



Geliş Tarihi:13.10.2019 Kabul Tarihi:11.11.2019

Entry Date: 13.10.2019 Accepted: 11.11.2019

1980 SONRASI TÜRKİYE’DE KÜLTÜREL VE TOPLUMSAL DEĞİŞME

Cultural Change in Turkey After 1980

Mustafa SEVER¹

Özet

Toplumsal yapı, topluluğun devamını ve işleyişini sağlayan kurumlar bütünüdür. Bu yapının devamı kişilerin birtakım kuralları benimsemesi ve bu kurallara uymasıyla mümkün olur. Bu kurallar, kişinin toplumda hazır bulduğu kurallardır ve geleneksel yolla nesilden nesile aktarılarak gelir. Bunlara toplumsal normlar/ölçütler adı verilir. Normlar, kişinin nerede, nasıl, ne biçimde davranacağını, hareket edeceğini sınırlarını işaret eder. Bu kurallar, aslında toplumun kültürünü oluşturur. Bu kültür sürekli değişir ve dönüşür. Çünkü, insan hayatı kimi zaman kendi iradesiyle kimi zaman da dış etkenlerle sürekli değişim halindedir. Milletlerin hayatı da aynı değişkenliğe sahiptir. Değişimin karakteri iyi ya da kötü yönde olabilir. Değişim çeşitli şekillerde gerçekleşebilir. Toplumsal değişme derece derece yavaş veya şiddetli olabilir. Maddi kültür değişimine bazen manevi kültür ayak uyduramaz. Teknolojik gelişmeler, yeni yapılar, yollar, iletişimdeki ve ulaşımdaki kolaylık ve hızlık, vb. insanlarda yeni düşünüş, davranış, tavır ve alışkanlıklar meydana getirebilir. Bu çerçevede Türkiye’de 1980’li yıllar ve sonrası oldukça dikkate değer niteliktedir. 12 Eylül 1980’de yapılan askeri darbe sonrasında siyasi, ekonomik, uluslararası ilişkiler, vb. yönlerden meydana gelen gelişmeler Türkiye’de köklü kültürel değişimlere neden olmuştur. Bu çalışmada, 1980 sonrası Türkiye’de toplumsal yapıda meydana gelen değişimler değerlendirilecektir.

Anahtar Sözcükler: toplumsal yapı, normlar, değişim, 1980’ler

Abstract

Social structure is the set of institutions that ensure the continuity and functioning of the community. The continuation of this structure is only possible if people adopt and follow certain rules. These are the rules that one finds ready in society and come from generation to generation in the traditional way. These are called social norm /criteria. Norms point to the limits of where, how, how to behave and move. These rules actually constitute the culture of society. This culture is constantly changing and transforming. Because, human life is constantly in a state of change, sometimes with its own will and sometimes with external factors. The lives of nations have the same variability. The character of change can be good or bad. Change can take place in various ways. Social change can be gradual slow or severe. Spiritual culture sometimes cannot keep up with material cultural change. Technological developments, new structures, roads, ease and speed of communication and transportation, etc. it can create new thoughts, behaviors, attitudes and habits in humans. In this context, 1980’s and later era is quite significant in Turkey. Political, economic, international relations, etc. developments occurring after the military coup in September 12, 1980 has led to deep-rooted cultural change in Turkey. In this study, post-1980 will be evaluated for changes occurring in the social structure in Turkey.

¹ Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sever.mustafa@hbv.edu.tr

Key words: social structure, norms, change, 1980's

Giriş

Toplum, genel olarak ortak bir kültürü paylaşan ve bu kültür çerçevesinde oluşturduğu kurumlar aracılığıyla ihtiyaçlarını karşılayan insanların birlikteliğine verilen addır. Diğer bir deyişle toplum, “*kendilerini birleşik ve özgün bir varlık olarak gören insanlardan oluşan*” (Marshall 1999: 733) topluluk olarak da tanımlanabilir.

Toplumsal yaşamın sağlığını ve sürekliliğini sağlamak için birtakım gereklilikler söz konusudur. İnsanların beslenme, barınma, üreme, anlam ve amaç dâhilinde yaşama bağlanma, üretim-tüketim, eğitim, inanma, eğlenme, vb. faaliyetlerinin bir düzen içerisinde sürdürülmesi gibi işlevleri sağlamak amacıyla toplumca meydana getirilen kurumlar toplumsal yapıyı oluşturur. Aslında toplumsal yapı, topluluğun sürekliliğini sağlayan, kişinin kişilerle ve kişinin toplumla ilişkileri çevresinde toplumun işleyişini sağlayan kurumlar bütünüdür. Kişinin, bu yapı içerisinde uymak zorunda olduğu bir kurallar bütünü vardır; ki adına toplumsal normlar/ölçütler veya toplumsal yaptırımlar denir. Bunlar, kişinin, içine doğduğu toplumda hazır bulunduğu ve toplumsallaşması sürecinde edindiği, içselleştirdiği nerede, nasıl, niçin, ne biçimde tavır ve hareketlerde bulunacağına sınırlarını işaret eden kurallardır. Hem kişi hem de toplum için son derece önemli olan bu kurallar, aslında o toplumun kültürünü oluşturur ve sürekli değişme ve yenilenme içerisindedir.

Milletin üzerinde bulunduğu coğrafya ve yaşama şartları, aile yapısı, inanç ve uygulamalar geleneksel olarak belli ölçütlere/normlara göre yapılandırılır. Bu ölçütler çerçevesinde kişilerin tavır ve davranışları onaylanır ya da kınanır, ayıplanır. Genel olarak insanların, ortak ölçütler/ilkeler/değerler yönünde hareket etmeleri beklenir ve toplumsal düzen bu yönde devam eder. Toplumun en küçük yapısı/kurumu aileden başlamak üzere kişilerin toplumsal yaşamda anayasa, ceza yasası, trafik kuralları, çeşitli kurumların yönetmelikleri, vd. gibi resmî/yazılı normlar/kurallar yanında yazılı/resmî olmayan kurallar/normlar/ölçütler de vardır. Resmî normlara uyumsuzluk, bu normları/kuralları ihlâl etme veya bu normlara karşı gelme durumunda kişi yazılı, standart cezâlarla cezalandırılır. Yani, hangi ihlâle, hangi karşı gelmeye nasıl bir cezâ verileceği yazılı olarak bellidir. Toplumun yazılı olmayan normlarında/kurallarında böyle standart bir cezâ ile cezâlandırılma söz konusu olmayıp kınanma, ayıplanma, vb. şeklinde bir yaptırım vardır.

Normlar/Ölçütler, toplumun birliğini, bütünlüğünü, devamını sağlayıcı, toplum üyelerince “doğru” ya da “yanlış” olarak kabul edilen ilkelerdir. Normlardan daha kapsamlı olan ve özellikle toplumun ortak hafızasında iyi, güzel, doğru, olumlu, vd. kabul edilen ve

toplumsal barışı sağlamaya yönelik temel ahlâkî inanç ve ilkeler, “toplumsal değer” olarak adlandırılır. “Değer temel bir ilke, norm ise bu temel ilkenin özel durumlara uygulanışını belirleyen özel bir kural niteliğindedir. (Kızılcıkelik-Erjem, 1994: 99). Ailede başlayan ve yaşam boyunca devam eden toplumsallaşma sürecinde kişi; dürüstlük, namusluluk, onurluluk, emeğe saygı, kul hakkına riayet, vb. gibi pek çok değerleri içselleştirerek kişiliğini, kişisel ahlâkını gerçekleştirir. Toplumsal değerler, toplumsal yaşamın adeta sigortalarıdır ve hemen her şey, bu değerlere göre doğru-yanlış, iyi-kötü, güzel-çirkin, olumlu-olumsuz, vb. şeklinde değerlendirilir.

İlk çağlardan günümüze her millet yaşadığı coğrafi çevreye, tabiat şartlarına, diğer milletlerle ilişkilerine (savaş, ticaret, göç, ittifak kurma, vd.) bağlı olarak ekonomik, siyasî, dinî, toplumsal yapı ve insanî ilişkiler açısından diğer milletlerden farklı bir bütünlük/yapı geliştirmiştir. Bu yapı/bütünlük, durağan olmayıp yaşanan devrin gereklerine ve etkilerine bağlı olarak yapılanmıştır.

İnsan yaşamı, kimi zaman insanın kendi iradesiyle kimi zaman da kendi iradesi dışındaki etkenlerle sürekli değişim hâlidir. Milletlerin yaşamı da böyledir ve aynı değişkenliğe sahiptir. Burada değişmeden kasıt, mevcut durumdan başka bir duruma geçiştir. Maddî kültürdeki değişimler, manevî kültürü; manevî kültürdeki değişimler de maddî kültürü etkiler.

Hâl-i hazırda yaşanan süreç, genel olarak küreselleşme çağı olarak adlandırılmaktadır. Marshall McLuhan’ın öngördüğü biçimde dünya küresel bir köy hâline gelmektedir. Bunun nedeni ise, teknolojideki gelişmelere paralel olarak iletişimin sınır tanımaz niteliğidir. Hâliyle, birçok millet teknolojinin -iletişim de dâhil olmak üzere- birçok nimetinden yararlanırken bu küresel köyün de bir parçası, mahallesi durumuna gelmekte, dolayısıyla değişmektedir.

Değişmenin karakteri iyi ya da kötü yönde olabilir ve değişme çeşitli şekillerde gerçekleşebilir. Meray’ın (1982: 38-40) verdiği bilgilere göre toplumsal değişme derece derece, yavaş ya da şiddetli ve âni olabilir. Maddî kültür dünyasındaki değişimlere kimi zaman manevî kültür ayak uyduramaz. Yeni tür yollar, binalar, köprüler, kullanılan iletişim araçları, ulaşım araçları, teknoloji, vb. insanlarda yeni düşünüş, davranış biçimleri, yeni tavır ve alışkanlıklar, vd. meydana getirebilir. Elbette maddî kültürdeki bu değişim her yaş grubunda ya da kültürel çevrede aynı düzeyde algılanmaz, etki yapmaz, hatta kabul edilmez. Ancak, değişimin önünde de durulamaz. Bu çerçevede kültür değişimi açısından Türkiye’de 1980’li yıllar ve sonrası oldukça dikkate değer niteliktedir. Yaşanan bir darbe ve sonrasında meydana gelen siyasî, ekonomik, uluslararası ilişkiler, vd. yönlerden Türkiye’de köklü

değişimler olmuştur. Bu yazıda, 1980 sonrası Türkiye’de toplumsal yapıda meydana gelen değişimler değerlendirilecektir.

1980’li Yıllar ve Sonrası Kültürel Değişmeler

12 Eylül 1980’de Türkiye’de bir darbe yapılmıştır. Darbenin yapıma gerekçesi bir yana; darbe, ülkenin ekonomik ve siyasî yapısında “liberalleşme”nin önünü açar bir niteliktedir. Yani, devletçi yapı terkedilip başta ABD olmak üzere Batı ülkelerinde uygulanmakta olan serbest piyasa ekonomisine geçilir.

6 Kasım 1983’te yapılan seçimlerde Anavatan Partisi iktidara gelir. Süreç, KİT’lerin özelleştirilmesi düşünüldüğünde, Türkiye’nin küresel dünyaya entegre olmaya başladığı dönem olarak değerlendirilebilir. Dış ticarete, döviz hareketlerinde serbestlik, ihracatın ve ithalatın artmasını sağlar. Kazgan’ın (2006: 126), bu dönemle ilgili olarak verdiği bilgilere göre, kamu bankaları denetim-dışı bırakılarak soyulmalarının kolaylaştırılması; servet beyanının kaldırılması; mevduat sertifikası, sırdaş hesap gibi isimsiz hesapların açılması, böylece karapara aklama işinin kolaylaştırılması olanaklı hale getirilir; paranın kaynağının sorgulanması kaldırılır. Burada borsacılık faaliyetlerini, bankerleri, bankerzedeleri anmak gerekir. Daha sonra filmlere, romanlara konu olmuş bir faize yönelme, çalışmadan, üretmeden para kazanma amacıyla her yolu mübah görme, toplumsal yapıda derin yaraların açılmasına, ihtiharların, cinayetlerin vukuu bulmasına neden olur. Terör örgütü PKK’nın uyuşturucu ticaretine girdiği bu dönemde, uyuşturucu ticareti toplumun diğer kesimlerini de etkisi altına alırken uyuşturucuda örgütlü kaçakçılık suçlarından idâm cezası kaldırılır. İhracatı artırmak için yapılan vergi iadesi yaftası altındaki malî teşvikler, hayalî ihracatı özendirirken ve birçok kişi, şirket kaçakçılıkla suçlanırken, suç dosyaları rafa kaldırılır ve zaman aşımına uğraması sağlanır. ABD’nin “Yeşil Kuşak” olarak adlandırdığı projesine paralel uygulamalara gidilir. Tarikatların yaygınlaşmasının ve serbest faaliyet göstermelerinin önü açılır, Kur’an kurslarının, imâm hatip okullarının sayısı artırılır. Diğer okullarda da din dersi zorunlu hâle getirilirken felsefe dersi zorunlu olmaktan çıkarılır.

Kolay yoldan lüks bir yaşama ulaşma, zengin olma, toplumda farklı, yani statü yönünden üstte olma düşüncesiyle ve amacıyla insanlar her yolu ve yöntemi “geçerli” sayarak hareket ederler. Pahalı ve markalı ürünler almak, başta yönetenlerin tavrı olur; ki halkta da bu yönde adeta bir yarış başlar ve “köşeyi dönmek”, “iş bitirmek, iş bitirici olmak” tabirleri, bu dönemde makbul olan genel geçer tavrın adı olur. Kendi sorunlarından, ihtiyaçlarından ülkenin içinde bulunduğu şartlardan habersiz, apolitik bir insan tipi gelişir. Zahmetsiz her şeye sahip olma düşüncesinde, emeğe saygısız, üretmeyen, adeta düşünmekten kaçınan, topluma katkı sağlamayan bireylerin çoğunluğu oluşturduğu bir toplum yapısına ulaşılır.

Çünkü küreselleşmenin öngördüğü serbest piyasa ekonomisinde “[b]ireycilik, kültürsüz bencillik ve para hırsı” (Kazgan, 2006: 124) bunu gerektirir ve toplumsal yaşamda tüketen, tükettikçe statüsünün yükseldiğini zanneden bir insan tipi yaygınlaştırılır. Bilgiye ulaşmaya çalışan ve bilgilenmeyi bir erdem olarak benimseyen insanın (homo sapiens’in) yerini imaja, görüntüye önem veren insan (homo videns) almaya (Sartori, 2004: 11) başlar. Henüz, geleneksel değerleriyle düşünen ve kanaat ederek geçinen, şükreden, bilinçaltında “*Yerli malı, yurdun malı*” anlayışını koruyan Türk insanını tüketime, bu tüketimi çılgınlık düzeyinde gerçekleştirmeye, farklı olmaya, markaya ve lüks düşkünlüğüne yönlendirmek yönünde medya, medyadaki haber ve reklamlar, yoğun şekilde kullanılır. Kredi kartları, taksitli satışlar, çeşitli kampanyalar tüketimin artmasını sağlayıcı araçlardır. 12 Eylül 1980 öncesi sokağa çıkamamaktan, tüp, yağ, akaryakıt, vd. kuyruklarından, yoğun politize oluştan bunalan insanlar, bu dönemde her şeyde bolluğa erişir, kıt-kanaat yetinme, şükretme yerine tüketerek, lüks yaşayarak, eğlenerek yaşamaya başlar.

1980 sonrasında köylerden şehirlere göçün artması, şehir merkezlerinin kıyılarında gecekondulaşmayı artırır; şehirlerin gerek fizikî yapısı gerekse demografik yapısında ciddi bozulmalar görülür. Elbette göçler sadece köylerden şehirlere değil, şehirlerden büyük şehirlere, sözgelimi Doğu’dan, Güneydoğu’dan İstanbul’a, İzmir’e, Antalya’ya, vd. doğru da olur; bu da şehir yapısında ekonomik, siyasî ve kültürel uyumsuzluklara, çatışmalara neden olur. Uyuşturucu ticareti, fuhuş, vd. gayr-ı meşru işler adeta işkolu durumuna gelir. Bu, bireyin yaşadığı topluma, hatta kendisine yabancılaşması, normal olandan sapmasıdır. Çünkü yabancılaşma, geleneksel olanı, “*toplumda tipik olarak yüksek değer atfedilen amaçları ve inançları küçümseyen kişilerin karakteristik durumlarıdır.*” (Kızılçelik-Erjem, 1994: 453).

Anavatan Partisi’nin 1987’de ikinci kez iktidara gelmesinden sonra ilk özel televizyon Star1 (1987’de uydu, 1990’da karasal) kurulur. T. Özal’ın cumhurbaşkanı olmasından (31 Ekim 1989) sonra da diğer özel televizyonlar ve özel radyolar kurulmaya başlar. “*İlk televizyon yayınları yurtdışından olmasına karşılık, radyo yayınları 1991 yılında yurtiçinden karasal vericilerden yapılır*” (Özsoy, 201: 120) ve televizyon, radyo sayısı hızla artar. Bu artışla birlikte medyada (gazete, dergi, tv, radyo) tekelleşme ve dolayısıyla uluslararasılaşma süreci başlar. Uluslararası şirketler, ulusal medyaya düzen vermeye girişirler. Bu arada geniş halk kesimi için hayat şartları oldukça sıkıntılı olmaya başlar. Enflasyon yüzde yüzlere ulaşmış, işsizlik artmış, terör olayları devam etmektedir. Fakat televizyonlarda cinsellik, vurdulu-kırdılı Amerikan filmleri, Televole, Gelinim Olur musun?, Biri Bizi Gözetliyor, vb. yarışma programları, magazin programları, dizi filmler, vd. halka adeta başka bir dünyayı sunmaktadır. Her şey güzel, her yer güllük gülistanlıktır (!) Sözgelimi, “*birçok tv dizisi ve*

filmi bolluk toplumu imajını yaymayı ve tüketim hedeflerini çeşitlendirmeyi, tüketimi özendirmeyi sürdür[ür]. Bütün çelişkiler, kötülükler, sistem içi uzlaşmalara dönüştürü[lür]. (Oktay, 2002: 8). Televizyonlardaki, gazetelerdeki, billboardlardaki reklamlar insanları tüketmeye, belli markaları kullanmaya yöneliktir. Her şey popüler hâle getirilir. McDonalds'ta hamburger yemek, Adidas, Converse ayakkabı giymek, popüler yabancı müzik dinlemek, kısacası moda olanı takip etmek genel geçer davranış şekli olur.

Bu dönemde reklamlar, Avrupa ve Amerika hayat tarzını örnekler içeriktedir. Uygulamada da Amerikan hayat tarzının göstergesi olan McDonald's'ın ilk şubesi 1986'da Taksim'de açılır. Burada hamburger yemek, bir güç ve statü simgesi haline gelir. Tüketme kültürü, sürekli değişen, zamana ve zemine uyum gösteren bir kültürdür. Televizyon, radyo, vd. reklamlarında hamburger yemek istemeyene McDürüm önerilir. Coca Cola, geniş Ramazan sofralarında sunulur. Kısacası görsel ve işitsel iletişim araçlarında sunulanlar, bu araçları *“kullanma, izleme, paylaşma ve tüketme biçimlerimizi derinden etkile[r.](...) Geleneksel dayanışma ve yardımlaşma duyguları kaybol[ur] ve bireyselleşme ön plana çık[ar]”* (Özsoy, 2011: 125-126).

Tüketimin sistemli hâle getirilmesi, insanların tüketime daha etkin katılımlarının sağlanması için Amerika'nın ve Avrupa'nın pek çok şehrinde örnekleri görülen shopping mall veya shopping arcade olarak adlandırılan AVMLer Türkiye'de de açılmaya başlar. Devrin Başbakanı T. Özal'ın girişimleriyle 1 Ekim 1988 tarihinde İstanbul Ataköy'de ilk AVM Galleria (url 1) adıyla açılır. Galleria AVM içinde buz pisti, çizgi kahramanlar ve oyuncakların bulunduğu Fame City adlı eğlence parkı, cafeler, sinemalar, Mc Donald's, Burger King, Mado, Özsüt, Saray Muhallebicisi, vd., yeme-içme yerleri; Bennetton, YKM, Adidas, Beymen, vd. gibi giyim mağazaları vardır.

Benzer AVM'ler, başta İstanbul olmak üzere hızlı bir şekilde diğer şehirlerde de açılır ve Gezer'in verdiği bilgilere göre (url 2), Mart 1994'teki AVM sayısı (Alışveriş Yatırımcıları Derneği (AYD) kayıtları) 333 merkeze ulaşmıştır. Yine Gezer'in AVM'ler hakkındaki görüşlerini aldığı kişiler, AVM'lerin insanları ihtiyaçları dışında tüketime teşvik ettiğini, kredi kartıyla yapılan harcamalar ile kişilerin yüksek faizli borçlanmalarına neden olduğunu (url 2), buralarda yoğunlukla ithal ürünlerin pazarlandığını ve gereksiz tüketimin pompalandığını (url 2), AVM'lerin alışveriş yerleri olmaktan çok eğlence merkezlerine dönüştüklerini, kalitesiz kitle filmlerinin gösterildiği sinemaların tek eğlence şekli olduğunu (url 2) belirtirler. Elbette, karşı görüşte olanlar da vardır ve onlar da buraları insanların sosyalleştikleri yerler olarak görürler; ancak, bir gerçek vardır ki o da bu merkezlerin insanları tüketmeye, para harcamaya yönlendirici etkinlikte olduklarıdır.

G. Ritzer (2011: 14), AVM'leri tüketim dinini uygulamak amacıyla gidilen hac yerine benzetir ve buraların tüketim katedralleri olarak yarı dinî, büyülü niteliklerine işaret eder. Buralar, teknolojinin üretim için değil, tüketim için kullanıldığı yerlerdir.

12 Eylül 1980'den sonra bankacılık hizmetlerinde köklü değişiklikler olur. Bankalarca adeta peynir-ekmek gibi dağıtılan kredi kartları her türlü alış-verişte kullanılmaya başlar. İnsanlar kredi kartlarıyla alış-verişlerinde, borç para konusunda öyle bir rahatlık bulmuşlardır ki ihtiyaç olanla ihtiyaç olmayanı ayırt edemez duruma gelirler, bankalara aşırı borçlanırlar, ödeme güçlüğünden dolayı çok sayıda kişi gayr-ı meşru yollara sapar, intihar edenler (url 3), vb. olur. Bütün olumsuzluklarına rağmen kredi kartları toplumsal statü simgesi olmayı sürdürür.

1980'li ve 1990'lı yıllarda şans oyunlarında patlama yaşanır. 1980 öncesi Milli Piyango bileti alan, Spor-Toto oynayan insanlar "*köşeyi dönmek*" olarak adlandırılan kısa yoldan ve emeksiz zengin olma hayaliyle kendilerine sunulan iddia, sayısal loto, on numara, şans topu, süper loto, vd. oyunlarının müdavimleri olurlar.

Bizzat, devrin önce başbakanı, sonra cumhurbaşkanı olan T. Özal tarafından "*çağ atlamak*" sözüyle, başta ABD olmak üzere Batılı ülkeler ile Türkiye arasındaki ekonomik, teknolojik, siyasi açıklığın bir sıçramayla aşılabacağı, hatta aranın kapatıldığı dile getirilir. Evet, çağ atlanmış, tüketimin bir fetiş hâline getirilmesi, tüketmekten zevk alma hususunda Batı ile aradaki açıklık kapatılmıştır.

9 Kasım 1989'da Berlin Duvarı'nın Alman halkı tarafından yıkılmasıyla dünyadaki iki kutupluluğun ve dolayısıyla ideolojilerin sonu gelir ve tek yol olarak liberalizm benimsenir. Başta ABD olmak üzere Batı ülkelerinin örnek alınması, ekonomik, siyasi ve toplumsal değişimde geleneksel değerlerin, ahlâkın yozlaşması başlar. Gündelik, tüketime dayanan, sığ ve modayla biçimlendirilen popüler kültüre ekmelemlendirilmiş insanlara bu dönemde bizzat devrin yöneticileri ve medya aktörlerince² "*Köşeyi dön de nasıl dönersen dön, işini çıkıştır da nasıl yaparsan yap*" mesajları verilir. Her fırsatı kendi çıkarları için kullanan, ahlâkı, geleneksel değerleri, utanmayı hiçe sayan, zengin olmayı, lüks yaşamayı en üst erdem olarak gören zihniyet toplumda yaygınlaşır. "*Anayasayı bir kez delmekle bir şey olmaz*" sözüyle özetlenen yasa tanımazlık, kuralsızlık bu dönemde kural hâline gelir. Yolsuzluklar, rüşvet, fuhuş, vd. sıradanlaşır; hatta "*Benim memurum işini bilir*" sözü rüşvet almayı "yasal" (!) duruma getirir.

Sonuç

² "Medya aktörleri" sözüyle iktidar mensuplarıyla yakın ilişkiler kurmuş, devrin yüksek tirajlı gazetelerinin yöneticileri, köşe yazarları kastedilmektedir.

1980 sonrasında Türkiye’de ekonomik, teknolojik, siyasi birçok değişme, gelişme vukuu bulur. Her insanın olduğu gibi, her milletin de kendine has bir yapısı, karakteri, ahlâkı vardır. Millet; düşünüşünü, amaçlarını, eylemlerini bu yapıya, karaktere ve ahlâka göre gerçekleştirir. Geleneksel yapısını, karakterini, ahlâkını birtakım dış etkenlerle değiştirmek, kaybetmek yozlaşmak, yolundan sapmaktır. Bu; kişinin, ailenin veya milletin “*değer yargılarını, özelliklerini, niteliklerini yitirme[si], bozulma[ısı], özünden uzaklaşma[sıdır]*” (Türkçe Sözlük 2, 1998:2465). Ahlâken yozlaşan insanlardan oluşan toplum, hasta bir toplumdur ve bu toplumun tedavisi, ancak geleneksel değerler sisteminin işlevselleştirilmesi ile mümkündür. Çünkü maddî hayattaki değişmeler ve olumsuzluklar, tespit edilip gereken önlemler alınıp yeni uygulamalarla düzeltilebilir. Ancak manevî alandaki değişim ve dönüşümlerin, yozlaşmaların düzeltilmesi oldukça zor ve uzun süre alır. Çünkü bir toplumdaki ahlâkî bozulmaların düzeltilmesi, çok yönlü ve kurumlar arası eşgüdümlü bir çalışmanın sağlanmasıyla gerçekleşebilir. Yani, toplumdaki geleneksel değerlerin yeniden inşası; aile, eğitim kurumları, iletişim organları (telefon, radyo, tv, sosyal medya, vd) adalet kurumları arasındaki ortak ilkeler çerçevesinde gösterilecek çabalarla mümkün olabilir. Bu, geniş çaplı ve devletin sorumluluğunda olan bir çalışmadır. Ancak, toplumdaki sorumluluk sahibi her bireyin de bu toplumsal yapının sağlıklı işleyişine yapacağı katkılar olmalıdır. Sözgelimi, kişinin eleştirilen, karşı çıkılan süreçteki yaşama biçimine, bu yaşama biçiminin değerlerine kendi ve çevresinde alternatif bir yaşama biçimini uygulaması gerekir. Yetinmesi, ihtiyaçlarını doğru tespit etmesi, ihtiyaçları ölçüsünde tüketmesi alternatif bir yaşama biçimi olabilir. Modernizmin, modernizme bir tepki olarak doğan post-modernizmin ne olduğunu araştırması, doğru tahlil etmesi, ona göre davranması gerekir. Bilgiye yönelmesi, bilgiyi üretimde kullanması, iletişim araçlarında sunulanların, önerilenlerin arka planına bakabilme becerisini geliştirerek sahte ile hakikinin ayrımını yapabilmesi kendisi ve çevresi için olduğu kadar toplum için de bir kazanç olacaktır.

KAYNAKLAR

- KAZGAN, Gülten (2006), *Tanzimat’tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi*, İstanbul: İstanbul Bilgi Ün. Yay., (3.b).
- KIZILÇELİK, S.-ERJEM, Y. (1994), *Açıklamalı Sosyoloji Terimleri Sözlüğü*, Ankara: Atilla Kitabevi Yay.
- MARSHALL, Gordon (1999), *Sosyoloji Sözlüğü*, (çev. O. Akınhay-D. Kömürcü), Ankara: Bilim ve Sanat Yay.
- MERAY, Seha L. (1982), *Toplum Bilim Üzerine*, İstanbul: Hil Yay.
- OKTAY, Ahmet (2002), *Türkiye’de Popüler Kültür*, İstanbul: Everest Yay. (5.b).
- ÖZSOY, Aydan (2011), *Televizyon ve İzleyici*, Ankara: Ütopya Yay.
- RİTZER, George (2011), *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, İstanbul: Ayrıntı Yay. (2.b).

SARTORİ, Giovanni (2004), *Görmenin İktidarı*, KaraKutu Yay.

TÜRKÇE SÖZLÜK (1998), Ankara: Türk Dil Kurumu Yay. (9. b).

URL-1 <https://www.istanbuldagez.com/istanbuldaki-ilk-avm-galleria-atakoy.html> (E.T. 23. 9. 2019).

URL-2 Doğukan Gezer, 07 Mart 1914, Mersin BİA Haber Merkezi <https://m.bianet.org/bianet/yasam/153996-avm-hakinda-10-gorus> Ekonomist Dr. Cemil Ertem; Tüketici Hakları Derneği Genel Başkanı Turhan Çakar; Bahçeşehir Ün. Sosyoloji Böl. Öğr. Üyesi Doç. Dr.Özlem Kumrular(E.T. 24. 9. 2019).

URL-3 Tüketicileri Koruma Derneği (TÜKDER) Başkan Yardımcısı Sıtkı Yılmaz, 1 Mart 2006 tarihinden önceki süreçte kredi kartı borcunun 40'ın üzerinde kişinin canına mal olduğunu belirtir. [.https://www.mynet.com/turkiyedeki-kredi-kartlari-problemi-110100291243](https://www.mynet.com/turkiyedeki-kredi-kartlari-problemi-110100291243) (E.T. 25. 9. 2019).