

Kitap Değerlendirmesi:

Tüketim Toplumu ve Din

İsmail Demirezen, Ensar Neşriyat, İstanbul 2015, 152 sayfa.

ISBN: 978-605-4036-58-5

OSMAN ÜLKER

ARŞ. GÖR., KİLİS 7 ARALIK ÜNİVERSİTESİ

ulker.osman@hotmail.com

Sosyolojinin bir disiplin olarak ilk ortaya çıkışından itibaren sosyologların zihnini meşgul eden en önemli iki konudan birincisi dinin modernleşen toplumdaki yeri, diğeri ise sanayi inkılabından sonra ortaya çıkan tüketim (consumerism) meselesi olmuştur. Hem geleneksel hem de modern dönemde sosyologlar bu iki konuyu birbirinden bağımsız olarak ele almayı tercih etmişlerdir. halbuki sosyologların bu iki konuyu incelerken temel aldıkları prensiplere bakıldığında aralarında bir korelasyon kurmak çok da imkânsız gözükmemektedir. Kurucu babalardan itibaren dinin toplumdaki statüsünün incelenmesinde modernleşme temel kıstastır. Ekonomik refah düzeyinin artması, modernleşmenin temel saç ayaklarından biri olmasının yanında tüketim toplumunun ortaya çıkmasında da en önemli etmendir. Bu bağlamda, tüketimin dinin toplumdaki konumu üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığı sorusu doğal olarak ortaya çıkmaktadır. İşte İsmail Demirezen'in 2015 yılında Ensar Neşriyattan çıkan *Tüketim Toplumu ve Din* adlı kitabı tam da bu sorunun oluşturduğu

boşluğu yani tüketim toplumu ile dindarlık arasında ihmal edilen ilişkiyi incelemektedir (s.18). Kitabın temel iddiası, modernleşmenin bir parçası olan ekonomik refahın sekülerleşmeyi beraberinde getireceği tezinin, tüketim kodları ekseninde bakıldığında doğru olmayabileceğidir. Nitekim ekonomik kalkınma tam tersi bir etki yaparak “bazı ibadetlerin tüketim kodlarıyla yaygınlaşmasına yol açabilir.” (s. 19). Demirezen bu tezini Türkiye üzerinde test etmeyi uygun görmüştür. Türkiye hem dindar bir ülke olması hem de son çeyrek yüzyılda çarpıcı bir ivmeyle ekonomik kalkınma yaşamış olması yönüyle, çalışma için uygun bir zemin oluşturmaktadır. Bu durum beraberinde iki noktanın netleşmesini gerekli kılmaktadır. Bunlardan birincisi dindarlık kavramından ne anlamamız gerektiğidir. Demirezen, Abdurrahman Kurt’un tarifini esas alarak dindarlığın üç boyutunun olduğunu ifade eder: inanç, değer ve davranış (s. 25). Böylece kapsamlı bir dindarlık tarifinden hareket etmektedir. Netleşmesi gereken ikinci nokta ise Türkiye’de dindarlığın nasıl ölçüleceği meselesidir. Bu noktada Demirezen Dünya Değerler Araştırması sonuçlarına başvurmuştur. Böylece Dünya’nın yaklaşık %80’i ile birlikte Türkiye’de de 1990 ile 2005 yılları arasında uygulanan araştırmaya dayanarak, ülkedeki dindarlık yönelimlerini ölçme imkânı elde etmektedir.

Kitabın temel tezi ve metodu hakkında bilgi verdikten sonra bölümlerine geçebiliriz. Kitap beş ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yazar, Tüketim toplumunu genel hatlarıyla incelemektedir. Demirezen, Galbraith’in yolunu takip ederek kapitalizmin tüketim toplumunun dinamiklerini inşa ettiği görüşünü desteklemektedir (s. 39). Kültür ve tüketim arasında ortaya çıkan karmaşık ilişkiyi üç ayrı alt başlıkta detaylandıran Demirezen böylece ileride değineceği tüketim toplumu ve din arasındaki ilişkinin teorik anlamda daha iyi anlaşılmasını hedeflemektedir. Zira kültürle iç içe geçmiş olan din tüketimin kültür üzerindeki etkisinden doğal olarak kaçamayacaktır (s. 53). Böylece Marx’ın “metalaşma” yaklaşımı ya da Adorno’nun “kültür endüstrisi”, kaçınılmaz olarak dini de içine alıp öğütecek ve yeniden üretecektir.

İkinci bölümde Demirezen, Türkiye’de son çeyrek yüzyılda refah düzeyinde yaşanan artışa ve bundan muhafazakâr kesimin nasıl etkilendiğine temas etmektedir. Türkiye’deki muhafazakâr kesimin tüketim toplumuna dönüşebilecek kıvama gelmesinin tarihsel arka planını incelediği bu bölümde yazarın temel iddiası, 1980 sonrası ekonomik liberalleşmenin ve siyasette takip edilen Türk-İslam sentezi yaklaşımının, dindar kesimi hem

ekonomide hem de siyasette etkin konuma getirecek yolları açtığıdır (s. 55). Hem siyaset hem de ekonomide yaşanan bu kırılma doksanların başından itibaren kendisini göstermeye başlamış ve özel televizyon kanallarının açılması, Türkiye’de kültür endüstrisinin oluşmasına ciddi katkılar sağlamıştır (s. 65). Dindar kesim de bu süreçte kendi alternatif radyo ve televizyon kanallarını açarak kültür endüstrisinin dindar kesim üzerinde de etkili olmasına zemin hazırlamışlardır (s.68). Yazara göre dindar kesimi de içine alacak bir şekilde tüketim toplumunun tekâmülü Ak Parti’nin iktidara gelmesi ile gerçekleşmiştir. Bu dönemde “alım gücü artan, kapitalist sistemi içselleştiren ve tüketim toplumu kodlarını özümseyen yeni bir dindar kesim de ortaya çıkmaya başlamıştır” (s. 80).

Önceki bölümlerde tüketim toplumundan ve Türkiye’de dindar kesimi de kapsayan bir tüketim toplumunun nasıl oluştuğundan bahseden yazar, üçüncü bölümde tüketim toplumunu din ile nasıl etkileşime girdiğini ele almaktadır. Burada yazar tahmin edileceği üzere tüketim toplumunun din üzerindeki yıpratıcı etkisini Türkiye’de dindar kesimin dini sembol ve değerlere bakışında yaşanan dönüşüm üzerinden ele almaktadır. Bu yaşanan dönüşüm iki temel prensip üzerinden gerçekleşmektedir. Birincisi, dini sembollerin metalar sistemine entegre olması, ikincisi ise tüketim kodlarını içselleştiren insanların dini inanç ve ibadetlere birer tüketim ürünüymiş gibi yaklaşımlarıdır (s. 80). Birinci duruma örnek olarak yazar yeşil pop, tesettür ve umre algılarındaki değişimi göstermektedir. Mesela tesettür İslam’ın kendine yüklediği anlamdan koparak markalaşma, moda ve defile gibi tüketimin güçlü araçları elinde metalaşmaktadır (s. 86). İkinci durum ise dinin metalaşmasını toplumun kodlarına işleyen; böylece tekrarlandıkça güçlenen, nesilden nesile aktarılan ve dine getirilen yeni bakışı kalıcı hale getiren olgulara işaret etmektedir. Yani çocukluğundan itibaren tüketim kültürünün kodlarını absorbe eden birey için artık bu yaşam tarzı, onun için “habitus” haline dönüşmekte ve kendisinden sonraki nesillere bunu miras olarak bırakmaktadır (s 96).

Türkiye’deki dindarlar üzerinden tüketim toplumu ve din arasındaki ilişkiyi billurlaştırdıktan sonra Demirezen, dördüncü bölümde tüketim toplumu ile sekülerleşme arasında kurulabilecek potansiyel ilişkiye temas etmektedir. Bu bölümün ilk kısmında sekülerleşme tezlerinin tarihsel gelişimine temas eden yazar bu sayede sekülerleşme konusuna kafa yoran sosyologların fikirlerini tekrar hatırlamamızı sağlarken aynı zamanda onların bu tezlerinde tüketimin, toplumun dindarlığı üzerine etkisini nasıl ihmal

ettiklerini de göstermiş olmaktadır. Demirezen çalışmasının sınırlarını aşacağı düşüncesiyle olsa gerek, bu tezler hakkında tüketimi denklem dışında tutmaları haricinde bir eleştiri ya da yapısal bir değerlendirme yapmamaktadır. Mesela kendisinin Taylor'a sadece Batı toplumlarını incelediği için yönelttiği eleştiri aslında incelediği sekülerleşme tezlerinin tamamına getirilebilecek bir eleştiridir. Böylece bir sonraki bölümde bu tezleri tüketim toplumu ekseninde Batı dışı bir topluma yani Türkiye'ye uyguladığında aynı handikaba kendisi de düşüyor gibi gözükmemektedir. Bundan hareketle genelde Müslüman dünyada özeldir ise Türkiye'de sekülerleşme kavramının neye tekabül ettiği sorusuna tam olarak cevap verilmeden bu tezlerin tüketim toplumu ekseninde Türkiye'ye uygulanmasında oluşabilecek muhtemel bulanıklıklar ihmal edilmiş gibi durmaktadır.

Son bölümde ise Demirezen, tezini ampirik olarak test etmektedir. Böylece klasik sekülerleşme tezlerine ve rasyonel tercih kuramlarına göre Türkiye'de tüketimin dini davranışlara nasıl bir etkisinin olduğu gözlemlenebilecektir. Yazarın temel savına göre tüketim kodlarına dönüştürülebilir hac, tesettür gibi ibadetlerde artış yaşanması gerekirken bu kodlara dönüştürülemeyen namaz gibi ibadetlerde ya da dini değer ve inançlarda aynı artışın görülmemesi gerekmektedir. Nitekim Dünya Değerler Araştırması ve ibadetlerle ilgili diğer veriler incelendiğinde Demirezen'in tezi doğrulanmaktadır. Dini inanç ve değerlerde yıllar içinde çok ciddi bir değişiklik gözlenmemektedir. Camiye gitme oranlarında da yıllar içinde çok az bir oynama gerçekleşmiş hatta 2001-2007 yılları arasında az da olsa bir düşüş yaşanmıştır (s. 122). Öte taraftan Umre ziyaretlerinde ise aynı yıllarda iki katından fazla artış gerçekleşmiştir. Yıllar içinde Türkiye'de yaşayan insanların dini inanç ve değerlerinde hatta camiye gitme gibi dini pratiklerde gözle görülür bir değişim yaşanmazken umre ziyaretlerinde yaşanan bu çarpıcı artışın bir sebebi olmalıdır. Demirezen'e göre "...Türkiye'de dini canlanmanın politik, ekonomik ve sosyal birçok sebebi bulunmaktadır. Fakat 2000'li yıllardan sonra dini pratik, dini inanç ve değerlerde çok büyük bir artış olmamasına rağmen umre seyahatlerindeki iki kat artışın en önemli sebeplerinden birisi Türkiye'nin tüketim toplumu olması ve dindarların ekonomik durumlarındaki ve tüketim alışkanlıklarındaki değişikliklerdir." (s. 145.)

Bazı inanç, değer ve ibadetlerdeki dalgalanmalara açıklama getirmekte zorlanan sekülerleşme tezlerine yeni bir parametre getirmesi bakımından öneme sahip olan çalışmaya yöneltilebilecek en büyük eleştiri, tezinin merkezinde yer alan tüketim kodlarına dönüştürülebilir/dönüştürülemez-

cek ibadetleri sadece umre ziyareti ve camiye gitme ile sınırlı tutmasıdır. Kitabının ilk bölümlerinde değindiği tesettür, yeşil pop gibi tüketim nesnesi haline gelebilecek diğer ibadetlerle ilgili verilere hiç yer vermemiş öte taraftan mesela Kuran okumak, oruç tutmak gibi metalaştırılması zor olan diğer ibadetlere de hiç temas etmemiştir. Bu sebeple karşılaştırma sınırla kalmaktadır. Tezini kuvvetlendirmek için Dünya Değerler Araştırması dışında Diyanet İşleri Başkanlığının ve diğer sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarına başvurması hem verilerdeki çeşitliliği artırması hem de bize karşılaştırma imkanı sunması bakımından daha iyi olabilirdi. Yine de kitap, tüketim kültürü ve din arasındaki ilişkiye yönelik önemli sosyolojik tespitler sunması bakımından bu alanda yapılacak yeni çalışmalara ışık tutacaktır.