

X. Din Sosyolojisi Anabilim Dalı Koordinasyon Toplantısı: Tüketim Kültürü ve Müslüman Kimliğinin Değişimi (Samsun)

Geleneksel hale gelen Din Sosyolojisi Anabilim Dalı Koordinasyon Toplantılarının onuncusu Samsun'da 29-30 Ağustos 2014 tarihlerinde, On Dokuz Mayıs Üniversitesi (OMÜ) İlahiyat Fakültesi'nin ev sahipliğinde, OMÜ Rektörlüğü'nün, İlkadım, Canik ve Atakum Belediyelerinin maddi-manevi katkılarıyla gerçekleşti. Toplantının bu seneki sempozyum konusu "Tüketim Kültürü ve Müslüman Kimliğinin Dönüşümü" idi. Bu vesileyle dünyada hızla yayılan, toplumun her tabakasında görülen tüketim alışkanlığı sosyolojik açıdan incelenmiş ve bu alışkanlığın müslüman kimliği üzerinde meydana getirdiği değişimler ve bunun boyutları tartışılmıştır. Programın sabahki bölümünde açılış töreni ve protokol konuşmaları ile Dr. Necdet Subaşı tarafından "Türkiye'de Dinî Hayat Araştırması- Temel Bulgular" konulu sunum yapılmıştır. Öğleden sonra ise sempozyum oturumları düzenlenmiştir. Programın ikinci gününde ise değerlendirme toplantısı ile Bafra Kızılırmak Deltası Gezisi organize edilmiştir.

273

OMÜİFD

Toplantının ev sahipliğini yapan OMÜ İlahiyat Fakültesi Din Sosyolojisi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Erkan Perşembe yapmış olduğu açılış ve teşekkür konuşmasında, program hakkında kısa bir bilgi verdikten sonra modernlik bilincinin gelişmesi ve yaygınlaşması sonucunda popüler/tüketim kültürünün bütün dünyayı kuşattığını belirtmiştir. Perşembe'ye göre bu kuşatıcı etki geleneksel kültür ve değerler üzerinde kendisini hissettirmesinin yanında dindarlıkla ilgili kategorilerin de yeni anlamlar kazanmasına neden olmuştur. Ortaya çıkan ve hızla yaygınlaşan bu yeni kültürle birlikte dindar insanların mütevazı yaşam anlayışı da değişime uğrayarak haz odaklı bir yaşam tarzına dönüşmüş bu da Müslümanların sahip olduğu ahlaki değerlerde ciddi kırılmalar ve anlam kaymaları ortaya çıkarmıştır.

Prof. Dr. Erkan Perşembe'den sonra kürsüye gelen OMÜ İlahiyat Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Hüseyin Peker de konuşmasında, koordinas-

yon toplantılarının yaklaşık olarak on beş yıldır yapıldığını ve alana olumlu katkılar sağladığını belirtmiştir. Sempozyum konusuyla alakalı olarak da, dünyada olduğu gibi ülkemizde de tüketim kültürünün hızla yaygınlaştığını ve “tüketiğin kadar varsın” anlayışının gittikçe yaygınlık kazandığını dile getirmiştir.

Peker'den sonra konuşmalarını yapan OMÜ Rektörü Prof. Dr. Hüseyin Akan, misafirleri selamlayarak kısa bir sunum yapmıştır. Sunumunda toplumsal olaylara bütüncül bir nazarla bakılmadığını ve bunların tek bir etkene bağlı olarak açıklanmaya çalışıldığını Freud'un “libido”, Marx'ın “ekonomi” kavramlarından örnekler vererek ifade etmiştir. Ayrıca bu şekilde bir açıklamanın yanlış olmasına rağmen müslüman ilim dünyası tarafından da takip edildiğini belirtmiştir. Sempozyum konusuyla alakalı olarak da müslüman toplumların edilgen bir yapıya sahip olduklarını, dünyada meydana gelen küreselleşme gibi değişimleri olduğu gibi benimsediğini ve buna dayanak olarak da “insanoğlu tüketime yakın” anlayışını kabullendiğini dile getirmiştir. Bu anlayışın 80'den sonra Türkiye ekonomisinin muhafazakar bir iktidar tarafından dış dünya ekonomileriyle entegre edilmesiyle başladığını, 2000'den sonra da daha muhafazakar bir hükümet tarafından daha da pekiştirildiğini ifade etmiştir. Bu süreçte manevi enstrümanlar kullanılarak dünyevi güç ve imkânlar elde edildiğini ancak bir Müslümanın bunu yapmaması gerektiğini beyan etmiştir.

Yapılan açılış ve protokol konuşmalarından sonra Diyanet İşleri Başkanlığı Strateji Daire Başkanı Dr. Necdet Subaşı “Türkiye’de Dinî Hayat Araştırması-Temel Bulgular” başlıklı sunumunu yapmıştır. Bu araştırmanın benzerlerine göre daha kapsamlı ve günümüz Türkiye’indeki dinî hayatı anlamaya yönelik olmasıyla da önemli olduğunu ifade ettikten sonra çalışma sonucunda elde edilen bulgulardan örnekler vermiştir.

Programın öğleden sonraki bölümünde sempozyum oturumları yapılmıştır. I. Oturum Prof. Dr. Ünver Günay'ın başkanlığında gerçekleştirilmiştir. Bu oturumda Prof. Dr. Vejdi Bilgin “Dindar'ın Tüketime Yakla-

şımı ve Temel Tüketim Eğilimleri” konulu bir bildiri sunmuştur. Bilgin, bu bildiride dindar bireyin tüketim davranışının dindar olmayandan farklı olduğu ön kabulünden hareketle, onun tüketim eylemine yön veren zihniyetin çözümlemesini yapmıştır. Buna göre dindarın tüketim eylemi iç içe geçmiş iki pazar içinde gerçekleşmektedir. Birincisi genel pazardır ki bir kültürün ihtiyaçlarını karşılamaktadır. İkincisi ise dindar insanın ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir alt kültür pazarıdır. Bu pazar kendisini giyim-kuşam, yeme-içme, yazılı ve sözlü neşriyatlar ile ibadet amaçlı eşyalarla göstermektedir. Bunun yanında dindar bireyin genel pazarın tamamında tüketici olmadığı anlaşılmaktadır. Bu pazarda yer alan ve dince meşru görülmeyen ürünler –daha çok eğlenceye yönelik- tüketilmemektedir. Bunların tüketilmemesinde de fıkıh merkezli ve sembolik tüketime dayalı bir anlayışın etkili olduğu görülmektedir. Fıkıh merkezli tüketim anlayışına göre Türkiye’deki dindar fıkhen cevaz bulduğu her şeyi tüketme eğilimindedir. Dinî bir tüketim felsefesi geliştirilemediği için dindar, tüketim eylemine araçsal yaklaşmakta, tüketim metaları ve bunları tüketmenin sonuçları üzerinde fazla zihin yormamakta, kişisel arzularına uyan ve fıkhen cevaz bulduğu her şeyi tüketmektedir.

Sembolik tüketimde ise dindar, doğrudan bir ihtiyacı karşılamak veya haz almak için değil de belirli bir mesajı iletmek için tüketim yapmaktadır. Bunun dışı vurumu dindar kadında giyim-kuşam ve onun şekliyle, dindar erkeklerde ise daha çok araba ile kendisini göstermektedir. Sembolik tüketim konusunda dindar bireyin başka bir motivasyonu ise ideolojiktir ve kendisini etnosentrik tüketimle göstermektedir. Dindarların içki satan dükkânlardan alışveriş etmek istememesi, Yahudi şirketlerinin ürünleri başta olmak üzere yabancı markalara rağbet göstermeyip sahiplerinin dindar olduğu bilinen markaları tercih etmesi bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Bilgin, sonuç olarak da günümüz Türkiye’sinde dindar bireyin hazcı ve sembolik tüketiminin gittikçe yükseldiğini, toplumsal statüsü yükseldikçe bir yandan ibadet yapıp infakta bulunurken diğer taraftan iyi yemek, daha güzel giyinmek, daha prestijli arabalara binmek, daha iyi yerlerde tatil yapmak istediğini, bu tüketim eylemlerinin ise bir

kısımının sembolik mesajlara sahip olduğunu, bütün bu eylemlerin ise fıkıh aracılığı ile meşrulaştırıldığını ifade etmiştir.

Prof. Dr. Vejdi Bilgin'in sunmuş olduğu bildirinin müzakeresini yapan Prof. Dr. Celalettin Çelik de tüketim olgusunun endüstriyel ve küresel olduğunu, toplumun tüm kesimlerini kuşattığını ve bu eğilimin, onu kültürel bir olgu olarak dayatan modernleşme, protestanlaşma ve küreselleşmeden bağımsız olarak ele alınamayacağını belirttikten sonra Türkiye'de tüketim eğilimleri ile değişim arasında bir ilişki olduğunu ve bunun üç evrede gerçekleştiğini ifade etmiştir. İlk süreç 50'li yıllarda başlayıp 80'li yıllara kadar devam eden kentleşme sürecidir. Bu, kapitalist pazarın ürünlerine ulaşmanın mekânsal dönüşümüdür. Kırsaldan kente göçle başlamaktadır. İkinci dönem ise Özal'la başlayıp 2000'li yıllara kadar devam eden serbest ekonomi piyasasına entegre olma sürecidir. Üçüncü ve son evre ise postmodern tüketim sürecidir. Bu süreç tüketimin ister dindar, ister laik, ister İslamcı olsun bütün kesimlerin kimlik oluşumunun bir parçası haline gelmesini ifade etmektedir. Bu modern bir kurumun dinî bir biçim alması, dinî yapıların da modern bir görünüme girmesiyle kendisin hissettirmektedir. Çelik son olarak da tüketime karşı çıkmanın anlamsız olduğunu, yanlış olanın herkese tek tarz tüketimi dayatmak olduğunu belirtmiştir.

Birinci oturumun ikinci bildirisi Yard. Doç. Dr. Abdullah Özbolat tarafından sunulmuştur. Başlığı ise "Kapitalizme Eklemlenme: Dindar Orta Sınıfta Tüketim Kültürü"dür.¹ Özbolat bu bildirisini derinlemesine ve odak grup görüşmesi yaptığı 61 kişiden elde ettiği verilerle hazırlamıştır. Bu verilere göre dindar orta sınıf bireyleri kapitalist tüketim ve üretim kalıplarıyla ilişkili olarak, dünyevi olana yüz çeviren asketizm ile ona yönelim anlamındaki hedonizm arasında bir tüketim arzulamakta, giyim kuşamdan arabaya, ev içi aksesuar ve mobilyadan tatil ve eğlenceye va-

¹ Bu bildiri birikim dergisinde "Tüketim Bağlamında Dindarlığın Dönüşümü" adıyla yayınlanmıştır. <http://www.birikimdergisi.com/guncel/tuketim-baglaminda-dindarligin-donusumu>

rıncaya kadar, modernliğin tüketime dayalı birçok nimetinden faydalanmak istemektedir.

Bu bildirinın müzakere kısmında Doç. Dr. İsmail Demirezen, Türkiye'deki modernleşmenin Nilüfer Göle'nin ifade ettiği çoklu modernite yaklaşımı yani modernleşmenin İslamî değerlere göre gerçekleştiği düşüncesinden daha ziyade, Müslümanların veya dindar kesimin tüketim toplumuna, tüketim kültürüne entegre olması sonucunda gerçekleştiğini ifade etmiştir. Tüketim toplumu kavramıyla ilgili olarak da özellikle kapitalist sistemin son evresinde ortaya çıkan, malların fiyatlarının düşmesi, çoğu kesimin onları satın alabilir hale gelmesi fakat kapitalistlerin yani mal üreticilerinin bu mallardan daha fazla kar elde edebilmek için medya desteğiyle ihtiyaç ve işaret değeri olarak insanlara dayatması sonucunda meydana gelen bir toplumsal yapı olduğunu belirtmiştir. Bu toplumun en temel özelliği ise tüketicinin fiziksel ihtiyaçları karşılamaktan daha fazla işaret değeri olarak kişinin sosyal statüsünü göstermek için yapılmasıdır. Yani fiziki ihtiyaçlardan daha ziyade sembolik ihtiyaçlar ön plana çıkmaktadır. İslamî otel, islamî tatil, islamî giyim gibi alanların yaygınlaşması da bu ihtiyacın toplumsal yansımalarıdır.

Prof. Dr. İzzet Er'in başkanlığında yapılan ikinci oturumda ilk bildiri Yard. Doç. Dr. Cemile Zehra Körođlu sunmuştur. "Türk Toplumunda Tüketim Kültürü ve Din İlişkileri Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma" isimli çalışmada Körođlu, Konya ve İzmir il merkezleri örnekleminden hareketle tüketim kültürü ile din arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapmış olduğu araştırma sonucunda alışveriş ile ilgili tutumların oluşmasında cinsiyet, gelir düzeyi ve bireylerin dindarlık düzeylerinin etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Cinsiyet açısından kadınlar, erkeklere oranla alışveriş yapmaktan daha çok hoşlanmaktadırlar. Gelir düzeyi artışı ile birlikte alışveriş yapma oranı da artmaktadır. Dindarlık açısından ise dindarlığın artışı ile birlikte her fırsatta ve bol bol alışveriş yapmaktan hoşlananların sayısı azalmakta, alışveriş yalnızca ihtiyaç giderme faaliyeti olarak görülmektedir. Kozmetik ürünlerin kullanımıyla ilgili olarak da bireylerin dindarlığı arttıkça bu tür ürünlerin kullanımının azaldığı ortaya çıkmıştır.

Ayrıca domuz etinin yenmesi, alkol kullanımı ve yasak olmamasına rağmen sigara tüketiminde de dinin etkisinin olduğu görülmüştür. Bildirinin sonuç paragrafında da modern tüketim kültürünün sınırsızca ve sorumsuzca, her fırsatta sürekli tüketimi teşvik etmesine karşın, dinin hâlâ itidali, doğallığı sadeliği, kanaati ve dünyanın geçiciliğini vurgulayarak bu çağrıya meydan okuyan tek unsur olarak varlığını devam ettirdiği ifade edilmiştir.

Bu bildirinin müzakeresini yapan Prof. Dr. Ejder Okumuş, din ve tüketim toplumu kavramlarının iç içe geçtiğini ifade etmiştir. Okumuş'a göre tüketim toplumu, tüketimci toplum demektir. Bu toplum, tüketiciliği hayat felsefesi haline getirmiş, "tüketiyorum o halde varım" felsefesini hayata geçirmiştir. Din de o toplum içinde bir tüketim nesnesi olmuş, dindar da meşrulaştırma yoluyla tüketici haline gelmiştir. Gösterişçi dindarlık olarak isimlendirilen durum da bunun bir parçasını oluşturmaktadır. Okumuş'un dile getirdiği başka bir mesele de tüketim toplumunu ele alırken üzerinde durulması gereken kavramlara dairdir. Buna göre tüketim, din, üretim, tüketim toplumunda din, tüketim ya da tüketimcilik dini, dinin tüketimi, kapitalizm, neoliberalizm, modernleşme, küreselleşme, dinsel meşrulaştırma yoluyla tüketim, tüketimin dini meşrulaştırması, tüketimin görüldüğü mekânlarla ilişkili olarak boş zaman olgusu ve tüketim toplumu-değer ilişkisi gibi konu ve kavramlar tüketim toplumunu araştırırken mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır. Okumuş müzakerenin son kısmında da koordinasyon toplantılarının daha verimli geçmesi adına sempozyum yerine çalıştay şeklinde yapılmasının daha yararlı olacağını ifade etmiştir.

Arş. Gör. Erol Sungur tarafından sunulan "Postmodern Tüketim Kültürü ve Değişen Müslüman Kimliği" konulu bildiri, sempozyumun son bildirisi olmuştur. Sungur bu çalışmasında Müslümanların toplumsal alanda gerçekleştirdikleri bazı edimlerin ve Müslüman kimliğinin, postmodernitenin yani geç kapitalizmin etkisiyle nasıl değiştiğini ve dinî sembol ve göstergelerin bir tüketim nesnesine nasıl dönüştürüldüğünü ele almıştır. Yazara göre hız ve değişim gibi temel iki özelliğe sahip çağı-

mız toplumunda dindar kadın ve erkek, “özne” olma isteği ve kamusal alanda var olma ideali sebebiyle, kendi kimliğini ve dinginliğini kaybetmiş, “özne”leşmekten ziyade “nesne”leşmiştir. Buna paralel olarak da sekülerizm ve kapitalizmin kurallarının geçerli olduğu bir kamusal alanda kendi dinî ve içsel değerlerini yitirmiştir. Her ne kadar kamusal alanda dindarlığa dair görüntüler artsa da bu sadece görüntüyle sınırlı kalmış, içsel, dinî ve niteliksel açıdan bir kayıp meydana gelmiştir. Çünkü postmodern tüketim kültüründe var olabilme imaj, gösterge ve semboller üzerinden gerçekleşmektedir.

Bu bildirinin müzakeresi de Prof. Dr. Mustafa Tekin tarafından yapılmıştır. Tekin yapmış olduğu sunumunda postmodern kültürün nitelikleri üzerinde durmuştur. Bu kültür beraberinde “göreliliği” getirmektedir. Bu da bazı sabitelerin kaybedilmesine neden olmaktadır. Tüketimi sorunlu hale getiren de bu noktadır. Sabiteler kaybolduğundan dolayı kişi nerede duracağını ve neyi alıp-almayacağını bilememektedir. Görelilik dışında ikinci bir özellik ise “eklektik” olmasıdır. Yani farklı dinlere ait olan uygulama ve gelenekler bir araya getirilmekte, ortaya yamalı bir bohça çıkmaktadır. Tutarlılığın aranmaması ve gerçekliğin yerine yorumun öne geçmesi ise bu kültürün diğer özellikleridir. Fıkıh da meşrulaştırma yoluyla bu yorumun içine dâhil edilmektedir. Konuyla alakalı olarak dile getirilen son husus da modern tüketim kültüründe hedef, metayı yani nesneyi satmak iken postmodernitede birey yani ben öne çıkmış ve bütün amaç kişiyi elde tutmak, onu sistemin dışına çıkarmamak üzerine bina edilmiştir.

Koordinasyon toplantısının ilk günü bu şekilde iken, ikinci günde genel bir değerlendirme oturumu düzenlenmiş ve hocalarımız gerek program gerekse de gelecek sene ile alakalı fikirlerini belirtmişlerdir. 2015 yılındaki toplantının Yozgat'ta yapılmasına, sempozyum konusunun ise “göç” olmasına karar verilmiştir.

ALİ ÖZENÇ

[ARŞ. GÖR., DİCLE Ü. İLAHİYAT FAK.]

OMÜİFD
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ İLAHİYAT FAKÜLTESİ DERGİSİ
YAYIN İLKELERİ

1. Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (OMÜİFD), yılda iki kez yayımlanan bilimsel hakemli bir yayın organıdır.
2. OMÜİFD her yıl Mart ve Eylül aylarında yayınlanır.
3. OMÜİFD'nin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir. Talep geldiği takdirde Arapça ve Fransızca makaleler de yayınlanabilir.
4. OMÜİFD'nde telif, çeviri, sadeleştirme, edisyon kritik ve kitap değerlendirmesi çalışmaları yayımlanır.
5. OMÜİFD'nde yayımlanmak üzere gönderilen telif makaleler, Yayın Kurulu tarafından incelendikten sonra konunun uzmanı en az iki hakeme gönderilir ve her iki hakemden de olumlu rapor gelmesi halinde yayımlanır.
6. Hakemlerden biri olumsuz görüş belirttiği takdirde makalenin yayımlanıp yayımlanmamasına Yayın Kurulu karar verir.
7. Hakemlerden biri veya her ikisi, "düzeltmelerden sonra yayımlanabilir" görüşü belirtirse, gerekli düzeltmelerin yapılması için makale yazara iade edilir.

- Düzeltilme yapıldıktan sonra hakemlerin uyarılarının dikkate alınıp alınmadığı Yayın Kurulu tarafından değerlendirilir.
8. Çeviri ve sadeleştirme yazılarında gönderiye metinlerin orijinallerinin bir kopyası da taranarak (bilgisayar ortamına aktarılmak suretiyle) eklenmelidir.
 9. Kitap değerlendirme yazılarının yayınına yayın kurulu karar verir.
 10. Yayımlanmasına karar verilen yazılara; İngilizce başlık, 50-200 kelime arasında İngilizce ve Türkçe özet yazar tarafından eklenir.
 11. OMÜİFD yayınlanan yazıların dil, üslup ve içerik açısından yasal ve hukuki sorumluluğu yazara aittir.
 12. Aşağıda açıklanan yazım ilkelerine ve biçimlendirmeye uyulmadan dergiye ulaştırılan yazılar, hakeme gönderilmeden önce düzeltilmesi için yazara iade edilir.

OMÜİFD
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ İLAHİYAT FAKÜLTESİ DERGİSİ
YAZIM İLKELERİ

1. Yazılar, PC Microsoft Office Word (Word 97 veya daha ileri bir versiyonu) programında yazılmalı veya bu programa uyarlanarak gönderilmelidir. Metin sonuna bibliyografya eklenmelidir. Gönderilen her yazının ekleriyle birlikte toplamı 30 sayfayı (8.000 kelimeyi) aşmamalıdır.
2. Sayfa düzeni: A4 boyutunda olmalıdır. Kenar boşlukları soldan 3,5 cm, sağdan 3 cm, üstten 3,5 cm ve alttan 3 cm şeklinde ayarlanmalıdır.
3. Biçim: Metin kısmı Times New Roman yazı tipi, 12 puntoyla, başlıklar bold olarak; metnin tamamı 1,5 satır aralıkla, dipnotlar ise tek satır aralıkla ve 10 punto ile yazılmalıdır.
4. Dipnotlarda aşağıda belirtilen kaynak gösterme usullerine uyulması gerekir:
 - 4.1. Kitap: Yazar adı soyadı, eser adı (*italik*), çeviri ise çevirenin adı (çev.), tahkikli ise (tahk.), sadeleştirme ise (sad.), edisyon ise (ed.: veya haz.), yayınevi, baskı yeri ve tarihi (örnek, İstanbul 2004), cildi (örnek; c. IV), sayfası (s.), sayfadan sayfaya (ss.); Yazma eser ise, Yazar adı, eser adı (*italik*), Kütüphanesi, numarası (no:), varak numarası (örnek, vr. 10b). Hadis eserlerinde varsa hadis numarası belirtilmelidir.

- 4.2. Makale: Yazar adı soyadı, makale adı (tırnak içinde), dergi veya eser adı (*italik*), çeviri ise çevirenin adı (çev.), yayınevi, baskı yeri ve tarihi, cildi (örnek; c. IV), süreli yayını ise (örnek; sayı: 3), sayfası (s.).
- 4.3. Basılmış sempozyum bildirimleri ve ansiklopedi maddeleri, makalenin referans verilmiş düzeneyle aynı olmalıdır.
- 4.4. Dipnotlarda ikinci defa gösterilen aynı kaynaklar için; sadece yazarın soyadı veya meşhur adı, eserin kısa adı, cilt ve sayfa numarası yazılır.
- 4.5. Arapça eser isimlerinde, birinci kelimenin ve özel isimlerin baş harfleri büyük, diğerleri küçük harflerle yazılmalıdır. Farsça, İngilizce, vb. diğer yabancı dillerdeki ve Osmanlı Türkçesi ile yazılan eser adlarının her kelimesinin baş harfleri büyük olmalıdır.
- 4.6. Ayetler sure adı, sure no / ayet no sırasına göre verilmeli (örnek, el-Bakara, 2/10).
- 4.7. Dergimizde kullanılan bazı genel kısaltmalar: bakınız (bk.), karşılaştırınız (krş.), adı geçen eser (*age*), Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi (*DLA*), MEB İslâm Ansiklopedisi (*İA*), Kütüphane (Ktp.), numara (no:), ölümü (ö.), tarihsiz (ts.), aleyhi's-selam (s.).