkün olacağı düşüncesinin yayılmasına sebep olmuştur. Böylece Protestan ekonomi ahlâkı kendi üyelerini kapitalist bir ekonomiye doğru yönlendirmiştir (Günay, 2000: 391). Weber’e göre ekonomik kurumlar dini gelişmenin bir ürünü olmalarına rağmen zaman içinde dinden tecrit edilerek dünyevilemiştir. Fakat bir ahlâk disiplini olmadan varlığını sürdüremez (Türkdoğan, 1996: 83).

Hristiyanlığın ilk zamanlarında kilise zenginlik ve ticarete şüpheyle bakmıştır. İlk kilise babaları işletmecilik ve ticaret faaliyetlerini ahlâken kabul edilebilir bulmuşlarsa da para hırsı, hilekârlık ve lüks tüketime karşı uyarıları da hemen arkadan gelmiştir (Arslan, 2007: 412). Ülgener’in ifadesiyle “*Bir tarafta zevk ve eğlence cihetine kapalı bir tutumluluk, diğer tarafta aralıksız çalışma. Durup dinlenmeden çalışarak kazanılan servetin israf ve gösterişe harcanmadan biriktirilerek tekrar yatırım ve üretime kanalize olması. İşte kapital ve kapitalizm..*” (Ülgener, 1981: 43)

Başlangıçta çalışkanlık, azim, tutumluluk, titizlik, dürüstlük gibi piyasa toplumunun işleyişi için gerekli erdemler övülürken, sadece işbölümü ve teknik gelişmeyle değil, daha dürüst, daha çalışkan, daha disiplinli, aynı zamanda uyumsuzluklara çözüm bulan “incelmiş” bir insan tipiyle de yeni zenginlikler yaratılacağı öngörülmüyordu (Hirschman, 1999: 245) Ancak günümüzde kapitalist sistem, Batı’nın norm ve inançları içinde doğan, hatta kilisenin desteğiyle büyüyen, daha sonra bu manevi yapıyı dışlayarak sekülerize olan kimliğiyle günümüzde zengin ülkelerin yoksul ülkeleri sömüren bir aracı haline dönüşmüş, gösteriş için tüketim yaşam tarzı haline gelmiştir (Türkdoğan, 1996). Tarihsel süreçte tanrı’ya hizmeti amaçlayan bu bakış açısı sürecin devamında dayandığı değerlerden koparak makine kapitalizmine hizmete dönüşmüştür (Tanyaş, 2007:75).

Ahlâki davranışa kılavuzluk eden ahlâki değerler bazen başka değerlerin (iktisadi , estetik..gibi) arkasına itilebilmektedir. İktisadi değerler ön plânda tutulursa bir başka deyişle araç değer olmaktan çıkıp, amaç değer haline gelirse, çoğu zaman toplumdaki yerleşik ahlâk kuralları çığnenebilmektedir. Çok kazanarak çok biriktirmeye önem verenler vergi kaçırabilir veya haksız kazanç ve ticaret yollarına başvurabilir (Güngör, 1998: 46). Oysa islâm toplumlarında, örneğin Osmanlıda, hakim değerler sisteminde zenginlikten çok adalet ve eşitliğe önem verilmiştir. Bazı insanların büyük servetler biriktirerek elde ettikleri güçle başkalarına hükmetmeleri kesinlikle hoş görülmemiş, ayrıca mal veya değerli maden biriktirmeye de sıcak bakılmamıştır (Akgül, 2002: 119-120).

Bugün insanlığın barış ve huzur arayışının temelinde dünyada egemen olan sosyal ve iktisadi organizasyonun insanın insanı ezmesine neden olan çarpık değer sisteminin egemen olması yatmaktadır (Akgül, 2002: 103). Schumacher insanların kazanç ve harcamalarına göre değerlendirildiği zenginlik ve lüks yaşam hayranlığının egemen olduğu, zenginlerin toplumsal kahraman addedildiği bir toplumun ekonomizm dininin mü’minleri olduğunu söylemektedir. Çağın bunalımının sebebi hikmete fazilete dayalı değerlerin terk edilerek insanların sınırsız bir rekabet, çok kazanma hırsı, tamah, kıskançlık ve çekişmeye itilmeleridir (Schumacher, 1979). Sessizce tüm dünyaya yayılan bu tüketime dayalı iktisat ahlâkı neticesinde, duygusal açıdan sığ, karşılıksız sevgi, diğergâmlık, vefa, kadirşinaslık gibi asli insanlık duygularına yabancılaşmış, insan ilişkilerinde mesafeli, yalnız, menfaatçi, istismarcı, kronik derecede kaygılı, öfkeli psikosomatik hastalıklardan muzdarip bir insan tipi ortaya çıkmıştır (Merter, 2011: 75).

Ahlâk büyük dinlerde inanca dayalı bir meseledir. Din ideal davranış sistemini getirir. Dinde ahiret inancı ona hem kaynaklık eder, hem de devamlılık kazandırır (Sezen, 1988 :69). İnsan sadece maddi tatmin ile hareket eden bir varlık değildir. Homo-economicus sosyal hayatın her alanında geçerli olamaz. Talebi varsa arzı da olmalı diyerek hem insanın hem toplumun zararına olan bir mal piyasada satılamaz (Erkal, 2000: 53). Ekonomik davranışın temelinde şahsi çıkarın yanı sıra şeref, vicdan gibi etkenlerin de olduğu bilinmektedir. İnsanların davranışlarında maddi ihtiyaç ve menfaatlerin önemli rolü olduğu bilinmekle beraber, fikir ve inançların oluşturduğu dünya görüşü ve değerlerin de davranışlara yön verdiği göz ardı edilemez (Günay, 2000: 389). Din insanlara başkalarına karşı yaptıkları davranışlardan sorumlu olduğunu bildirir. Zaten insanın tek başına yaşarken yapıp ettikleri değil, başkasına yönelmiş davranışlar dinde ahlâkın kapsamına girmektedir. Dini tecrübe olmadan ahlâki tecrübeden bahsedebilmek zordur. Şefkat, merhamet, adalet, arzularını hapsedme, kendini başkasının yerine koyma gibi değerler, ahlâkın sadece örf ve adetler demek olmadığını (Sezen, 1988: 68), hayatın her alanında insanların davranışlarını yönlendiren ve motive eden güdülerin, kaynağını çoğunlukla dinden aldığı göstermektedir. Ahlâk ilkeleri insanları ahlâklı kılamazlar. Onlar buyurur, kınar, fakat motive edemezler. İhtiyaç duyulan şey insanları ahlâk prensiplerine uygun hareket etmeyi muktedir kılacak bir motivasyon kaynağıdır. Ahlâka böyle bir motivasyon kaynağı oluşturacak olan da “din”dir (Steward’dan Akt. Kılıç, 1996: 162).

Teorik açıdan dindarlık ve değerler birbirleriyle oldukça ilişkilidir. İnanç ve değerler sistemimizin önemli bir kesimi dinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle din hem değerler sistemi, hem de ahlâkın temel kaynağıdır (Türkdoğan 1996: 13). Çünkü dinler bir yandan bazı değerlere daha çok önem atfederken, diğer yandan da mensuplarını belirli değer perspektiflerini izlemeleri yönünde teşvik ederler (Mehmedoğlu, 2006: 475). Ancak modernleşme süreciyle birlikte, ilerleme, gelişme ve aydınlanmanın önünde bir engel olarak görülen din, toplum hayatından bireyin vicdanına indirgenmiştir. Dinin hiyerarşik yapısındaki bu değişimin ifadesi olarak, öte dünyaya mahsus cennet yerini, bu dünyada “cenneti yaşama” inancına bırakmıştır.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Yaklaşık üç yüz yıldır tüm toplumlarda yaşanan modernleşme sürecinde semavi dinlerin ahlâki değerlerinin yerini kapitalizm ahlâkı almış, parayı en yüce değer kabul ederek maddeyi kutsallaştıran insanların varlık göstermesine sebep olan bu durum, bireyin mutsuz olmasına, var oluşsal bir anlamsızlık girdabına sürüklenmesine neden olmuştur.

Schumacher’e göre çağımızın içine düştüğü bunalımın kaynağı hizmete, fazilete dayalı değerlerin terk edilerek, insanların sınırsız bir rekabet, hırs, tamah, kıskançlık ve çekişmeye itilmeleridir. Kapitalist ekonomi sisteminin yol açtığı söylenen bu durumdan kurtulmanın yolu dünya nimetlerinden israfa kaçmayacak şekilde yararlanmak, dürüstlük, helâl kazanç gibi değerlere, lüks ve gösterişçi tüketimden uzaklaşarak manevi değerlere yönelmekle mümkündür.

Ne Liberal düşünürlerin tam bir serbest rekabet anlayışıyla “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” felsefesiyle çizdikleri bu sürekli çıkarlarının peşinde koşan, her davranışını menfaatlerinin belirlediği “homo economicus” portresi, ne de Sosyalizmin “ancak bir toplum içinde bireyin kendisini gerçekleştirebileceğini, kendisini toplum ve devlet için feda eden “homo-socius “sosyal insan”ı İslâmın çizdiği “müslüman insan” portresiyle uyuşmamaktadır. İslâm’a göre insan, davranışlarından sorumlu bir varlıktır, başıboş değildir. İslâm insanı sınırsızca tüketen, emrine verilen her şeyi ifsat eden “ekonomik insan”ın aksine tüm davranışlarında adalet ve hakkaniyet düsturuyla hareket eder. Yaşam prensibi mücadele değil, yardımlaşma ve paylaşmadır. İslâm, bütün kâinata karşı sorumluluğunun bilincinde, tüm canlılara şefkat ve merhametle yaklaşan, fedakâr, diğergâm, dürüst bir insan prototipi önerir.

ÖNERİLER

1. Toplumsal değişme tek tek bireylerin değişmesiyle mümkündür. Değer aktarımının yapıldığı temel kurum olan ailede, her türlü ekonomik davranış inanç ve değerlerimize uygun olarak gerçekleştirilmeli, özellikle gösterişçi tüketim konusunda anne- baba duyarlı bir rol model olmalıdır.
2. Her seviyedeki eğitimde sağlam bir iktisadi değer ve ahlâk öğretilmesine (kazanma ve harcama, üretim ve tüketim vb.) yer verilmelidir. Değer eğitimi din eğitiminden tamamen bağımsız değildir, fakat sadece din eğitiminin sorunu da değildir.
3. Okul öncesi dönemden başlayarak ekonomik davranışın dini arka plânı müfredatta yer almalı, davranışa temel teşkil edecek parametreler örneklerle öğretilmelidir.
4. Orta öğretim ve Üniversitelerde “bilinçli tüketici” yetiştirme amacına matuf olarak, müfredatta yer alan Finansal Okuryazarlık derslerinde salt bireysel çıkar ve maddi menfaat gözetmenin yanı sıra başkalarına yardım etme, diğergâmlık, infak gibi değerler de anlatılmalıdır.
5. Kitle iletişim araçları özellikle televizyon, küresel kapitalizmin ve çok uluslu şirketlerin ticari amaç ve tüketim ağırlıklı kültür endüstrisine hizmet etmekte, bireyleri tüketim çılgınlığına teşvik etmektedir. Bu konuda Medya okur-yazarlığı ile ailelere ve çocuklara yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
6. Günümüzde egoizm ve gösterişçilik sosyal yaşamın merkezine oturmuştur. Kadınlar değerlerin yalnız taşıyıcısı değil, üreticisidir de. Bu bağlamda tüketim davranışının birincil öznesi olan kadınlara yönelik, yerel yönetimler ve halk eğitim merkezlerinde, seminer, konferans gibi eğitici etkinlikler düzenlenmeli, sivil toplum kuruluşları özellikle kadın sivil toplum kuruluşları, israf, lüks tüketim, moda ve gösterişçi yaşam tarzları vb. konularda bilinç yükseltme çalışmalarına ağırlık vermeli, bu alanda panel konferans türü etkinliklere ön ayak olmalıdır.
7. Dünya hayatı bir güç- gösteriş arenası değildir. Hayatın anlamlı bir hale gelebilmesi var oluş sebebini anlamaya bağlıdır. “*Var oluş sebebi kavranmadığı takdirde hayat boş ve heba edilmiş bir sermayeden ibarettir*”. Bu nedenle aile, okul, medya elbirliği ile her şeyden önce hayatın anlamı anlatılmalıdır.

Kaynakça

- Akdoğan, Ali. (1999), *Geleneksel Toplumdan Modern Topluma Geçişte Dini Hayat (Rize Örneği)*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Samsun.
- Akgül, Mehmet (2002).Türkiye’de Din ve Değişim: Bir Erol Güngör Çözümlemesi. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Arslan, Mahmut . (2007), *Max Weber’in Protestan Çalışma Ahlâkı Tezi ve Diğer Dinlerle Karşılaştırılması, Teorik ve Pratik Yönleriyle Ahlâk*, (Eitörler: Recep Kaymakcan, Mevlüt Uyanık), Dem Yayınları, İstanbul.
- Bauman , Zygmunt . (2012), *Sosyolojik Düşünme*, 8. Baskı, AyrıntıYayınları, İstanbul.
- Boff, Leonardo. (1997). *Meta Dini ve Piyasa*. İktisat ve Din (Hazırlayan: Mustafa Özel), İz Yayınları, İstanbul.

- Budak, Hatice . (2001) . *Modern Kapitalist Toplumlarda Birey-Tüketim - Reklâm İlişkisi*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Bulaç, Ali. (1995). *Çağdaş Kavramlar ve Düzenler*, İz Yayınları, İstanbul.
- Davutoğlu, Ahmet . (2002). *Küresel Bunalım 11 Eylül Konuşmaları* 3.Baskı, Küre Yayınları, İstanbul.
- Demir, Ö.,Acar, M. (1997), *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, 3.Baskı, Vadi Yayınları, Ankara.
- Demir, Ömer. (1999). İşlem Maliyetini Düşüren Birer Kurum Olarak Hukuk, Ahlâk ve Din, *İslâm Sivil Toplum ve Piyasa Ekonomisi*, (Editör: Ömer Demir), Liberte Yayınları, Ankara, s. 55-71.
- Ebenstein, William, (2001). *Siyasi Felsefenin Büyük Düşünürleri*, çev. İsmet Özel, 2. Baskı, Şule Yayınları, İstanbul.
- Erkal, Mustafa . (2000). *İktisadi Kalkınmanın Kültür Temelleri* 5. Baskı, Der Yayınları, İstanbul.
- Erkilet, Alev . (2012), *Mahremiyetin Dönüşümü: Değer, Taklit ve Gösteriş Tüketimi Bağlamında "İslâmi" Moda Dergileri Birey ve Toplum*, C.2, S. 4, s27-39
- Esen, Adem . (1997). İnsanın Mala Rağbeti ve İbadet Vaktinde Alışveriş. *İktisat ve Din*. (Hazırlayan: Mustafa Özel). İz Yayınları, İstanbul. s.227-235.
- Fromm, Erich . (1981). *Psikanaliz ve Din*, (Çev: A. Arıtan), Say Yayınları, İstanbul.
- Günay, Ünver. (2000). *Din Sosyolojisi*, 3. Baskı, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Güngör, Erol. (1998). *Ahlâk Psikolojisi ve Sosyal Ahlâk*, Ötüken Neşriyat. İstanbul.
- Hill; Christopher. (1998), "Protestanlık ve Kapitalizmin Ortaya Çıkışı", *Kapitalizmin Doğuşu*, (ed. David S. Landes), (çev. Süleyman Gündüz), İnsan Yayınları, İstanbul.
- Hirschman, Albert O. (1999), *Piyasa Toplumu Hakkında Çatışan Görüşler, Sosyal ve Siyasal Teori*, 2.Baskı, (Çeviren: Mustafa Erdoğan). (Derleyen: Atillâ Yayla), Siyasal Kitabevi, Ankara. s. 243-250.
- İnsel, Ahmet. (2004), *Neo Liberalizm Hegemonyanın Yeni Dili*, Birikim Yayınları, İstanbul.
- Kaplan, Yusuf . (1991), *Enformasyon Devrimi Efsanesi. Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi*, Rey Yayınları, İstanbul.
- Özdemir, Selma (2005). *Din Ahlâk İlişkisinin Sosyolojik Analizi ve Kapitalist Zihniyetin Değerlendirilmesi (Adam Smith ve*

İbrahim Hakkı Örneği), Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Bursa

- KILIÇ, Recep. (1996), *Ahlâkın Dini Temeli*, TDV. Yayınları, Ankara.
- Mattelart, Armond. (1995), *Beyin İğfal Şebekesi*, Çev. Işın Gürbüz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Mehmedoğlu A. Ulvi. (2006), “Dindarlığın Peşinde, Din Psikolojisinde Araştırma Ölçme ve Yorumlama Üzerine”, *İslâmi Araştırmalar Dergisi*, (19). Sayı.3, s.465-478.
- Merter, Mustafa (2011), *Dokuz Yüz Katlı İnsan*, 8. Baskı, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- ÖNÜR, Nimet (2004), Modernleşme Sürecinde Okul Aile ve Medya Kavşağında Toplumsal Değerler, *Uluslar arası Değerler ve Eğitimi Sempozyumu*, (Toplum ve Değerler Başlığı Altında), İstanbul.
- Özel, Mustafa . (1995), *Devlet ve Ekonomi*, İz Yayınları, İstanbul.
- Özel, Mustafa. (1993), *Kapitalizm ve Din*, Ağaç Yayınları, İstanbul.
- Özensel, Ertan . (2003), “Sosyolojik Bir Olgu Olarak Değer”. *Değerler Eğitimi Dergisi* (3), 217-239.
- Poole, Roos . (1993). *Ahlâk ve Modernlik*. (Çeviren. Mehmet Küçük). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Schumacher, E.F. (1979), *Küçük Güzeldir*, (Çev. Osman Deniztekin). Cep Kitapları, İstanbul.
- Sencer , Muzaffer. (1999). *Dinin Türk Toplumuna Etkileri*, 3.Baskı, Sarmal Yayınları, İstanbul.
- Sezen, Yümni . (1988), *Sosyoloji Açısından Din Dinin Sosyal Müesseseler Üzerindeki Tesirleri*, Marmara Ün. İlahiyat Fak.Yayınları, İstanbul.
- Tabakoğlu, Ahmet. (1988), *İslâm ve Ekonomik Hayat*. DİB Yayınları. Ankara.
- Tanyaş, Ö. Evren (2007), *Weber’de Kapitalizmin Ruhu ve İslâm Üzerine Sosyo-Psikolojik Bir Deneme*, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Turner, Bryan S. (1991). *Max Weber ve İslâm, Eleştirel Bir Yaklaşım*, (Çeviren:Yasin Aktay), Vadi Yayınları, Ankara.
- TURNER, S. Bryan. (2003), *Oryantalizm, Postmodernizm ve Globalizm*, (Çeviren: İbrahim Kapaklıkaya), Anka Yayınları, İstanbul.
- Türkdoğan, Orhan . (1996), *İslâm Ekonomik Sistemi ve Weberci Görüşler*, Turan Yayınları, İstanbul.
- Ülgener, Sabri F. (1981). *Zihniyet ve Din- İslam Çözülme Devri İktisat Ahlakı*, Der Yayınları, İstanbul.
- Wallerstein, Immanuel. (1996), *Tarihsel Kapitalizm*, 2. Baskı. (Çeviren: Necmiye Alpay), Metis Yayınları, İstanbul.
- Weber, Max. (2002), *Protestan Ahlâkı ve Kapitalizmin Ruhu*, (Çeviren: Zeynep Gürata). Ayrıntı Yayınları, Ankara.