

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI ANABİLİM DALI

**MUHAFAZAKÂRLIK ve TÜKETİM KÜLTÜRÜ ÜZERİNE BİR
İNCELEME
(ÜSKÜDAR ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sevil İKE SALA

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Semiray YÜCEBAŞ

GAZİANTEP
Mayıs 2019

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI ANABİLİM DALI

**MUHAFAZAKÂRLIK ve TÜKETİM KÜLTÜRÜ ÜZERİNE BİR İNCELEME
ÜSKÜDAR ÖRNEĞİ**

Sevil İKE SALA

Tez Savunma Tarihi: 28.05.2019

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı


Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığını onaylarım.


Dr. Öğr. Üyesi Şenay Leyla KUZU
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımca (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.


Dr. Öğr. Üyesi Semiray YÜCEBAŞ
Tez Danışmanı

Jüri Üyeleri

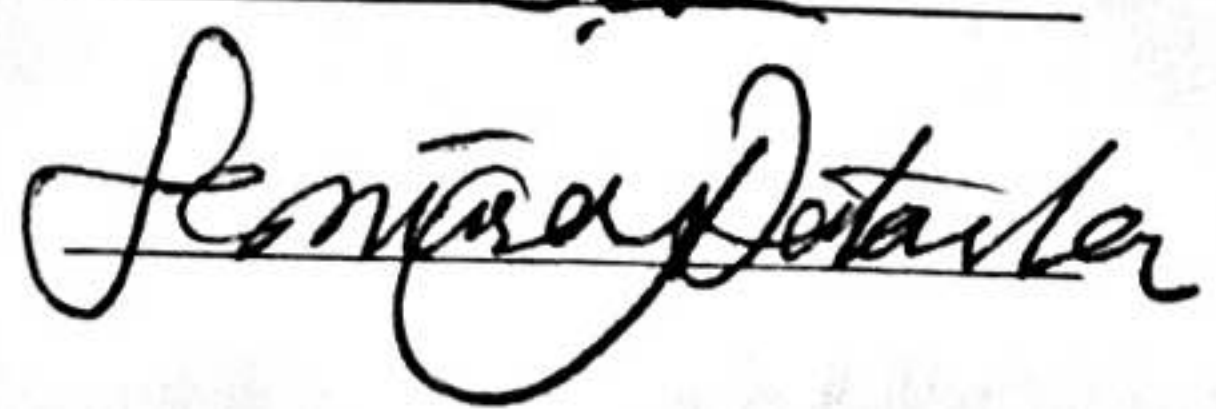
Dr. Öğr. Üyesi Nehir GÜNDOĞDU

Dr. Öğr. Üyesi Şenay LEYLA KUZU

Dr. Öğr. Üyesi Semiray YÜCEBAŞ

İmzası





ETİK BEYAN

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Sevil İKE SALA

Mayıs 2019

Oğlum Evşar Devrim'e ithaf olunur...

ÖZET

MUHAFAZAKÂRLIK ve TÜKETİM KÜLTÜRÜ ÜZERİNE BİR İNCELEME (ÜSKÜDAR ÖRNEĞİ)

İKE SALA, Sevil

Yüksek Lisans Tezi, Kadın Çalışmalar Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Semiray YÜCEBAŞ

Mayıs 2019, 108 Sayfa

Bu çalışmanın konusu *Muhafazakârlık ve Tüketim Kültürü Üzerine Bir İnceleme (Üsküdar Örneği)* olarak belirlenmiştir. Öncelikle muhafazakârlık anlayışı ve muhafazakârlığın değişim evreleri üzerinde durularak konunun etraflıca anlaşılması amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra muhafazakârlığın tarihsel geçmişi ele alınmış ve sonrasında geçirmiş olduğu değişimler irdelenmeye çalışılmıştır. Tez çalışmasında muhafazakârlığın tanımı, tarihsel gelişimi ve Türkiye’deki muhafazakarlığın gelişimi üzerinde durmaya çalışılmıştır. Bunların yanı sıra muhafazakâr kadınların tüketim alışkanlıkları üzerinde de durularak tüketim kültürü üzerinde yaşanan değişimler de dikkatle incelenmiştir. Konu detaylandırılarak evli olan ve evli olmayan kadınlardan çalışan veya çalışmayan kadınlara kadar çeşitli başlıklar altında tüketim kültüründe yaşanan değişimler anlaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmada ayrıca derinlemesine görüşme yöntemi uygulanarak muhafazakâr tüketim kültürü ile ilgili örnek veriler toplanmıştır. Çalışmada kendini muhafazakar olarak tanımlayan 20 kadın ile 8 hafta zaman zarfında, birebir derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu veriler çalışmanın verimliliği açısından oldukça önemlidir. Çalışmanın son bölümünde yapılan bütün araştırma ve derinlemesine görüşmeler değerlendirilerek analizler yapılmıştır. Derinlemesine görüşmeler sonucunda, Türkiye’deki muhafazakarlığın getirdiği liberal ekonomi ile birlikte görüşmecilerin refah düzeyinin arttığı ve tüketim alışkanlıklarında değişikliklerin meydana geldiğini ve kendilerini alışveriş yaparken daha rahat hissettiklerini dile getirmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Muhafazakârlık, Tüketim, Tüketim kültürü.

ABSTARCT**A STUDY ON CONSERVATION AND CONSUMPTION CULTURE
(EXAMPLE of ÜSKÜDAR)****İKE SALA, Sevil**

Master Thesis, Department of Women's Studies

Thesis Advisor: Dr. Semiray YÜCEBAŞ

May 2019, 108 Pages

The subject of this study has been determined as a *Study on Conservatism and Consumption Culture (Example of Üsküdar)*. First of all, it is aimed to understand the subject comprehensively by focusing on conservatism and the change phases of conservatism. In addition, the historical background of conservatism has been discussed and the changes it has gone through have been tried to be examined. In this thesis, it has been tried to focus on the definition, the historical development of conservatism and the development of conservatism in Turkey. In addition to those, the consumption habits of conservative women have been emphasized and the changes in the consumption culture have been examined carefully. The subject is explained in detail by trying to understand the changes in the consumption culture under various headings from married and unmarried women to working or non-working women. Additionally, in-depth interview method was applied and sample data on conservative consumption culture were collected. In this study, in-depth interviews were conducted with 20 women who defined themselves as conservative within 8 weeks. These data are very important for the efficiency of the study. All conducted research and in-depth interviews were evaluated and analysed in the last part of the study. As the result of in-depth interviews, with the liberal economy that is brought by conservatism in Turkey, the interviewers said their level of welfare had increased and there had been some changes in their consumption habits, and they had felt more comfortable when shopping.

Key Words: Conservatism, Consumption, Consumption culture.

ÖN SÖZ

Bu tez çalışmasında Türkiye’de var olan muhafazakar ideolojinin değişim süreçleri ve özellikle kadınların yaşadıkları değişime nasıl eklemlendikleri araştırılmaya çalışılmıştır. Tüketim Toplumu ve muhafazakar ideolojiye sahip bireylerin değişen tüketim alışkanlıkları yapılan derinlemesine görüşmeler ile araştırılmıştır.

Araştırma boyunca tüm içtenliği ve yol göstericiliğinden ötürü tez danışmanım sayın Dr. Öğr.Üyesi Semiray YÜCEBAŞ’a teşekkürü borç bilirim. Ayrıca çalışmada yaşadığım her türlü zorlukta yanımda olan ve bana her türlü desteği veren sayın Dr. Öğr. Üyesi Abdullah BAYINDIR hocama yardımlarından ötürü şükranlarımı sunarım. Yine eğitim hayatım boyunca benden desteklerini esirgemeyen, beni sürekli araştırmaya sevk eden aileme ve eşim’e sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Sevil İKE SALA

Mayıs 2019

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN.....	I
ÖZET.....	II
ABSTARCT.....	III
ÖN SÖZ	IV
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	8
MUHAFAZAKÂRLIK VE TÜRKİYE'DE MUHAFAZAKÂRLIĞIN TARİHSEL DÖNÜŞÜMÜ.....	8
1.1. Muhafazakârlık Kavramı	8
1.2. Siyasi İdeoloji Bağlamında Muhafazakârlık.....	11
1.3. Muhafazakârlık Kavramının Doğuşu ve Fransız Devrimi.....	14
1.4. Muhafazakârlık Anlayışının Temel Kavramları	16
1.4.1. Gelenek ve Tarih	18
1.4.2. Toplum ve Özgürlük	20
1.4.3. Otorite ve Mülkiyet	21
1.4.4. Din.....	22
1.4.5. Kıta Avrupası ve Anglo-Sakson Muhafazakârlığı	24
1.5. Muhafazakârlık Kavramındaki Gelişmeler ve Muhafazakârlık Çeşitleri	27
1.5.1. Liberal Muhafazakârlık.....	28
1.5.2. Yeni Muhafazakârlık.....	28
1.5.3. Milliyetçi Muhafazakârlık.....	29
1.6. Osmanlı ve Cumhuriyet Döneminde Muhafazakârlık	30
1.6.1. Türkiye’de Muhafazakârlık Anlayışı	30
1.7. Muhafazakârlık anlayışının Gelişimi ve Türkiye’deki Değişim Süreci.....	33
1.7.1. Demokrat Parti ve Muhafazakârlık	35

1.7.2. Anavatan Partisi (ANAP) ve Muhafazakârlık.....	37
1.7.3. AK Parti ve Muhafazakârlık	42
1.8. Sonuç Olarak Muhafazakârlık.....	47
İKİNCİ BÖLÜM.....	49
TÜKETİM TOPLUMU VE KAPİTALİZM.....	49
2.1. Tüketim Toplumu	49
2.2. Tüketim Toplunun Ortaya Çıkışı	54
2.3. Kapitalizm ve Metalaşma.....	61
2.3.1. Tüketim Kültürü ve Mekân.....	67
2.3.2. Tüketim Toplumunda Reklam ve Anlam.....	71
2.4. Tüketim Toplumu, Kapitalizm ve Muhafazakârlık.....	73
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	78
MUHAFAZAKÂR KADINLAR VE TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI.....	78
(ÜSKÜDAR ÖRNEĞİ).....	78
3.2. Araştırmanın Yöntemleri	79
3.3. Araştırmanın Yöntemleri	81
3.3.1. Veri Toplama Aracı.....	81
3.3.2. Veri Analizi	82
3.4. Evren ve Örneklem	83
3.5. Muhafazakâr Kadınlara Sosyo-Kültürel Bir Bakış, İstanbul/Üsküdar örneği	85
3.5.1. Kişisel Bilgilere Dair Genel Sorular	85
3.5.2. Muhafazakâr Kadınların Alışveriş Tarzlarının Dönüşümü.....	88
3.5.3. Muhafazakâr Kadınların Modaya İlişkin Algı ve Dönüşümleri	92
3.5.4. Muhafazakâr Kadınların İslami Oteller Bağlamında Tatil Alışkanlıkları.....	95
3.5.5. Muhafazakâr Kadınların Ev ve Dekorasyon Alışkanlıkları	97
3.5.6. Muhafazakâr Kadınların Dışarıda Yemek Yeme Alışkanlıkları.....	101
3.6. Değerlendirme.....	104
SONUÇ	106
KAYNAKLAR	109
Elektronik Kaynaklar	115
EKLER.....	117

Ek 1: Derinlemesine görüşmede sorulan sorular	118
ÖZ GEÇMİŞ	VIII
VITAE.....	VIII

GİRİŞ

Muhafazakârlığın modern siyasi ve ekonomik etkilerini dünyada olduğu gibi Türkiye’de de görmek mümkündür. Muhafazakârlığın yeni bir yaşam biçimi haline geldiği toplumlarda; siyasi, sosyo kültürel ve ekonomik olarak kendisini gösteren değiştiren bir durum haline geldiğini söyleyebiliriz. Muhafazakârlığın siyaset yapma pratikleri aynı zamanda toplumun her alanına sirayet ederek kendisini göstermektedir. Muhafazakâr ideoloji içerisinde muhafaza etme anlayışının aksine yaşanan değişimleri tüketim alışkanlıklarından, yeme içme, tatil yapma alışkanlıklarına kadar toplumu var eden bütün alanlarında görmek mümkündür.

Muhafazakârlık kavramı Fransız devrimi sonrasında siyaset, ekonomi ve kültürde yaşanan dönüşümlere bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Muhafazakârlık, eski düzen yanlısı ve gelenekçilik yanlısı siyasal bir ideoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak muhafazakârlığı bir tutum, düşünüş şekliyle ele aldığımızda, günümüzde var olan düzenin koruyucusu, savunucusu gibi misyonlar yüklendiği görülmektedir.

Muhafazakârlık kökleri çok eskiye dayanan siyasi bir ideoloji olarak görülebilir. Günümüz siyaset anlayışında önemli bir yere sahip olan bu ideolojik anlayış, iktidar veya iktidara ortak önemli bir iktidar alternatifi olarak varlığını sürdürmektedir (Yılmaz, 2004: s.143-145). Bu ideolojinin varlığına örnek olarak 2002 tarihinden beri ülkemizde iktidarı tek elinde bulunduran Ak Partiyi göstermek doğru olacaktır. Bu parti kendisini demokrat ve muhafazakâr bir kitle partisi olarak tanımlamaktadır.

Öte yandan anlaşılması zor ve birçok farklı anlamı bünyesinde barındıran muhafazakârlık, politik bir kavram olarak da bilinmektedir (Beneton: 2011: s. 6-7). Muhafazakârlıkla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde genel olarak tepkiye dayalı negatif bir söylem olarak karşımıza çıktığı görülmektedir (Yılmaz, 2001: s. 93-94). Genellikle dini açıdan hassasiyet sahibi insanlar için kullanılan bu kavram değişik

manalarda da kullanılmaktadır. Bazen sert bir eleştiri manasını taşıırken bazen ise övgü ve tebrik anlamları yüklenmektedir. Muhafazakârlık kavramı, ülkemizde ve dünyada gerek vatandaşlar, gerekse siyasetçiler tarafından gündelik hayatta çokça kullanılmaktadır. Nitekim gündelik hayatın dışında teorik olarak pek de bilinmeyen bu kavram genellikle “tutuculuk” ve “gericilik” olarak da anlamlandırılan tanımlarıyla dikkat çekmektedir. Ancak reel politik düzlemde muhafazakârlık, yeniliği reddetmeyen bir ideoloji olmanın yanı sıra keskin olmayan bir ılımlı değişimin savunucusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde muhafazakârlık, geçmişine sahip çıkan, devletçi ekonomiden ziyade serbest ekonomi yanlısı olan, bireysel özgürlük nosyonuyla yer yer uzlaşmış bir siyasi ideoloji olarak kendini tanımlamaktadır. Geleneği korumaya çalışan ve bu yapıdan kopmadan kontrollü ve tecrübe dahilinde yeni hayat şartlarına uyarlayan muhafazakârlık, aile ve din eksenli toplum yapısını benimsemiştir. Değişen modern dünyada ailenin önemini özellikle vurgulayan muhafazakârlık ailenin, toplumun değerlerini taşıyan en önemli kurum olarak görülmektedir.

Dünya genelinde muhafazakâr ideolojinin yeni biçimine ait siyasi yüzlerinin 1981-1989 yıllarında ABD’de Ronald Reagan ile İngiltere’de 1979-1990 yıllarında “demir leydi” lakabı ile Margaret Thatcher vasıtasıyla, yükselişe geçtiği görülmektedir. Neredeyse tüm dünyada belirgin bir şekilde ön plana çıkan muhafazakâr ideoloji bugün Avrupa’dan Avustralya’ya kadar her yerde kendini göstermektedir.

Türkiye’de ise Muhafazakârlık kavramının temel çekirdeğini aile, ekonomi ve Batı kültürü ile etkileşim oluşturmaktadır. Ülkemizde muhafazakâr partiler özellikle çok partili hayata geçişten sonra kendilerine alan bulmaya başlamışlardır. Demokratik hayatta yaşanan bu köklü değişikliğin ardından ülkemizde birçok parti kurulmuştur. Kurulan bu partilerin içerisinde özellikle 1950-1960 yıllarında Türkiye’de önemli gelişimler yaşatan Demokrat Parti, merkez sağda yer almasına rağmen politik kültürel söylem açısından muhafazakâr kimliğiyle ön plana çıkmaktadır. Partinin başkanlığını yapan Adnan Menderes 10 yıl boyunca ülkeyi ideolojik fikirleri ile yönetmeyi başarmıştır. Bundan başka 1989-1993 yılları arasında özellikle serbest ekonomi politikaları ve özelleştirme siyaseti ile gündemde olan Turgut Özal başkanlığındaki

Anavatan Partisi kültürel ve politik söylem bağlamında muhafazakâr bir kimliğe sahiptir¹.

Daha önce de bahsettiğimiz gibi bu partilerden sonra 2001 yılından beri Türkiye’de iktidarı tek elinde bulunduran Ak Parti, yine muhafazakâr kimliğe sahip bir partidir.

Günümüzde, muhafazakâr bir görünüm sergileyen siyasi iktidar ile beraber, bazı alanlarda köklü değişimlerin olduğundan bahsedilebilir. Özellikle günümüzde yaşanan muhafazakâr kimliğin ön plana çıkması, yaşanan köklü değişikliklerle kendini göstermektedir. Ak Parti “Yeni Türkiye” söylemiyle her alanda kendini hissettirmektedir.

Gelenekçi bir yapıyı benimseyen Ak Parti’nin, ülke genelinde özellikle eğitimde geçmişin izlerinden kopmamak için Osmanlıca derslerinin müfredata eklenmesi gibi birçok eskiyi geri getirme, korumaya yönelik hamleler yaptığı görülmektedir.

Öte yandan yine muhafazakârlık; İçinde bulunduğumuz modern dünyanın etkin yaşama biçimlerindendir. Yaşam standartları ve siyasi yönelimler açısından önemli bir rol oynamaktadır. Muhafazakârlık, geçmiş (eski) olanı koruma altına almaya çalışarak yeni yaşam biçimleri oluşturmaktadır. Bunu yaparken aynı zamanda yaşamın her alanına sirayet etmektedir. Muhafazakâr yaşam biçimlerine de sirayet eden, tüketim toplumu son yıllarda en çok kullanılan kavramlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim eylemi çağımız toplumunu isimlendiren başat bir niteliğe sahiptir. Tüketim toplumu tabiri, temel toplumsal dinamiğin tüketim eylemi etrafında şekillenmesini ifade etmektedir. Başka bir perspektiften bakıldığında tüketim toplumu, genel olarak “tüketen toplum” kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Tüketim kültürü; Yaşama biçimleri, siyasal alanlar, yeme içme, muhafazakâr ideoloji içerisinde vuku bulmaktadır.

Tüketim kültürü, muhafazakâr yaşam biçimlerine girift bir şekilde sirayet ettiği düşünülmekte ve yaşam biçimlerini kendi muhafaza ettiği alanlara uygun bir şekilde dizayn ettiği görülmektedir. Çoğulculuğun kuşaktan kuşağa aktarıldığı neoliberal bir

¹ Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde zikredilen Demokrat Parti, DP, Anavatan Partisi ise AP kısaltmaları ile verilmiştir.

muhafazakârlıkla birlikte muhafazakarlığın esnediğini, popüler kültür ile uzlaştığını söylemek mümkün görünmektedir. Tüketim toplumu ile birlikte esneklik kazanan sınıfsal farklılıklar, görünürlüğünü yitirmekte ve kendi içinde başka alanlara evrilmektedir. “Ne kadar çok tüketirsem o kadar var olurum” mantığı kapitalist ekonomi içinde toplumu esnekleştirmekte yeni alanlar açmaktadır. Başka bir deyişle muhafazakâr ideoloji içinde kendine yeni yaşam alanları oluşturan tüketim toplumu, kendini yeniden üretmektedir. Oysa muhafazakârlığın istediği eskinin korunması ve saf kalma arzusu tüketim alışkanlıkları ile örtüşmemektedir. Muhafazakârlığın kabul ettiği kültür, geleceğe dönük değil geçmiş muhafaza etmektir. Yalnız değişmekte olan tüketim alışkanlıkları, siyasi ideolojiler, teknolojik tüketim araçları ile bu kabulleri esnekleştirmektedir.

Türkiye bağlamında muhafazakârlığın siyasete etkisi ile ekonomik olarak güçlenmeleri yeni türde muhafazakâr yaşam biçimlerinin oluşmasına neden olmaktadır. Özellikle Muhafazakâr ideoloji savunucularının, korumakta ısrarcı oldukları en önemli toplumsal olgunun aile olduğu görülmektedir. Ailede kadının konumlandırılış biçimi, tüketim alışkanlıklarından yeme içme, tatil yapmak, ev dizaynına kadar her alanda karşımıza çıkabilmektedir. Neo-liberal muhafazakârlıkla birlikte kadınlar özel alan içerisinde var olarak istediğini tüketebilmektedir. Muhafazakar bireylerde, aile mefhumu korunmak istenirken “kadın” önemli bir alanda konumlandığını düşünmektedir. Öte yandan kadınlar eşlerinin, babalarının, kardeşlerinin çizdikleri yaşam standartlarının dışına çıkmak istemedikleri ama bir o kadar özgür tüketebildikleri bir yaşam kurgulanıldığı düşünülmektedir. Kadınların konumlandıkları alan, istediklerini tüketebilecekleri, ekonomik özgürlük iken bu üretime katılma sürecini düşündürmektedir. Bu düşünce biçimleri kadınları, erkeklerin kendi isteklerini yerine getirmekle yükümlü olan eş, anne modelinin içinde tuttuğu düşünülmektedir. Muhafazakar kadınların toplumsal yaşama katılım biçimleri muhafazakar ideoloji ye sahip erkeklerin kurguladıkları yaşam biçimlerine uygun olduğu gözlemlenmektedir. Muhafazakar aile anlayışı, kadını çocuğun ve evin bakımını üstlendiği, yuvanın annesi olarak konumlandırmaktadır. Öte yandan kadınların meslekleri ne olursa olsun, çalışmalarının muhafazakar eril ideoloji tarafından istenmemesi, özel alan ile kamusal alan arasındaki ayrımın daha keskin bir şekilde ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu

bağlamda çalışmanın konusu, özellikle muhafazakâr yaşam biçimlerine göre yaşamını düzenleyen kesimlere yoğunlaşarak, onların tüketim alışkanlıkları üzerine incelemeler yapmaktır. Çalışmada muhafazakar ideolojinin kadınları konumlandırılışı, kadınların kendilerini muhafazakar ideoloji içerisinde nasıl tanımladıklarını anlamaya çalışılmaktadır. Özellikle muhafazakar ideolojinin muhafaza ettiği mefhumlar, toplumsal değişimin karşısında olan, toplumsal yapıyı muhafaza eden aynı zaman da liberal ekonomi ile gelen değişimi her alanda yaşayan bir anlayış sürdürmektedirler. Bu çerçevede bu türde bir yaşam biçimine göre yaşayan ve belirli bir gelir grubuna ait ailelerin yoğunluklu olarak ikamet ettiği İstanbul/Üsküdar ilçesi örneklem olarak alınmıştır. İlçede yaşayan muhafazakâr kadınlarla görüşmeler yapılarak, tezin sorunsalına ilişkin çözümlemeler yapılmaya çalışılmıştır.

İnsanların tüketim alışkanlıkları üzerinde değişimlerin yaşanmasında dini, siyasi veya kültürel etkilerin sadece bir tanesinin etkili olduğunu söylemek oldukça zordur. Bütün bu çıkarımları, mülakat görüşmelerinde detaylı şekilde bulmak mümkündür. Bu çalışma tüketim toplumu ve muhafazakârlığı konu edinmekle beraber, tüketim kültürünün geçirmiş olduğu evreleri de ele almaktadır. Özellikle muhafazakâr kesimlerde yaşanan ciddi değişikliklere dikkat çekilmek istenmiş ve bu konu üzerinde gerekli yorumlar ve çıkarımlar yapılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacı, muhafazakârlık ve kapitalizm arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktır. Diğer bir ifade ile çalışmada değişmekte olan tüketim alışkanlıklarının, (tüketim kültürü) muhafazakâr ideoloji ile arasındaki bağlantıları ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Çalışmada ayrıca muhafazakâr ideolojinin, kadınları toplumsal olarak konumlandırma pratikleri ile kadınların tüketim alışkanlıkları ve bu bağlamda da geçmiş ile gelecek arasındaki farklar ve ortaklıklar çözümlenmeye çalışılmaktadır.

Bu çalışmada öncelikle Muhafazakârlık kavramına değinilmektedir. Daha sonra muhafazakârlığın ortaya çıkış ve gelişimi ile birlikte Türkiye’de muhafazakâr düşüncenin değişimi üzerinde durulmaktadır. Yapılan bu çalışmada ilk olarak muhafazakârlığın tanımı, doğuşu ve gelişiminden bahsedilirken daha sonra siyasi yapılanmadaki muhafazakâr yaklaşıma değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise tüketim toplumunun nasıl ortaya çıktığı, insanların tüketim alışkanlıklarının kültürel alana yayılması ve bunların muhafazakârlık ile ilişkisi ele alınmaktadır. Bu yönde ilk olarak tüketim toplumu kavramı, tüketim toplumunun gelişme süreci ele alınmakta daha sonra ise kapitalizm ve metalaşma olgusu arasındaki ilişki irdelenmektedir. Ardından mekân ile tüketim kültürü arasındaki bağlantı sorgulanarak, tüketim kültürünün en önemli mecrası olan reklam ve reklamın ideolojik anlamı anlaşılmaya çalışılmaktadır. Bu süreçlerin muhafazakârlığın estetize edilmesinde de önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, muhafazakâr kadınların tüketim alışkanlıkları incelenmektedir. Ülkemizde’de değişen tüketim alışkanlıkları ile muhafazakâr bireylerin yaşam biçimlerinde önemli değişimler ortaya çıkmaktadır. Bu değişimler; alışveriş alışkanlıklarından, giyim tarzlarına, tatil alışkanlıklarından, ev dekorasyonuna ve boş vakitleri değerlendirmeye kadar birçok konuya nüfus etmektedir. Özellikle bu konular üzerinde durulmasının nedeni ise muhafazakar ideoloji üzerindeki tüketim alışkanlıklarının incelenmek istenmektedir. Araştırma kısmında İstanbul/ Üsküdar örneklemini bağlamında muhafazakar kadınların tüketim etkinliğine yüklediği anlam ve içerikler anlaşılmaya çalışılmaktadır. Çalışmanın amacı, muhafazakârların yaşam biçimlerindeki değişimin, lüks tüketim algılarının eleştirel bir çerçevede gözlemlenmeye çalışılmasıdır.

Muhafazakârlık aileyi sosyolojik işlevi itibari ile toplumun temel kurumu olarak ele almaktadır. Muhafazakâr ideoloji, “aileyi” toplumun hem temel birimi, hem de geleneksel ahlakın koruyucusu olarak görmektedir. Bu ideolojiye göre, “aile” toplumu bir arada tutan bağların bir kısmını yaratmakta ve pekiştirmektedir. Aynı zaman da aile toplum içinde dayanışmayı sağlar ve nihayet temel eğitim kurumlarından biri olma işlevini görür. Aile insanların kendi toplumuna mensubiyet ve aidiyet duygularını da kuvvetlendirir. Aile mefhumu bu kadar kutsallaşırken muhafazakâr düşüncede erkek evin maddi geçimini sağlamakta, kadının görevi ise ev işleri, eşi ve çocukları ile ilgilenmek olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda muhafazakâr tüketim toplumunda, ev içinde “özel alana” hapsolan kadınların, tüketime yönlendirilip üretimin dışında yalnızca tüketmeleri beklenmektedir. Yapılan araştırmada, sorulan sorulara verilen cevaplarda

kadınların bu tüketim zincirinin içine nasıl eklemlendirildiklerini ve muhafazakâr kadınların tüketim aşamalarına yönelik sorular sorulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

MUHAFAZAKÂRLIK ve TÜRKİYE'DE MUHAFAZAKÂRLIĞIN TARİHSEL DÖNÜŞÜMÜ

1.1. Muhafazakârlık Kavramı

Muhafazakârlık kavramı dünya genelinde yaygın olarak kullanılmasına rağmen gerçek manada tam olarak üzerinde anlam bütünlüğüne varılamamıştır. Türk Dil Kurumunun güncel Türkçe sözlüğünde “tutucu” olarak açıklanan “muhafazakâr” kelimesi Arapça “Muhafaza” ve Farsça “kar” sözcüklerinin birleşmesinden meydana gelen bir sıfattır². Çoğunlukla dinsel kesimler için kullanılan bu sıfat, asıl olarak tarihle bütünleşiktir ve toplum-birey-kültür olgusunu ortaya çıkaran bir temel direktir. Muhafazakârlık olgusunun ortaya çıkmasında ki en büyük etken, tarihi süreçtir (Berat, 2004: 91).Tarih boyunca bir arada yaşayan farklı ideolojiler birbirleri ile etkileşerek muhafazakârlık kavramına çeşitli katkılarda bulunmuşlardır. Diğer yandan muhafazakârlık, muhafaza etme, koruma anlamlarını taşıyan Latince “Conservare” sözcüğünden türediği de bilinmektedir. Sözcük anlamından daha fazlasını ifade eden muhafazakârlık, modern dünyada kaba ve yersiz şeklinde algılandığı gibi mütevazı veya temkinli davranış biçimi olarak da bilinmektedir (Heywood, 2011: s. 417). Bu bağlamda muhafazakârlığın birden fazla anlamı içinde barındırdığından bahsedebiliriz.

Günlük dilde birçok kez kullandığımız fakat tanımını yaparken zorlandığımız muhafazakârlık, değişik anlamları bünyesinde barındıran bir ifade olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra muhafazakârlık ifadesinden neyin anlaşılması gerektiği hususunda ise ortak bir fikrin olmayışı bu kavramın tanımlanmasını oldukça güç bir hale sokmaktadır (Beneton: 2011: 7). Bu güçlüğü yenmenin bir yolu ise, bu karışıklığa neyin sebep olduğunu teşhis etmektir.

² Bkz. <http://www.tdk.gov.tr>.

Araştırmacılar muhafazakârlığın tanımlanmasında karşılaşılan zorluğu iki sebebe bağlamışlardır. Bunlardan ilki, sistematik doktrin ve ideolojilere karşı şüpheli bir yaklaşım sergileyen muhafazakârlık, bu tavrından ötürü tanımlama sıkıntısı çekmektedir. İkinci sebep olarak ise gelenekleri göstermek mümkündür. Her toplumun, ülkenin kendine ait geleneklere sahip olması, değişiklik gösteren bir muhafazakârlık tanımı ile karşılaşmamıza sebep olmaktadır (Erdoğan, 2004: s. 5).

Bir diğer nokta da, bu tarz siyasi kavramların yer ve zamana göre farklılık gösteriyor olmasıdır. Türkiye’de muhafazakârlığın tanımlanması ve algılanmasıyla, İngiltere’de ve Fransa’da tanımlanması ve algılanması farklılıklar gösterebilmektedir. Siyasi kavramların tanımlanması ve algılanmasıyla ilgili olarak belki de en önemli unsur, siyasi kavramlar arasındaki ilişkidir. Aralarındaki pozitif ya da negatif yönlü bir ilişki, yeni kavramların doğmasına sebebiyet vermiştir. Birçok siyasi kavram da olduğu gibi, muhafazakârlığın da sınırlarını belirlemenin zorluğunun ana nedeni, tarihsel ve mekânsal farklı örneklerin geniş yelpazesidir.

Araştırmalara bakıldığı zaman, muhafazakârlığın çok da eski bir kavram olmadığını görebiliriz. Yaklaşık iki yüz yıl kadar geçmişe sahip olan bu kavramın günümüz modern dünyasına varana kadar büyük oranda anlam ve çeşitlilik kazandığını da söylememiz gerekir. Fransız ihtilali ile 17.yüzyılda ortaya çıkan bu kavram, birey-devlet ilişkisini; toplumsal siyasal, hukuksal ve diğer alanlarda ele alan kültürel gelişim ve değişimdeki hareketlilik olarak tanımlanabilir. Fransız devriminin etkileri ile oluşan bu düşünce, aristokratlar tarafından kaybettikleri iktidarları tekrar elde etmek için ortaya çıkarılmıştır (Akpolat, 2007: s. 47-54).

Muhafazakârlık anlayışı, tüm bu tanımlarının yanı sıra tarihi süreç içerisinde kendisine siyasi bir kimlik kazanarak genellikle sağ kanadı temsil eden bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram siyasi olarak ilk kez Fransa’da 1820’lerde çıkarılan *Chateaubriand'ın Le Conservateur* dergisinde yer almıştır. Yine bu dergi , politik yenileme hakkındaki fikirleri ve ruhban sınıfı yaymak için tasarlanmış bir dergi olarak dikkat çekmektedir (Vincent, 2006: s. 500). Faşizm, Komünizm veya Nazizm gibi çeşitli ideolojilere ait kavramlar gibi keskin ve sınırları belli bir tanım oluşturmak muhafazakârlık adına oldukça zordur. Çünkü söz konusu terim, karmaşık ve üzerinde

tartışma yaratacak anlamlara sahiptir. Bunun yanı sıra muhafazakârlığın tanımı konusunda bazı kesimler onu belirli bir ideolojik tutum sergilemediği için değerlendirmenin de mümkün olmayacağını dile getirirken, bazı kesimler ise muhafazakârlığın batıda son iki yüz yılın temel üç siyasal ideolojilerinden biri olarak (liberalizm, sosyalizm ve muhafazakârlık şeklinde) yer aldığını dile getirmektedirler. Bu bağlamda muhafazakârlığı farklı fikirler topluluğu şeklinde tanımlamak yanlış olmayacaktır. Öte yandan Fransız devrimine ve Aydınlanma felsefesine gösterilen tepkinin de bir ürünü olarak nitelendirilen muhafazakârlık, sosyal ve politik şartlar aracılığıyla geleceğin reddi veya devrim durumlarında üretilen fikirlere de karşı çıkmaktadır (Vincent, 2006: s. 500). Yine bu terim 19. yy'da Amerika'da farklı gruplar ve siyasi hareketlerce kullanılmış aynı zamanda 20. yy'a gelindiğinde artarak devam eden muhafazakârlığın anlam değişiklikleri geçirdiği görülmüştür (Vincent, 2006: s. 500).

Öte yandan muhafazakârlığı; insan doğası ile ilgili bir bakış açısı şeklinde yorumlamak da mümkündür. Bu durumu Lord Hugh Cecil, insan zihninin bir eğilimi olarak doğal muhafazakârlık şeklinde adlandırmaktadır (Vincent, 2006: s. 500). Dikkat çeken nokta doğal muhafazakârlık olarak algılanan eskinin, tecrübe edilmişin, yeniye ve bilinmeyene karşı tercih ediliyor olmasıdır. Öte yandan muhafazakârlığın kendini tanımlayış biçiminin, doğal muhafazakârlık olarak ad etmesi de burada önemli noktalardandır. Bu durumun politik yansıması yetersiz sayılabilecek kurumların bırakılmayarak yeni olana tercih edilesi şeklinde görülmektedir. Muhafazakârlık, temelinde insan özgünlüğünü barındırdığını iddia etmektedir. Öyle ki evrensel olarak tanımlanan her şey muhafazakârlıkta geçersiz kabul edilmektedir. Bütün insanlığın ortak mirası niteliğindeki her şeye şüpheyile yaklaşan muhafazakârlık, Tanrı merkezli bir inanç sistemi üzerine oturtulmuştur (Çetin, 2007: s. 89-93). Tanrısal iradeye boyun eğmek ve her türlü problemi doğal yasalar yoluyla çözme eğilimi içerisinde olan muhafazakârlık, bireyin isteklerini kontrol altında tutmak, toplum içerisindeki düzene uymak gibi erdemleri bünyesinde taşır. Bunun zıddı olan insanların rekabetçi, özgün ve eşitliğinin öncelik taşıdığı bir yapıya inanmamaktadır. Bütün bunlara bağlı olarak muhafazakârlık, değişimi, modernleşmeyi reddederek kendi içine kapanmayı, gelenekçi yapıyı koruyarak

kültürel ve tarihsel yapının dönüştürülmesine karşı bir duruş sergilemektedir (Çetin, 2004: s. 89-93).

Bütün bunlara bakarak muhafazakârlığın ideolojik olarak üzerinde durduğu ve vazgeçemediği prensip Tanrısal olguların ve Tanrı elinin insan kaderi üzerindeki etkileri olarak yorumlanabilir. Bundandır ki yeniliğe karşı ve kendi içine dönük bir duruşu kabullenmiştir.

1.2. Siyasi İdeoloji Bağlamında Muhafazakârlık

Muhafazakârlığın bir düşünce şekli mi yoksa bir ideoloji olarak mı ele alınması gerektiği konusu ciddi manada tartışılma yaratacak bir meseledir. Bu konuda muhafazakârlığın bir ideoloji olarak görülmesine sıcak bakmayan muhafazakâr düşünürler örneğin Oakeshott , ideolojilerin bir sorunu kökten çözebilecek çözümler üretmediğini düşünmektedirler.

Muhafazakârlık kavramının ideolojik bir anlamı mı ya da bir tavır olarak mı ortaya atıldığı konusunda birçok değişik görüş ve fikir bulunmaktadır. Bunlardan muhafazakârlığı bir mizaç olarak gören Oakeshott, bir düşünme ve davranış halinden ibaret olduğunu düşündüğü muhafazakârlığı, belli davranışları ve beşeri durumların şartlarını diğerlerine tercih etmek olarak tanımlamaktadır. Bunun dışında Oakeshott, muhafazakârlığı, bilineni bilinmeyene, gerçeği gizemli olana, sınırlı olanı sınırsız olana, yakındakini uzaktakine, yeterli olanı bol olana, uygun olanı mükemmel olana ve şimdiki sevinci ütopyacı mutluluğa tercih etmek şeklinde yorumlayarak muhafazakâr insanların bu tutumlar içerisinde olduklarını belirtmektedir (Oakeshott, 2004: s.56-57).

Olaya tek taraflı yaklaşıldığını iddia eden muhafazakâr düşünürler, ideolojilerin bu konuda sığ kaldığını öne sürmektedirler. Bu konuda Muhafazakâr düşünürlerden Michael Oakeshot muhafazakâr düşünce dergisinde kaleme aldığı makalesinde;

Benim mevzuum bir itikat veya doktrin değil, bir mizaçtır. Muhafazakâr olmak belli biçimlerde düşünme ve davranma eğiliminde olmaktır; Belli tür davranışları ve beşeri durumların şartlarını diğerlerine tercih etmektir; Belli tür seçimleri yapmaya eğilim göstermektir. Burada benim yapmak istediğim, bu mizacı genel prensiplerin konusu haline getirmekten çok, çağdaş karakterinde görüldüğü gibi yorumlamaktır. (Oakeshott, 2004: s. 59-85).

İfadeleri ile muhafazakârlığı bir ideoloji olarak görmediğini dile getirmektedir.

Bu konuda farklı düşünürlerde muhafazakârlığın ideoloji olarak görülmesine karşı olurken, John Kekes, makalesinde;

Muhafazakârlık doğal olarak ideolojik bir yapıya sahiptir. Çeşitli muhafazakâr akımlar incelendiğinde, bu akımların toplumu iyiye yönlendirmesi yolunda mücadele verdikleri görülecektir. Bir toplumun ancak ve ancak o toplumu oluşturan insanların iyi, ahlaklı ve erdemli olmasıyla iyiye yürüyeceğini düşündüğümüzde muhafazakâr politikaların hedefinin, toplumun; erdeme, ahlaka ve iç huzura kavuşturulması olduğunu söyleyebiliriz.

İfadeleri ile muhafazakârlığın bir ideoloji olduğunu savunmaktadır.

Öte yandan Huntington, bir makalesinde;

Hemen hemen diğer bütün ideolojilerin aksine muhafazakârlık, ideal bir toplum anlayışı sunmaz. Muhafazakâr bir tek ütopya yoktur. Bu yönüyle muhafazakârlık, gelenekselden feodale, ondan liberal ve kapitalist ve sosyal demokrat olana kadar her türlü farklı kurumsal düzenleme çeşitlerini savunmak için kullanıla gelmiştir ve kullanılabilir. Çünkü muhafazakârlık, içerik ile değil usulle ilgilidir; özellikle siyasî kurumları etkiledikleri zaman değişim ve istikrarla ilgilidir. Sıklıkla ifade edildiğinin aksine, muhafazakârlığın tersi liberalizm değildir. Muhafazakârlık ani değişikliklerin zorluk ve tehlikesine karşı; istikrar, devamlılık ve tasarrufun önemini vurgulayan argümanlar sürmektedir (Harries, 2004: 98).

İfadeleri ile muhafazakârlıkla ilgili gözlemlerini sunmaktadır.

Yine Huntington, muhafazakârlığın teorisini üç yaklaşım ekseninde açıklamaktadır. İlk olarak, aristokrat teori muhafazakârlığı kıymetli tarihsel hareketlerin ideolojisi olarak tanımlamaktadır. Fransız Devrimi'ne karşı feodal, aristokrat ve çiftçi sınıfının 18. yüzyılın sonlarına doğru ve 19. yüzyılın başlarında yürüttükleri tepkiyle bu durum desteklenmektedir. Burjuvanın liberalizm ideolojisi, proletaryanın Marksizm ve Sosyalizm ideolojisi karşısında muhafazakârlık, aristokratların ideolojisidir. İkinci olarak muhafazakârlığın özerk tanımı, muhafazakârlık ne bir özel grubun menfaatleriyle ilgilidir, ne de muhafazakârlığın görünümü toplumsal güçlerin özel tarihi şekline bağlıdır (Huntington, 1957: s. 454-455).. Muhafazakârlık, düşünceleri genellikle geçerli olan özerk bir sistem olup evrensel adalet, düzen, denge ve ölçülülük gibi değerler yönünden tanımlanmaktadır. Üçüncü olarak durumsal tanımlama, muhafazakârlık belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır ancak var olan kurumlara yönelik büyük bir meydan okuma ve bu kurumları destekleyenlerin savunmalarında kullandıkları bir ideolojidir.

Böylelikle bir düşünce sistemi olan muhafazakârlık, var olan sosyal düzeni meşrulaştırmak için kullanılmaktadır.

Diğer bir bakış açısı ile muhafazakâr düşünceyi tanımlayan Russel Kirk'e göre muhafazakâr düşüncenin altı temel ilkesi bulunmaktadır. Bunlar;

- 1.Sınıfsız bir toplum düzenine karşı uygarlaşmış ve medeniyet seviyesi yüksek toplumu savunan muhafazakâr düşünce, toplumun belli bir düzen ve sınıfına inanmaktadır.
- 2.Muhafazakâr düşünce, geçmişten gelen alışkanlıkların ve gelenekçi yönlerin soyut düşünceden farklı olarak insanın yenilikçi fikirlerine gem vurduğuna ve güç tutkusunu kontrol altında tuttuğuna inanmaktadır.
- 3.İnsan varlığının öz sırrına ve çoğalan çeşitliliğine inanan muhafazakârlık, dar fikirlere, faydacılığa ve eşitçiliğe karşı çıkmaktadır.
- 4.Değişim üzerinde şüpheyle duran muhafazakârlar, bu durumun faydalı olmayacağına inanmaktadırlar. Aceleyle gerçekleştirilmiş bir değişimin felaketler doğuracağını düşünmektedirler.
- 5.Özel mülkiyet ve topluma mal edilmiş mülkiyetin birbirinden ayrı şeyler olduğunu kabul eden muhafazakârlar bireysel özgürlük ile mülkiyetin ilişkili olduğunu düşünmektedirler.
- 6.Muhafazakâr düşünce, toplumsal kuralları olan ahlaki bir yapıya inanmaktadır. Siyasal problemlerin temelinde dini ve ahlaki sıkıntıların olduğuna kanı getirmiştir. Bunun dışında hakiki adaleti gerçekleştirmenin siyasetin en büyük amacı olduğunu savunmaktadır (Kirk, 2006: s. 65).

Bütün bu tartışmalara bakıldığında, muhafazakâr düşüncenin ideolojik yönde kabul edildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Her ne kadar muhafazakârlar, içinde bulundukları akımı bir ideoloji kavramı olarak görmeseler de misyonu ve vizyonu bulunan bu düşüncenin, çoğu kesim ve düşünür tarafından bir ideoloji olarak tanımlandığını görmekteyiz. İdeolojik boyutu ile ilgili tartışmaların bulunduğu muhafazakârlığın kurucusu olarak bilinen Edmund Burke'in "Fransız Devrimi Üzerine Düşünceler" adlı eserinde muhafazakâr düşüncenin temelini görmek mümkündür. Muhafazakâr düşüncenin fikir babası olan Edmund Burke'nin bu ünlü eseri özü bakımından muhafazakâr düşüncenin en üstün referans metni olarak bilinmektedir (Beneton, 1991: s. 119).

Düşünürlerin fikirlerini irdeledikçe muhafazakârlığın bir ideoloji mi yoksa tavır mı olduğu konusunda tam bir karara varmak güçtür. Bu da muhafazakârlığın coğrafyaya,

topluluklara, kültüre ve insana göre değişkenlik gösterdiğini bizlere kanıtlamaktadır. Bu bağlamda muhafazakârlık için saf bir siyasi ideolojidir demek güçtür. Tanımında çekilen zorluklara da bakılacak olursa, muhafazakârlık hem bir tavır hem de siyasi bir ideolojidir.

1.3. Muhafazakârlık Kavramının Doğuşu ve Fransız Devrimi

Muhafazakârlık düşüncesinin oluşmasında hiç şüphesiz ki Fransız Devrimi'nin rolü büyüktür. Fransız Devrimi ile kaybedilen iktidar, aristokratların kendilerini savunmak ve iktidarı tekrar elde etmek için muhafazakâr düşüncüyü geliştirdikleri görülmektedir (Akpolat, 2007: s. 47-54).

Temel olarak muhafazakârlık, devrim karşıtı bir ideoloji olarak tanımlanmaktadır. Bu bilgi ışığında muhafazakârlığı etkileyen değişim harekâtı ve modernite gibi temel olaylar mevcuttur. Muhafazakâr tarih anlayışında modernizmi başlatan süreçlerle (Rönesans, Aydınlanma gibi) geçmiş yaşam biçimlerinden kopulduğu ve doğal yaşamının sekteye uğratıldığı iddia edilmektedir.

Burke gibi muhafazakâr felsefenin öncü düşünürleri, tarihle bütünleşik olarak kültür etkileşimleriyle ortaya çıkmış bir miras olarak adlandırılan geleneğin korunması gerektiğine vurgu yapmışlardır (Beneton 2012: s. 98). Burke'nin muhafazakârlık kavramı içerisinde en çok önem verdiği yaklaşım olan gelenek ise muhafazakârlık kavramının ayrılmaz bir parçasıdır. Gelenek; geçmişten bugüne uzanana toplumların etkileşimleri, din, dil ve ırkları neticesinde ortaya çıkan bir kültür birikimidir. Ayrıca bu kavram tarihten ayrı düşünülemez (Güngörmez, 2004: s. 26-27). Muhafazakârlık, tarihsel süreç içerisinde önemli değişiklikler yaşamıştır. Bu değişikliklerin temelini Avrupa modernleşme harekâtlarına karşı çıkma fikrinden bir süre sonra vazgeçilmesi oluşturmaktadır. Bu değişim ilk olarak 19.yy'da ortaya çıkmaktadır. Bu değişimi Birleşik Krallık başkanlığı yapmış olan Benjamin Disraeli ortaya çıkarmıştır. Disraeli muhafazakâr bir siyasetçidir ve yükselen modernleşme harekâtlarının neden olduğu eşitsizliğe değinerek, bunun ortaya çıkardığı fakir ve zengin kesim arasındaki uçuruma dikkat çekmiştir (Sıdal, 2010: s. 250).

Muhafazakârlık, yenilik rejimlerine karşı doğan tepkiye dayalı negatif bir düşüncedir. Ancak tam olarak neye karşı olduğu belli olmamakla birlikte neye taraf

olduğu da net değildir. Muhafazakârlık, soyut fikirlere ve doktriner düşünceye karşıdır. Ancak bu temel eğilimine karşın muhafazakârlık, basit bir pragmatizm veya oportünizm değildir. İnsana ve topluma yönelik bir siyasi inanca dayanır. Değişime tamamen karşı çıkmamaktadır (Vincent, 2009: s. 500). Gelenekçi bir yapıyı savunan, aynı zamanda değişen dünya düzenine ayak uydurulması gerektiğine inanan muhafazakârlık, soyut olandan çok somut olanın gerçekçi olduğunu belirtmektedir. Değişen hallerin toplum üzerinde etkilerinin görülmesi gerektiğine ve bu değişimin toplumun ana yapısını bozmadan olması gerektiğini savunmaktadır.

Edmund Burke'ün yaklaşımına göre; modern Muhafazakârlık, İngiliz ve Fransız devrimlerine tanıklık etmiştir. *Fransız İhtilali Üzerine Düşünceler* adlı eserinde ihtilale ciddi anlamda eleştiriler getiren Burke, muhafazakârlığın peygamberi olarak simgelenmiştir (Kırk, 2006: s. 67-69). Yüzyılın son çeyreğinde, Britanya'da ve Amerika'da, önce karşılaştırılabilir zamanlardan daha fazla derecede muhafazakârlar tarafından Burke'den alıntı yapılması ve onun başka bir biçimde kabul edilmesi, Burke'nin devam eden peygamberlik statüsüne işaret olarak gösterilmektedir (Kırk, 2006: s. 70).

Edmund Burke sonrası muhafazakârlığı, Kıta Avrupası'nın tepkici muhafazakârlığı ve Anglo-Amerikan dünyasının ılımlı muhafazakârlığı şeklinde iki temel koldan izlemek mümkündür. Tepkici muhafazakârlığın aksine ılımlı Muhafazakârlık; ılımlı, esnek yapısıyla muhafazakârlığın uygulanabilir kılınmasını sağlamıştır. Bu da onun Muhafazakârlıkta hâkim konuma oturmasına zemin hazırlamıştır.

Bütün bunların yanı sıra Burke Fransız Devrimi ile İngiliz Devrimi hakkında da düşüncelerini belirtmektedir. Bu bağlamda, 1789 Fransız Devrimi ile özellikle 1688 İngiliz Devrimi "Glorious Revolution (Şanlı Devrim)" karşılaştırmalarında E. Burke'ün eleştirilerini daha net olarak görmekteyiz. Burke'ün, Fransız Devrimi'nin ilk dönemlerinde krallığın anayasasını ılımlı ve temkinli bir biçimde, geleneğin çizgisinde reforma tabi tutmayı amaçlayan İngiliz usulü bir devrim beklentisi içerisinde olduğu görülmektedir (Beneton, 2011: 18). Fakat Fransız Devrimcileri Burke'ün beklentisinin aksine bir yol izlemişlerdir. Yalın, evrensel ve dogmatik önermeler ile insan hakları

kuramı üzerine Fransız Devrimi yükseltilirken, toplumsal gelenekler bir kenara atılmış olup, insan aklının sınırsız gücüne dayalı bir toplum mühendisliğine kalkışılmıştır. İşte Burke'ün, Fransız Devrimi'ne karşı çıktığı nokta burasıdır (Parkin, 2000: 144). Burke'e göre 1688 İngiliz Devrimi, temkinliliğin ve zorunluluğun eseridir. Fransız Devrimi'nin aksine İngiliz Devrimi, tarihin sürekliliğini yeniden sağlamıştır. Burke'ün temel referanslarından olan “tarihin sürekliliği” fikrine göre, onun gözünde Fransız Devrimi'nin yenilikçi kopuş iradesi bir “skandal”, bir anlamsızlıktan başka bir şey değildir. Burke, devrimcilerin bu kopuş iradesini, bilgisizliğin ve kendini beğenmişliğin ürünleri olarak görmektedir (Beneton, 2011: 18-21). Fransız Devrimi'nin hemen akabinde İngiltere'de Fransız Devrimi hakkında yapılan münazaralarda, Fransız Devrimi ile 1688 Devrimi arasındaki benzerlikler ortaya koymaya çalışılırken, Burke bu iki devrimin farklılıklarına dikkat çekmeye çalışmıştır. Burke, *Fransız Devrimi Üzerine Düşünceler* adlı eserini yazdığında henüz kral tahttan indirilmemiştir. İşte bu yüzden Burke'e göre, Fransız Devrimi Kralı değiştirmeksizin kurumları değiştirmeye kalkmış, İngiliz Devrimi ise kurumları muhafaza ederken, kişileri değiştirme yoluna gitmiştir (Beneton, 1991: s. 83). Burke'ün en büyük endişelerinden bir tanesi ise, Fransız Devrimi'nin Avrupa ve özellikle İngiltere'ye sıçraması ve yıkıcı tahribatlar getirmesi ihtimalidir (Mollaer, 2004: 161).

1.4. Muhafazakârlık Anlayışının Temel Kavramları

Muhafazakâr düşünce, tarihsel gelişim sürecinde 19.yüzyılda ortaya çıkmıştır ve günümüze kadar birçok gelişim ve değişime uğramıştır. Muhafazakârlık üzerine ortaya atılan tartışmalar, onun bir ideoloji mi yoksa bir düşünce mi olduğu üzerine sürdürülmektedir. Muhafazakârlığı bir “düşünce” tarzı şeklinde ele alan ve onun bir ideoloji olduğu fikrine toptan itiraz eden düşünürlerin başında Michael Oakshott gelmektedir. Onun bu anlayışı çerçevesinde muhafazakâr olmak belli biçimlerde düşünme ve davranma eğiliminde olmaktır; belli tür davranışları ve beşerî durum şartlarını diğerlerine tercih etmektir. Bu bakış açısında devrim, çoğu zaman karmaşa ve boşluk getirir. Oysa muhafazakâr tutum için önemli olan toplumsal uyum, süreklilik ve düzendir.

Heywood'a göre, muhafazakârlığın, kendisini sabit fikir sistemleri ile bağlama taraftarı olmamasından dolayı onun süreklilik arz eden bir gelişme içinde olduğu bilinmektedir (Heywood, 2011: s. 417). Ayrıca muhafazakârlığın, insan doğasına, yaşanılan topluma ve özgün siyasal değerlerin önemine vurgu yapan özgün bir takım siyasal anlayışlar üzerine inşa edildiğini de belirtir. Bu bağlam da muhafazakârlık kendi içinde temel olarak gelenek, beşeri eksiklik, organik toplum, hiyerarşi ve otorite, mülkiyet gibi düşünceleri barındırır. Öte yandan daha iyi anlaşılması amaçlanarak muhafazakârlığı birkaç grup halinde incelemek faydalı olacaktır.

Buna göre;

Kurumlara saygı: Kurumlar, kurallar ile yönetilen aktivitelerdir. Muhafazakârlar bu kurumların yenilerini oluşturmaktan ziyade, gelişimini ya da evrimini devam ettirmesi gerektiğine inanırlar.

Akılcılığın reddedilmesi: Bu yaklaşım deniz ve gemi metaforu üzerinden anlatılmaktadır. İnsan denizdedir ve gemisi birden arızalanır; ancak bu arıza geminin batmasına neden olmayacaktır. Burada “gemi” kavramı devleti ya da devleti devlet yapan kurumları ifade etmektedir. “Deniz” kavramı ise toplum ya da kültürü ifade etmektedir. “Arıza” ise, tıpkı Amerikalıların 2000 yılındaki Başkanlık Seçimlerinden sonra karşılaştıkları krize benzemektedir. Rasyonalizm yani akılcılık, geminin batmasına neden olan sebeplerin kaynağını araştırır analiz eder. Muhafazakârlar ise denizdeyken gemiyi yeniden inşa etmezler ve bir şey yapılması gerektiğini düşünürler, aksi halde gemi batacaktır.

İnsan Doğası. Muhafazakâr düşünce içerisinde insan davranışları, yetenekleri ve motivasyonuna dair önemli farklılıklar olsa da, genel kabul görmüş bir kanı insan içinde yaşadığı toplumu anlayabilmek için “sınırlı” bir varlıktır.

Düşsel politikaların reddedilmesi: Muhafazakâr düşünür Edmund Burke; “her olaylar dizisinin sonunda, hiçbir şey göremezsin yalnızca darağacı” gözlemlemesini yapmıştır. Onun bu cümlelerle aklında olan 1789 Fransız Devrimi’nin düşsel politikalarıdır (Özçelik, 2016: s. 15).

Deneyimin önemi: Gemi metaforundan devam edilecek olursa, arızaya müdahale edilmesi, geçmiş tecrübeler dâhilinde yapılmalıdır.

Yetki Şüphesi: Muhafazakârlığın otoriteye şüpheli yaklaşımı, onun otoriteyi reddetmesi anlamına gelmez. Muhafazakârlık, devletin sınırsız otoriteye sahip olmasını istemez (Özçelik, 2016: s. 16).

Muhafazakâr bir mantık çerçevesinde yaşayan toplumlarda görülen bu durumlar, bir nevi gelişime kapalı gelenekçi toplum yapısının izlerini taşımaktadır. Hal böyle olunca değişim daha yavaş ve mecbur kalındıkça yapılmaktadır. Gelenek ve geçmişle

bağını koparmadan ilerleyen muhafazakârlık, kökenlerini sürekli hatırlatıcı örf adet ve geleneklerle canlı tutmuştur. Bu durumu aşağıda ayrıca açmış olduğumuz gelenek ve tarih başlığı altında vererek açıklamak mümkündür.

1.4.1. Gelenek ve Tarih

Gelenekçi bir yapıya sahip olan muhafazakârlık, önemle bu yapıyı ön planda tutmaktadır. Bu durum muhafazakârlığın geçmişten getirdiği izleri toplum düzeninin sağlanmasında kullandığını da göstermektedir. Öyle ki toplum düzeninin sağlanmasında en önemli rol gelenekçiliğe düşmektedir. Gelenek, bir toplumun veya topluluğun tarihten devraldığı düşünce, davranış kalıpları ve kurumların toplamını ifade etmektedir (Bostancı, 2005: s. 132). Gelenek kavramı, toplumdan topluma değişiklik gösterir kelime anlamı olarak geçmişten günümüze kadar uzanan ya da miras bırakılan herhangi bir durum, olay ya da olgudur. Fiziksel bir nesnenin yanı sıra soyut kavramlı bir yapılanma bir kavramda olabilmektedir. Geçmişte yaratılmış ve inanılmış olan şeylerin günümüze taşınmasıdır. Muhafazakârlık kavramı da gelenek yapısından etkilenecek ortaya çıkmaktadır. Muhafazakâr düşüncede temel vurgulardan biri olan gelenek, kurulu düzene saygının bir göstergesi olarak, önemi kavranması zorunlu bir şarttır. Tarih, muhafazakâr siyasal ve kültürel dilin kurulmasında merkezi bir yere sahiptir.

Muhafazakârlık, aydınlanmaya olduğu kadar, yeni bir hayat biçimini içeren süreçlere yönelik bir karşıtlığı da temsil etmektedir. Yani genel olarak tanımlandığı zaman modernleşmeye olan karşıtlık denilmektedir. 16. yy'ın sonlarına doğru ortaya çıkan modern sözcüğü, orta çağdan farklı olarak ortaya çıkan yenilikleri temsil etmektedir. Modernlik kavramının yoğun bir şekilde yaşama aktarıldığı aydınlanma döneminin hemen arkasından ortaya çıkan muhafazakârlık ise, yeniyi ve ileride gerçekleşecek toplumsallık biçimlerini planlamaktan çok, geleneğin korunması veya yeniden canlandırılması bağlamında, eski toplumsal düzene yüzünü dönmüş bir yaşam algısını içermektedir. Bu bağlamda gelenek, muhafazakârlığın temel çekirdeğini oluşturmaktadır (Özçelik, 2016: s. 33).

Gelenek konusunda Edmund Burke, asıl endişe duyduğu meseleyi insan aklının yetersiz olması ve aklın ölçüt alınarak insanların hareket etmeleri olarak ifade etmiştir. Aklın yerine insanların, ulusların ve çağların birikim ve sermayelerinden yararlanmaları

gerektiğini savunmuştur (Burke, 2004: s. 183). Muhafazakâr ideolojiye göre insan, sınırlı akla sahip bir varlıktır. Toplum; tarihten, tecrübeden, dinden ve gelenekten bağımsız olarak salt akla dayanarak mükemmelleşemeyecektir. Bazı toplumsal yapılara bir veya bir grup bireyin tercihleri doğrultusunda yukarıdan müdahale etmek, onu yeniden biçimlendirmeye kalkmak sadece faydasız olmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumda uzun süren kargaşalara da neden olacaktır (Bıdık, 2007: s. 77). Bununla birlikte gelenekleri değişmeden sonsuza kadar aynı şekilde devam eden hiçbir toplum yoktur. Gelenek ve görenekler zamanla toplumun organik yapısına uygun olacak tarzda kendilerini yeniler. Müdahale edilmediği zaman kendini yenileme, fonksiyonel biçimde olur ve toplumsal organizma zarar görmez (Çaha, 2004: s. 77). Ancak müdahale edildiğinde toplum zarar görür. Bu yüzden muhafazakâr düşüncede gelenek ve göreneklerin, kendi doğal evrimi içinde yukarıdan bir müdahale olmaksızın değişim geçirmesi öngörülür. Öte yandan muhafazakâr düşünce çerçevesinde tarihin kesinlikle önemli bir rolü bulunmaktadır. İnsan geçmişinde yaşanan bütün her şey tarih içerisinde saklı ve bunu da insan ilişkileri sonucu somut hale dönüştürmektedir. Yani muhafazakârlığın tarihe olan inancı, insan ilişkilerinde soyut kavramlar ve tümünden gelimci düşünce karşısında, tecrübe üzerine kuruludur (Nisbet, 2011: 51).

“Geçmişten bugüne nerede olduğunu bilemeyen insan, nereye gideceğini de bilemez”. Muhafazakâr ideolojinin tarihe bakış açısı tam olarak budur. Ancak düşüncenin tarihe olan bakış açısı sürekli olarak geçmişe bakmak, geçmişle ilgili öyküler anlatmak değil, şimdinin altında yatan her şeyi araştırmaktır (Nisbet, 2011: 52-54).

Öte yandan muhafazakârlık, kuşakların geçmiş hafızalarından da beslenmektedir diyebiliriz. Çünkü kuşaktan kuşağa her hangi bir konuda aktarımın gerçekleşmesi gelecek nesillerin *atalardan kaldı* cümlesini kurmasını sağlayacaktır. Bu durum muhafazakâr toplumlarda yaygın ve kabul görmüş bir şekilde kendini göstermektedir. Günümüzde gerek düğün törenlerinde, gerek yıllık yiyecek içeceklerin temininde ve gerekse sosyal yaşamdaki ikili ilişkilerde *eskiden böyleydi biz de böyle olmalıyız* cümlelerini duymak mümkündür. Muhafazakâr bir aile yapısına sahip toplumlarda , ebeveynlerin bireyler üzerindeki etkisi azımsanamaz derecededir. Bu durum gelenek ve tarihi muhafazakâr toplumlar için önemli kılmaktadır.

Bu bağlamda gerek bireysel, gerekse toplum içerisinde fikir özgürlüğünün oluşması muhafazakâr toplumlarda yine dikkat çekici ve üzerinde durulması gereken konulardandır. Bu durumu toplum ve özgürlük adı altında açıklamak mümkündür.

1.4.2. Toplum ve Özgürlük

Muhafazakâr düşüncede birey, toplumdan kopuk olarak düşünülemez. Toplum olmadan birey olmanın muhafazakârlık kavramı içerisindeki etkisi oldukça düşüktür. Özgürlük daha ziyade, sosyal yükümlülüklerin ve değerlerinin farkında olan bireylerle kurulmuş bağlantıların istekle kabul edilmesidir.

Muhafazakârlık özgürlüğü yorumlarken, özgürlüğün sınırlarını evrensel bir geçerliliği olabilecek şekilde çizme ya da böyle bir kuram oluşturma çabası içerisine girmemektedir. Özgürlüğün her toplumun kendi tecrübelerini yansıtan bir özgürlük olayından ibaret olduğunu savunmaktadır. Bu özgürlükler; somut toplumsal kurumlar, normlar ve ilişkiler çerçevesinde bir anlam kazanmaktadır ve bu kazanımların belirlediği bir atmosferde yaşanmaktadır (Özipek, 2011: 131).

Öte yandan bireysel özgürlük ile muhafazakâr özgürlük anlayışı arasında da farklılıklar bulunmaktadır. Özgürlük temelde liberal düşünce eksenli bir kavramdır. Muhafazakar ideolojiye göre, bireylerin kendi kimliklerini belirlediği, kendi faydasına olan şeylerin tarafını desteklediği özgür bireylerden oluşmaktadır. Muhafazakârlıkta ise özgürlük, toplumu oluşturan parçalarının bireylerin sorumlulukları, tarihi bilinçlenme ve bireylerin ödevleriyle gerçekleşmektedir. Çünkü muhafazakâr düşüncede iktidarı kullananlar, yükümlülükleri oranında da özgürlüğe sahiptirler (Akkaş, 2004: 66-69).

Muhafazakârlık ideolojisine göre muhafazakârlık toplumu oluşturan bir yapılanmadır. Bu anlayışa göre toplumun bütün parçaları uyum içerisinde olması gerektiğini savunmaktadır ve toplum, yasayan ve gelişen bir beden gibidir. Toplumun en önemli yapı taşı ilk olarak birey ve ailedir (Yılmaz, 2004: s. 144-145).

Muhafazakâr düşünceye göre birey onu besleyen sosyal grupların bir parçasıdır ve bu yüzden toplumdan koparılamaz. Aile, arkadaş, komşu, meslektaş hatta ulus, bu gruplar bireyin daha güvenli ve anlamlı bir hayat yaşamasını sağlarlar. Doğal olarak özgürlüğü, bireyi “yalnız başına bırakma” olarak kabul etmezler. Özgürlük daha ziyade

sosyal yükümlülüklerinin ve değerlerinin farkında olan bireylerle kurulmuş bağlantıların, istekle kabul edilmesidir. Muhafazakâr ideolojiye göre özgürlük bireyin kendi görevini yapmasını içerir ve toplumu bir arada tutan şey ödev ve yükümlülük bağıdır.

1.4.3. Otorite ve Mülkiyet

Muhafazakârlık kavramı içerisinde otorite oldukça büyük önem taşımaktadır. Muhafazakâr anlayışta liderlik vazgeçilmez bir olgudur. Muhafazakârlara göre, otoritenin asıl görevi toplumsal düzenin sürdürülmesini ve idare edilmesini sağlamaktadır. Muhafazakâr anlayışa göre toplumsal düzenin sağlanmasında otoritenin rolü büyüktür. Aynı zamanda bu düzenin sağlanmasında mülkiyette katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, düzen ile mülkiyet, özgürlüğün temelini oluşturmaktadır. (Vural, 2007: s. 129-130).

Aile toplumsal değerlerin yeni nesillere aktarılmasını ve geleneksel unsurların yaşamasını sağlayan en önemli kurumdur. Bir kurum olarak değer, inanç ve kültür aktarımını sağlayan aile, dayandığı geleneği ve toplumsal düzeni muhafaza etmesi nedeniyle, muhafazakârlıkta oldukça önemli bir yere sahiptir (Akın, 2012: s.3-4). Öte yandan muhafazakâr düşünce yapısında ailenin önemli işlevlerinden bir tanesi de bireye “kimlik” kazandırmasıdır. Aile bireylerini topluma kazandırmak suretiyle onlara kimlik kazandırır ve bu kimlik üzerinden toplumsal dayanışmaya sevk eder. Durkheim’e göre modern toplumdaki kolektif değerlerin çözülmesinin arkasında, yabancılaşma yatmaktadır. Bu durumda aile bireyleri arasındaki bağların zayıflaması, bireyleri toplumsal dayanışmaya zorlayan sosyal bağların da zayıflamasına sebebiyet verecektir. İşte toplumsal çözülme tam olarak burada başlamaktadır (Çaha, 2004: s.78).

Öte yandan muhafazakâr mülkiyet teorisinde, güçlü bir Roma karakteristiği olduğu görülmektedir. Roma döneminde senato tarafından belirlenen ağır ve unutulmaz bir suç durumu dışında mülkiyet, aileden uzaklaştırılmazdı (Nisbet, 2011: s.87-90). Muhafazakârların mülkiyete bakış açısı da aynı penceredendir. Onlar, devletin çok olağan durumlar dışında yani devletin çıkarları zarar görmediği müddetçe, mülkiyete el konulmasını sakıncalı görürler.

Muhafazakârlar için mülkiyetin önemli olduğunu söylemek gerekir. Bu bağlamda Liberal düşünürler mülkiyetin liyakati yansıttığını düşünmekte ve muhafazakâr ideoloji savunucularının çok çalışanların servet elde etmesini desteklemektedirler. Bu açıdan bakıldığında mülkiyetin kazanılan bir şey olduğuna inanmaktadırlar. Bu öğretiyi muhafazakârlar için de bir cazibe oluşturmaktadır. Ancak muhafazakârlar mülkiyetin birçok sosyal ve psikolojik faydası olduğunu düşünmektedirler. Mülkiyet ister özel mülk, ister bankadaki para olsun bireylere bir koruma kaynağı tahsis etmektedir. Bu yüzden muhafazakârlar tutumlu olmayı, israf etmemeyi, paranın tedbirli yönetimini bir erdem olarak görürler. Diğer bir hususta muhafazakârlar doğal olarak kendi mülkiyetlerine zarar gelmesini istemeyecekleri için başkalarının mülklerine de saygı gösterirler (Heywood, 2011: s.92-94).

Bunların yanı sıra muhafazakârların düşüncesine göre aile ve mülkiyet birlikte hareket eden iki alan olarak görülmektedir. Biri olmadan diğerrinin varlığından bahsetmenin mümkün olmadığına inanan muhafazakârlar, toplumsal düzenin sağlanmasında da mülkiyetin oldukça önemli bir yeri olduğuna inanmaktadırlar. Bununla birlikte muhafazakârlar mülkiyetin temelinde de ailenin olduğunu düşünmektedirler. Tarih boyunca Platon'dan başlayıp Marx'a kadar uzanan çizgide mülkiyete yapılan en ufak bir saldırı, aileye yapılmış olarak kabul edilmiştir. Bu bakımdan aile ile mülkiyet, birbirinden et ve tırnak gibi ayrılamayacak iki kurumdur. Bu iki kurumda meydana gelebilecek olan aşınmalar toplumsal düzeni sarsacaktır (Çaha, 2004: s.77-78).

1.4.4. Din

Muhafazakâr düşüncenin en önemli etkenlerinden bir tanesi dindir. Din bu kavramın vazgeçilmez noktasındadır. Genel olarak kabul edilen muhafazakârlığın din ile olan bağının oldukça güçlü olduğudur. Muhafazakâr kavram dini toplum için var olmak, varlığını sürdürmek ve toplum olma olgusuna ulaşmak için kullanmaktadır. Muhafazakâr kitlenin hepsi dindar kesimlerdir (Tanıl, 1997: s. 7-9). Muhafazakâr düşünce açısından din, geçmişte olduğu kadar günümüzde de büyük önem taşımaktadır. Muhafazakârlar, dinin yapısal özelliklerine büyük önem vererek yaşamlarında onu sürdüren kitlelerdir. Öte yandan hemen hemen ilk muhafazakârların hepsinde,

Fransa'daki Jakobenlerin kiliseye indirdiği darbe büyük rahatsızlık oluşturmuştur. Din kelimesi incelendiğinde kelimenin “birbirine bağlamak” anlamına geldiğini ve “ilahi olanla insan arasındaki ilişkiyi düzenlemek” olduğunu görmekteyiz. Muhafazakâr düşünürler arasında Burke'ten sonra din kurumuna en fazla önem verenlerin başında Bonald gelmektedir. Bonald dini, bir toplum ve cemaat biçimi olarak yorumlamaktadır. (Safi, 2007: s.85-89).

Aydınlanma döneminin temelinde Hristiyanlık başta olmak üzere bütün dinlere karşı bir saldırı söz konusu olduğu düşünülse de muhafazakârlığın özünün büyük bölümünde hiçbir toplum, cemaat veya gruptan bir çeşit dinden ayrı olarak var olacağı düşünülmemektedir. Muhafazakârlar, inanca destek sağlaması bakımından dinin yapısal ve simgesel öğelerine karşı büyük ilgi duymaktadırlar. Chateaubirand'ın Hristiyanlık üzerine incelemesi, muhafazakârları etkilemiştir. Bu bağlamda Bonald'ın “Güç Teorisi” eserindeki ana amacı, devrimden önce sahip olduğu kısmi özerkliğini ve otonomisini Kiliseye yeniden kazandırmaktır. Bonald, meşru toplumu her biri kendi alanı içerisinde egemen olan hükümet, kilise ve aile olarak üç parçaya bölen bir siyaset bilimcidir (Nisbet, 2011: 106-108).

Toplumu ve toplumun sahip olduğu değerleri bir arada tutan inanç sistemi olan din muhafazakârlar için vazgeçilmez bir kavramdır. Bunun içindir ki evrensel geçerliliğe sahip olan teoriler karşısında harcanmamalıdır. (Yılmaz, 2004: s.140-145).

Muhafazakârların dine verdikleri önemin bir boyutu da cemaatle ilgilidir. Cemaat ve cemaatçi değerler toplumsal yaşam içinde, dinin hissedilen en önemli değerleri olarak dikkat çekmektedir. Cemaat, dinî değerlerin yaşatıldığı, ayakta tutulduğu, dolayısıyla dayanışma ve birlik ruhunun beslendiği sosyal ortamlardır. Cemaat duygusunun zayıflaması, dinî değerlerin etkisinin azalmasıyla sonuçlanır. Dini değerlerin zayıflamasıyla, toplumsal dayanışma ve hatta aidiyet duygusunun zayıflaması arasında doğrusal bir ilişki vardır. Meselâ Durkheim meşhur “İntihar” adlı çalışmasında, dinî değerlerin zayıflamış olduğu Protestan ülkelerde intihar düzeyinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Burada dinî duyguların zayıflamasına paralel olarak yüz yüze, sıcak ve paylaşımcı kültürel değerler zayıflamakta; bu da bireylerde yabancılaşma durumu meydana getirerek intihar yönelmelerine sebep olmaktadır.

Muhafazakârlar cemaate sadece fiziksel bir değer yüklemeyiz; onun aynı zamanda üretmiş olduğu cemaatçi kültürünü de önemserler. Buradan hareketle komşuluk, arkadaşlık ve dindaşlık ilişkisinin sürdürülmesi üzerinde hassasiyetle durmaktadırlar. Kısacası cemaat, muhafazakârlarda toplumsal yaşamın temel dinamiğini oluşturan sosyal bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Muhafazakâr siyasetin ana odağı cemaattir. Nasıl ki sol siyasetin öznesi sosyal sınıf, liberal siyasetin birey ise aynı şekilde muhafazakâr siyasetin öznesi de cemaattir (Çaha, 2004: s.77-79). Ancak gerek Avrupa’da, gerekse Amerika’da toplumsalın cemaati kuşatacak kadar gelişmiş olması karşısında cemaat bir siyaseti, özellikle de iktidara talip bir siyaseti besleyecek genişlikte bir politik zemin oluşturmaz. O bakımdan muhafazakârlar cemaati, muhafazakâr siyasetin temel öznesi olarak kabul etmekle birlikte, onu aşan enginlikte bir siyaset tarzı geliştirmişlerdir (Çaha, 2001: s. 73-76).

1.4.5. Kıta Avrupası ve Anglo-Sakson Muhafazakârlığı

Gelişen dünya düzeninde gelenekçi bir yapıyı muhafaza edip ve geçmişi ile beraber yaşamak oldukça güç bir duruma gelmiştir. Değişim kaçınılmaz hale gelmiş gelenekler terk edilerek global dünyada hemen herkes birbirine benzer bir hal almaya başlamıştır.

Aydınlanma akla bağlı olarak ortaya çıkarılan eylemlerdir. Aklın gücüne bağlı olarak toplumun düzenini, varoluşunu ve sürdürülebilirliğini sağlayan düşünce olarak tanımlanmaktadır (Ayvazoğlu, 2004: s. 509-531).

Aydınlanma geleneksel olanı seçip eskiye yönelmişin aksine yeniyi, reformu ve akla dayanan düşünceyi savunmaktadır. Bu düşünceye göre doğru olana akıl yolu ile ulaşılmaktadır. Bu görüş aynı zamanda Fransız ihtilalinin temellerini oluşturmaktadır.

Muhafazakârlığın daha gelişmiş biçimleri hem Aydınlanma ile hesaplaşmış, hem de yeni ortaya çıkan liberalizme meydan okuyan toplum kuramları geliştirmiştir (Shils, 2003: s. 102-103).

Fransız Devriminin karşıtı olarak ortaya çıkan bu düşünce akla karşı bir tepkidir. Bu bağlamda Fransa’da gelişen muhafazakâr düşünce toplumdaki devrimci düşüncelere karşı, toplumsal geri devrimci hareketi ifade etmektedir. Ancak devrimin sonraki

yıllarında, devrimci kurumların toplumda işlerlik kazanması, Fransız tepkici muhafazakârlığını tarih dışı bırakmıştır (Akkaş, 2001: s. 3).

Fransız ihtilaline karşıt olan muhafazakârlar özgürlüğün, yeniliklerin toplumu dejenere ettiğini savunmuşlardır. Bu kesimler tarafından devrim ile getirilen yenilikler oldukça büyük tepkiler ile karşılaşmıştır. Özellikle aileyi etkileyen yeniliklere şiddetle karşı çıkmışlardır (Karatepe, 2011: s. 11).

Batı menşeli bir siyasal ideoloji olan muhafazakârlık, özellikle İzlanda, Britanya ve İrlanda dışındaki Avrupa’da gelişim göstermiştir. Lakin bahsi geçen bölgenin tamamında aynı özellikleri gösterdiği söylenemez. Bunun yanında bu bölgede muhafazakârlığa öncülük eden isimler ön plana çıkmaktadır. Fransız muhafazakârlığına, devrim karşıtlığı söylemleriyle Joseph de Maistre ve Louis de Bonald öncülük etmişlerdir. Bu isimler “Taht ve Kilise”nin Fransız devlet geleneği açısından yok sayılamayacağını ve eski rejime geri dönüşün ya da en kötü ihtimal eski rejim anılarının bir şekilde yaşatılması gerektiğini savunmuşlardır. Alman muhafazakârlığı ise muhafazakâr söylemin genel özelliklerini yansıtmakla birlikte, akıl ve ilerleme fikirlerine de oldukça önem vermektedir (Çaha, 2004: s.86).

Bu ülkeler dışında kalan ve kendini Avrupa’dan farklı gören İngiliz muhafazakârlığı ise gelenekçi bir yapıyı benimsemiş ve otoriteyi önemsemektedir. Liberal bir muhafazakârlığı kabullenmiş olan İngilizler sınırlı monarşi ye yol açan liberal İngiliz geleneğini ön planda tutmaktadırlar (Beneton, 2011: s. 49-51).

Kıta Avrupa’ında yaşanan muhafazakârlık Fransız ve Alman olmak üzere iki tür muhafazakârlığın gelişmesine sebep olmuştur.

Bunlardan Fransız muhafazakârlığı diğerlerinin aksine (özellikle İngiliz) daha radikal, katı ve tepkici özellikler taşımaktadır. Ülkenin muhafazakâr düşünürleri Aydınlanmayı ve devrimi siyasî kurumlarıyla birlikte reddeden, teokratik kurumların etkisini sürdürmesine ve monarşiye geri dönüşü savunan karşı-devrimci bir özelliğe sahiptir.

Fransız devriminin çöküşünden sonra Maistre, eski düzeni tekrar canlandırmak adına birçok çalışmada bulunmuş mücadeleci bir düşünürdür. Devrimin eşitlik ve

kardeşlik sloganlarına karşı, “taht ve mihrap” sloganını öne sürmüştür. Savunduğu düşünce, monarşinin restorasyonu ve dinin önemini tekrar kazanmasıdır. Maistre’a göre yazılı anayasa, İngiltere’deki gibi tarihi bir süreçte doğal olarak oluşmalı ve kalplere yerleşmelidir. Saf akla dayalı uydurulan bir anayasa veya evrensel haklar, büyük bir yanılgıdır (Viereck, 1956: 49-50).

Fransız muhafazakârlarının yanında Alman muhafazakârlığında ise akıl ve ilerleme fikrinin ön plana çıktığı görülmektedir. Fransız muhafazakârlığı ile benzerlik gösteren bu durumun fikir babası olarak kabul edilen Hegel, salt millet ve devlet kavramına verdiği önemden dolayı muhafazakâr gelenek içerisinde yer almaktadır. Hegel, Aydınlanmacı düşünürlerin aksine ilerleme fikrini kurgulayıcı akla ve devrime değil, milletin ve tarihin ruhundaki diyalektik gelişmenin içsel dinamiğine bağlı tekâmülüne dayandırmaktadır (Çaha, 2001: s. 100-103). Bunun dışında Alman muhafazakârlığı, Fransız muhafazakârlığı gibi büyük ölçüde reaksiyonerdir. Alman reaksiyoner muhafazakârlar, toplumsal dayanışmayı sağlayan ve dini temele dayanan bir mili değeri canlandırma çabası içerisinde.

Anglo-Sakson muhafazakârlığı ise, toplumsal ilerlemeyi; toplumun tarih, gelenek ve tecrübesine dayandırmaktadır ve evrimci bir geleneğe sahiptir (Akkaş, 2001: s. 3-5). İngiliz toplum düşüncesinin temel dayanaklarını oluşturan evrimci muhafazakâr gelenek, pragmatik bir mizaca sahiptir. Kısaca İngiliz muhafazakârlığının, Aydınlanmanın salt aklını ve Fransız Devrimini eleştiren ılımlı, anayasal ve evrimci bir yönetim anlayışına sahip olduğu söylenebilir.

Diğer ülkelerden farklı olarak ve daha erken bir zamanda muhafazakârlık ile tanışan İngiliz muhafazakârlığı, Alman ve Fransız ekollerinden farklı bir gelişime sahiptir. İngilizlerin muhafazakârlık anlayışı İngiltere’de 16. yüzyıldan beri gerçekliğin bilgisine akıl ve bilim yoluyla ulaşmanın mümkün olduğuna ve toplum ile siyasetin bu bilginin üzerine kurulabileceğine vurgu yapan Kıta Avrupası’nın felsefi geleneklerine şüpheyile yaklaşan düşünce akımlarına dayanmaktadır (Safi, 2007: s. 48-51). Gelenekçi yapısıyla ön plana çıkan İngiliz muhafazakârlığı vatanseverliği vurgulamakta ve otoritenin önemine dikkat çekmektedir. Buna bağlı olarak kurumların ve kavramların ani ve köklü değişikliklerine karşı çıkmaktadır. Öte yandan kadının özgürleşmesi, etnik

entegrasyon, kolay boşanma gibi konularda sosyal ve siyasi değişime karşı anti modern bir tutum sergilemektedir. Bu yüzdendir ki Monarşı ve Lordlar Kamarası gibi tarihselliği olan kurumların korunması taraftarıdır.

1.5. Muhafazakârlık Kavramındaki Gelişmeler ve Muhafazakârlık Çeşitleri

Muhafazakârlık eski düzeni savunan yaygın bir düşünce tarzıdır. Yani değişim karşıtı ya da geleneksel düşünceyi savunan anlayıştır. Fakat muhafazakârlık, bir tutum olarak değil de, bir ideoloji, siyasal düşünce geleneği olarak ele alındığında durum genel kanaatin aksinedir. 20. yüzyılın bilinen en önemli muhafazakâr yenilikçidirler, değişimi sevdikleri için değil aksine kaçınılmaz olduğu için kabul ederler (Heywood, 2011: s. 417). Muhafazakârlar için değişim neşeden ziyade üzüntü yaratmaktadır. Yani, muhafazakârlar değişim karşısında durmanın imkânsız olduğunun farkındadırlar ve ona karşı ihtiyatlıdırlar.

Muhafazakârların değişim karşısındaki bu ihtiyatlı tutumu, onları sıklıkla muhafazakâr yerine kullanılan gericilerden farklı kılar Muhafazakârlıkta, her şeyi körü körüne bilinçsiz olarak bir şeyi korumaya çalışmak değildir. Bu bakış açısına sahip insanlar hayattaki ani değişimlerden hoşlanmazlar. Bunlara insan aklının gücünün sınırlı olduğu, insanın akılı ile dünyayı daha iyi kılamayacağı inancını da eklemek gerekir (Ayvazoğlu, 2004: s. 509-531). Bir diğer deyişle, mükemmel olmayan insan düşüncesine dayanan muhafazakâr düşüncenin akıl anlayışında, soyut akıl toplum meselelerinin kapsamlı bir çözümü veya toplumun yeniden inşası için güvenilir bir kılavuz olarak görülmez. Asıl anlatılmak istenen bu kavramı savunan insanların alışkanlıklardan ve geleneklerden fikir aldıklarını akılsal ve devrimci gelişmelere karşı temkinli olduklarını belirtmektedir. Muhafazakâr düşünceyi anlatırken ilke ve yaklaşımlarını kesin biçimde ortaya koymak kolay değildir. Bu zorluğun sebebi muhafazakârlığın zamana ve bölgeye göre farklılıklar gösteren bir doğasının olmasıdır. Yine de rasyonel aydınlanmanın köklü değişim düşüncesine karşı şüpheyle yaklaşan muhafazakâr düşünceyi anlatırken onu ayırt edecek, tanımaya yarayacak özellikleri temaları yoluyla açıklanmaktadır.

1.5.1. Liberal Muhafazakârlık

Liberalizm, modern bir ideoloji olarak esas itibariyle siyasi bir doktrindir. Bu tanımda temel olan bireysel ve örgütsel olguların dışarıdan bir etkilene olmadan özgür iradesine göre hayatını sürdürebilme olanağının olduğu düşünülür. Bireyleri, kendi örgütlerini ve gruplarını kurmada ve kendilerine yaşam felsefesini oluşturmada serbest bırakır. Liberalizm akli öncü olarak almaktadır. Akıl bireysel davranışın kılavuzudur. David Hume ile özdeşleşmiş tecrübeyi/deneyi başka bir ifade ile evrimi referans almaktadır (Aktan,1994: s. 3).

Bireyci bir temele dayanan liberalizm bireysel özgürlük ve insan hakları; anayasacılık ve hukukun üstünlüğü; sınırlı devlet, tarafsız devlet, özel mülkiyet ve piyasa ekonomisi gibi temel ilkeler etrafında biçimlenmiş bir siyasi programdır. Bu düşünceye göre ulusu birey oluşturmaktadır. Buna ek olarak bireysel özgürlüğü ve liberal hakları güvence altına almak ve bu bağlamda devletin gücünü sınırlamak adına anayasacılığı bir ilke olarak benimser. Ayrıca temel hak ve özgürlükleri güvence altına almak adına, devletin gücünü önceden belirlenmiş kurallarla sınırlamanın adı olan hukukun üstünlüğüne büyük önem verir (Köker, 2003: s .276). Liberalizm muhafazakârlık düşüncesi değişime olumlu yönde baksa bile ölçsüz bir değişimden yana değildir. Kapitalist piyasanın büyüebilmesi için devletin sınırlı olması şarttır; fakat devlet kurulan yapıların sürdürülebilmesi için gerekli bir organizasyondur.

1.5.2. Yeni Muhafazakârlık

1980'lerden sonra politika ve örgütsel düzeylerde değişimlere gidilmiştir. Yeni Muhafazakârlık kavramı aydınlanma dönemi sonrası ortaya atılan karşıt düşünceleri savunmamaktadır. Muhafazakârlığın buradaki vurgusu var olan değerleri Aydınlanma devriminin radikal bir biçimde değiştirmesinedir. Yapılan değişimlerin ani ve biranda yapılan köklü değişimler olmasına karşı çıkmaktadır. Örneğin Helmut Dubeil'e göre; Yeni olan şey, yeni muhafazakârlığın semantik yani anlam bilimsel özü değildir; yeni olan onun uygulandığı tarihi bağlamdır (Dubiel,1998: s. 11-13).

Bu kavram içerisinde kültürel temel tasavvurların, sosyal-felsefi insan imgelerinin, sosyal bilimsel teori metnlerinin ve ampiri tariflerin yoğunlaştırılarak

siyasi savlar haline getirildiği bir paradigmadır. Kelimenin dar anlamıyla bir teoriden ziyade siyasal sorunların çözümüne yönelik bir anlayıştır (Dubiel,1998: s. 13).

Özellikle yenilikçi Muhafazakâr düşünce içinde toplumun en küçük yapı taşı birey değil ailedir. Aile, sınırlı ve mükemmel olmayan insanın eksikliklerini kapatan, onu olgunlaştıran ve ona kimliğini kazandıran bir kurum olarak kabul görmektedir.

Muhafazakârlar için aile yaşamsal bir statüye sahiptir. Aile olmadan toplumsal yaşam tam anlamıyla olmaz. Aile, insanın eksikliklerinin ve maddi ihtiyaçlarının meşru biçimde karşılanmasının yanında, insan için asıl gerekli olan sevgi ve bağlılık hislerinin geliştiği ve sağlıklı bir toplumun en küçük parçası olan kurum olarak görülmektedir. Muhafazakârlara göre, insan eksikli bir varlık olarak tanımlanır. Bu eksikliği kapatabilecek, insanı tamlaştıracak kurum olarak aile başta gelmektedir. Yeni sağ ile Yeni Muhafazakârlık, her tarihsel dönemdeki ve her ülkedeki şartlar nedeniyle farklılık gösterebilmektedir. Ancak ana hatlarıyla bunlardan ilki daha dayanışmacı ve cemaatçıyken; Russell Kirk örneğinde olduğu gibi liberal siyasi ve ekonomik modele itirazları varken; diğeri bireysel özgürlüğe, serbest teşebbüse ve özel mülkiyete sempatiyle bakar; bunlar Frank Meyer örneğinde olduğu gibi liberalizme daha yakın durmaktadır (Vural, 2003: s. 42-54).

1.5.3. Milliyetçi Muhafazakârlık

19. yüzyılın ortalarından itibaren en önemli gelişme, milliyetçilikle muhafazakârlığın birbirine eklemlenmesi oldu. Bu gelişmenin temel saiki olarak, milliyetçiliğin anlamlandırılmasında, eşit yurttaş katılım anlayışına dayanan iradi evrenselci tasarım ile bir cemaatte doğuştan aidiyetle bağlanan askın bir kader ortaklığı ideolojisi arasındaki gerilimde ikinci kutbun belirginleşerek milli devlete hâkim olmasını kaydetmeliyiz. Muhafazakârların, milletin yeni ve daha dayanıklı bir cemaat biçimi olduğuna kanaat getirmeleri, söz konusu eklemlenmede önemli rol oynadı.

Kemalist modernleşmenin, aydınlanmaya dayalı toplumsal mühendislik projelerine karşı olarak gelişen Türk muhafazakârlığı, 1960'lı yıllarda yükselen sol hareket karşısında anti-komünizme savrulmuştur. Milliyetçi-Muhafazakârlık olarak tanımlanan bu gelenek, solun yükselişini önlemenin yolunu milli kimliği İslamcı kimliğe oturtmakta bulmuştur. 20. yüzyılın son çeyreğinde gelişen yeni Muhafazakârlık veya

liberal Muhafazakârlık değişime karşı daha olumlu yaklaşmakta, liberal yaklaşımla yakınlaşmakta, daha liberal bir görünümle ortaya çıkmaktadır. Yeni Muhafazakârlık piyasa ekonomisine esasında karşı çıkmamakla birlikte ahlak üzerindeki olumsuz etkilerinin önlenmesi gerektiğini savunmaktadır (Dursun, 2004: s. 177-197).

Türkiye’de klasik toplumsal sınıfların güçlü temsilleri varolmasa bile, özgül bir toplumsal tabakalaşmanın varlığından söz edilebilir. Bu bağlamda, Türkiye’nin toplumsal tabakalaşma yapısında bürokratik sınıf özellikleri gösteren bir toplumsal tabakanın varlığıyla karşılaşmaktayız. 20. yüzyıl başında İslamcılık, Türkçülük ve Batıcılık hâkim fikir akımları olarak ayrıştılar. Bu akımlar arasında muhafazakârlık müstakil bir çizgi olarak belirginleşmedi; fakat bunların her birine değişik ölçülerde nüfuz etti. Hatta Kemalist modernleşmenin fikrî kaynaklarında bile muhafazakâr bir unsur olageldi ve Muhafazakârlık anlayışı farklı çerçevelerden ve etkin bir yolla Türk Cumhuriyetini etkilemiştir.

1.6.Osmanlı ve Cumhuriyet Döneminde Muhafazakârlık

Cumhuriyet dönemi öncesinde Türkiye’de Muhafazakârlık anlayışının ilk izlerine Tanzimat döneminde rastlamaktayız. Batılılaşmanın ilk adımlarının atıldığı bu dönem içerisinde Batı tarzı yeni kurum ve kültürler ortaya çıkarılmıştır. Yeni kültür anlayışları ile yaşayan ve muhafazakâr kitle olarak geleneksel kültür anlayışları ile yaşayan iki farklı topluluk bu dönemde ortaya çıkmıştır (Koçak, 2002: s. 73). Bu geleneksel kurum ve kültürün temsilcilerini Türkiye Tarihi’ndeki ilk muhafazakârlar olarak adlandırabiliriz. Tanzimat sonrasında ortaya çıkan muhafazakâr kitle toplumun batılılaşması ile ortaya çıkan değişimlerden hoşlanmıyorlardı. Osmanlı devletinin Abdülhamid döneminde ortaya çıkan yeni Osmanlılar ile muhafazakâr kesim arasında ciddi ayrımlar oluşmaktaydı. İslamcı inancı savunan kitle Osmanlının yeniden İslamlaşması gerektiğini savunuyorlardı. Abdülhamid döneminde İslamcılık gelecekte gerçekleştirilmesi planlanan muhafazakâr bir ideoloji haline gelmiştir.

1.6.1. Türkiye’de Muhafazakârlık Anlayışı

Devlet muhafazakâr düşüncede, temel etkenlerden biridir. Merkezi bir güç ve otorite olmaksızın istikrarlı bir toplumun olması mümkün değildir. Devlet, acil durumların ve politik baskıların haricinde, başlıca sosyal grupların ve katmanların

haklarına ve özgürlüklerine müdahale etmemelidir. Muhafazakâr düşünürlerin birçoğu politik devletin, ekonomik, sosyal ve ahlaki işlerden olabildiğince geri durması gerektiğini ve ancak böyle yapmayla ailenin, mahallenin ve gönüllü birliklerin güçlenmesinin ve genişlemesinin mümkün olabileceğini vurgulamışlardır. Osmanlı devletinin yıkılması sonucunda kurulan Türkiye Cumhuriyeti Osmanlı mirasını kabul etmeyerek kendisine Orta Asya'daki Türk tarihini almıştır. Türkiye Cumhuriyetinin kurulması ile sadece siyasal bir rejim değişikliğine gidilmemiştir. Aynı zamanda kültürel ve toplumsal değişikliklere de gidilmiştir. Bu dönemde Muhafazakârlık kavramı için dönüm noktası olmuştur (Mollaer,2008: s.73). Osmanlı devletinden sonra kurulan Türkiye Cumhuriyeti batı toplumunun yaşam ve kurum anlayışını takip eden bir yol izlemiştir (Ünüvar; 2002: s. 131).

Türkiye toplumunda Muhafazakârlık, sahip olduğu sosyo-politik ve sosyo-ekonomik referansları dikkate alınmadan kullanılan ve bu yüzden de yeterince anlaşılmayan bir kavramdır 1950'li yıllara dayanan Türkiye'deki Muhafazakârlık kavramı günümüze kadar ulaşmıştır. Muhafazakârlık kendisine Türkiye topraklarında sağ siyaset içerisinde yer edinmiştir (Zürcher, 2003: s. 51).

Çoğu düşünüre göre Türkiye'de Muhafazakârlık Cumhuriyet Türkiye'sine geçiş döneminde ortaya çıkmıştır. Tanzimat dönemindeki batılılaşma hareketlerine dayanan ve Türkiye cumhuriyetinin kurulması ve Batı'nın reform hareketlerinde örnek alınmasıyla pekişen Türkiye Muhafazakârlık kavramı, değişim sürecine karşıt doğan düşünce olarak belirtilmektedir.

Osmanlının son zamanlarında yöneticilerin almış olduğu kararlara bakıldığında batıyı model alan bir değişim görülmektedir. Dönem dönem değişen model alınan ülkeler arasında Fransa ve Almanya önde gelmektedir. İmparatorluğun son çeyreğinde yaşanan değişime ve modern dünyaya ayak uydurma çabası muhafazakâr düşüncenin ötesinde bir eylem harekettir.

Burada dünya savaşlarını göz ardı etmek yanlış bir tutum sergilemektir. Çünkü savaşlar modernimizin göstergesi olarak yorumlanabilir. Öyle ki batının önderliğinde ortaya çıkan sanayileşmeyi Osmanlı imparatorluğunun gelenekçi yapısı geç algılamıştır. Bu durum savaşlarda kaybetmesine ve sınırlarının daralmasına sebep olmuştur. Hatta

daha da eski tarihlere gidecek olursak lale devri döneminde yaşanan değişimlerin ülke genelinde farklı yorumlanması ekonomik kayıplara sebep vermekle beraber teknolojik değişimlerin de kabulünde zorluklar çıkarmıştır. Okuma yazma oranının düşük olmasını da göz önünde bulunduracak olursak matbaanın Osmanlı'ya Batı'dan yaklaşık 150 yıl sonra gelmesi yine muhafazakâr düşüncenin eskiyi muhafaza etme ile yakından ilişki içerisinde olduğu düşünülmektedir. Lakin bu ürünler hasat edilmeye başladığında artık pekte önemi kalmamıştır. Gelenekçi yapıya sahip yönetim sınıfı değişimi yakalayamamış ve batı teknolojik bakımdan artık doğunun önüne geçmiştir.

İslahat hareketleri ile bu durumu kurtarmaya çalışan Osmanlı, yine muhafazakâr düşüncelerin etkisi altında kalarak değişimin zorluklarını yaşamıştır. Örnek olarak modern askeri sisteme geçişin elzem olduğunu bilen yönetim yeniçeri ocağını kaldırmak istemesinde büyük tepkilerle karşılaşmıştır. Nihayetinde uzun uğraşlarla değişime giren ordu ne kadar da batı yönünde hareket etse artık geç kalmıştır. Bu geç kalış imparatorluğun yıkılmasından sonra Türkiye Cumhuriyeti devletinin siyasi durumuna da yansımıştır.

Öyle ki cihan savaşından çıkan Osmanlı batı ekolü ile yetişmiş birçok değerli insanını yitirmiştir. Bu durum yapılan devrimlerin sonraki yıllara aktarımını zorlaştırmış eğitim yönünden yaşanan sıkıntıları ortaya koymuştur.

Muhafazakârlık anlayışının batı modeli örnek alınarak hareket edilmesi Osmanlı'nın değişimde bir nevi batıya bağımlı olduğunu da göstermektedir. Değişimin kaçınılmaz olduğunu bilen Osmanlı, muhafazakâr anlayıştan kurtulmadan bunun imkânsız olduğunu da bilmektedir. Gelenekçi bir yapının çok zor değişim evreleri geçirdiğini söylememiz gerekir. Osmanlı'nın son dönemlerinde yapmaya çalıştığı değişimlerin muhafazakâr çevreler tarafından engellenmek istenmesine örnek olmaktadır.

Bu durum Osmanlı sonrası Türkiye Cumhuriyeti devletinde de görülmektedir. Devrimlerin anlaşılmaması ve ya geç algılanması modern dünyada geç kalınmışlığı ortaya çıkarmaktadır. Gelenek ve tarihine sıkı sıkıya bağlı kalmak değişen dünya düzenini yakalayamamak ile kendini göstermektedir.

1.7. Muhafazakârlık anlayışının Gelişimi ve Türkiye’deki Değişim Süreci

Muhafazakâr ideolojinin temelinde, tarih en önemli olgulardan bir tanesidir. Tarihin temel anlamı edinilmiş tecrübedir. Muhafazakârlık tarih kavramına büyük önem vermektedir. Muhafazakârlık kavramı Türkiye cumhuriyetinde çok farklı oluşumları kendi içinde taşıyan bir düşünce sistemi olarak günümüze kadar gelmiştir. Muhafazakârlık kavramı dünya genelinde geleneksel, sosyal, kültürel muhafazakârlığı içeren klasik Muhafazakârlık ve devrimci düşünceye karşı oluşmuş yeni sağ başlığı altında, üçüncü sınıf olarak da pragmatik, ilerleyici, sosyal Muhafazakârlık olarak incelenmektedir (Vural, 2003: s. 42-54).

Türkiye cumhuriyeti Muhafazakârlık kavramının önemi ilk olarak cumhuriyetin kurulmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu dönem modernleşmenin ortaya çıktığı ve buna karşıt düşüncelerin doğduğu dönemdir. Geçmişin yıkılarak geleceğin yeniden kurulmasını Batı’dan örnek alınarak yapılan bu dönemde bu tutumu kabul etmeyen bir kitle oluşmuştur. Türkiye cumhuriyetinin kurulması ile başlayan modernleşme süreci muhafazakârlaşma sürecinin yaşanmasının asıl sebebi olarak toplumdaki tüm eğilimlerin ve geleneksel yapıyı temel almıştır (İrem, 1997: s. 52-53).

Cumhuriyet’in kuruluş yıllarında devrimci devlet seçkinleri için kültür ve uygarlık kavramları, yeni bir toplum ve yeni bir insan yaratmak bakımından merkezi bir öneme sahiptir. Türkiye tarihinde Muhafazakârlık ya merkez sağ içinde temsil edilmiş ya da radikal görüşler tarafından savunulmuştur.

Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşundan 1940’lı yıllara kadar muhafazakâr kavramı gelenekçi olarak nitelendirilmekteydi ve bu kavram milliyetçilikten yüksek oranda etkilenmekteydi. Cumhuriyetin kurulmasıyla doğan Kemalist kültürcülük kavramından da izler taşıyan gelenekçi Muhafazakârlık kavramı tarihle bütünleşerek gelişme göstermiştir (Gökmen, 2004: s. 5). Daha sonraki yıllarda çok partili hayata geçilmesiyle Müslümanların rolü siyasal olarak artmıştır ve Muhafazakârlık kavramı farklı boyutlara ulaşmıştır. Toplum ve siyasi görüşler muhafazakârlar dini, mutediler ve laikler olarak üç gruba ayrılmıştır.

1946 tarihi Türkiye siyasi tarihi açısından oldukça önemli bir yıl olmuştur. Bu tarihte kurulan Demokrat Parti, Celal Bayar önderliğinde Adnan Menderes ve Fuat

Köprülü gibi önemli düşünür ve siyasetçileri bünyesinde barındırmaktadır. Yeni kurulan bu parti ile Türkiye cumhuriyeti çok partili hayata geçerek daha demokratik bir yönetim anlayışına doğru yola çıkmıştır. Osmanlı ve Türkiye siyasi tarihinde bir ilk olan bu dönem özellikle bir partinin yönetimi ele alması olarak da ayrıca dikkat çekmektedir.

Türkiye’de Muhafazakârlık kavramının siyasal hayattaki yükselişi ilk etapta 1950 yılında iktidara gelen Demokrat Parti ile daha sonra ise 2000’li yıllarda yönetime gelen Ak Parti ile olmuştur.

Demokrat parti “herkesi kucaklayan” bir siyasi politika izlemeyi yeğlemiştir. İktidara gelir gelmez Arapça ezan yasağını kaldırmış, ceza evlerindeki suçluların hepsini genel af ilan ederek dışarı çıkarmıştır. Bu hamleler Cumhuriyet dönemi uygulamalarına tasfiye niteliği taşımaktadır (Eroğul, 1990: s.56-58).

Bunların dışında Türkiye genelinde siyasal yaşamın köklü değişimlere girmesi Demokrat Parti ile birlikte bundan sonraki süreçte birçok partinin de meydana çıkmasını sağlamıştır (Karpas, 1996: s. 14-15).

Muhafazakâr siyaset ya da ideoloji bağlamında bakılacak olursa Türkiye muhafazakârlığı siyasal alandaki karşılığını Demokrat Parti, Adalet Partisi, Milli Nizam Partisi, Milli Selamet Partisi, Anavatan Partisi, Refah Partisi, Fazilet Partisi, Sadet Partisi ve Ak Parti siyasal oluşumları oluşturmaktadır. Bu partilerin 1950-1980 dönemi ve 1980 sonrası dönem olarak ayrılması ise Türkiye siyasetinin önemli dönüm noktalarının belirtilmesi ve bunun muhafazakâr kimliğin oluşum sürecine etkisi bağlamında önem taşımaktadır. 1923-1946 yılları arasını Tek Parti dönemi olarak geçiren Türkiye’de, 1950-1980 yılları arasında siyasal alanda 1960’a kadar Demokrat Parti Türkiye siyaseti için önemli bir noktadadır. Çünkü çok partili sistemine geçişte adım atılması nedeniyle büyük önem taşımaktadır. CHP’ye alternatif olarak ortaya çıkan bu parti ile siyasal alanda büyük değişimler yaşanmıştır. Daha köklü bir parti olan CHP’nin laik, yenilikçi, seçkin yapısına karşı, Demokrat Partinin muhafazakârlık konusunda CHP’den çok farklı olduğunu göstermektedir. Öyle ki Cumhuriyet ilkelerine bağlılığını sürekli dile getiren DP kurulduğu günden itibaren muhafazakâr bir çizginin yansımasıdır. Dini değerlere verdiği önem bunun bir göstergesidir (Ayvazoğlu, 2004: s. 509-531).

Muhafazakâr kimliğin oluşması ve muhafazakârların Türkiye’de etki alanı oluşturabilecekleri, siyasal, sosyal ve ekonomik bir tabanın oluşması açısından Demokrat Parti dönemi önemli bir yere sahiptir. 1960’lı yıllarda kurulmuş olan AP’si DP’nin devamı niteliğinde muhafazakâr diğer bir partidir. DP ve AP’den sonra, CHP’nin karşısına, AP çizgisinden ayrılan ve Türkiye siyasi yaşamında İslamcı çizginin yeniden canlanmasını ifade eden Milli Nizam Partisi çıkmıştır. 1980 yılları sonrasında yeni sağ felsefesi ile ortaya çıkan muhafazakâr anlayışın Türkiye’deki temsilcisi olan ANAP kurulmuştur. İlk kurulduğu yıllarda kendisini ılımlı bir muhafazakâr parti olarak gösteren ANAP, Özal ve Özal sonrası iki dönemde incelenebilir. Özal döneminde muhafazakâr kimliğin ön planda olduğu görülürken, sonraki dönemlerde liberal bir yapının göze çarptığı görülmektedir (Duman, 2010: s. 2).

ANAP dönemi, Türkiye’de hem yeni bir sürecin öncüsü olması hem de muhafazakâr siyasi üslubun kullanılması ile muhafazakârlığın yeni bir boyut oluşturmaya nedeniyse önemlidir. Refah Partisi’nin kapatılmasından sonra kurulan Fazilet Partisi de Refah Partisi’nin devamı niteliğinde olduğu gerekçesiyle kapatılmıştır. Milli görüş çizgisi bu nedenle yenilikçi ve gelenekçi olarak Sadet partisi ve adalet kalkınma partisi tarafından temsil edilmek üzere sınıflandırılmıştır. 2001 yılında kurulan Ak partinin Muhafazakârlık kavramı ise aileye önem veren, gelenekçi ve dine bağlı görüşler çerçevesinde şekillenmektedir. Muhafazakârlık ve gelenek toplumların birikimleriyle ortaya çıkan bir kavramdır.

1.7.1. Demokrat Parti ve Muhafazakârlık

Demokrat Partinin ortaya çıkışı bazı iç ve dış gelişmeler sonucunda olmuştur. Türkiye de bu doğrultuda seçimini yaparken Batı bloğu tarafında kalmayı tercih etmiştir. Ancak bu zamana kadar dünyada hüküm sürmekte olan şeflik ya da tek parti yönetimlerinin demokratik yönetimlere sahip Batı tarafından yenilmiş olmaları Türkiye’nin bu noktada siyasal bir açılım yapmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bu durum şöyle açıklanabilir:

Şeflik sistemlerinin hâkim olduğu İtalya ve Almanya, demokratik ülkeler tarafından yenilgiye uğratılmış olduğundan Türkiye’nin de şeflik sistemiyle, en azından Batılı kamuoyları ve ülkeleri tarafından kabulü mümkün değildi. Aynı şekilde SSCB 7 Kasım 1945 yılında süresi bitecek olan Türk-Sovyet Dostluk ve Saldırmazlık Anlaşmasını, “savaş sonrasında ortaya çıkan köklü

değişiklikler nedeniyle feshedeceğini” bir notayla Türkiye’ye bildirmiştir. Türkiye bunu reddetmişse de Türkiye’nin SSCB karşısından askeri olarak çok zayıf kalmasından dolayı, Sovyetler isteklerinde daha da ileri giderek, Boğazlarda üs ve Doğu Anadolu’dan toprak talep ederek Türkiye’ye, 24 Eylül 1946 tarihinde ikinci bir nota daha vermiştir. Türkiye, notanın tehdit algısını SSCB’nin İran’dan da henüz çekilmemesinden dolayı çok ciddiye almıştır (Şeyhanlıoğlu, 2011: s. 3).

Dış faktör bu şekilde ifade edilebilir. İçerideki gelişme ise, Karma Komisyonunda beş ay görüşüldükten sonra Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) ne sunulan Toprak Reformu Kanunuyla ilgili oluşan muhalefet olarak belirtilebilir. Çünkü bu tasarının görüşülmesi sırasında Demokrat Partinin doğuşu net olarak gözlemlenmektedir. Tasarı hakkında meclisteki görüşmeler sırasında, Cumhuriyet Halk Partisi içinde önemli bir muhalefet gücünün var olduğu dikkatlerden kaçmamaktadır. Zira oluşan bu muhalefetin başını çekenler bir zaman sonra Demokrat Partiyi kuracak kadrolar olan Celal Bayar, Adnan Menderes, Fuad Köprülü, Refik Koraltan, Emin Sazak, Cavit Oral ve Damar Arıkoğlu gibi kişilerdir (Şeyhanlıoğlu, 2011: s. 4-6).

Bu kanuna karşı geliştirilen muhalefetle temelleri atılan Demokrat Partinin buradaki “siyasal liberalizasyon”, “teşebbüs hürriyeti” gibi benimsediği prensipler yukarıda değinilen muhafazakârlığın unsurları arasında saydığımız otorite-mülkiyet kavramındaki anlayışa paralel düşmektedir. Zira muhafazakârlıkta, toplumsal düzenin devamlılığı ve otoritenin korunmasında insanların bireysel olarak sahibi oldukları varlıklarının olması önemi vurgulanmıştır.

Bu bağlamda Demokrat Partinin devletçiliği,

...özel teşebbüs ve sermaye faaliyeti ve tasarrufların devlet tarafından nizamlanması, özel teşebbüs menfaatleri ile genel menfaatin korunması zaruretinden ileri gelmektedir. Bizim devletçiliğimiz iktisadi şartlarımızın ihtiyaçlarımızın çizdiği yoldur.

şeklinde yorumlaması buraya örnek verilebilir. Bir başka deyişle Demokrat Parti, özel teşebbüsün faaliyetlerine önem atfederken devleti de özel teşebbüse bu istikamette yeni ve güvenli iş sahaları oluşturma, piyasa güvenliğini sağlama ve devlet ile özel teşebbüsün karşılıklı bir yardımlaşma içerisinde faaliyetlerini sürdürmesi gibi görevlerle konumlandırarak yukarıda birbirine bağımlı işlenen otorite-mülkiyet yaklaşımına denk düşen bir anlayışı benimsediği söylenebilir.

Bununla birlikte DP'nin, ezanın yeniden Arapça okunmasını sağlaması, din adamlarının yetişmesi gerekliliğini savunarak yüksek İslam enstitülerini açması muhafazakârlıkta önemli bir sosyal yapıştırıcı olarak görülen din anlayışına paralel düşmektedir. Ayrıca bu dönemde başta İstanbul olmak üzere pek çok tarihi yapının restore edilerek geri kazanılma çabası, 1950 yıllarına kadar Türk okullarında klâsik batı müziğinin öğretimi yerine geleneksel Türk müziği, örf ve ananelerinin öğretilmesine başlanması DP'yi muhafazakâr felsefedeki gelenek ve tarih anlayışıyla açıklanabilir.

Son olarak DP'nin toplum ve özgürlükler noktasında da muhafazakâr felsefenin ortaya koyduğu özgürlük anlayışıyla denk bir yol çizdiği söylenebilir. Zira muhafazakârlıkta bir düzen vurgusu vardır ve insan doğası olumsuz yorumlandığından bireysel özgürlük biraz daha ikinci plâna itilmiş gibidir. Adnan Menderes'in düşünceleri bağlamında DP'nin de buna benzer bir perspektifte olduğu düşünülebilir. Zira bununla ilgili Menderes'in;

...Dünyanın her tarafında hürriyet rejimleri hürriyetleri ifrata götürmek suretiyle yıkılır... Hürriyet düşmanlarının kullandıkları en müessir silah ve taktik çok kere hürriyet aleyhtarlığı değil tam aksine taraftarlığı suretiyle anarşi muhiti yaratarak... Memlekete el koymaktır. (...) Hürriyet mefhumunu bizim anladığımız manada çok ulvi bir gaye olarak değil fakat sadece alelade bir vasıta hatta milli bünyenin ve hatta hürriyet nizamının bir tahrip vasıtası olarak kullanıp bizi sahip olduğumuz hürriyet nimetinden mahrum etmek isteyenlere bu memlekette asla fırsat verilmeyecektir (Şeyhanlıoğlu, 2011: s. 3).

ifadeleri örnek verilebilir.

1.7.2. Anavatan Partisi (ANAP) ve Muhafazakârlık

1974'de patlak veren petrol krizi sonucu, devlet eliyle çekip çevrilen ekonomiler içine düştükleri dar boğazdan çıkamayınca bu durumun üstesinden yine özel teşebbüs, serbest ekonomi anlayışıyla geliştirilmeye çalışılarak liberal politikalar yeniden benimsenmiş ve yayılma imkânı bulmuştur. Dünyada yaşanan bu ekonomi temelli gelişmeler sadece mali olmakla kalmamış aynı zamanda toplumsal, siyasal ve sosyo-kültürel dönüşümü de beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda siyasal terminolojide de değişimler olmuştur. Geleneksel olarak tanımlı ideolojik kavramlar, bu yeni şartlar veçhesinde yeniden incelenme ve tanımlanma ihtiyacı duymuştur.

Bu terminolojide yeniden anlamlandırılan kavramlardan biri de “Yeni Sağ” olarak ifade edilen ve kökenlerini neo-liberal ve neo-muhafazakârlığın oluşturduğu terminolojidir. Yeni sağı oluşturan argümanlardan bir tanesi olan neo-liberalizmin politik uyarlamasını ABD de Reagan, İngiltere’de de Thatcher ortaya koymuştur. Reaganizm ve Thatcherizm olarak da ifade edilen bu politikalarda, kamu harcamalarının azaltılması, istikrarlı bir para politikasının uygulanması, özelleştirme, vergi oranlarının indirilmesi ve tarafsız bir vergi politikası uygulanması gibi politikalar gözlenmektedir. Kavramı oluşturan ikinci argüman olan neo-muhafazakâr görüşteyse yeni liberalizmin söylemlerine meşruluk kazandırmakta ve özellikle böyle bir sistemin politikalarının uygulanmasından ortaya çıkabilecek sosyal sorunları yumuşatacak kurumları önermek suretiyle liberalizme destek oluşturmaktadır (Aksoy, 1998: s. 7).

Bu argümanlardan hareketle Yeni Sağ siyasetin özünde, ekonomik serbestlik, demokrasiye dayalı yönetim ve minimal düzeye indirgenmiş devlet doktrini vardır. Dolayısıyla sosyal refah devleti yerini ekonomik devlete, devletçilik yerini bireyciliğe, kamu örgütlenmeleri yerini sivil toplum kuruluşlarına bırakmaktadır. Aynı şekilde bu dönemde devlet, üretme ve işletim yerine, denetim ve düzenleme rolünü üstlenmektedir. Yani yeni sağ hareket genel olarak siyasette devletin muhkem varlığını özellikle ekonomik alandan başlayarak mümkün olduğunca hayatın her alanında küçültmeye; devletin etkisinden çıkan alanlarda özel işletme ve sivil toplum kuruluşlarını hâkim kılmaya yönelerek yeniden yapılandırmayı doğrudan sivil ve özel girişimin eliyle yapmayı hedeflemektedir. Bu yönelişleri ile de kendine göre “rasyonel bir siyaset tarzı” ortaya koymaktadır.

Türkiye’de de yeni sağ hareket 1980 li yıllarda felsefi, liberal ve muhafazakâr unsurlarıyla birlikte ivme kazanmaya, onun değerlerini somut siyasal amaçlar haline dönüştürmeye başlamıştır. Dünyada bu dönemde İngiltere’de Thatcher, ABD de Reagan yönetimleri ile siyasal pratikte karşılığını bulmaya başlayan bu hareketin ülkemizde taşıyıcısı Turgut Özal ve onun liderliğindeki ANAP hükümeti olmuştur.

Türkiye’de 1970’lerde yaşanan krizin bir uzantısı olarak ortaya çıkan toplumsal sorunlar sonucunda yaşanan 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi, 1970 öncesi siyasi parti ve politikacıları siyasetten uzaklaştırmış, bu süreçte toplumu da depolitize edecek önlemleri

almıştır. Bu dönemde ANAP “sivil” temsil niteliğinin yanı sıra, darbe yönetimince de benimsenen ekonomik programı ile önemli bir güç kazanmıştır. Türkiye’de askeri darbelerin açtığı zemin üzerinde inşa edilen ve Özal (ANAP) hükümetlerinin nezdinde cisimleşen yeni sağ hegemonyası toplumsal yaşamın her alanında kendisini hâkim kılmayı başarmıştır. Sağın değişen iktidar stratejisi ve söylemi “piyasa”, “cemaat olarak din” , “millet” ve bu üç unsura dayalı sivillik anlayışı ile zaman zaman devlet ve bürokrasi karşıtlığı olarak ortaya çıkan muğlak bir siyasi liberalliği eklemlmeye çalışmıştır (Safi, 2005: s. 45).

Sonuç olarak darbeyle yönetime el koyan askeri yönetim en kısa süre içinde yeni bir anayasanın hazırlanmasını ve genel seçimlere gidilerek normal siyasal düzene dönmek istiyordu. Kasımda yapılan seçimlere üç parti girmiştir. Bunlardan biri emekli General Sunalp’ın Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP), sağ işgal ediyordu; diğeri Turgut Özal’ın ANAP merkezi tutuyordu ve İsmet İnönü’nün eski özel kalem müdür Necdet Alp, CHP’nin bıraktığı boşluğu doldurma umuduyla Halkçı Partiye önderlik ediyordu. Burada merak edilen husus, cuntanın neden Anavatan Partisi’ni kapatmayarak seçim mücadelesini denetim altında tutup sadece iki partiye izin vermediğidir. Öyle anlaşıyor ki, Batıdan, özellikle de finans çevrelerinden aldığı destek Özal’ı kurtarmıştır (Ahmad, 1999: s. 12-18).

Başlangıçta Özal’ın seçimleri kazanacağını kimse düşünmüyordu. Şartlar Sunalp için elverişli olmakla birlikte Özal’ın serbest faiz yönlendirme ve kullanmalarına izin verilen bankerler tarafından orta gelirli pek çok aileyi dolandırmaları sonucu itibarının zarar görmesi buna neden olarak gösterilebilir. Ancak Sunalp’ın beklediği gibi bir önder olamaması ve halk tarafından benimsenmeyişi Özal’ın beklentilerin aksine seçimi önde götürmesine ve oyların %45,15 ini almasına sebep olmuştur (Ahmad, 1999: s. 15-18). Fakat bu durum Özal’ı meşrulaştırmaya yetmiyordu. Çünkü iki ana parti (SODEP ve Doğru Yol Partisi (DYP) seçimlerin dışında tutulmuştu. Dolayısıyla 1984’de yapılacak belediye seçimlerinde Özal’ın kendisini ispat etmesi gerekiyordu.

Belediye seçimlerinde Özal, oylarında küçük bir gerileme olsa da yerini sağlamlaştırdı. Bu durum muhalif basın tarafından seçim sonuçlarının Özal’a verilen güvenoyu olarak kabul edildi. Bunlara ilaveten soldaki parçalanma Özal için bir sorun

teşkil etmezken, Süleyman Demirel'in arkasında yer aldığı DYP'nin temsil ettiği sağdan gelen tehditle Özal'ın baş etmesi gerekiyordu. Özal bu tehditle, sağın üç eğilimini birleştirdiğini söyleyerek başa çıkıyor ve bu söylem de partiye felsefi bir nitelik kazandırıyor. Yani ANAP, AP kadar muhafazakâr, MSP gibi geleneklere bağlı, MHP gibi milliyetçiydi ve hatta sosyal demokratlar gibi o da sosyal adalete inanıyordu (Ahmad, 1999: s. 15).

Dolayısıyla ANAP, liberal-sağ, mukaddesatçı sağ, milliyetçi sağ ve demokratik sol yaklaşımların dördünü de yani merkezdeki sağ ve solu temsil ettiğini öne sürerek siyasete girmiştir. ANAP aslında, merkezin asker eliyle oluşturulmasına bir tepkidir ve bu tepki ülke sathında yankısını bulmuştur. Bu yönüyle ANAP'a 1983 te toplamda %45,1'lik oy vermiş kesimin Türkiye'nin muhafazakâr çekirdeğini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Yani, darbecilerin merkezi suni, birer sağ ve sol partiyle oluşturma gayretleri halk tarafından tepki görmüş ve halk bu tepkisini tercihini ANAP'tan yana kullanarak göstermiştir.

ANAP 1983 yılında ile Özal, yeni-sağın Türkiye sahnesindeki başrolünü oynamaya başlamıştır. Özal, yeni kurulan ANAP'ı kamuoyuna;

ANAP, TC. Anayasası, İnsan Hakları Beyannamesi, Siyasal Partiler Kanunu ve diğer Kanunların esas sınırları içerisinde faaliyet gösteren bir siyasi teşekküldür.... Milliyetçi, muhafazakâr, sosyal adaletçi ve rekabete dayalı serbest Pazar ekonomisini esas alan bir siyasi partiyiz.... Burası bir hizmet kapısıdır. Milletimize en iyi şekilde hizmet edebileceğimize inanıyor, Yüce Allah'ın gayretlerimizde bize yardımı olmasını diliyoruz...

şeklinde takdim etmiştir.

Özal'ın ve partinin muhafazakâr düşünce görüşü, ılımlı tedbirci değişimi savunan yeniliklere tamamen kapalı olmayan bir yapıdadır. Zira Özal açısından muhafazakâr olmak, toplumsal, kültürel ve ahlaki değerlere, örf ve adetlere, gelenek ve dine saygılı olmak ve aynı zamanda tutucu, mutaassıp ve yeniliklere kapalı olmamaktır.

Tarihe adını yazdırmış Türk büyükleri ve onların bıraktıkları eserlere sık sık atıfta bulunması Özal ve partiyi muhafazakârlığın gelenek ve tarih yaklaşımı ile denk düşürürken yapılan eserlere tarihten şahsiyetlerin isimlerinin verilmesi de bunun örneği olarak sunulabilir. Ayrıca muhafazakârlıkta toplumu bir ailenin bireyleri gibi görmek ve

bu bağlamda aileye önem verme durumu görülür. Bu anlamda Özal da Başbakanlığa bağlı Aile Araştırma Kurumu, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik fonu gibi kurumlar kurarak ve Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma gibi yasalar çıkararak toplumun temel direği olarak gördüğü aile yapısı ve gençliği güçlendirmek istemiştir. Buna ilaveten muhafazakârlığın din anlayışıyla uygun olarak parti programında... Devletin ilk ve orta öğrenim kurumlarında dini eğitim ve öğretim yapılması için gerekli tedbirleri almasını zorunlu görürüz. İfadesi yer almaktadır. Nitekim 1970 yılında 40 imam-hatip lisesi varken bu sayı 1980 yılında 149'a 1988'de ise 383'e yükselmiştir.

Özal'ın serbest ekonomi anlayışı, Türkiye'yi dışarı açma, ülkeye sermayenin gelmesi için çeşitli girişimlerde bulunması muhafazakârlığın otorite mülkiyet kavramlarıyla açıklanabilir. Zira muhafazakârlıkta toplumda herkesin bir tuğlası olduğu inancı mülkiyet anlayışı ile açıklanabilirken devletin bu anlayış karşısında teşvik eden ve koruyucu olarak müdahil olmasını esas gören bağlamda kurulu otoriteye de bağlılık ve sadakat gösterilmesi söz konusudur. Ayrıca otorite anlayışıyla ilgili Özal'ın geleneksel olarak Türk Kamu yönetiminde baskın görünen bürokrasi hegemonyasını ortadan kaldırmak seçilmişlerin atanmışlar üzerinde olduğunu ortaya koymak gibi bir çaba içerisinde olduğu söylenebilir. Bu Özal'ı demokratik olmakla nitelendirilebilir kılmakla beraber muhafazakâr felsefenin otorite anlayışına da uygun düşürmektedir. Zira muhafazakârlıkta toplumun benimseyeceği bunun içinde dini, gelenek ve geçmiş bilinci yerinde olan bir gücün yönetimde olmasına dair yaklaşımı Özal'ın bu çabasıyla da paralel düşmektedir.

Bu parti toplumsal düşünüşe göre muhafazakâr görüşün temsilcisi olarak görülmemektedir. Çünkü muhafazakâr düşüncede insan doğasına yönelik bakış açısının olumsuzluğundan kaynaklanan sınırlı bir özgürlük anlayışı varken Özal'ın ve partinin söylemleri özgürlük yanlısıdır. Bunun nedeni olarak Özal'ın ekonomik gelişmişlikle demokrasi ve özgürlüklerin gelişimini doğru orantılı bir durum şeklinde yorumlaması gösterilebilir. Çünkü ona göre bir ülkenin ekonomik gelişmişliği arttıkça o ülkede demokrasi ve özgürlükler de artacağı gibi pratik çözümleri bulmak da kolaylaşacaktır.

Burayla ilgili Özal'ın 1989'da Genel Merkez binasının açılışında yaptığı konuşmanın şu bölümü bu kısımda Özal ve ANAP muhafazakârlığının bir özetini vermesi bakımından nakledilerek sonlanabilir:

Bizim muhafazakârlığımız, bazılarının tanıdığı, düşündüğü gibi tutuculuk değildir. Bizim muhafazakârlığımız âdetimize, tarihimize ve inançlarımıza saygıdır. Ve bu adet ve ananelerimizden devre uyan iyilerini en iyi şekilde muhafaza etmektir. Muhafazakârlık kavramının, bazı maksatlı ve demagog çevrelerce tutuculuk olarak lanse edilmesi ve bu anlayışın sahiplerinin bir aşağılama sembolü olarak sunulması hem ANAP tarafından kabul edilmeyecek bir durum hem de ülkemizin gerçekleri bakımından kabulü olmayan bir nitelemedir. ANAP olarak muhafazakârlığı millet olmanın, binlerce yıllık tarihi birikimin ve devlet geleneğinin sahibi olmanın, geçmiş ve günümüz coğrafyasında ortak bir kaderi paylaşmanın kaynağını ve dayanağını oluşturan değerler bütünü'nün korunması olarak algılıyoruz.

1.7.3. AK Parti ve Muhafazakârlık

1980 yılı sonrasında gelişen süreç içerisinde Türkiye cumhuriyeti İslami bir politika sergilemiştir. Bu hareketlerin en önde gelen temsilcisi olan Necmettin Erbakan'ın milli Görüş harekâtı görülmektedir. Milli görüş doğrultusunda İslam hayat tarzına sahip kesimlerin yansıması olan ve bu görüşü savunan diğer bir parti organı da Ak partidir. Ak parti 2001 yılında Recep Tayyip Erdoğan liderliğinde kurulmuş “muhafazakâr demokrat” kimliğe ve siyasal vizyona sahip bir kitle partisi olarak tanımlamaktadır.

AK Parti'yi bugünkü konumuna getiren süreçle birlikte değerlendirdiğimizde, AK Parti'nin siyasi ve toplumsal alanı dönüştürme projesi birçok açıdan netlik kazanmaktadır. İslâmcı hareketin çekirdek örgütü ‘Milli Görüş’ teşkilatından militanlığı ve adanmışlığı, tarikatlardan sabır ve ahlakı merkeze alarak davranmayı, Erbakan'dan siyasal particiliği, İslâmi aydınlardan farklı kesimlerle birlikte program ve gündem oluşturmayı öğrenerek yaşadığı son 15 yıllık deneyim Tayyip Erdoğan'ın liderliği ile AK Parti'de birleşmiştir (Tekin, 2004: s. 240).

Muhafazakâr bir oluşumun liderliğini üstelenen Recep Tayyip Erdoğan daha önceki muhafazakâr kimlikteki partilerden farklı olarak Ak Partiye yeni bir vizyon kazandırmıştır. Bu durumu parti içinde çalışan üyeler değişiminde görmek mümkündür. Ak Parti'den önce sarıklı, sakallı üyelerin girip çıktığı muhafazakâr Erbakan'ın RP partisinden farklı olarak daha modern giyimli üyelerin vitrinde durması halkın

nazarında değişimin olumlu karşılanmasını sağlamıştır. Bu durumu Recep Tayyip Erdoğan'ın vizyon anlayışını vererek açıklamak doğru olacaktır.

RP'li nefret edilen değil, sevilen insandır. Yüzünüz mahkeme duvarı gibi olmayacak. Korkutucu olmayın, müjdeleyici olun. RP'li korkulan insan değildir. Müjdeleyen insandır.

Zorlaştırmayın, insana yokuşu değil inişi gösterin. Yokuşu gösterirsen durup düşünür. İnişi gösterirsen koşar. Tatlı tatlı anlatın.

Yargılayıcı olmayın, bağışlayıcı olun. Biz hâkim değiliz. Kimseye sen kâfirsın, sen münafıksın, sen müşriksin demeye hakkınız yok.

Mutfakta kim iktidar olursa Türkiye'de de o iktidardır. Bunu bilin. Kale içten fethedilir. Hanım RP dedi mi eyvallah hepsi RP'dir.

Herkese selam verin. Aynı apartmanda oturduğunuz komsularınıza selamı unutmayın. Sokağınızda selamı unutmayın. 'Essalamü Aleykum' dediniz almadı, demek ki hoşlanmıyor. O zaman 'merhaba' deyin. Onu da almıyorsa 'iyi günler' deyin. Yine anlamıyorsa belki Corc'dur. 'Hello' deyin 'Good Morning' deyin (akır & Çalmuk, 2001: s. 50).

Görüldüğü üzere yeni bir vizyon içerisine giren muhafazakâr kesim ilerleyen yıllarda Türkiye'nin yönetimini ele geçirecek ve bu ideolojiye sahip olan Ak partinin Milli Görüş durumu değişiklik gösterecektir.

Bu durumu genel hatlarıyla aşağıda anlatarak konumuzun daha iyi anlaşılmasını sağlayabiliriz.

2002 yılından bugüne kadar tek başına iktidar olan AK Parti'nin benimsediği muhafazakâr kimliğin, Türkiye'de muhafazakârlık zaman içerisinde giderek artış gösteren bir kavram olarak tanımlanmaktadır.

Ancak bu kavram uğradığı değişimler ile birlikte modern bir yapıya dönüşmektedir. Bu doğrultuda on yılı aşkın bir zamandır "muhafazakâr demokrat" kimliği ile iktidarda olan AK Parti'nin muhafazakârlık anlayışı da, Türkiye'deki genel muhafazakâr paradigmanın günümüzde hangi noktada olduğunu görmemize yardımcı olmaktadır. AKP'nin Türkiye şartlarında savunduğu muhafazakâr demokrasiyi Batı'daki "Üçüncü Yol" anlayışına benzetenler de vardır. Bilindiği gibi Blair, Clinton ve Schröder gibi Batılı liderlerin önemsedikleri Üçüncü Yol anlayışı solun kendini toplarlama ve külleri üzerinden dünyanın bugünkü haline uygun olarak yeniden dirilme çabası olarak görülebilir. Batı'da Üçüncü Yol, solun dönüşümü için ne ifade ediyorsa muhafazakâr

demokrasinin de Türkiye’de aynı şeyi ifade ettiği üzerinde durulmaktadır. Zira her iki yönelime de yöneltilen eleştiriler aynı olduğu gibi, savundukları arasında benzerlikler de söz konusu: refah devleti eleştirisi, aile hayatı vurgusu, küreselleşmenin doğru konumlandırılması gerektiği ve devletin “kürek çekmemesi”, “dümene geçmesi” gerektiği söylemi gibi.

2002 öncesinde yaşanan ekonomik kriz, 1999’da meydana gelen Marmara depremi, koalisyon ortaklarının uzlaşmazlığı gibi hususlar da yine seçmenin düzen karşıtı, bıkkın bir duruş sergileyerek bir çıkış aramasına vaki olmuş ve bu dönemde AK Parti bu arayışın adı olarak tek başına iktidar olmuştur. Bu süreci ve dönüşümü Ağırdir şu ifadelerle belirtmektedir.

Önce Susurluk... İlk kez insanlar, devletin de basit çetelerle gündelik hayatta cinayet dediğimiz meselelerin içinde olduğunu gördü. Sonra peşinden 28 Şubat var. Peşinden Marmara depremi var. Ve 2000 ekonomik krizi var. 2001 ekonomik krizi var. Yani o beş yıl pişmiş, olgunlaşmış bir şeyin ya da suyun buhara döndüğü bir beş yıl. Seçmen bütün bu birikimle AK Partiyi çok onayladı diye olmayabilir ama eskileri tasfiye etmek amacıyla, hayata bir cevabı yok bu insanların, bu partilerin diyerek, diğerlerini yok etmek amacıyla sandığa gittiği bir seçim.(Ağırdir, 2014)

Kendini “muhafazakâr demokrat” olarak tanımlayan AK Partinin, muhafazakârlığını yukarıda verilen muhafazakârlığın unsurları bağlamında ele almadan önce şöyle bir kategori belirlenebilir. 2002 ile 2010 yılları arasında AK Parti ve muhafazakârlık ile 2010’dan günümüze muhafazakârlık söylem ve yaklaşımındaki değişim ve dönüşüm. Zira 2002 ile 2010 yılları arasına kısaca gerek seçim dönemlerinde olsun gerek hareketin lideri ve bu zaman zarfında başbakan olarak Recep Tayyip Erdoğan’ın söylemlerinde olsun daha çok Burke’nin ifade ettiği gibi toplumun üyelerini birbirine sıkı sıkıya bağlayacak olan ortak değer, dini vurgu ve hassasiyetlere yönelik söylem dili hâkim iken 2010’dan sonra özellikle de 7 Haziran ve 1 Kasım seçimlerine gidilirken bu söylem dilinde düzenin muhafazası, istikrarın devamı gibi daha çok kurulu/kurulmaya çalışılan düzeni korumaya yönelik söylem ve yaklaşımlar gözlemlenmektedir.

Adı geçen zamanlardaki söylem değişikliği şöyle örneklenebilir. Yukarıda muhafazakârlığın toplum ve özgürlük yaklaşımında güvenlik ve düzen kavramına

özgürlüğe nazaran daha çok atıf yapıldığını vurgulamıştık. Zira muhafazakâr düşünceye göre otorite düzensizlikte bile düzen sağlar. Muhafazakârlar insan doğasını kusurlu bulduklarından sınırlı bir özgürlük anlayışı ortaya koymuşlardır. 2002 seçim beyannamesinde AK Partinin toplum ve özgürlüklere daha evrensel bir bakış sunduğu görülürken 2011 seçim beyannamesinin tanıtımını Başbakan olarak sunan Erdoğan'ın daha çok güvenlik odaklı bir çerçeve çizdiğini görmekteyiz. Zira 2002 seçim beyannamesinde;

İnsanlar doğuştan, devredilemez ve vazgeçilemez temel hak ve hürriyetlere sahiptir. İnsanlığın ortak değeri olan temel hak ve özgürlükler, devlet idaresi altında onurlu bir hayat sürebilmenin ön şartıdır "İnsanı yaşat ki devlet yaşasın" düşüncesinden hareket eden partimiz, bütün politikalarının merkezine insanı koymuştur Demokrasinin nihai amacı, başta düşünce, inanç, eğitim, örgütlenme ve teşebbüs özgürlüğü olmak üzere, bütün sivil ve siyasi özgürlükleri güvenceye almak ve insanların korku ve endişeden uzak olarak yaşamalarını sağlamaktır.

şeklinde bir özgürlük anlayışı ortaya konulurken, 16.04.2011 tarihinde Başbakan olarak Erdoğan'ın 2011 genel seçim beyannamesinin kamuoyuna tanıtımını yaptığı konuşmada,

Özgürlükle güvenlik arasındaki denge aynı şekilde büyük bir hassasiyetle muhafaza edilecek, özgürlüğün teminatı güvenlidir. Güvenlik daha fazla özgürlükle güçlü hale gelirse anlamlı olur. Özgürlüklerden taviz vermeden demokrasi ve hukuk çerçevesinin dışına çıkılmadan terörle, suçla mücadele kararlılıkla devam edecektir. Özgürlük, güvenlik dengesinin ilk defa bir siyasi parti beyannamesinde ele alındığını burada vurgulamak isterim.

yer alan ifadeleri 2002 den günümüze doğru gelinirken ortaya konan muhafazakârlık anlayışında bir değişim ve dönüşümün yaşandığını bize göstermektedir. Benzer vurgunun Haziran 2015 genel seçimlerine gidilirken cumhurbaşkanı olarak Erdoğan'ın meydanlarda ifade ettiği düzen ve istikrar söylemlerinde de görmek mümkündür.

Buna ek olarak yukarıda anlatılan muhafazakârlığın otorite ve mülkiyet, din ve gelenek, tarih anlayışının AK Partide de benzer kabul gördüğü söylenebilir. Zira muhafazakâr felsefede "herkesin toplumda bir tuğlası olduğu inancı" ile belirtilen mülkiyet anlayışına duyulan kabul görürlük aynı zamanda otoriteye de sadakatin gösterilmesinin yolu olarak vurgulanır. Bu bağlamda AK Partinin seçim beyannameleri olsun program ve tüzüğü olsun mümkün mertebe devletin piyasaya olabildiğince az müdahil olduğu özel sektör ağırlıklı bir ekonomi anlayışı ortaya koyduğu söylenebilir.

Geleneğin muhafazakârlığın önem verdiği kavramlardan biri olduğunu ve mana derinliğini tarihsel birikimden aldığını yukarıda ifade etmiştik. Çünkü muhafazakârlığa göre insan, sınırlı bir akla sahip olduğundan toplumun tarihten, tecrübeden, dinden ve gelenekten bağımsız olarak salt akla dayandırarak mükemmelleştirmeye çalışmak imkânsızdır. 2002 yılından günümüze gelindiğinde bu söylemin AK Parti ve özellikle hem başbakanlığı hem de cumhurbaşkanlığı boyunca Erdoğan'ın sık sık kullandığı görülmektedir.

Yapılan eserlere Osmanlı padişahlarının, önemli Türk-İslam düşünürlerinin adının verilmesi köprünün temelini dualar ve Kur'an okutularak atılması, sultan II. Abdülhamit'in devleti yönettiği Yıldız Sarayı'nın cumhurbaşkanının isteği üzerine restore edilerek cumhurbaşkanlığı çalışma ofisi olarak kullanılmak istenmesi gibi ve daha pek çok husus gelenek, tarih ve din üçgeninde muhafazakâr düşüncenin unsurlarıyla açıklanabilir.

Bunun yanında TV dizi ve programlarında topluma eski geleneğe yönelik yayınların yapılmasını aynı başlık altına düşünebiliriz. Eski olanın daha iyi olduğu, geçmişin izlerini sürekli topluma hatırlatılmak istendiği fikrini düşündürmektedir. Burada en iyi sunulabilecek örnek ciddi bir reyting rekoru olan Diriliş Ertuğrul ve Filinta Bin Yılın Şafağında adlı diziler ile Pelin Çift İle Gündem Ötesi adlı programlardır. Zira bu programlarda hep tarihimize özgü bugüne kadar çok da konuşulup tartışıldığına şahit olmadığımız gündem başlıklarının konuşulduğunu görmek toplumun tarihine, geleneğine, geçmişine dönüp bakmasını sağlamaya yönelik bir çaba olarak görülebilir. Bunun da on beş yıllık AK Parti iktidarının ortaya koyduğu kimlik ve felsefesi ile açıklamak makul görülebilir.

Bir başka husus da AK Parti ve muhafazakârlık başlığı altında izah ettiğimiz Türk siyasal hayatındaki muhalefet boşluğu iddiamızdır. Bu iddiayı ortaya koymamızın nedeni şu soru üzerine ortaya koyacağımız tartışmadan ileri gelmektedir. Türkiye'de sağ parti olup iktidara gelen partilerin zaman içerisinde otoriterleştikleri bu bağlamda da muhafazakâr söylemle iktidara gelen her parti zaman içerisinde otoriterleşir mi sorusudur. Ve AK Parti bu sorunun neresindedir. Zira hâkim paradigmada toplumun

giderek muhafazakârlaştığı bunun da iktidardan kaynaklandığı ve iktidarın böyle bir çaba içerisinde olduğu ve bunda yer yer başarılı olduğuna dair kanıdır.

Burada otoriterleşmeye örnek olarak, Osmanlıcanın öğrenilmesi ve öğretilmesi hususunda Erdoğan'ın *...Siz istesenez de istemesenez de Osmanlıca öğrenilecek ve öğretilcek.*” (Erdoğan 2014). İfadesi ve benzer ifadeleri ile eğitim sisteminde dört artı dört artı dört değişikliği yapılarak çoğu okulun imam-hatipleştirilmesi girişimi ve bunun halk nezdinde “evladımı imam-hatibe göndermek zorunda mıyım” tepkisi verilebilir. Ancak şu da unutulmamalıdır ki iktidara hâkim olan görüş neyse yönettiği toplumu da bu görüşü benimsemeye zorlayacak adımlar atması ya da bu yönde girişimler ortaya koyması geçmişte de görülmüş bir durumdur.

Dolayısıyla sadece buraya bakılarak otoriterleşme ya da hâkim söylemle giderek muhafazakârlaşan bir Türkiye olduğu kanısı çok da doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Hatta giderek muhafazakârlaşmadan ziyade giderek muhafazakârlıktan ve değerlerden uzaklaşma olduğu da iddia edilebilir. Ertit bu durumu şu başlıklarla açıklıyor. Biz çalışmanın kapsamını aşacağından burada uzun uzun bunun tartışmasını yapmayacak sadece hâkim söyleme bir farklılık getireceğini düşündüğümüzden kısaca bu tespiti yer vereceğiz.

Ertit'e göre çoğunluğunu muhafazakârların oluşturduğu bir toplumun “muhafazakârlaştığını” iddia etmek için yeni kuşakların eski kuşaklardan daha dindar olması, eşcinselliğin görünürlüğünde azalma olması, evlilik öncesi flört sayısında azalma olması, doğaüstü olan güçlere olan inançlarda artış yaşanması ve vücut hatlarının belli olmayacağı şekilde kıyafetlerin tercih edilmesi ve medya dilinin muhafazakârlaşması gibi dönüşümlerin görülmesi gerekir (Ertit, 2015: s. 14).

1.8. Sonuç Olarak Muhafazakârlık

Muhafazakârlık kavramı ilk olarak batıdaki reform hareketlerine karşı ortaya çıkan akla dayalı düzene karşı çıkmış bir tepkidir. Muhafazakârlık kavramı zamanla dönüşümlere ve değişimlere uğrayarak toplumsal yapının şekillenmesine neden olmuştur. İnsanlık tarihi açısından 300 yıl içerisinde büyük toplumsal değişimler

olmuştur. Bu değişimler muhafazakârlığın kapitalist ekonomik sistemde kültürel yaşamı etkilemesi ile oluşmuştur.

Muhafazakâr ideoloji modernleşmeye tepki olarak şekillenerek değişik siyasi partiler oluşmuştur. Türk siyasal hayatında da özellikle cumhuriyet döneminin tek, tepeden inmeci değişim anlayışına karşı ortaya çıkan muhafazakâr duruş Batıdaki ile benzer şekildedir.

1980 yılı sonrasında siyaset sahnesinde yeni sağı söz konusu olması nedeniyle ekonomide ve kültürde Muhafazakârlık büyük bir rol oynamaya başlamıştır. 2000’li yıllarda ise muhafazakâr partilerin siyasi yaklaşımı değişmiştir. Aileyi temel alan bir Muhafazakârlık kavramı ortaya çıkarılmıştır. Son zamanlarda Türkiye’nin siyasal yapısı incelendiğinde kültürel, sosyal ve siyasi değişimin 1940’lı yıllardan bu yana kat ettiği yol ve değişimler gözlemlenmektedir.

Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte sadece siyasal, kültürel ve toplumsal alanlarda köklü değişiklikler yapılmamış aynı zamanda devrim vasıtasıyla oluşturulan düzeni korumak adına muhafazakâr bir tutum sergilenmişti. Bu muhafazakâr tutum ilk dönemlerde Cumhuriyeti kuran elit tarafından mevcut siyasal düzenin korunması adına baskıcı bir politika izlemiştir. Bu anlayışın öncüsü olarak devrim partisi özelliğine de sahip Cumhuriyet Halk Partisi gösterilmektedir. Günümüzde ise 2000 yılından bu yana aralıksız tek başına parti olan Adalet ve kalkınma partisidir. Bu parti modern muhafazakâr anlayışını benimsemektedir (Akdoğan, 2004: s. 620-631).

Muhafazakârlığın temel karakterini değerlendirirken, muhafazakârlığın aile, toplum, insan gibi olgulara bakışına, muhafazakâr düşünce içinde otorite, düzen, istikrar, gelenek gibi unsurlara nasıl önem atfedildiğine ve bunu hangi temellere dayandığına, muhafazakârlığın insan, toplum, siyaset ve dini nerede konumlandığına bakmak önemli olacaktır. Bu bağlamda muhafazakâr düşüncenin temel karakterini aktarırken, akıl ve insan doğası hakkındaki yaklaşımlarını vermek muhafazakârlığın otorite, düzen, gelenek, aile, toplum, siyaset ve din konusunda nasıl bir perspektife sahip olduğunu anlama açısından zemin teşkil edecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM TOPLUMU ve KAPİTALİZM

Çalışmanın bu bölümünde tüketim toplumu anlayışında kapitalizm etkisi değerlendirilecektir. Bu yönde ilk olarak tüketim toplumu kavramı belirtilecek, tüketim toplumunun gelişme süreci belirtilecek, kapitalizm ve metalaşma olgusu arasındaki ilişki ifade edilecek, mekân ile tüketim kültürü arasındaki bağlantı oluşturulacak, reklam ve anlam odağı tüketim kültürü yapısında incelenecek, kapitalizm ve muhafazakârlık bağıntısı kurularak bölüm sonlandırılacaktır. Böylece muhafazakârlık anlayışında tüketim toplumu algısına ve kapitalizme geniş bir perspektiften bakılması sağlanacaktır.

2.1. Tüketim Toplumu

Tüketim toplumu son yıllarda en çok kullanılan kavramlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim eylemi çağımız toplumunu isimlendiren başat bir niteliğe sahiptir. Tüketim toplumu tabiri temel toplumsal dinamiğin tüketim eylemi etrafında şekillenmesini ifade etmektedir. Diğer bir perspektiften bakıldığında tüketim toplumu genel olarak “tüketen toplum” kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Fakat tüketim toplumu kavramı bundan çok daha derin manalar ve derin içerikler taşımaktadır. Tüketim toplumu, modernleşmenin yaşandığı toplumlarda tüketimin merkezde olduğu toplum düzenini ifade etmektedir.

Sanayi Devrimi’nin yaşanması ile makineleşme başlamıştır. Makineleşmenin başlaması ise seri üretimi getirmiştir. Bu değişim kol gücünün yani farklı bir tanım ile emek gücünün geri plana atılmasına ortam hazırlamıştır. Kol gücü yerine makine gücü kullanılmıştır. Bu dönemde gelişmeye başlayan teknolojiler ile beraber makine kullanım etkisi hız kazanmıştır. Sanayide makinelerin kullanılması daha kısa sürede daha fazla ürünün üretilmesini ifade etmektedir. Bu da daha fazla kâr elde etme imkânı demektir. Kapitalist sistemin anahtar kelimesi kârdır. Daha fazla kâr elde edilmesi amacıyla seri üretim ve standartlaşma başlamıştır. Ürünler hem ulusal çapta hem de uluslararası çapta

hızla yayılmıştır, buna bağlı olarak pazar genişlemiştir. Pazarın hızla yayılması, bu ürünlere ulaşımın da artmasına etki göstermiştir. İnsanların ürünlere ulaşımı ise, tüketim toplumunun kendisini göstermeye başlamıştır (Odabaşı ve ark., 2013: s. 173). Yaşanan bu köklü değişimler, bireyin hayatının ve yaşam tarzının dönüşümüne ortam hazırlamıştır.

Tüketim toplumu kavramına yönelik çeşitli çalışmalar geliştirilmiştir. Çalışma süreçlerinde eleştirel bakış açısı mevcut konumdur. Bu çalışmalardan birisinde, toplumda gerçekleşen bu değişime insanların sebep olduğu değerlendirmesidir. Bu durum ile ilişkilendirme sürecinde, Londra'nın genel yapısını gözlemleme ve tüketim toplumunun izlerini ortaya çıkarma süreçleri belirginlik taşımıştır. Şehre bakıldığında mağazaların vitrinlerinde çeşitli ürünlerin göz alıcı bir şekilde sunumu söz konusudur. Ayrıca bu sunumun insanlar üzerinde büyüleyici bir etkisi de bulunmaktadır. İnsanların ihtiyaçları olduğundan çok daha fazla ürünün sergilenmesi ile ilişkili olarak mağazaların sayıları da oldukça fazla düzeydedir. Tüketim toplumu ve kapitalizm işbirliği, "bütün ve parça" çerçevesindedir. Bireylerin tüketimleri, kapitalist sistem tarafından bu şekilde yönlendirilmektedir (Baudrillard, 1997: 17). Tüketim toplumu yapısında ihtiyaçtan daha fazla alıma yönelme özelliği, Ritzer (1999) tarafından da üzerinde durulan bir durum oluşturmıştır. Ritzer böyle bir durumda savurganlığın ortaya çıkmasıyla ayrıca insanın kendine yabancılaşmasını ve dünyanın büyüünün de bozulduğunu anlatmaktadır. Fakat Ritzer büyüü bozulan dünyayı tanımlamakla yetinmemektedir. Büyüü bozulan dünyayı tekrar büyülemekten de bahsetmektedir. Bu bağlamda dünyanın büyüünü bozan modernlik iken büyüü geri getirecek olan da post modernliktir (Ritzer, 1999). Fakat post modern toplumda da tüketim toplumundan bağımsızlığın düşünülmesi mümkün değildir. Diğer yandan bu olgular, tüketim toplumu yapısında Fine (2002) tarafından ifade edilen açıklamaları da önemli bir sürece ulaştırmaktadır. Bu yönde, kitle üretiminden ve kitle tüketimi kavramından bahsetmektedir. Bu kapsamda, tüketim toplumunu açıklarken aynı zamanda modernleşme ile tüketim toplumunun arasındaki bağlantıyı kurmaktadır. Tüketim toplumunun modern dönemde ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Ayrıca 20. yüzyılda hem üretimin hem de tüketimin kitlesel hale geldiğini belirtmektedir (Fine, 2002: s. 47).

Günümüz toplumunun tüketim toplumu olarak anlaşılmasına vesile olan şey, aynı zamanda kapitalizmde yaşanan bir dönüşümdür. Tüketilenlerin kültürel alana dâhil olmasıyla toplumsal alanın şekillenmesinde önemli bir rol oynayan tüketim faaliyeti üretim toplumundan farklılaşmayı da temsil eder. Üretim toplumunun ortaya çıkışını sanayi devrimi ile başlayan kitlesel üretim süreçlerinin şekillenişine bağlamak mümkündür. Kitlesel olarak üretilenlerin kitlesel olarak tüketildiği bu kapitalist evre, rasyonel ve standart bir üretim sürecine karşılık gelmektedir. Aynı zamanda kitlesel üretim, kitlesel tüketimi hedef almaktadır. Kitlesel tüketiciye yönelik üretilen ürünlerde de fiyatlar yüksek değil, standart olmalıdır. Ekonomik açıdan bakıldığında zaten üreticiler tarafından kitlesel tüketicilerin tanımlanmış oldukları görülmektedir. Bu durum da, tüketim toplumunu oluşturan ilk adımlardan biri olarak değerlendirilebilir. Bu yönde ürün sunumlarında da farklılaşmalar söz konusu olmuştur.

Sunulan ürünler, sadece tüketici tarafından bir nesneye yönelik değil, aynı zamanda tüketicilerin bütünü kapsayıcı yönde belirli bir profildedir. Vitrinlerdeki tasarım sadece tek ürün üzerinden değildir. Vitrinler bir mekân önerisi sunar tarzda şekillenmektedir. Çamaşır makinesinin yanında fırın bulunmaktadır, onun yanında da masa ve sandalyeler bulunmaktadır. Dolayısıyla bir mutfakta nelerin bulunmasının zorunlu olduğu mesajı tüketiciye verilmektedir. Böylece insanların mekâna ilişkin bir algısı oluşmaktadır. Buna bağlı olarak ihtiyaçlar listesi tekrar güncellenmektedir. Tüketim toplumunda tek belirleyicilik etkisi, insanların aşırı tüketime yönelmesi olmadığıdır. Belirleyici olan asıl nokta insanların buna yönlendirilmesidir. Kısaca özetlenmesi gerekirse asıl mesaj insanların ihtiyaç duymadıkları ürünleri bir ihtiyaçmış gibi görmeye başlamalarıdır. Bu durum, kapitalist sistemin en önemli göstergesidir. Kapitalist bir toplum anlayışı, tüketim toplumunun oluşmasında kaynaklık göstermektedir. Tüketim toplumunun şekillenmesinde, bazı unsurlar önemli yer edinmektedir. Bunlar arasında kitle iletişim araçları belirgin özellikler taşımaktadır (Albayrak ve Duyku, 2014: 52). Teknolojinin gelişmesi bir anlamda tüketimin de artmasında kaynaklı oluşturmaktadır. Ancak asıl etkinin bilinçli bir tüketici olma potansiyelinde devamlılık kazanması, tüketim toplumu kavramının belirginleşmesinde yalnızca teknoloji etkisinin önemli bir nitelik olmadığını göstermektedir. Tüketim

toplumunun oluşmasında meydana gelen olgunun başka etkilerden kaynaklı olarak şekillenmesi, değerlendirme kazanan önemli unsurlar arasındadır.

Kitlesel üretimin artışında ve kapitalist üretim biçimlerinin şekillenişinde özellikle ikinci dünya savaşından sonra etkili olacak bir üretim tarzı belirleyici olmuş görünmektedir. Refah Devleti uygulamaları ile beraber kalkınmacı bir ekonomi modelinin devreye girişi ile rasyonel üretim süreçleri arasında bir ilişki bulunmaktadır. Özellikle Henry Ford'un kendi fabrikasında yüzyılın başında uygulamaya koyduğu yönetim modelleri yeni tür refah için de bir örnek teşkil etmiştir. Özellikle de kapitalist sistemin canlanmasında fordist ekonomi önemli bir belirleyicidir. Çünkü böylece seri üretime geçilmiş ve kitlesel üretimin başlaması ile beraber kitlesel tüketim de başlamıştır. Böylece tüketim kültürü bütün dünya üzerinde yavaş yavaş yayılma göstermiştir. Kitlesel tüketimin başlaması ile yeni tüketici grupları ortaya çıkmıştır. Bu tüketici grupları aldıkları ürünlerde seçici davranışlar sergilemeleri bakımından diğerlerinden ayrılmaktadır. Bu dönemde yayınlanan reklamlar sayesinde bütün ürünlerin marka imajı şekillenmiştir (Bacock, 1997: s. 29-31).

Teknolojinin en önemli olgusu reklamlara yönelik gelişen ve toplumu şekillendirme potansiyelinde olan kültür işlevselliğidir. Bu kültür yapısı, tüketim kültürü fonksiyonunu ifade etmektedir. Bacock tarafından ifade edilen kültür işleyişi de tüketimi bir kültür şeklinde değerlendirmektedir (Bacock, 1997: s. 12). İnsanlar tüketim kültürünün etkisine kapılmakta ve reklamlarda sergilenen ürünleri alma isteği içerisine girmektedirler. Çoğu zaman maddi durumları buna el vermese bile insanlar mantık çerçevesi dışında davranışlar sergileyerek, ürünlere sahip olmayı istemektedirler. Özellikle tüketimin kapitalist sistemi benimsemiş olan ülkelerde yaygınlaştığı belirtilmektedir (Bacock, 1997: s. 12-13). Reklamlar aracılığı ile de ürünler ile tüketici arasında duygusal bir bağ kurulmaktadır. Tüketim kültüründe çeşitli ürünler tüketicinin kimliğinin şekillenmesinde etkili olmaktadır. Hangi ürünlere sahip olduğu ve nasıl ürünler kullandığı aynı zamanda ne derece tükettiği tüketicinin kimliğini belirlemektedir. Tüketime bağlı olarak özellikle toplumda bir kimliğin oluşması ve buna bağlı olarak hangi grupta bulunduğu belirlenmektedir. Bu konu da Weber'in de üzerinde durduğu statü kavramı belirleyicidir. Daha fazla ürüne sahip olmak daha üst statüye sahip olmak anlamına gelmektedir. Günümüz dünyasında statü birçok noktada

belirleyici durumdadır. Bu yüzden insanlar açısından üstünlük yarışında statü önem taşımaktadır. Bunun aracı da sürekli olarak daha fazla tüketmektir (Odabaşı, 2013: s. 176). İnsanlar arasında statü, gücün göstergesi halindedir. Daha fazla tüketmek daha güçlü olmak demektir. Tüketim toplumunda gücün niteliği değişmiştir, ancak güç gene de ekonomiden bağımsız değildir. Tüketime bağlı olarak insanların statü seviyesi belirlenmekte ve toplumsal kimlik duyguları oluşmaktadır. Şehirleşmenin gerçekleşmesi de tüketim toplumu açısından önemli bir etkindir. Çünkü alışveriş merkezlerinin yaygınlaşması şehirleşme ile olmuştur. Tüketim kalıplarının şehirleşmeye bağlı olarak ortaya çıkmış olduğu ifade edilmektedir (Bacock, 1997: s. 24). Özellikle banliyöler, yani şehir merkezinden uzakta genellikle üst tabakanın yaşadığı bölgeler tüketim üzerinde etkin olmuştur. Kent yaşamına başlanması ile birlikte ve kentlerin yaygınlaşması ile birlikte yeni bir şehirli kimliği oluşmaktadır. Şehirli kimliğinde insanlar tüketicisi niteliğindedir. Dolayısıyla insanlar daha fazla tüketime yönelme ihtiyacı içerisine girmektedirler. Yani kent tüketicisi kimliğinin bir gerekliliği olarak tüketmeye yönelmektedir (Bacock, 1997: s.24-27). İnsanların önce ailede başlayan daha sonra eğitim ile devam eden sosyalleşme süreçlerinde toplumsal bir kimlik olarak tüketicisi kimliğini benimsedikleri söylenebilir. Ancak insanlar bu kimliği sorgulamadan benimsemektedir. Bu durum, kimliği benimseme zorunluluğunu hissetmelerini gerektiren bir durum gibi görünmektedir.

Tüketim toplumunda birey kendisi için belirlenmiş olan kimliğe bürünebilmek için tüketmek zorundadır. Farklı bir anlamda ifade etmek gerekirse birey toplumda var olabilmek için tüketmelidir. Aksi takdirde toplum tarafından dışlanan kesim kategorisine dâhil edilmektedir. Birey toplumda kimliğini oluşturabilmek için tüketmek zorundadır (Bayhan, t.y.: s. 224). İllich'e göre toplumsallaşma iki evrede gerçekleşmektedir. Birinci evre çocuğun aile içerisinde sosyalleştiği evredir. Bu evre primer socialization ismi ile isimlendirilmektedir. Diğer evre ise çocuğun okula başladığı dönemdir ki bu da ikinci yani seconder socialization dönemi olarak bilinmektedir. İşte çocuk tüketicisi olmayı da toplumsallaşma süreci içerisinde almaktadır (İllich, 2011: s. 21). İnsanın bir tüketicisi olarak dünyaya gelmesi, bu bağlamda insanın elinden sorgulama hakkını alan ve mevcut düzene uyumunu sağlayan bir etken olarak değerlendirilebilir. Bu durumda bir kimliğe bürünme fonksiyonunu ele almaktadır. Bireyin yaşamının tüm evrelerinde bu fonksiyon,

tüketici kimliğini toplumda oluşturma potansiyelindedir. Bu bağlamda ifade edilebilir ki toplumsal kimlik ön plana çıkmaktadır. Toplumda hâkim olan görüş, bireyin kimliğini şekillendirmesidir. Diğer yandan toplumdan bağımsız düşünülmesi, mümkün bir hal kazanmamaktadır. Toplumsal normlar, bu yönde sorgulanması gereklilik taşıyan önemli faktörler arasındadır. Kişinin toplumdan ayrı bir dışlanma yaşamak istememe ölçüsü, doğumundan ölümüne kadar tüketici toplumuna bürünmesinde önemli bir faktördür.

Makro anlamda bakıldığı zaman dünya üzerinde yaşanan gelişmelerin ve değişmelerin sonucunda tüketim toplumunun geliştiği görülmektedir. Değişmelerin birbirini tetiklediği ve birbirini oluşturduğu da ifade edilebilmektedir. Özellikle Sanayi Devrimi'nin yaşanması sonucunda üretim toplumu yapısı kendisini göstermektedir. Daha sonraki süreçte kapitalizmin kendisini göstermesi ise, tüketim toplumunun oluşmasında kaynak teşkil etmektedir. Bu nedenle üretim ve tüketim toplum yapılarının aktif bir şekilde birbirini desteklediği ve birbirinin varlığını koruduğu görülmektedir.

2.2. Tüketim Toplumunun Ortaya Çıkışı

Tüketim toplumunun anlaşılabilmesi için tarihsel perspektiften bakılması gereklidir. Bu bağlamda bakışlar İngiltere'ye, Fransa'ya ve Avrupa'ya çevrilmelidir. Bu noktalardan başlayan tüketim kültürü daha sonraları küreselleşmenin de etkisiyle dünyadaki birçok bölgeye hızla yayılmıştır. Yukarıda sayılan bölgelerin yapısı itibariyle soylular sınıfı, hiyerarşik sıralamada üst tabakadadır. Soylular arasında birbirinden üstün olma yarışı başlamıştır. Bu rekabet daha fazla ürüne sahip olma üzerinedir. Özellikle sanayi devrimiyle birlikte kitlesel üretimin başlaması da durumu tetikleyen unsurlardan birisidir (Odabaşı ve ark, 2013: s.174). Bu durumun gelişmesi, toplumdaki bireylerin arasında bulunan eşitsizliğin sonucudur. Ürünlere sahip olma niteliği, sınıflar arasında belirginlik oluşturmaktadır. Bu yönde, orta sınıf ve alt sınıf daima üst sınıfın davranışlarına özenmektedir. Diğer yandan tüketime ilişkin bu durum, bireyler tarafından soyluların aşırı tüketimi zenginliğin bir göstergesidir. Bu nedenle, orta sınıf ve alt sınıfta bulunan bireyler maddi durumlarını aşan tüketimlere yönelmektedirler.

Schor (1998) yeni tüketici toplumu sınıflar üzerinden değerlendirirken özellikle de orta sınıfın aşırı derecede tüketim gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. Orta sınıfta ihtiyaç duyulandan çok daha fazla harcama gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Özellikle

bireysel olarak değil de toplu olarak orta sınıf hakkında bu yargıya varılmaktadır ve bu durumun aslında kendilerini olumsuz anlamda etkilediği belirtilmektedir. Söz konusu durumda Amerika toplumu üzerine analiz yapılmaktadır. Schor bu durumu Amerikalı tüketicilerin gündelik hayatta karşılaştıkları stresle başa çıkma yöntemi olarak kullandıkları şeklinde yorumlamaktadır. Kısaca “aşırı stres aşırı harcamaya sebep olmaktadır” önermesi durumu özetler niteliktedir. Bunlardan ziyade ayrıca aşırı tüketimin mutsuzluğa sebep olduğu da ifade edilmektedir (Schor, 1998: s. 20).

Tüketim toplumunda tüketicilerin tükettikleri taktirde mutlu olacakları görüşü üzerinde geliştirilen çalışmalardan birisi de Baurdrillard tarafından desteklenmiştir. Üretilen ürünler tüketicilere konfor ve haz sunmaktadır. Buna bağlı olarak mutluluk tüketim ile ölçülür hale gelmiştir (Baurdrillard, 1997: s. 52). Burada önemli olan nokta tüketicilerin ne kadar tüketirsem o kadar mutlu olurum algısını benimsemiş olmalarıdır. Daha önceki dönemlerde gücün simgesi ekonomidir. Tüketim toplumunda da ekonomiden bağımsız bir güçten bahsedilmesi mümkün değildir. Çünkü ekonomik yeterlilik olmazsa tüketim de olmaz. Bu döngüyü sağlayan da başlı başına kapitalizmdir. Fakat yeni bir etken ve belirleyici olarak mutluluk da ortaya çıkmıştır. Kısaca tüketicilerin mutlu olmak amacıyla da tükettikleri ifade edilmektedir.

Tüketim toplumunun ortaya çıkışı belirli dönemler çerçevesinde ele alınmaktadır. İlk olarak 1950’li yıllar ile 1960’lı yıllar arasında tüketim toplumunun ortaya çıktığı bilinmektedir. Bu aynı zamanda tüketim toplumu için birinci dönemdir. Bu dönemin gelişmesi, birinci dünya savaşı ile beraber imparatorlukların yıkılması ve hem kalkınmacı hem de refah devlet etrafında örgütlenmiş olan ulus devlet fikrinin gelişmesinin sonucudur. Ulus devletler sanayi alanında bir rekabete girmiş ve daha fazla ürün üretilmesi ve böylece kitlesel üretimlerin etkinleştirilmesi söz konusudur. Böylece üretilen ürünlerin tüketilmesi yönünde çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu dönemden sonra gelen dönem ise 1980’li yıllardan başlayarak günümüze kadarki dönemdir. Bu dönemde sadece üretime değil üretimin farklı niteliklerine de değer verilmektedir. Niteliklerden kasıt işletmelerin marka değerleri ve imaj değerleridir. İşletme sayılarının çoğalması ile rekabet sahasında avantaj elde edilmesi üzerinde durulmaya başlanmıştır. Bu da ancak hizmet kalitesiyle, marka değeri ve imaj değeri ile sağlanabilmektedir (Odabaşı ve ark., 2013: s.174-175). Yalnızca toplumdaki kurumların tüketim toplumunu

etkilediği söylenememektedir. Tüketim toplumu da toplumdaki kurumları etkilemektedir. Eğitim, din, siyaset, ekonomi gibi alanlar, tüketim toplumundan etkilenmişlerdir. Bu yönde, tüketim toplumu ve kurumların birbiriyle etkileşim içerisinde ilerleme gösterdiği belirtilebilmektedir.

İlk çağ dikkate alındığında, insanların bu çağlarda yalnızca, kendi gereksinimlerini karşılayacak ölçüde toplayıcı özelliğinde olması, bu duruma bağlı herhangi bir tüketim toplumu anlayışını geliştirmelerinde elverişli olmamıştır. Ancak saray yaşantısında, belirli bir tüketim kültürünü andıran davranış ve yaşayış biçimlerinden söz edilebilmektedir. İlk çağ dönemlerinde, kentler surlarla kapatılmış ve böylece dışa kapalı bir alanda kırsal alanla ayrılmıştır. Bu durum savunma özelliğini geliştirmek açısından önemlidir. Ancak bu durum kentlerde, halkın ihtiyaçlarını karşılayabilme açısından, geleneksel kent merkezlerinde saraylara yakın yerlerde pazar alanlarının kurulmasına ortam hazırlamıştır. Bu doğrultuda ilk çağ, insanların gereksinimlerini karşılayacakları bir çağ olarak ifade edilebilmekle birlikte, saray yaşantısında tüketim toplumu anlayışını karşımıza çıkarmaktadır. Tüketim toplumunun gelişmesinde en öncelikli çağ yapısı, orta çağ olarak belirtilebilmektedir (Topaloğlu ve Güngör, 2016: s. 283; Gemici, 2007: s. 8).

Orta çağa bakıldığında ise tüketim eyleminin toplumsallaşmasına yönelik sınırlı bazı içeriklerinin şekillenmeye başladığını görürüz. Yemek giysi sunumları, bu dönemlerde şatolarda yapılmakta ve kişilerin yavaş yavaş lüks kavramına ve rahat bir yaşantıya olan eğilimleri geliştirilmektedir (Harvey, 1997: s. 335). Panayır yerlerinde oluşturulan yaşam/tüketim tarzları, öncelikli olarak orta çağ döneminde etkisini göstermiştir. Ancak bu dönemlerde panayır alanları, ticaretin gerçekleştirilmesi odaklılığında olmuştur. Kültürü oluşturan insanın yerleşik yaşamla birlikte kurmuş olduğu ilk kentlerden günümüze kadar ticaret olgusu, kent yaşantısında önemli bir işlevsellik olmuştur. Eski Yunanlıların agoraları ile Roma döneminde forumlar, alışveriş yerleri olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve politik açıdan pek çok ögenin biraya geldiği kent mekânlarını oluşturmuştur. Bu yönde orta çağ döneminde tüketimin toplumsallaşmasına sınırlı örnekler içerisinde, kent mekânları anlayışının bir yansıması belirtilebilmektedir. Aynı zamanda orta çağ dönemlerinde, ticaretin yoğunlaşma gösterdiği pazar yerleri, bir merkez konumuna ulaşmıştır. Panayır yerlerinin

kullanılması, tarihsel süreçte toplumun kent yaşamlarında sosyalleşme olarak görülmesinin bir sonucudur. Tüketimlerin kitlesel eylemler vasıtasında gelişmesi, hem bir yerel pazar hem de haz duyma ortamları olarak ikili bir rolü üstlenmiştir. Böylece panayırlar, sadece metaların mübadele edildiği ortamlar olarak değil, diğer yandan dünyanın çeşitli bölgelerinden gelen egzotik ve ilginç metaların bir şenlik havasında sergilendiği ortamlar olarak etkisini yansıtmıştır. Pazar alanlarının gelişmesi, panayırların dikkat çekici bir bütünlük haline gelmesi, alışverişin sosyalleşme ile beraber etkisini yansıtması gibi durumlar, diğer süreçlerde panayır alanlarında olduğu gibi karnavalesk geleneğin de gelişmesine ortam hazırlamıştır. Karnavalesk gelenek etkisi, panayırlarda da aynı olduğu gibi hayaller, simülasyonlar ve savurganlıkları teşvik ederek ve böylece yeniden biçimlendirerek varlıklarını sürdürmeye devam etmişlerdir. Karnavalesk unsurların panayırlardan sonraki süreçte hızlı dönüşümleri tatil yerleri, spor stadyumları, konulu parklar, büyük mağazalar ve alışveriş yerleri olarak bir etkileşim özelliğinde olmuştur. Orta çağda karnavalesk yaşantının temellerinin atılması, daha sonraki süreçlerde önü alınamaz bir tüketim kültür fonksiyonuna dönüşmüştür (Sungur, 2011: ss. 19-21).

Modern kapitalizm olgusunun daha hızlı bir şekilde yansıtılmaya başlanması, 19. yüzyılın ikinci yarısı ile beraber ortaya çıkan ve alıcıya olabilecek bir malı tek bir çatı altında sunabilme ile gelişmiştir. Aynı zamanda bu olgu fuarların bu yüzyılda ortaya çıkışı konumuz açısından önemli bir gelişmedir. Dünya sanayi hizmeti fuarları, hemen her bölgeden pazarlamanın yapılabileceği ve kişilere ulaştırılabilecek ölçüde çalışmaların şekillendirilebileceği bir fuar konumuna ulaşmıştır. Aynı zamanda bu fuarların en önemli özellikleri, teşhir edilen her şeyin satılık olduğu bir dünya alışveriş niteliğini yansıtmıştır. Modern kapitalizm sisteminin gelişmesinde fuar olgusunun yeri ve önemi, tartışılmaz bir gerçeklikte yer almaktadır (Mumford, 2007: s. 538). Fuarlar kadar meta ve kültürlenme pratiklerini biraraya getiren bir diğer mekânsal dönüşüm ise pasajlardır. Benjamin'in başyapıtlarından birisi olarak değerlendirilen Pasajlar eserinde pasajlar, en erken endüstri ürünlerinin, mağazaların ve reklamların karakteri olarak bir etkileşim uyandırmaktadır (Sevim, 2010: ss. 515). Pasajlar bu yönde, serbest dolaşımı temel alan kitle toplumunun yücelttiği bir değer olarak "moda" olgusunu biçimlendirmektedir. Pasajlar, "aura"sız sanat yapıtı ile beraber kendisini modern

toplumun boğucu ortamında, özgürlüğü kişiye sunabilen bir ortam özelliğini yansıtmaktadır. Pasajlar aylaklığın, Benjamin'in deyişiyle flanörlüğün toplumsal mekânlarıdır. Moda kavramlarının kitle toplumunda, metanın dolaşımı ve aylak adam özelliklerini yansıtmaları, Pasajlar eserinde ifade edilmeye çalışılan bir olgu olmuştur. Aynı zamanda Benjamin açısından pasajları anlamlı kılan mekânlardan birisi, Paris'teki pasajlardır. Bu pasajlar diğer yandan, "aylak adam" kavramını anlamlı kılan ilk yerler olarak da değerlendirilmiştir. Pasajların, endüstriyel lüksün yeni sayılabilecek bir buluşu özelliğinde olması, bina kitlelerinin arasından geçen, üstü camlarla örtülü olan mermer kaplı geçitleri ifade etmesi belirtilebilmektedir. Işığı yukarıdan alan pasaj yerlerinin ilgi çekici bir özellikte olması, ışıktandırmanın yukarıdan yapılmasına ve geçitlerin de iki yanının ışıklarla bezenmiş dükkanlarla çevrili olmasına ortam hazırlamaktadır. Böylece pasajların, daha etkin düzeylerde bir çağrışım sunması sağlanmış ve tüketim toplumunun oluşması gerçekleştirilebilmiştir (Sevim, 2010: ss. 515-516; Benjamin, 1992: ss. 77-94).

Kitlesel bir popüler kültürün ortaya çıkışı, toplumsal sınıfın ölmesi, tüketim sektörlerinin ortaya çıkması gibi durumlar, tüketim kültürünün gelişmesinde kaynaklık oluşturan eğilimleri ortaya koymaktadır (Marshall, 1999: s. 768). Kitle kültürünün tüketiciyi, iyi bir yaşam imgesiyle kuşatması, bu imgelerin şöhret ve başarı parıltısıyla birleşmesi, sıradan insanın bile sıra dışı beğenisini artırmaktadır. Tüketim toplumunda kitle kültürünün oluşması, imgelerin hem sıradan hem de üst toplumlar tarafından benimsenmesini sağlamıştır. Bu süreç aynı zamanda imaj olgusunu şekillendirmiştir. Tüketim kültürünün her şeyden önce imajın rol oynadığı bir kültür özelliğinde olması, imajların meta üretiminde olmasına neden olmuştur. İmajların üretilmesini sağlayan ve pazarlamanın da yapılmasında destek olan kitle iletişim araçları, büyük bir hoparlör görevindedir. Bu görev özelliği, tüketim toplumunun oluşmasında ifade edilen bir perspektiftir. Kitle haberleşme araçları vasıtasıyla meydana gelen en önemli imgesel nitelikler, ırk, bölge, aşiret, dil farkı gibi engelleri ortadan kaldıran ve imajların standartlaşmasını sağlayan bir gücü desteklemesidir. Bu sayede imajlar, birer ikon özelliğinde olmaktadır. Zihinlere yerleşen ikon anlatımları, yalnızca tüketim toplumunu geliştirecek perspektifi oluşturmaktadır. Tüketim toplumunun gelişmesinde yalnızca kitle iletişim araçları ve imaj olgusu yeterlilik taşımayıp, bu unsurların etkisini göstereceği metaların da önemli bir yer edindiği bilinen bir kavramdır. Bu anlamda ifade

edilebilir ki alışveriş merkezleri, metaforik bir anlamı yansıtmaktadır. Tüketim toplumu anlayışı bu açıdan, metaların etkisini göstermesi ile beraber etkin bir düzeye ulaşmıştır. Metaların özellikle de indirimlerin yapıldığı yerler olarak kabul edilmesi, insanın eleştirisiz ve tartışmasız olarak kabul ettikleri, bir ikon özelliğinde olmasıdır. İkona bağlı atfedilen nitelikler, kişilerin metalara yönelimlerini göstermektedir. Kişilerin inanç ve tutumları ile biçimlenen algı, ikonların hemen kabul edilen bir anlayışta olmasını desteklediğinden, ikonoloji işlevselliği, meta fetişizmini yansıtmaktadır. Bu yönde değerlendirilebilecek en temel unsur, kapitalizm görüntüsünün, tüketim toplumunun oluşmasında kaynaklık oluşturan özelliklerini ortaya koymaktadır (Bayhan, 2011: ss. 222-226).

İmaj dönemi ismi ile adlandırılan ikinci dönem ise tüketimden çok tüketicinin kimliği üzerinde odaklanılmaktadır. Daha fazla ürüne sahip olmak insanların temel hakkı olarak sunulmaya başlanmıştır. Bu şekilde, ürünlere fazlaca sahip olmanın insanın statüsünü yükselttiği anlayışı hâkimdir. İnsanlar ürünlere sahip olduklarında mutlu olacaklarını düşünmektedirler.

Tüketim günümüzde sınıflar arası sembolik geçişleri mümkün kılmaktadır. İnsanların kimlikleri tüketim şekillerine ve tüketim miktarlarına göre tanımlanmaya başlamıştır. Dolayısıyla yeni bir tüketim nesli oluşmuştur ki bu da tüketim toplumunu oluşturmaktadır. Bu yeni bir dönemin başlangıcıdır. Tüketimde artık sadece ihtiyaçların karşılanması beklenmemektedir.

Tüketim toplumu yapısından bahsederken tüketimin öğretilmesinden ve tüketime alıştırılmasına değinilmesi önem taşımaktadır (Baudrillard, 1997: s. 102). Bundan kasıt, insanların tüketmeyi öğrenmesidir. İnsanlar buna alışmaktadır. Kısacası tüketim toplumu, dünya üzerindeki yeni üretim şartlarının ortaya çıkardığı yeni bir toplum yapısıdır. Burada aslında tüketimin öğrenilmesi ve bir alışkanlık haline gelmesinden kasıt, tüketimin bir kültür haline gelmesidir. İnsanlar için artık tüketim bir kültür halindedir. Tartışılması gereken nokta tüketimin alışkanlık haline gelmesinin doğurduğu sonuçlardır.

Bireylerin tüketim alışkanlıklarında bir takım değişikliklerin yaşandığı ifadesi, Ritzer (1999) tarafından geliştirilmektedir. Bu yönde, değişikliklerin anlatımında ilk

olarak tüketimin tek merkezde odaklandığı ifadesi belirtilmektedir. Alışveriş yapılabilecek bütün ürünlerin bulunduğu tek bir alışveriş merkezi ya da tek bir internet mağazası üzerinden yapılan alışverişler ya da içerisinde her şeyin dâhil olduğu bir tatil merkezi veya tek bir gemi yolculuğu, insanlara alternatifler şeklinde sunulmaktadır. Tek merkez üzerinden tüketiciye bütün ürünlerin sunulmaya başlandığı ifade edilmektedir. Bu durum tüketiciler için hem daha cazip hem de daha çekici gelmektedir. Tüketimde meydana gelen değişimler üzerinden ele alınan ikinci nokta birey merkezli iş görme yapısıdır. Burada teknolojinin gelişmesiyle daha önceden hizmet sunulan alanlarda artık herkesin kendi işini yapmak zorunda kalması belirtilmektedir. Bu bağlamda fastfood restoranlarında herkes kendi ürününün siparişini vermekte ve kendi hizmetini kendisi görmektedir. Yeni tüketici toplumunda Ritzer toplumsal iletişimin de değiştiğini ifade etmektedir. Bundan ziyade gidilecek yerlerin de değiştiğini yani mekânsal tercih üzerinde bir değişim yaşandığını ifade etmektedir (Ritzer, 1999: s. 65-67). Ritzer ifade etmiş olduğu tüketim toplumu anlayışını, eleştirel bir çerçevede değerlendirmektedir. Bu yönde çalışmasında yeni tüketim araçlarının en büyük örneği olarak Disney'i göstermektedir. Disney'de oluşan yapılanma insanları tüketime çekmiş ve şehre canlılık katmıştır. Disney gibi mekanların tüketim toplumunda adeta büyüleyici bir özelliği bulunmaktadır. İnsanlar normal dünyada değil de hayal dünyasındaymış gibi davranmaktadırlar. Tüketim toplumunun en önemli özelliklerinden birinin kendine özel mekânları olduğunu söylemesi mümkündür (Ritzer, 1999: s. 22-23).

Belirtilenler ölçüsünde tüketim toplumunun gelişmesi tarihsel süreçte, antik çağlardan günümüze kadar modern sistem anlayışının şekillenmesi olarak değerlendirilmektedir. Antik çağlarda tüketimin saray etrafında toplanması, ortaçağ sürecinde panayır ve karnaval gibi anlayışların geliştirilmesi, sonraki dönemlerde modern yapının oluşmasında kaynaktır. Modern anlayışın oluşmasında diğer etken ise fuarlardır. Pre modern dönem içerisinde gelişen bu fonksiyon, lüksün ilk örnekleridir. İkinci dünya savaşından sonra modern sisteme geçişin hızlanması ve AVM alanlarının yapılarak alışveriş imkânlarının artırılması, günümüzde en önemli izlek yapılarıdır. Günümüz yapısında önemli izlekler arasında modernlik anlayışı ve daha sonra da postmodernlik anlayışının şekillenmesi, insanların tüketim toplumu olmasında etkindir. Mekân ve konum olgusu üzerinden modern yaşam özelliklerinin yansıtılması,

günümüzde belirginlik kazanan önemli uygulamalar arasındadır. Bu uygulama nitelikleri, tüketim toplumunun şekillenmesinde kaynaktır.

2.3. Kapitalizm ve Metalaşma

Metalaşma kavramı, sosyal ilişkide nesnelleşme sürecini ifade etmektedir. Bu durumun en belirgin özelliği meta üretiminde emek gücünün zorunlu kullanımının yarattığı etkide yatmaktadır. Emek gücü, üretim süreçlerinde metaya dönüşmektedir. Kapitalist sistem içerisinde metalaşma anlayışı bu açıdan, kapitalist ile işçi arasında niteliksel ilişkiyi niceliksel bir boyuta dönüştürmektedir. Meydana gelen bu ilişki, işçinin emek gücünün alınıp satılabilen bir yapıya dönüşmesinde etkindir. Böyle bir durumda, işçilerin aralarında kurduğu ilişkide niceliksel bir yapı kazanmaktadır. Niceliksel bir yapıya dönüşme durumu, kapitalizm alanında bulunmalarının bir ölçüsü konumundadır. İşçinin emek gücünün görünmezlik durumuna ulaşması, işçide bir gerçeklik kaybı oluşturmaktadır. Sosyal ilişkinin azalma göstermesi ya da tamamen kopması etkinliği, işçinin emek gücünün görmezden gelinmesine neden olmaktadır. Bu tür bir ilişki ise kapitalist anlamdaki ilişki boyutunu, saf ekonomik bir ilişki yapısına taşımaktadır. Kapitalizm metalaşma yoluyla işçilere yönelik bir geçersizlik etkisine dönüştürmektedir. Gerçeklik olgusunun tanımı ise, sadece metanın tanımı ile belirginleşmektedir. Bu kapsamda geniş doğrultuda değerlendirildiğinde, metanın gücünün artması, işçinin gücünün azalmasına ve metanın fetişleşmesine ortam hazırlamaktadır (Marx, 1978).

İnsanların ihtiyaçları ve kapasitelerine göre var olan fonksiyon yapısını Marx, kavramsallaştırmaya çalışmıştır. Bu kavramsallaştırma, bireylerin çeşitli kapasitelerini kullandıkları ve farklı ihtiyaçlarını karşıladıkları ölçüde daha eksiksiz insanlar haline geldiklerini, yani insani doğalarını gerçekleştirdiklerini ve geliştirdiklerini ifade eder (Buğra, 2003: s. 29).İhtiyaçlar, tüketim toplumu ve kapitalizm arasındaki ilişkiyi bu noktada da ortaya koymaktadır. Bu ürünlere sahip olmayan insanlar ise kendilerini eksik hissetmektedir. Bu noktada insanların yapay ihtiyaçları sermayenin sağlanmasının ön şartı haline dönüştürmüştür. Tüketim kültüründeki ihtiyaçların bir sınırının, bir sonunun olmadığına da ayrıca belirtilmesi önem taşımaktadır. Bu durum aynı zamanda metalaşmanın meydana gelmesini önleme açısından da önemlidir. Bu nedenle Marx,

ihtiyaçların hem ortaya çıkışını hem de doyuma ulaştırılmasını metalara erişime bağlamaktadır. Bu bağlamda Marx, tek gerçek ihtiyacın para olduğunu belirtmektedir (Marx, 2000: s. 125). Buna göre daha fazla paraya sahip olmak daha çok tüketebilmek demektir. İnsanlar daha fazla paraya sahip olabilmek içinde daha çok çalışmak zorundadırlar. Bu da insanın hayatının değerden bağımsız olarak daha fazla çalışmak ve daha fazla tüketmek arasında hızlıca geçtiğini göstermektedir. Marx tarafından ifade edilen bu görüşün niteliği, doyumun gerekliliğinin bir yansıması niteliğindedir. Paranın bir ihtiyaç olması önemli bir unsur iken, fazla paranın doyumsuzluğa yönelik etkisi önemli sorunsallıklar arasındadır. İnsanların bu yönde sürekli bir ihtiyaç eğiliminde yorumlama geliştirmesi, çeşitli görüşleri kapsamaktadır.

Kapitalizmin gelişmesinde önemli olan sebepler arasında prüten ahlak olgusu, Weber (1985) tarafından geliştirilen bir ifadedir. Olaya eleştirel ve yorumlayıcı bir perspektiften yaklaşım söz konusudur. Protestan ahlakın ilk sermaye birikiminde önemli bir rolü bulunduğunu söylemektedir. Protestanlık dinine mensup olan insanlar öteki dünyada daha yüksek mertebeye ulaşabilmek için sürekli çalışmaları gerektiğine inanmaktadırlar. Bundan dolayı da sürekli çalışmaktadırlar. Çalışmaları ile elde ettiklerini ise harcamamaktadırlar. Dolayısıyla insanların sermayeleri oluşmaktadır. Sermayelerin oluşması ile insanların yatırıma yönelmesi kapitalist sistemini oluşturmaktadır (Weber, 1985: s. 75). Weber, insanın doğal olarak tüketici olmadığını belirtmektedir. Tüketim daha sonradan bir ihtiyaç haline gelmiştir hatta bir ihtiyaç olmaktan da çok insanlar için tüketim bir alışkanlık haline gelmiştir. Burada söz konusu olan tüketimin aslında doğal olmadığı, ortaya çıkan değişimlerin birbiri ile ilişkili ve etkileşimli bir şekilde tüketim toplumunu oluşturduğudur. İhtiyaçtan öte bir alışkanlık potansiyeli, tüketim toplumu yapısında farklı sınıf farklılıklarının oluşmasında kaynaktır. Meta olgusu da yine aynı şekilde Weber görüşünde desteklenmektedir. Sınıf farklılıklarının meta yapısına yönelik etkisi üzerinde yoğunlaşan Weber, kapitalist sistemin değişim gösterdiğini belirtmektedir. Diğer yandan bu değişimde hem sınıf hem de statü kavramı işin içerisine girmektedir.

Weber (1978: ss. 302-305) sınıf kavramına bağlı ayırmda, insanların sınıf yapısını temel olarak mavi yakalılar ve beyaz yakalılar olarak da ikiye ayırmaktadır.

Mavi yakalılar bedensel emek gücünü kullanırken, beyaz yakalılar zihinsel emek gücünü kullanmaktadırlar. Bu farklı sınıf farklılığının yanı sıra, kapitalist sistemin oluşmasında öncelikli olarak burjuva sınıfının olması gerekliliği belirtilmektedir. Diğer yandan şehirleşmenin olması gerekliliği de ikinci şart olarak ele alınmıştır. Üçüncü şart ise, sanayide yaşanan teknolojik gelişmelerdir. Dördüncü olarak ise Weber (1978: s. 305), rasyonel hukuktan bahsetmektedir. Tüm bunların dışında Weber ayrıca dünyada kapitalist bir ruhun olması gerektiğine de vurgu yapmaktadır. Diğer yandan kapitalizmde rasyonel insanın ortaya çıktığını da ifade etmektedir. Her şeyi planlı olan ve karar odaklı olan insan bir süre sonra yabancılaşmaktadır. Bu yabancılaşmaya yönelik Weber “demir kafes” kavramını kullanmaktadır (Aydın, 2010: s. 25). Demir kafes metaforu, bürokrasi modellemesinde olumsuz bir anlam taşımaktadır. Bu anlamda Weber bürokratik yapının, memur sınıfının gücünde artırımları sağlayacağını ve bu gücün demokrasiye bağlı bir tehlike yapısında olacağını ifade etmektedir (Aydın, 2010: ss. 25-26). Demir kafesi kavramı olarak ilişkilendirilen anlam ise, bireysel inisiyatif ve yaratıcılığı baskı altına alma durumudur. Bu ifade ile beraber bir tür çelik kurallar ve düzenlemeler geliştirilmiştir. Ancak bu düzenleme yapısı, kafese tıklmış etkisi oluşturmaktadır. Hiyerarşik kontrol tehlikesini ortadan kaldırma amacıyla bu kavramın geliştirilmesi ve etkin bir fonksiyon yapısında olması irdelenme göstermiştir (Ulutaş, 2016: s. 399). İfade edilenlere yönelik tüketim toplumu yapısı ele alındığında Weber, kapitalist sistem anlayışını gerekli bir unsur olarak değerlendirmektedir. Ancak bu duruma yönelik ilişkiyi kurması, tüketim toplumunda üretilen ürünlerle zamanında rasyonelleşme eğiliminden kaynaklıdır. Rasyonel amaç ile ilişkilendirilen genel olgu ise, ürünün ihtiyaç odaklılığı yapısıdır. Buna göre ürünün işlevselliğinin değerlendirmesi önemlidir. Bu yönde verilecek temel örnekler içerisinde, bir çamaşır makinesinin çamaşırları yıkama süresi hem hızlı hem de plan ve program kapsamında olması durumu, rasyonel eğilim taşımaktadır. İnsan açısından da rasyonel eğilim fonksiyonu söz konusudur. Ancak Weber tarafından statü ve sınıf kavramları ile ilişkilendirmede kapitalist sistemin, bu sistemler arasında belirgin özellikleri çevrelemesi, önemli sorunsallıklar arasındadır (Aydın, 2010: s. 25; Ulutaş, 2016: s. 399).

Kapitalist sistem anlayışına yönelik farklı değerlendirmeler söz konusudur. Üretim endüstrisi ile ilişkilendirilerek ifadelerin geliştirilmesi, üretim endüstrisine

yapılmakta olan kapitalin, yatırım üzerinden getiri sağlamasını gerekli kılmaktadır. Elde edilen getiri, mal ve hizmetlerin belirli bir kârla satılmasıyla sağlanabilmektedir (Bocock, 1999: s. 43). Kapitalist sistemde beklenen kârın sağlanabilmesi için üretilen malların satılması gerekmektedir. “Üretim ve tüketim çarkını işler tutmak için, satın alma hevesinin sönmesine asla izin verilmemelidir” (Bauman, 2004: s. 228). Buna bağlı olarak kapitalist sisteminin bir eseri olan tüketim toplumunda insanlar sürekli olarak ürünlerin satın alınmasına yönlendirilmektedir. Çünkü kârın sağlanması ancak bu şekilde mümkün olabilmektedir. Gelişen teknoloji ile artan rekabet ise bu durumu tetiklemektedir. İfade edilenler ölçüsünde değerlendirildiğinde, teknolojinin gelişme işlevselliği üretimlerin sürekli olarak artmasında etken faktördür. Üretim artışları ise tüketim toplumunun oluşmasında belirgin bir özellik taşımaktadır. Aynı zamanda üretimlerde sürekli olarak tamamlayıcı nitelikte ürünlerin sağlanması da önemli olan faktörler arasındadır. Şampuanlarla birlikte saç bakım ürünlerinin ya da deterjanlarla birlikte yumuşatıcıların üretilmesi ve bunların çoğunlukla satış yerlerinde bir arada sergilenmesi gibi örnekler bu gelişmeyi yansıtır niteliktedir (Lee, 1999: s. 43). Kapitalist sistemde ürünler, daha fazla ürünlerin üretilmesi adına küçültülmekte ve farklı ürünlere yer açılması sağlanmaktadır. Ayrıca bir ürün farklı diğer ürünlerin kullanımını gerektirecek nitelikte üretilmektedir. Bu da daha fazla ürünün ihtiyaç olarak algılanmasına sebep olabilmektedir. Üretilen bir koltuk için aynı zamanda, yastıklar ve koltuk kılıfları da üretilmektedir.

Kapitalist sistem anlayışlarının gelişmesi, kendiliğinden meydana gelen bir değişim ve gelişim süreci değildir. Bu kapsamda sürece bağlı en önemli unsur, metalaşma eğilimleri oluşturmaktadır. Meta biçimleri, üretim süreçlerini ve bu süreçlerin hareketine bağlı şekillenen meta biçim özgürlüklerini simgelemektedir. Bu nedenle, kapitalist üretim tarzı düzeyinde gerçekleşen metalaşma etkinlikleri, genel olarak basit meta üretimi ve dolaşımı üzerinden analiz edilmektedir. Böyle bir eğilimde ise, kapitalist üretim tarzına bağlı kategoriler, kavramlar ve mekanizmaların inceleme sırasında işe koşulamayacağını ortaya koymaktadır. Bu ölçüde, kapitalist üretim tarzını kendisine özgü kılan, emek gücü ile sermaye ilişkisini oluşturan, emek gücünün nesnel koşullardan kopartılarak emek piyasasına fırlatılma niteliği, ortaya çıkan artık değer üretimine ortam hazırlamaktadır. Böyle bir değerlendirme metalaşmayı pazarda, “para ile satılan” ve

“satılık hale gelmiş” olan anlayış olarak kabul etmede etkindir. Metalaşma eğilimi bu açıdan, kapitalist sistemi şekillendiren bir unsur olmuştur (Evrensel, 2017: s. 63).

Kapitalist sistem, öncelikli olarak meta üreten bir sistemdir. Bundan dolayı, üretilen metaların doğal görünmesini sağlama, ideolojik pratiğin merkezinde yer almaktadır. Arzuların giderilmesi amacıyla üretilen metalar, sorunların anlaşılmasını öğretmekte ve bu sorunların çözümlenmesi amacıyla düşünceler geliştirmektedir. Bu yönüyle kapitalizm, metalara fetişist anlamlar yüklemektedir. Böylece değişim değeri, kullanım değerinin önüne geçilmektedir. Bu şekilde temel sorunlardan ilki olan yabancılaşmayı unutturmayı başarmaktadır. Metalaşma ile ilgili çalışmaların Haug ve Lukacs’a bağlı tahlillerinde ortak nokta da bu durumu desteklemektedir. Bu yönde benimsedikleri görüşlerde kapitalizm olgusu, insan niteliklerinin ve hayatın duyuşsal boyutunun nesnelleşmesine ve soyutlaşmasına etki etmesidir. Aynı zamanda savundukları görüşlerde, insanlardan koparılmış ve estetize edilmiş “şeyler” kavramını, metalar haline dönüştürme değerlendirmeleri söz konusu olmuştur (Willis, 1993: ss. 16-17). Metalaştırma kavramının Marcuse (1997: ss. 97-98) tarafından yapılan çalışmalar kapsamında dikkate alınması sağlandığında ise, kapitalist anlayışta sahte ihtiyaçların yaratılması ve böylece tek tip boyutta bir insan profilinin ortaya atılması söz konusudur. Sahte ihtiyaçlar ile beraber sosyal kontrolün işlevselliğini artırma eğilimleri, ileri sürülen bir uygulama niteliğinde gelişmektedir. Böyle bir durumda tüketim anlayışı, bir zevk olmaktan çıkan ve ödev haline gelen uygulama olmaktadır. Marcuse (1997: ss. 97-98) görüşünde aynı zamanda tüketim odağını insanlara önerme ve kabul ettirme, sahip olma, tüketme, uğraşma gibi metaları oluşturan unsurları da desteklediğini ifade etmektedir. Marcuse bu açıdan metaların, “yanlış ihtiyaçlar” alışkanlığını geliştirecek ölçüde geliştiğini belirtmektedir. Bu durum ise insanların, ihtiyaçlarını da bu sistemler içerisinde öğrenmelerine ortam hazırlamaktadır. Dolayısıyla Marcuse’nin tek boyutlu insan vurgusu da bir aynılaşmaya tıpkı üretilen metaların birbirine benzemesi gibi insanların da benzemeye başlamasından söz etmektedir. Metalaşma kapitalist işlevselliği Marcuse açısından bu yönde dikkate alınmaktadır (Sine, 2010: s. 11; Marcuse, 1997: ss. 97-98). Kapitalist sistem içerisinde metalaşma süreci, bir yandan da marka etkisini ortaya koymaktadır. Bu yönde geliştirilen görüş ise, Horkheimer tarafından desteklenmektedir. Üretim gücünde artışın söz konusu olması, çeşitli markaların

gelişmesine ortam hazırlamıştır. Markaların ise ürettikleri ürünlerde çeşitliliklerinin söz konusu olması, insanların bu ürünlere yöneltilmesine ve bu ürünleri almasının gerekliliğine yöneltilmektedir. Buna göre en önemli meta ilişkisi burada, “gereklilik” kavramı üzerinde odaklanılmasına ortam hazırlamaktadır. Tüketicinin her ne kadar tercih hakkı bulunsu da, hangi markayı seçeceği ve bu markanın çağrışımı, tüketici belirli bir yöne itmektedir. Tüketicinin zihnine oldukça önemli bir açıklamaymış gibi bir çağrışımın verilmesi, tüketicide gereklilik unsurunun metalaşma sürecine ortam hazırlamaktadır. Diğer bir deyişle Horkheimer, markaların farklılık yanılması oluşturacağı üzerine tezini savunmaktadır. Ancak aynı zamanda özgürlüğün görünüşte olduğunu vurgulama durumuna da yönelmektedir (Horkheimer, 2005: ss. 120-124).

Tüketim kültürlerinde zamanla söz konusu olan değişimler, yaşam biçimlerinde de değişimlere ortam hazırlamıştır. Tüketimin toplumsal düzeyden etkisine bu temelden bakıldığında, söz konusu unsur kişinin kendi zevkine bağlı olarak almakta olduğu ürüne yönelim nedeni, toplum statüsündeki konumlamasına da etki göstermektedir. Tüketimi bir amaç olarak algılayan kişinin bu yönde değerlendirmesi, insan ilişkileri üzerinde etkisini de göstereceği üzerinden gerekli bir durum olarak algılamasının bir sonucudur. O kültürle yoğrulmuş olmak isteme anlayışı, “kültürlenmiş” insan olma anlayışını çağrıştırdığı görüşünden yola çıkma durumunda dikkate alındığında, tüketim toplumsal normlar içerisinde etkileşim kazanmaktadır. Diğer yandan metalaşma ile insan ilişkileri arasında da bir ilişki söz konusudur. Metalaşan toplumlarda geleneksel değerler çözülme yaşamakta ve her şey adeta parasal değerlerde etkisini göstermektedir. İnsanlar arasında mevcut olan bu ilişkiler, başrolde paranın bulunduğu metalar aracılığıyla ticari ilişki boyutunda yer almaktadır. Böyle bir durum da bir yandan kendine has olan ve kendiyle uyumluluk taşıyan bir tüketim kültür potansiyeli etkisini göstermektedir (Arklan 2012: s. 81)

Farklı teorilerde yapılan açıklamalara göre kapitalizm ile metalaşma arasında açıkça bir ilişkinin varlığından söz edilebilmektedir. İnsanlar kapitalizmle birlikte aslında ihtiyaç duymadıkları ürünleri ihtiyaç duyar bir hale getirmektedirler. Farklı ve çeşitli ürünlerin üretilmesi kadar sürekli gelişen yeni ürünlerin pazara sunulması da insanların bu ürünleri almalarında etkilidir. İnsanlar pahalı ürünlere sahip olduklarında

daha fazla itibara sahip oldukları düşüncesini geliştirmektedirler. Bu yüzden aralarındaki rekabet tüketmek üzerinden ilerlemektedir. Aynı zamanda metalaşma etkisi, kişilerin yanlış ihtiyaçlara bürünmesinin de bir göstergesidir. Bu durum kişilerin sahte ihtiyaçlar oluşturmalarına da ortam hazırlamaktadır. Kapitalizm olgusunda metalaşma anlayışı, işçinin emek gücünün arka planda kalmasına neden olmaktadır. Bu yönde bir algı, tüketicilerin yalnızca ürüne ulaşma hedeflerinin olmasına etki göstermektedir.

2.3.1. Tüketim Kültürü ve Mekân

Alışveriş merkezleri Amerika Birleşik Devletleri'nde 1950'li yıllardan itibaren başta küçük işletmeler daha sonra giderek büyüyen işletmeler olarak ortaya çıkmışlardır. Alışveriş merkezlerinde istenen bütün ürünler sırası ile dizilerek tüketicilere sunulmaktadır. Böylece tüketiciler istedikleri bütün ürünleri tek bir merkezden elde etme imkânı bulmaktadır. Fakat alışveriş merkezlerinde görünen her şeyin görüldüğü kadar masum olmadığının ifade edilmesi gerekmektedir (Odabaşı ve ark., 2013: s. 177). Alışveriş merkezlerinin fazlaca bulunması, tüketicilere alternatiflerin sunulmasında yardımcıdır. Bu olgu, kapitalist sistem anlayışının gelişmesinde belirginlik kazanan unsurlar arasındadır.

Alışveriş merkezlerinin içerisine girmek adeta farklı büyümlü bir dünyanın içerisine girmekle eşdeğerdir. İnsanlara eğlence imkânları da sunularak daha fazla tüketime çekilmektedir. Büyümlü bir dünya anlayışına kapılan tüketiciler, alışveriş merkezlerinde farklı bir zihniyet ortaya koymaktadırlar. Mevcut bulunulan durumdan daha farklı bir zihniyeti gösterme süreçleri ise, büyümlü ortam olarak anılmasında etkin olan bir yapıyı temsil etmektedir. Davranışlar ile zihin dünyası arasındaki ilişki bu temelde, kişinin daha fazla ürün alma davranışı içerisinde bulunmasında etkin olmaktadır (Zorlu, 2006: s. 61).

Ritzer (1999: s. 30), alışveriş merkezlerini tıpkı tapınak hanelerine benzetmektedir. Tüketim araçları ve tüketim katedrallerini, burada belirleyici olan tüketicilerin göstermiş oldukları davranışlar şeklinde ele almaktadır. Tüketicilerin alışveriş yaparken davranışlarını, dini bir mabede uyarlama potansiyeli ise, yarı dinsel yarı büyümlü nitelikte olması hali ile açıklama geliştirmektedir. Bu şekilde alışveriş merkezlerinde gösterilen davranışlar, dini bir yapıya girildiğinde gösterilen davranışlara

benzetilmektedir. Ürünlerin markaları ve ürünlere yönelik reklamlar ise dini törenler olarak belirtilmektedir. Bu benzetme aslında tüketim toplumunda tüketicinin rolünü ifade etmektedir (Zorlu, 2006: s. 62; Ritzer, 1999: s. 30). Tüketim toplumu ve din alışveriş merkezlerinde buluşmuştur. İnsanlar dini koşulsuz şartsız kabul ettikleri gibi tüketim toplumunda da alışveriş merkezlerini koşulsuz şartsız kabul etmektedirler. Ayrıca alışveriş merkezlerin de geçirilen zaman insanlar için büyüğü gibidir ve tıpkı din gibi huzur sağlamaktadır.

Alışveriş merkezleri üzerinde önemle durulan unsurlarda Ritzer, onların adeta insanların bir dini ritüeli gerçekleştirmeleri gibi bir konuma yerleştiklerini vurgulamaktadır. Alışveriş merkezleri için kullandığı tüketim katedralleri ismini kullanmaktadır. Ritzer (1999: ss. 30-31), alışveriş merkezleri açısından tüketim katedralleri ifadesi ile beraber, dini bir tören alanları gibi satan mağazaların büyüğü hallerini konu almaktadır.

Alışveriş merkezleri belirli bir noktada bulunmaktan ziyade her an her noktada aktif hale gelmiştir. Örneğin alışveriş merkezleri hastanelerde ve üniversitelerde ve bunlara benzer birçok noktada varlığını göstermektedir. Alışveriş yapmak için insanların uzun mesafeler kat etmesine gerek yoktur. Çok yakınlarında mutlaka bir alışveriş merkezi bulunmaktadır. Ritzer (1999: ss. 32-33) üretimin yeniden şekillenmesi derken tam olarak bundan bahsetmektedir. Bu oluşan yapının arkasında yatan unsur ise kapitalist sistem ifadesini desteklemektedir.

Ritzer bunlardan ziyade tüketim katedralleri olarak, elektronik alışveriş merkezlerini de ele almaktadır. Bu alışveriş merkezlerinde insanların diğer insanlardan rahatsız olmadan rahatça alışveriş yapabilmeleri açısından ön plana çıktıkları görülmektedir. Bunların dışında süper marketler, yolcu gemileri ve yetişkinlere yönelik eğlenceler ayrıca kumarhaneler de tüketim katedralleri arasında sınıflandırdığı kategoriler arasındadır (Ritzer, 1999: s. 34-43). Günümüzde internet üzerinden alışveriş oldukça yaygınlaşmıştır. Tüketim toplumunda internet adeta yeni bir alışveriş mekânı haline gelmiştir.

Ritzer tüketim araçlarını farklı şekillerde sınıflandırmaktadır. Bunlardan ilki ifade edildiği üzere Alışveriş merkezleridir. Diğer tüketim araçlarından birisi ise spor

merkezleridir. Spor merkezlerinin çok eskilerden beri var olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte modern hale gelmeleri ile tüketiciler tarafından daha fazla ilgiyle karşılaştıkları belirtilmektedir. Üzerinde durduğu ikinci nokta ise içerisinde en pahalısından A'dan Z'ye her şeyi barındıran lüks sitelerdir. Ritzer lise ve üniversite gibi eğitim görülen alanları ve hastaneleri de bu kapsamda değerlendirmektedir. Özellikle hastanelerden bahsederken McDoktorlar ve McHastaneler kavramlarını kullanmaktadır (Ritzer, 1999: ss. 44-46). Hastanelerinde markalaşma yönünde ilerlediklerini ve pahalı odalar, servisler, hızlı işlemler gibi hizmetlerle hastanelerin adeta otellere benzediklerini ifade etmektedir. Müzeler ile hayır kurumları da tüketim araçları kategorisi içerisinde değerlendirilmektedir. Bunun dışında bir de mega klişeler üzerinde durulmaktadır. Kiliseler dini ibadetlerin gerçekleştirildiği alanlar olarak bilinmektedir. Bundan dolayı tüketim ile ilişkilerinin kurulması açısından zorlanılabilir. Ritzer bu ilişkiyi, mega klişelerin iç yapısı ile kurmaktadır. İçlerinde spor alanları, dışlarında park yerleri bulunmasından dolayı bu yapılar da AVM'lere benzemektedir. Bunun dışında ilahilerde dini ezgilerden ziyade pop müzik ezgilerinin kullanılması da tüketim kültürünün izlerini yansıtmaktadır. Ritzer tüketim toplumunun özellikle Amerika'da ortaya çıktığını ifade etmektedir. İnsanlara tüketmeleri için verilen kredi kartları üzerinde de önemle durmaktadır. Kredi kartları insanların tüketme oranlarında artışın olmasını sağlamıştır. (Ritzer, 1999: ss. 44-48).

Kent ve tüketim kültürü ilişkisi, mekânlara yönelik algının bir sonucudur. Mekânlara yönelik geliştirilen tasarımlar bir anlamda küresel kent olgusunun içerisinde şekillenmiştir. Kültürel değerlerin tüketim kalıplarından yaşam biçimlerine kadar ele alınan boyutu, tek bir kalıp çerçevesinde irdelenmektedir. Modernizm olgusuna yönelik olarak mekânların kimliklerinde belirleyici unsurları yansıtmaya, sanayileşme ile beraber kırdan kente göçlerin olması ve kentlerde kapitalist sistem anlayışını yansıtan mekânlar gelişmiştir. Kapitalist sistem anlayışında mekânlar, tüketim kültürünü oluşturma ve sınıf farklılıklarına göre alışverişleri gerçekleştirme üzerinedir. Bu yönde ifadelerin, Robins tarafından değerlendirilmesi sağlandığında, kent planlamacılarının kenti salt bir meta olarak görmelerine ortam hazırladığı belirtilebilmektedir. Ekonomik yapılarda gelişmeler, bu kent olgusunda ekonomiyi kapitalist bir sistem olarak yansıtmıştır. Robins aynı zamanda, kentlerin kimliklerini bulmada artık coğrafi bir yapı ile sınırlı

kalmayıp, dünya ekonomisinin sonucu olarak teknolojik yapıları yansıtmaya yöneldiklerini belirtmektedir. Aynı zamanda bu durumun, 21. yüzyıldan sonraki dönemlerinde de hızlı bir şekilde belirginleşeceğini ifade etmektedir (Koyuncu, 2013: s. 158-159; Robins, 1999: s. 214). Gelişen ve değişen ekonomik sistem içerisinde kapitalist sistem anlayışı, küresel medya ile de ilişkili bir durum olarak değişkenlik göstermiştir. Küresel medyanın hangi güdülerle hareket ettiği ve hangi amaca hizmet ettiği bu yönde dikkatleri çeken bir unsurdur. Ancak bilinen en önemli özelliği, coğrafik unsurlar arasındaki sınırı ortadan kaldırmasıdır. Bu duruma bağlı süreç Morley ve Robins (1997: s. 32) ifadeleri doğrultusunda değerlendirildiğinde, küresel medyanın işlevselliği genel olarak kâr ve rekabet mantığı kapsamında şekillenmektedir. Medya şirketlerinin en önemli amaçlarının, ürünlerin mümkün olan en geniş tüketici kitlesine ulaşma özelliğinde olması, tüketim kültürünü geliştirmede önemli bir kaynaktır. Böyle bir durumda medyanın sürekli bir gelişme eğiliminde olması, yadsınamaz bir gerçekliktir. Özellikle de yeni piyasaların geliştirilme potansiyeli, çalışma süreçlerinin bu yönde şekillenmesinde etkindir. Ulusal topluluklarda eski sınırlar ve engeller yıkılmaya çalışılmakla birlikte, ticari stratejilerin yeniden örgütlenmesi de önemli bir eğilimdir. Kültürel piyasaların yaygınlaşması ile birlikte mekânlara kimlik algısı yüklenmiştir. Tüketici kültürünün mekânlar ile ilişkilendirilmesi sonucunda, tüketicilerin ürünlere daha hızlı bir şekilde ulaşması ve küresel rekabet sisteminde bu durumun şekillendirilmesi sağlanmıştır. Buna göre Morley ve Robins ifadelerini, küresel programlar ve küresel piyasalar üzerinden, kimlik ile mekân etkileşimini geliştirmektedir. Bu nedenle mekân algısının yaratılması, tüketicilere hem kolaylık sunma hem de tüketicinin eğilimini belirli bir yönde tutma açısından dikkatleri üzerine çekmektedir (Bayram, 2013: s. 245; Morley ve Robins, 1997: s. 32). Kent ve tüketim kültürü ilişkisine bu açıdan bakıldığında, mekân algısını oluşturma anlayışı, küreselleşme etkisi üzerinden değerlendirilebilmektedir. Diğer bir deyişle kişinin kent olgusu üzerinden kimlik yaratması, küresel kent anlayışının bir sonucunu vermektedir. Diğer bir deyişle küreselleşmenin içselleştirilmesi, ideal kent formunun olmasında kaynaklık göstermektedir. Bu durum aynı zamanda tüketim toplumunun bir sonucunu da vermektedir. Kişinin mevcut olduğu kent kimliğine uygun davranma isteği, küresellik ile kent olgusu üzerinde ilişkinin sonucunu vermektedir.

2.3.2. Tüketim Toplumunda Reklam ve Anlam

Günümüz teknolojisinde üretilen ürünlerin tanıtımını sağlayan ve ürün hakkında tüketiciye bilgi sunan araç, reklamlardır. Bu yüzden üreticiler açısından reklam önem taşımaktadır. Özellikle tüketim toplumunda reklam çok daha önemli bir hale gelmektedir. Tüketim toplumunda reklamın etkisi incelendiğinde, yaşamlarımızı şekillendiren önemli kültürel olgular arasında yer edindiği belirtilebilmektedir. Bu yönde tüketim toplumuna etkisi üç ayrı dönemde ele alınabilmektedir. Bu dönemlerden ilki Fordist dönemidir. Bu dönemde radyonun bulunması ve sonraki süreçlerde yaygınlaşması, tüketiciye mesajın ulaştırılmasında kaynaklık göstermiştir. Ancak bu dönemde reklamlar doğrudan tüketimde kullanılamamaktadır (Dikici, 2017: s. 58). İkinci dönemde televizyon ve radyolara ulaşım ile 1960 ile 1990 yılları arasında televizyon, radyo ve gazeteler üzerinden reklamlar yapılmaya başlanmıştır. Böylece bu dönemde reklamlar tüketimin artması üzerinde etkili olmuştur (Topçuoğlu, 1996: s. 182-183). Üçüncü dönem ise 2000'li yıllardır. Bu dönemde internet kullanımı yaygınlaşmıştır. Her eve internetin girmeye başlamasıyla birlikte pazarlama ve reklamlar da internet üzerinden ilerlemeye başlanmıştır. Bu durumlar ölçüsünde internette alışveriş siteleri ortaya çıkmaktadır. Tüketim sanal ortamdaki yürümeye başlamıştır. Böylece insanlar oturdukları yerden internet aracılığı ile ihtiyaç duydukları ürüne fazla zaman kaybetmeden pratik bir şekilde ulaşabilmişlerdir (Taylan ve Arkan, 2008: s. 86). Tüketim toplumunun oluşması sürecinde dönemler irdelendiğinde, gelişmelerin teknolojinin şekillenmesi sonucunda hızlandığı ifade edilebilmektedir. Bu şekilde tüketim toplumunun oluşmasında reklamlar, kültür fonksiyonunu irdeleme mantığında ideolojik bir reklamcılık anlayışına ortam hazırlamıştır.

Modern çağda reklam işlevselliği, gerçek ritüeller olarak değerlendirilmektedir. Reklamların sıradan nesneler ve düşüncelerde kutsallık kazandıran faktörler arasında yer aldığı belirtilmelidir. Reklamın tüketim toplumundaki anlamı, insanların ihtiyaçlarını oluşturmada standartların yeniden üretilmesine katkı sunuyor olmasında yatmaktadır. Reklamlar toplumda hâkim olan egemen ideolojinin yeniden üretilmesinde önemli bir rol oynarlar. Reklamlar metalara o toplumda kabul gören değer ve anlamları yükleyerek aslında değerlerin dolaşıma sokulmasını sağlar. Bu sayede egemen ideolojinin değer ve

anlamları doğallık kazanmış olmaktadır. Ancak reklamları salt tek başına bu süreci yürüten mecralar olarak anlamamak gerekmektedir. Reklamlar aynı zamanda tüm popüler kültür ürünlerinden beslenmekte bir göstergeler zincirinin halkalarından birini oluşturmaktadır.

Williamson reklamları metaların kültürlendirildiği mecralar olarak tanımlamaktadır. Buna göre reklamlar ürünleri tüketiciler açısından bir şey ifade eder hale getirmektedir. Reklam yapısı bu çerçevede, bir anlam yaratma potansiyeline girmektedir. Bu sonuçta reklamlar, açık bir şekilde özerk bir varoluşu simgelemektedir. Diğer yandan muazzam bir etkileme gücüne sahip olan üstyapıyı çevrelemektedir. Reklamlar her şeyi içerisine alabilecek potansiyeldedir. Williamson'a göre reklamlar, ürünler arasında farklılık yaratmak amacıyla var olan mitlerdeki farklılıkları kullanmaktadır (Williamson, 2000: s. 2). Reklam olgusu bu yönde satın alma davranışını etkileyen bir eğilim oluşturmaktadır. Bu durum prestij, refah, saygınlık ve kimlik oluşturma eylemlerine dönüşmektedir. Reklamın seslendiği kesim genel olarak hangi alt kültürün içinde yer alıyorsa, o kültürün göstergeleri, yan anlamları, mitleri, ideolojileri, bireyin kimliğini, o kültürün bir üyesi olarak inşa etmektedir (Hasekioğlu, 2008: s. 35). Williamson göstergeler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bütün göstergeler, somut birey anlayışının kişiler üzerinde konumlandırma etkisinden kaynaklı olarak inanç sisteminde bir anlama sahiptir. Bu yönde göstergeler, yalnızca bir şeyin yerini alma amacıyla ya da kendini gösterme eğiliminde, ispat sunma girişimlerindedir. Bu durumun reklam sektörü açısından bilinmesi, herkese özgü ürünlerin sunulmasını ve bu ürünlerin de alınmasının gerekliliğine karşılık gelmektedir (Williamson, 2000: s. 41). Reklamların hedef kitle özelliği kadar önemli olan diğer bir deyiş, ürün-bilgi formatı şeklinde yalnızca bilgi veren reklam metinleri özelliğinde olmamasıdır. Reklamların belirli tip tüketiciler ile belirli tip ürünler arasında ilişkiyi hızlı bir şekilde kurması ve bu ilişkiyi başarılı bir şekilde yansıtması, tüketicilerin algılarını bu yönde şekillendiren faktörler arasındadır. Bu kapsamda tüketim toplumunda reklamlar, geniş bir anlamı çevrelemektedir (Williamson, 2000: s. 13). Reklamların gösterge etkisinde olduğu yönünde çalışmalar yapanlardan birisi de Dağtaş (2003: s. 15) tarafından geliştirilmiştir. Dağtaş genel olarak hem yapısalcı hem de postyapısalcı bir yöntemi oluşturarak reklamın etkilerini belirtmektedir. Reklamlarda ortak ve ideolojik bir mitsel yönün çizilmesi anlayışını ifade

eden Dağtaş, bu durumun gerekliliğini gönderge sistemleri arasında mevcut bir ilişki olarak görmektedir. Diğer bir deyişle kişilerin reklam algıları üzerinden değerlendirmeler yapılması önemlidir. Bu durum için ise Dağtaş, belirli model geliştirmiştir. Bu model yapısında gösterenleri gönderge sistemlerini, mitleri ve analizleri yaparak reklamların oluşturulmasını savunmaktadır. Karşılığını bulan bir reklamın geliştirilmesi gerekliliği, bu açıdan tüketici üzerinde bir hedef kitle yönelimini oluşturma açısından önemlidir (Dağtaş, 2013: s. 15). İfade edilenler doğrultusunda tüketim toplumunun oluşmasında reklam etkisi önemli bir yer tutmaktadır. Ancak reklamlarda temel olgunun hedef tüketici anlayışında olması, etkin reklam yapısını yaratma ve kişilere sunma da önemlidir. Diğer bir deyişle reklamların, belirli kişilere yönelik olması kadar tüketim toplumuna da etkisi, ürünü alması gerekliliğine yönelik imajı oluşturmaktan kaynaklıdır. Böyle bir durumda reklam analizleri önemli bir yer tutmaktadır.

2.4. Tüketim Toplumu, Kapitalizm ve Muhafazakârlık

Günümüz toplumlarında göze çarpan en öncelikli unsur, tüketim toplumu anlayışıdır. Modern kapitalist yaşam anlayışında bu durum, renkli ve geçişken hayata adapte olabilme anlayışını, muhafazakâr bir boyutta sunmaktadır. Muhafazakârların dünyevi hazlarına yönelik bir farkındalık yaşama anlayışı, helal-haram adı altında farklı bir tüketim alışkanlığı ortaya çıkarıldığı düşünülmektedir. Diğer bir deyişle muhafazakârlık anlayışı, tüketim toplumunda belirli işlevler sahip olan üç önemli ve büyümlü kavram üzerinde yoğunlaşmaktadır. Yaşam tarzlarına etki etmesi üzerinden değerlendirilen bu unsurlar, moda, marka ve kâr anlayışıdır. Muhafazakârların keşfedilen bir dünya hazlarının olması sonucunda, tüketim toplumu içerisinde yer almış ve hem üreten hem de tüketen bir konumlamaya ulaşmışlardır (Yücebaş, 2013: s. 142).

Muhafazakârların kapitalist toplum içerisinde yaşam deneyimleri, belirli bir yer bulmaya yönelik piyasa ilişkileri ile etkileşimlerini vermektedir. Yaşamın kamusalılık ölçüsünde geleneksel kodlarla düşünülmesinin zorlu bir süreçte ulaşması, yaşamın örgütlenmesinde ayrı bir konumda bulunmaktadır. Bu yönde etkenler ailevi, cinsel ve duygulanımsal hayat karakteristikleri içerisinde önemli bir yere sahiptir. Kapitalist toplumsal düzen içerisinde bu anlayış, yeniden şekillendirilen ve dış toplumsal yaşama

bağlı olarak tehditleri algılama ve toplumda yeniden konum elde etme anlayışı üzerine geliştirilmektedir. Muhafazakâr yaşam anlayışı bu şekilde, kapitalist toplum içerisinde yeni bir yaşam tarzını geliştirme üzerine konumlama ve yüksek statülü yaşama yönelme üzerinedir (Pole, 1993: ss. 72-73).

Yaşam tarzlarına yönelik geliştirilen çalışmalardan birisi Bourdieu tarafından, habitus kavramını açıklama etkinliğinde belirginleşmektedir. Habitus içselleştirilen toplumsal yapılar demektir. Farklı bir anlamda bunu gündelik yaşam alışkanlıkları olarak da ifade etmek mümkündür. Bourdieu'nun habitusu zaman içerisinde değişebilmekte ve değişen şartlara ayak uydurabilmektedir. Kısacası statik ve durağan değil aktif ve dinamik yapıdadır (Bourdieu, 1980: s. 53). Konu muhafazakârlık açısından ele alınırsa, Bourdieu'nun habitusuna göre muhafazakârların yaşam alışkanlıklarının yeni tüketim toplumuna göre yeniden şekillenebileceği söylenebilmektedir. Bu bağlamda din ile tüketim kültürü arasında bir ilişkinin varlığından söz etmek mümkündür. Yaşam tarzlarının muhafazakârlık olgusu ile bütünleşmesi, toplumdaki konumlandırma ile etkileşimli bir formdadır. Toplum etkisi, muhafazakârlığın yitirilmesi ya da kazanılmasında önemli bir kaynak formundadır.

Habitus toplumda bulunan konumun belirlenmesinde etkilidir. Aynı zamanda toplumda bulunan konum da habitusu etkilemekte ve şekillendirmektedir. Gidilecek yerler, davranış şekilleri, katılacak etkinliklerin hepsi bulunan sınıfa göre habitusu ifade etmektedir. Birey habitusun gerçekleşme aşamasında bilinçli değildir. Eylemlerini farkında olarak gerçekleştirmemektedir. Kısaca ifade etmek gerekirse kişinin göstereceği davranışları kendisi değil habitus belirlemektedir. Davranışların şekillendirilmesinde geçmişte yaşanmış olan deneyimler ve tecrübeler de belirleyici olmaktadır (Bourdieu, 1980: s. 53). Tüketim toplumunda ürün aldıkça saygınlığın arttığını deneyimlemiş olan birey, statüsel üstünlüğün sağlanması amacıyla tüketimi bir yaşam tarzı haline getirebilmektedir.

Habitus kelimesinde daha çok içerisinde bulunan toplumsal sınıf üzerinde odaklanılmaktadır. Fakat muhafazakâr kesimin yaşam tarzlarında belirleyici olan sadece mensup olunan toplumsal sınıf değil aynı zamanda onların dini yönelimleridir. Din muhafazakâr kesimin yaşam tarzlarında oturup kalkmadan, konuşup yemek yemeye

kadar bütün davranışlarda belirleyici bir nitelik taşımaktadır. Fakat geleneksel toplum yapısı ile modern toplum yapısında hemen hemen her şeyin farklılaşması gibi dindarlıkta farklılaşmaktadır (Demirezen, 2016: s. 549). Günümüz toplumuna bakıldığı zaman bireylerin tüketici toplumunda yaşadıkları ve tüketici kimliğine bürünmüş oldukları görülmektedir. Reklamların ve medyanın kullanılması aynı zamanda kapitalizmin etkisi ile aslında ihtiyaç duyulmayan nesneler ihtiyaç duyulur haline gelmiştir. Günümüzde tüketim toplumunun varlığı muhafazakâr kesimin yaşam tarzları üzerinde de değişimlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Birey ile toplum birbiriyle tamamen bağlantılıdır. Sosyolojide bireyin mi toplumu oluşturduğu yoksa toplumun mu bireyi oluşturduğu yönünde birçok tartışma mevcuttur. Makro ve mikro bakış açılarına göre bu konu ile ilgili değişik görüşler belirtilebilmektedir. Fakat her zaman için tüm görüşlerin bulunduğu ortak nokta şudur ki, birey toplumdan bağımsız, toplum da bireyden bağımsız düşünülemez. Dolayısıyla toplum ile muhafazakârların dindarlık algılarının birbiriyle ilişkili olduğu söylenebilmektedir.

Tüketim toplumuna doğru yaşanan dönüşüm muhafazakâr toplumu da etkilemekte ve dönüştürmektedir. Tüketim toplumunda hâkim olan bir tüketim kültüründen bahsetmek mümkündür. Bu kültür sistem tarafından oluşturulan bir kültürdür ki bu noktada kapitalizm kendini göstermektedir. Buna bağlı olarak tüketim toplumunda hayat lüks odaklı estetikleşmektedir. Ayrıca tüketim toplumunda metalaşma söz konusudur ki bu etkenler de muhafazakârların yaşam tarzlarında değişikliklerin oluşmasına sebep olmaktadır. Metalaşma maddeleşme yani değerın kaybolmasını ifade etmektedir. Bundan kasıt ticarileşmedir. Dolayısıyla dini değerlerin ticarileşmesi ifade edilmektedir (Demirezen, 2016: s. 557). Bu durumun göstergesi olarak Türkiye’de muhafazakârlığın dönüşümüne örnek olarak tesettürün metalaşması gösterilmektedir. Bu bağlamda tesettürün yalnızca dini bir değere bağlı yapılmadığı, bundan ziyade estetiğe önem verildiği görülmektedir. Bu durum muhafazakâr kesim üzerinde tüketim toplumunun etkisi olarak okunabilmektedir. Bu bağlamda önemli olan bir diğer nokta kişilerin mensup oldukları sınıflarda oluşan ilişkilerdir. Son olarak belirtilen yukarıdaki maddeleri de içeren bireyin habitusudur. Tüketim toplumu muhafazakâr kesimin güncel yaşam tarzları ile ilişkili olmakla kalmamakta, onların yaşam tarzlarını anlamak açısından da etkili bir rol oynamaktadır.

Bunlardan farklı olarak ayrıca tüketim toplumunun en önemli göstergelerinden biri olan boş vakitler kapsamında da konuya bakılması gereklidir. Tekrar Türkiye çapında Müslümanlık dini üzerinden örnek verilecek olursa, boş vakitlerin değerlendirilebilmesi için beş yıldızlı İslami otellerin açıldığı ve oralarda lüks tatillerin yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda tüketim toplumunda ön plana çıkan sektörler arasında yer alan turizm sektörüne doğru da muhafazakârlar tarafından bir yönelme yaşandığı görülmektedir (Demirezen, 2016: s. 558). Tüketim toplumu ile birlikte yeni alışkanlıklar, yeni mekânlar, yeni eylemler ortaya çıkmaktadır. Ancak bu yeniliklerin çoğunu kapitalist sistemin daha çok tüketim yapmak olarak değerlendirmek mümkündür.

Tüketim kültürü anlayışında muhafazakârlık, İslamcı muhafazakârların toplum dışında kalmasını önleme odaklıdır. Bu toplumsal süreçte toplum içerisinde kalabilme odağında belirli mekân algısı üzerinden İslami kurallara bağlı yaşam olanaklarının geliştirilmesi söz konusudur. Benzer ölçülerde kentsel mekânlar, restoranlar, Müslüman kesimler gibi alanlara bağlı piyasa olanaklarının sunulması mevcuttur (Yücebaş, 2013: 137). Diğer bir durum ise, muhafazakârların gündelik yaşamda zengin Müslümanlar arasında geliştirilen bir durum olmasıdır. Muhafazakâr yaşam anlayışı, maddileşmiş bir kültür yapısını benimsemektedir. Bu yönde “İslami Burjuvazi”, “yeşil sosyete” ya da “tesettürlü sosyete” gibi yeni döneme yönelik kavramlar gelişmeye başlamıştır. Yaşam tarzlarında İslamileştirme üzerine yapılan çalışmalar, muhafazakârlık anlayışının bu yöne kaymasına etki göstermiştir (Yücebaş, 2013: 142). Yaşam tarzlarında kadına yönelik değerlendirmeler yapıldığında özellikle de muhafazakâr giyim tercihleri de kadınlar üzerinde etkin bir değerlendirmededir. Tesettür giyim üreticilerinin örtülü güzellik adı altında tesettür giyim üreticilerini ve satıcılarını etkilemesi anlayışı, örtünmede doğru biçime şekil verme anlayışında özgün bir konumlamaya sahiptir. İslamcı kimlik anlayışını oluşturma girişimleri, bu yönde kadına kimlik verme üzerinde ciddi bir çalışma içerisinde bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, tesettür kavramı üzerinden yaşam standartlarını oluşturma düzeyleri önemli bir yer tutmaktadır (Yaşın, 2005: 235).

Muhafazakâr yaşam şekillerinin estetize edilerek kültürel yaşam şekline dönüştürme anlayışı, tüketim kültürü boyutunu anlamlandırmada daha önemli bir yer tutmaktadır. Muhafazakârlık anlayışı bu yönde, modern kültürlenme biçimleri ile de ilişkilidir. Örnek üzerinden değerlendirildiğinde sinema, televizyon, müzik gibi eğlence endüstrileri, muhafazakâr yaşam içerisinde önemli bir yer kapsamaktadır. Diğer yandan gündelik yaşamda ayrıcalık oluşturma mekanizması, üst-sınıfsal pratiklere ulaşma ediminde tüketim kültürü kapsamında şekillenmektedir. Bu durum diğer yandan, modernizasyona yön verici boyuttur. Böyle bir işlevsellik aynı zamanda tüketim kültüründe eklemlenme düzeylerini vermektedir. Tüketim kültürü bu temelde, muhafazakârlıkta modernleşmeci söylemleri yansıtmaya eğilimindedir (Güngören, 1995: 126).

Muhafazakârlar hem lüks tüketime hem de bu tarz dini ürünlere karşı duyarsız kalmamaktadırlar (Pişkin, 2016: s. 135-137). Hatta bu duruma ilgi ile yaklaşmaktadırlar. Son olarak söylemek gerekir ki tüketim toplumunda muhafazakârlar için de önceden anormal sayılan bir çok unsur günümüzde normalleşmektedir. Çünkü tüketim toplumunda her kesime yönelik yeterince çeşitli ürünler sunulmaktadır. Ortak nokta ise insanların ihtiyaç duyduklarından daha fazla ürüne sahip olma istekleridir. Ya da farklı şekilde ifade edilmesi gerekirse aslında ihtiyaç olmayan ürünlerin bir ihtiyaçmış gibi gösterilmesidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MUHAFAZAKÂR KADINLAR ve TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI

(ÜSKÜDAR ÖRNEĞİ)

Ele alınan konu tüketim alışkanlıklarının muhafazakâr kadınlar içerisindeki durumunu açıklamak amacıyla işlenmiştir. Araştırmanın sadeliği ve anlaşılır olması bakımından sınırları çizilmiş ve bir çerçeve dâhilinde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda İstanbul-Üsküdar ilçesi örneği üzerinde durularak, muhafazakâr kadınların tüketim alışkanlıkları irdelenmiştir. Çeşitli sorular şeklinde hazırlanan araştırma, derinlemesine görüşme niteliği taşımaktadır. Ele alınan çalışmanın derinlemesine ve daha iyi anlaşılmasına yönelik yapılan bu yöntem, muhafazakâr kadınlar içerisinde tüketim alışkanlıklarını anlamamız açısından önem arz etmektedir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Muhafazakârlık aileyi sosyolojik işlevi itibari ile toplumun temel kurumu olarak ele alır. Muhafazakâr ideoloji “aileyi” toplumun hem temel birimi, hem de geleneksel ahlakın koruyucusu olarak görmektedir. Bu ideolojiye göre “aile” toplumu bir arada tutan bağların bir kısmını yaratır ve pekiştirir. Aynı zamanda aile toplum içinde dayanışmayı sağlar ve nihayet temel eğitim kurumlarından biri olma işlevini görür. Aile insanların kendi toplumuna mensubiyet ve aidiyet duygularını da kuvvetlendirir. Aile mefhumu bu kadar kutsallaşırken muhafazakâr düşüncede erkek evin maddi geçimini sağlamakta, kadının görevi ise ev işleri, eşi ve çocukları ile ilgilenmek olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda muhafazakâr tüketim toplumunda, ev içinde “özel alan” da var olan kadınların tüketime yönlendirilip üretimin dışında yalnızca tüketmeleri mi beklenmektedir sorusu araştırmanın inceleme konusu içerisinde yer almaktadır. Yapılan çalışmada sorulan sorulara verilen cevaplarda kadınların bu tüketim zincirinin içine nasıl eklemlendirildiklerini ve muhafazakâr kadınların tüketim alışkanlıklarını öğrenmeye yönelik sorular sorulmuştur.

Muhafazakâr kadınlar değişmekte olan tüketim alışkanlıklarının normal seyrinde gittiğini düşünmektedirler. Ülkemizde’de değişen tüketim alışkanlıkları ile muhafazakâr bireylerin yaşam biçimlerinde önemli değişimler ortaya çıkmaktadır. Bu değişimler alışveriş alışkanlıklarından, giyim tarzlarına, tatil alışkanlıklarından, ev dekorasyonuna boş vakitleri değerlendirmeye kadar birçok konuyu içine dahil etmektedir. İstanbul/ Üsküdar bağlamında muhafazakâr bireylerin değişen tüketim alışkanlıklarını ve bu değişimi etkileyen durumları tüketim toplumu bağlamında derinlemesine görüşmelerle incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın amacı söz konusu olgular çerçevesinde muhafazakârların yaşam biçimlerindeki değişimin günlük hayatın estetikleşmesi ve lüks tüketim algılarının eleştirel bir çerçevede gözlemlenmeye çalışılmıştır. Muhafazakâr gündelik yaşam biçimlerinin yeni yönlerini anlayabilmek için öncelikle tüketim kültürü ile muhafazakâr ideolojinin nasıl bir araya geldiğini ve birlikte nasıl bir değişim dönüşümün içine girdiğini gözlemlemek inceleme çerçevemizi oluşturmaktadır.

Araştırma muhafazakâr kadınların alışveriş alışkanlıkları, ev dekorasyonu, boş vakitlerini nasıl değerlendirdikleri, moda alışkanlıkları ve tüketime dair konuların incelenmesi hedeflenmiştir.

Öte yandan muhafazakârların tüketim alışkanlıklarındaki, zamansal değişimler araştırmanın diğer bir amacıdır. Yine gerek ev hanımlarının gerek çalışan veya evli-bekâr muhafazakâr kadınlar arasında tüketim alışkanlıklarındaki değişimlerin nasıl gerçekleştiği veya değişip değişmediği gözlemlemek araştırmanın çerçevesini oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemleri

Nitel bulgular üç farklı veri toplama şekline dayanır: (1) derinlemesine, açık uçlu görüşmeler; (2) doğrudan gözlem ve (3) yazılı dokümanlar. Derinlemesine görüşmeler kişilerin deneyimleri, fikirleri, duyguları ve bilgileri ile ilgili doğrudan alıntılar yapılabilmesine olanak verir. Gözlemlerden elde edilen veriler insanların etkinlikleri, davranışları, eylemleri ve insan deneyiminin gözlemlenebilen kısımları olan tüm kişiler arası etkileşimin ve örgütsel süreçlerin detaylı bir şekilde betimlenmesini mümkün kılar. Doküman analizi örgütsel, klinik veya program kayıtlarının tam metinlerinin ya da bunlardan yapılan alıntılar, muhtıra ve yazışmaların, resmi yayınlar

veya raporların, kişisel günlüklerin, açık uçlu derinlemesine görüşmelere verilen yazılı cevapların incelenmesini kapsamaktadır. Nitel bulgular tek başlarına veya nicel verilerle birlikte sunulabilir. Nicel ve nitel verinin birlikte kullanıldığı çoklu yöntemlere başvuran araştırma ve değerlendirme çalışmaları yaygındır. En basit anlamda, hem cevapları önceden belirlenmiş (kapalı uçlu) soruların hem de açık uçlu soruların birlikte kullanıldığı bir derinlemesine görüşme veya mülakat, nicel ölçüm ve nitel araştırmanın sıklıkla nasıl birleştiğine bir örnektir. Nitel verinin niteliği büyük ölçüde araştırmacının metodolojik becerisine, duyarlılığına ve dürüstlüğüne dayanır. Sistematik ve özenli gözlem, sadece ortamda var olma ve etrafa bakma anlamına gelmez. Derinlemesine görüşmeyi daha sağlıklı bir şekilde gerçekleştirmek, sadece sorular sormak anlamına da gelmez. İçerik analizi sadece orada bulunanı okumaktan çok daha fazlasını gerektirir. Gözlem, mülakat yoluyla kullanışlı ve güvenilir nitel bulguları elde etme disiplin, bilgi, eğitim, uygulama, yaratıcılık ve sıkı çalışma gerektirir (Patton, 2014: 35-38).

Yukardaki açıklamalar bağlamında üzerinde çalışmış olduğumuz konu gereği derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Burada amaçlanan hedef gerçek bilginin değişime uğramadan aktarımıdır. Araştırmada muhafazakâr kadınların tüketim alışkanlıklarını belirlemiş olduğumuz çerçeve dâhilinde ortaya koymaya çalışılmıştır. Bunu uygularken herhangi bir müdahale veya saptırma bilgidan uzak durulmuştur. Okuyucunun daha iyi anlayabilmesi ve bizim de hedefimize ulaşabilmemiz için yöntem ve tekniklere özenle dikkat edilmiştir.

Yapılan gözlem ve derinlemesine görüşmeler herhangi bir duygu etkisi altında kalınmadan yapılmaya bütün derinlemesine görüşmeler boyunca özen gösterilmiştir. Amaçlanan sonuca varabilmek adına Üsküdar ilçesinde yapmış olduğumuz mülakatların tamamıyla emek ürünü olduğu kanatındeyiz.

Bu bağlamda çalışmanın konusu özellikle muhafazakâr kesimlerin üzerinde yoğunlaşarak onların tüketim alışkanlıkları üzerine incelemeler yapmaktır. Bu çerçevede İstanbul/Üsküdar ilçesi örnek alınarak çalışma sınırları çizilmiştir. Yine ilçede yaşayan muhafazakâr kadınlarla görüşmeler yapılarak konunun daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır.

Öyle ki insanların tüketim alışkanlıkları üzerinde değişimlerin yaşanmasında dini, siyasi veya kültürel etkilerin sadece bir tanesi etkilidir demek çok zordur. Bütün bu çıkarımları yapılan derinlemesine görüşmelerin tamamında detaylı şekilde bulmak mümkündür.

Bu çalışma tüketim toplumu ve muhafazakârlığı konu edinmekle beraber, tüketim kültürünün geçirmiş olduğu evreleri de ele almıştır Özellikle muhafazakâr kesimlerde yaşanan ciddi değişikliklere dikkat çekilmek istenmiş ve bu konu üzerinde gerekli yorumlar ve çıkarımlar yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemleri

3.3.1. Veri Toplama Aracı

Birebir görüşmeler olarak da adlandırılan derinlemesine görüşmeler standart bir soru akışı olmayan, belli bir kalıbı olmayan, Aynı anda bir veya birden fazla kişi ile yapılan görüşmelerdir. Derinlemesine görüşmeler aslında grup tartışmalarıyla birbirine çok benzer. Görüşmede bir seferde sadece bir kişi (bazen iki kişi) ile görüşülür. Dolayısıyla tüm derinlemesine görüşmeler uzman ve deneyimli personeller tarafından gerçekleştirilir. Derinlemesine görüşmeler bir araştırmanın ilk aşamasında detayları ve kavramları daha iyi anlamak için kullanılır³

Görüşme sırasında ses kayıt cihazı kullanabilmekte veya elle not alabilmektedir. Her iki yöntemin de kendine göre artıları ve eksileri olduğunu dile getirmek mümkündür. Ses kayıt cihazı kimi zaman görüşmeyi yaptığınız insan açısından tedirgin edici olabilmektedir. Elle not almak da insanlar için bir ölçüde bilgi kaybı anlamına gelmektedir. Elle not alınsa da ses kayıt cihazı kullanılsa da görüşmeye başlamadan önce görüşülen kişiden bunun için izin alınması gerekmektedir. Ayrıca konuşmanın bazı yerlerinin kişinin isteği üzerine “kayıt dışı” tutulabileceğini, görüşme sonrasında ortaya çıkacak metni, ses kaydını, istemesi durumunda kendisiyle paylaşabileceğimizi bildirmek gerekmektedir. Burada “güven” en önemli unsurlardan bir tanesidir. Derinlemesine görüşme yaptığınız kişi size güvenmeli ve bu derinlemesine görüşmeyi ne için yaptığınızı bilmelidir. Bu güven ortamını sağlamak gerekmektedir.

³ https://www.researchgate.net/publication/322702126_Temel_Arastirma_Yontemleri.

Ortaya koyacağınız pozitif tutum, merak ve öğrenme isteği genellikle ekstra bir fayda sağlamaktadır. Dolayısıyla görüşmeye başlamadan önce görüşmenin amacını, kimliğinizi, bu görüşmeyle ne yapacağınızı net bir şekilde görüştüğünüz kişiye anlatmamız gerekmektedir⁴.

Araştırmamıza başlarken derinlemesine görüşme yapacağımız katılımcıları bulmak oldukça zordu. Akademik bir araştırmaya görüşmeciler neden dahil olmamalılar sorusu ile çalışmalarımıza başladık. Bu çalışmada belirtmek gerekir ki en meşakkatli süreç görüşmecileri bulmak ve kendilerini derinlemesine görüşme yapmak için ikna etmektir. Kendilerini en çok güvende hissedebilecekleri tanıdıkları vasıtasıyla bir alanda bulunarak sohbet niteliğinde başlayan konuşmalar sonucu derinlemesine görüşmeleri yapmak için çalışmalara başlanmıştır. Önceden hazırlanan sorular ile yapmış olduğumuz ön görüşme sonrası yapılan sohbetler sonrasında sorular üzerinde değişiklik yapılarak bütün sorular hazır hale getirilmiştir.

3.3.2. Veri Analizi

Araştırma soruları daha önce alınan ses kayıt cihazları incelenerek deşifreleri yapılarak analiz edilmiştir. Ayrıca görüşmecilerin sorulan sorulara verdikleri cevaplar esnasında kullandıkları mimikler, cümle aralarında duraksadıkları noktalar görüşmenin yorumlanmasına katkıda bulunmuştur. Görüşmeler esnasında alınan notları ekstra bilgiler olarak değerlendirebiliriz. Çünkü ses kaydının akıp gitmesi esnasında görüşmecinin mimik ve tavırları tam olarak anlaşılmamaktadır. Bu durumda görüşme esnasında alınan notları da kontrol etmek yorumlamanın ve gerek aktarımın sağlamlığını arttırmaktadır. Veriler incelenirken iki defa deşifreleri kontrol edilerek, görüşmecilerin verdikleri açık uçlu cevaplar görüşmecinin o andaki mimikleri ve diğer sorulara verdikleri cevaplar ile yorumlanmaya çalışılmıştır. Her görüşmeci ile kendilerini güvende hissedebilecekleri ortamlarda görüşmeler yapılmış olup, alınan cevaplar aynı titizlikle yorumlanmıştır. Üsküdar'da görüşmelerin daha sağlıklı geçmesi için istatistiksel olarak aynı bölgelerin dışında farklı farklı mahalleler seçilerek yaşam koşullarındaki farklılıkların saptanması amaçlanmıştır.

⁴ http://blog.aku.edu.tr/ometin/files/2012/02/derinlemesine_mulakat_teknikleri.pdf. Erişim:20.04.2018

3.4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul/Üsküdar'da ikamet eden muhafazakâr kadınlar oluşturmaktadır. Konunun içeriğine uygun olarak örneklem seçiminde muhafazakâr kadınlar seçilmiştir. Araştırmada derinlemesine görüşme yapılacak kişiler seçiminde araştırmalar kapsamında temel ölçüt, muhafazakar bir bölge olan Üsküdar'da ekonomik durumu iyi üst sınıf olarak nitelendirdiğimiz muhafazakar kadınlar seçilmiştir.

Çalışmanın sınırları belli olmakla beraber Üsküdar'da ikamet eden seçilmiş 20 kadın ile derinlemesine görüşmeler yapılarak konunun daha iyi anlaşılması hedeflenmiştir. Görüşmeciler ekonomik olarak üst ve orta gelirli olduklarını dile getirmekteydiler. Yaşadıkları yerler, gittikleri mekânlar, yaptıkları tatillerin ve giydikleri kıyafetleri ile tüketim olarak ekonomik olarak üst sınıf yaşam standartları dikkat çekmektedir. Görüşmecilerin tatil ve yedikleri ürünlerin kaliteli olmasına verdikleri önem çalışmanın evrenini belirleyici kılmaktadır.

Araştırmada yarı yapılandırılmış sorular hazırlanarak, veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Yapılan 20 kişilik derinlemesine görüşmede 15 kişi ile evlerinde görüşmeler yapılmış diğer 5 kişi ile dışarıda sakin mekânlar seçilerek derinlemesine görüşme yapılmıştır. Yapılan derinlemesine görüşmede görüşmecilerin onayı alınarak ses kayıt cihazı ile görüşmeler kayıt altına alınmış, daha sonra tek tek deşifreleri yapılmıştır.

Araştırmanın belirlenmesinde, çalışmada kullanılan ⁵derinlemesine görüşme ile veri toplama aracı olarak; verilerin toplanması ve analizine yer verilmektedir. Nitel veri toplama teknikleri ile ele alınan bu araştırmada ⁶yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

⁵ Belirli bir konunun yapısını, ilişkiseliliğini ve örüntülerini tümevarım yaklaşımıyla, detaylı şekilde incelemeyi amaçlayan ve doküman incelemesi, görüşme, gözlem gibi çeşitleri bulunan bir nitel veri toplama tekniğidir. Mülakat ya da görüşme tekniği, nitel araştırmalarda en çok başvurulan ve en temel veri toplama tekniklerinden biridir. Yarı-yapılandırılmış, yapılandırılmamış, derinlemesine, sözlü tarih gibi çeşitleri bulunmaktadır. Katılımcının bir konu hakkındaki kişisel deneyimlerini, bakış açısını ve düşüncelerini kendi ifadeleri ile anlatmasına olanak tanıyan esnek bir yöntemdir. <http://tusside.tubitak.gov.tr/tr/yontemlerimiz/Derinlemesine-Gorusme> Erişim tarihi: 26.11.2017

⁶ Yarı yapılandırılmış görüşme, yapılandırılmış görüşmeden biraz daha esnektir. Bu teknikte, araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları içeren görüşme protokolünü hazırlar. Buna karşın araştırmacı görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir ve

Araştırmada örneklem olarak ,muhafazakâr bir bölge olan Üsküdar ve ilçelerinde yaşayan muhafazakâr ve ekonomik olarak gelir düzeyleri iyi durumda olan kadınlar alınmıştır. Özellikle ekonomik olarak üst ve orta gelirli muhafazakar kadınları bir arada bulup kendileri ile derinlemesine görüşme yapmak araştırmanın evreni bakımından oldukça zor bir durum olduğunu söyleyebiliriz. Mülakatlar yapılmadan önce uzunca bir saha çalışması yapılmıştır. Nihayetinde uzun uğraşlar sonucu bir arkadaşım vasıtasıyla kadınlara ulaşmayı başardık. kadınların her ay düzenli olarak katıldığı “gün” adı verdikleri toplantı gününde kendileri ile bir araya gelerek derinlemesine görüşme yapıp yapmayacakları sorulmuştur. “Gün”e katılan 25 kadından 5’i derinlemesine görüşmeyi reddetmiştir. Toplamda yirmi beş kadının bir araya geldiği bu “gün” etkinliğinde kendileri ile derinlemesine görüşme ile ilgili 20 kadından izin alınıp, tarihleri kararlaştırıp derinlemesine görüşmelere başlanmıştır.

Bu nedenle, araştırmada muhafazakâr kimlik ile katılımcıların tüketim alışkanlıkları ve kapitalizmle birlikte ortaya çıkan muhafazakâr değerlerin nasıl değişime uğradığı gözlemlenmek istenmektedir. Yapılan görüşmelerde Muhafazakâr kadınların tek muhafaza ettikleri olgunun “aile mefhumu” olduğu görülmektedir.

Tüketim ile ilgili nerelerden alışveriş yaptıkları, hangi mağazalardan giyindikleri, değişen moda anlayışlarına ilişkin görüşleri ve gözlemleri belirlenmeye çalışılmıştır. Modayı takip edip etmedikleri, tesettürün modayı takip etmelerine engel olup olmadığını, alış veriş alışkanlıklarını, dışarıda yemek yeme alışkanlıklarını, boş vakit değerlendirme biçimlerini, tatil alışkanlıklarını, ev dekorasyon alışkanlıklarını anlamaya yönelik yarı yapılandırılmış sorular sorularak incelenmeye çalışılmıştır.

Derinlemesine görüşmeciler ile yapılan bire bir görüşmelerin deşifreleri, görüşmeciler ile yapılan çalışmanın daha sağlıklı olması amacı ile G yani görüşmeci olarak kısaltılmıştır. Bu kısaltmalar her görüşmeci için tek tek G1, G2, G3, G4, G5...gibi kısaltmalar şeklinde gösterilmiştir.

kişinin yanıtlarını açmasını ve ayrıntılandırmasını sağlayabilir. Eğer kişi görüşme esnasında belli soruların yanıtlarını başka soruların içerisinde yanıtlamış ise araştırmacı bu soruları sormayabilir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği sahip olduğu belirli düzeyde standartlık ve aynı zamanda esneklik nedeni ile eğitim bilim araştırmalarında daha uygun bir teknik görünümü vermektedir. Bu görüşme, nitel araştırma içerisinde görülebilir. Ayrıca bkz. Ekiz, D., (2003). Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metotlarına Giriş, Ankara.

3.5. Muhafazakâr Kadınlara Sosyo-Kültürel Bir Bakış, İstanbul/Üsküdar örneği

3.5.1. Kişisel Bilgilere Dair Genel Sorular

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Görüşmeciler kendilerini hangi Gelir Grubuna ait görüyorlar?
G1	Kadın	34	Boğaziçi Üniversitesi Matematik öğretmeni	Çok İyi
G2	Kadın	46	Ev hanımı	İyi
G3	Kadın	23	Ev Hanımı	İyi
G4	Kadın	52	Galatasaray Üniversitesinde Fransızca öğretmenliğini bitirmiş. Ekonomik durumunun iyi olmasından dolayı mesleğini yapmıyor. Ev hanımı	Çok iyi
G5	Kadın	56	Ev hanımı	Çok iyi
G6	Kadın	36	Ev hanımı	Çok iyi
G7	Kadın	39	Ev hanımı	Çok iyi
G8	Kadın	40	Ev hanımı	Çok iyi
G9	Kadın	36	Marmara Üniversitesi coğrafya öğretmenliği mezunu. Ev hanımı çalışmıyor. Çocuklardan dolayı çalışmak istememiş	Çok iyi
G10	Kadın	56	Ev hanımı	Orta
G11	Kadın	40	Ev hanımı	Çok iyi
G12	Kadın	39	Ana okulu öğretmeni çalışmıyor. Ev hanımı	Çok iyi
G13	Kadın	31	Mimar	Çok iyi
G14	Kadın	28	Doktor	Çok iyi
G15	Kadın	68	Ev hanımı	Çok iyi
G16	Kadın	34	Ev hanımı	Çok iyi
G17	Kadın	36	Kuran öğretmeni	İyi
G18	Kadın	42	Ev hanımı	Çok iyi
G19	Kadın	36	Eczacı	Çok iyi
G20	Kadın	35	Ev hanımı	Çok iyi

Tablo incelendiğinde 20 görüşmecilerin birçoğunun mesleği olmasına rağmen mesleklerini yapmadıkları görülmektedir. Katılımcılara ekonomik olarak hangi gelir grubuna aitsiniz? diye sorulduğunda; Görüşmecilerden G1, G4 ile G9'un ekonomik durumlarını çok iyi olduğunu belirtmektedirler, evlendikten sonra eşleri tarafından, ekonomik durumlarının iyi olmasından kaynaklı çalışmalarını istemediklerini söylemektedirler.

G1,Boğaziçi üniversitesi, Matematik Öğretmenliği mezunuyum. Mesleğimi yapmıyorum eşim çalışmamı istemiyor. Maddi durumumuz da iyi olduğu için buna gerek duymuyorum. Ancak kendimi sürekli geliştirmeye çalışıyorum kurslara seminerlere katılıyorum. Çalışma hayatının insanı gerilettiğini düşünüyorum. Çalışan bayanlar çocuklarına eşine zaman ayıramıyor. Bu çok kötü bir şey bence.

Değişmekte olan muhafazakar ideolojide kadınlar üniversitede eğitimlerini tamamlamakta ve kendilerini geliştirmektedirler. Kadın toplumsal kabuller ile aile mefhumu içinde düşünüldüğünde kadınlar çocuk sahibi olduktan sonra farklı sorunsalları ortaya çıkardığı için kamusal alan ile özel alan arasındaki çizgi belirginleşmektedir. Özellikle kadınlar için çocuk bakımı ile ilgili önemli bir durum söz konusu olunca kamusal alanda olmak biraz sancılı bir süreç gibi görülmektedir. Nilüfer Göle, kamusal alanda görünür olmaya başlayan muhafazakar kadınları şöyle anlatmaktadır;

Modernizm ile islam arasındaki meseleler devamlılık göstermektedir. Çatışma zemini mahremiyet ve kimlik, medeniyet ve modernlik gerilimi üzerinde temellenmektedir. Kadınların kamusal görünürlüğü ve siyasi aktörlüğü çağdaş islamcı hareketlerin yeni özelliğini oluşturmakta ve kadınların örtünmesiyle ev içi mekanlara kapanmasını ve aile içi rollere hapsolmasını doğal karşılayan geleneksel islam anlayışına meydan okuyan yeni yüzlerin olduğunu dile getirmektedir (Göle,2017: s.28).

Geleneksel islam modeline meydan okuyan kadınların değişimi aynı zamanda kendilerini eğitim anlamında değiştirip dönüştüren bir durumu simgelemektedir. Muhafazakar kadınlar üniversitelerde iş hayatında kendilerini göstermeyi başarırken aynı zamanda kamusal ve özel alan ayrımında yeni pratikler sunmaktadırlar.

Muhafazakar kadınlar özel alan içerisinde kendilerine farklı alanlar açarak karşı bir sorunsal ortaya atılmaktadır. G1'de üniversite mezunu, çocukları doğtuktan sonra çocuklarına ilgi gösteremeyeceği düşüncesi ile çalışmak istemediğini belirtmektedir.

Eşinin çalışmasını istememesi üzerine G1 bu durumu eğer çalışırsam eşime ve çocuklarıma zaman ayıramayacağını dile getirerek bahsi geçen durumu benimsediğini düşündürmektedir. Toplumsal bir sorun olan çocukların bakımının yalnızca anneler tarafından yapılması gereken bir durummuş gibi algılanması kadınların bütün yaşam tarzlarını etkilediğini söylemek yanlış olmasa gerek. Türkiye’de de var olan bu toplumsal sorun kadınların yaşam biçimlerini belirleyen toplumsal kodlar daha küçük yaşlarda başlamaktadır. Muhafazakar kadınlar yaşam biçimlerini etkileyen toplumsal kodları benimsemekte, kendileri adına karar verilen bütün mecraları, olması gereken bir durum olarak dile getirmektedirler.

G4, 52 yaşındayım 4 çocuğum var. İki çocuğum evli ikisi daha evlenmedi. Galatasaray Üniversitesi Fransızca dilini yarıda bırakmak zorunda kaldım. Başörtümden dolayı. Üsküdar Çengelköy’de oturuyorum. Ev hanımıyım. Aynı zamanda Kuran Öğretmeniyim ama yapmıyorum. Daha önce yaptım. Çocuklarım doğunca bıraktım eşimde istemedi çalışmamı. Gelir düzeyimiz yüksek yani ortanın biraz üstü.

Kendilerini Muhafazakar olarak tanımlayan görüşmeci kadınlar, ekonomik gelir düzeylerinin iyi olmasını kendilerine dışa dönük, iyi hissedebilecekleri, üretebilecekleri alanlar açtıklarını dile getirmektedirler. Görüşmeci 4’de maddi durumlarının çok iyi olduğunu ve çalışmasına bu sebepten gerek kalmadığını dile getirmektedir.

G4 gelir düzeyiniz eğer çok iyi ise çalışmamanın daha doğru bir seçenek olduğunu düşünüyorum. Çünkü ben şu anda sadece kendim için ayda on bin TL harcama yapıyorum. Örnek verecek olursam; bir işte çalışsaydım eğer ki artık yaşım pek müsait değil en fazla iki bin TL alırdım. Bırakın kendimi görünür kıldırmayı tiyatroya bile gidecek parayı bulamazdım”.

G 9, 36 yaşındayım evliyim üç çocuğum var. Çamlıca’da oturuyorum. İki oğlum bir kızım var, ikisi ortaokul biri ilkokulda Fazilet Kolejinde okuyorlar. Marmara Üniversitesi Coğrafya bölümünden mezunum ancak çalışmıyorum. Ev hanımıyım. Evlendikten sonra bir iki sene dershanelerde müdürlük yaptım. Daha sonra eşimin yoğunluğundan ve çocuklarda olunca işi bıraktım. Elhamdülillah ekonomik durumumuzda iyi olduğundan çalışmama gerek kalmadı.

Görüşmeciler çalışmak istememelerinin nedenlerini şöyle açıklamaktadırlar; çocukları olduktan sonra onlarla ilgilendiklerini, eşlerinin çalışmalarını istemediklerini dile getirmektedirler. Bazı görüşmeciler ise, gelir durumlarının çok iyi olmasından dolayı çalışmalarına gerek kalmadıklarını söylemektedirler. Örneklemelerde gelir düzeylerinin iyi olması görüşmeci muhafazakâr kadınlarda kendilerini eşleri ve

çocuklarına adadıklarını dile getirmektedirler. Yapılan görüşmelerde görüşmeci kadınların dünyaya geliş amaçlarının aile mefhumuna hizmet etme aracı ve ancak bu durumu koruduklarında değer gördüklerini dile getirmektedirler.

Görüşmelerin yapıldığı yerlerin görüşmecilerin kendilerini daha rahat hissedebilecekleri mekânların olmasına özen gösterilmiştir. G3'ün kendisini en çok rahat hissedeceği evinde derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Çamlıca'da otobüs ile ulaşımın çok zor olduğu Villa'dan içeri girince güzel bir bahçe bize eşlik etmiştir. Bahçenin duvarlarına doğru uzanan üzüm dalları ile evin mimarisinde kullanılan motifler göz alıcıdır. Kapıyı hizmetliler açtığında ayakkabılarımızı çıkartmamızı rica ettiler ve kaç numara ayakkabı ne tarz bir ayakkabı tercih ettiğimizi sordular. Rahat olmasını istedik. Bize terlik getirirler diye düşünürken ayakkabı getirdiler. Rahat etmezseniz yenisi getirebileceklerini evin için de namaz kıldıklarından ayakkabı ile giremeyeceğimizi nazikçe açıkladılar. Çalışanların hepsi tesettürlü ve aynı kıyafetleri giydikleri dikkatimizi çekti. Çalışanların özenle seçildiğini düşünmekteyiz. Girişte mükemmel tablolar, sade bir o kadar da gösterişli bir asma tavan motiflerinden gözümüzü alamadık. Bekleme salonunda beklerken, bize su getirdiler diye düşünürken zembem suyu olduğunu içince anladık.

Gösteriş, estetik ve tüketilecek en lüks eşyalar, görseller evin içerisinde bizi karşılamaktadır. Evin içindeki her detayın, estetik kaygı barındırdığı göze çarpmaktadır. Muhafaza edilen olguların kapitalizm ile değişip dönüştüğünün en belirgin göstergesi olarak kendisini göstermektedir.

3.5.2. Muhafazakâr Kadınların Alışveriş Tarzlarının Dönüşümü

Türkiye'de muhafazakâr ideolojinin yükselişe geçmesi ve alım gücünün artması ile kamusal alanda olduğ'a kadar normal hayatta da alışveriş yapılırken de görünürlüklüklerinin arttığı görülmektedir. Muhafazakârlığın ekonomik olarak liberalizmle birlikteliği aynı zamanda liberalizme özgü kültürel kabulleri de beraberinde getirmiştir. Siyasi konjonktürde iktidar olmanın verdiği özgüven ile bütün güçlerin bir arada bulunması muhafazakâr ideolojinin değişimini hızlandırmış ve muhafazakâr ideolojiyi daha fazla görünür kılmıştır. Bu bağlamda görünürlüğü artan muhafazakâr

ideoloji kendisini kültürel alanda yeni moda ikonları, alışveriş tarzlarındaki dönüşüm ile göstermektedir.

Muhafazakâr kadınların örtülü kimlik bağlamında farklı bir moda yaratmakta, bütün mağazaların, butiklerin hatta alışveriş merkezlerinin gösteri alanlarına dönüşmektedir. Sombart Aşk Lüks ve Kapitalizm kitabında zamanı daraltma eğilimi olarak gördüğü tüketimi şöyle anlatmaktadır;

İster verili bir süre içinde ortaklık lükse boğulsun: birçok nesne kullanılmış, birçok nesne denenmiş olsun; isterse dönemsel olan eski lüks düzenlemeler artık sürekli hale getirilmiş olsun: yılda bir tertiplenen festivaller sık sık yinelenen festivallere dönüşüyor, kutlama günlerindeki geçit törenleri günlük balo haline geliyor, dini merasim günlerindeki ziyaretlerle mevsimlik ziyafetler, artık her gün sabah akşam yineleniyor; ya da isterse sahiplerinin hizmetine daha çabuk yetiştirilebilmek için ‘lüks malların’ daha kısa sürede üretilmesi olsun(Sombart; 2013,170).

Değişip dönüşen muhafazakâr kadınların alışveriş alışkanlıklarında da her gün gezilecek mağazalar fazlalaşmaktadır. Özel dikim kıyafetler, kahvaltı mekânlarında muhafazakâr kadınlar için oluşturulan ayrı mekânlar, dini merasimler için diktirilen gösterişli pahalı kıyafetler ile muhafazakâr kadınlar sürekli tüketime yönlendirilmektedirler. Hakmar, File, marketleri üst gelirli insanların tercih ettiği helal ürünlerin satıldığı marketlerin bütün Türkiye’ye yayılmış olması, her mahallede en az bir şubelerinin açılmakta olması yaşanan değişimin en belirgin özellikleri arasında ve tüketimin bütün alanla da var olduğunu göstermektedir. “Modern kapitalizm, artık yabancılaşmış süreçler yerine yabancılaşmış yaşantıların yeniden-üretim süreçlerine yönelmiştir”(Dağtaş; 2009,55). Tüketim kültürü ve kapitalizm kendisine yabancılaşmış yaşantıları kendi üretim/tüketim zincirinin içine almaya çalışmaktadır. Bu bağlamda modern kapitalizmin var olan tüketim zincirine ötekini kurgulayarak yapmakta olduğu düşünülmektedir. Örnek verecek olursak; akıllı eşarplar, kolay kullanımlık seccadeler, muhafazakâr oteller, vip hac ibadetleri gibi örneklerini sıralayabileceğimiz alanlar da bunu gerçekleştirmektedir. Baudrillard *Tüketim Toplumu* anlatırken; “Üretilen her şey üretilmiş olması nedeniyle kutsallaşır. Üretilen her şey olumludur, ölçülebilir her şey olumludur” der (Baudrillard; 2017,39). Üretilen her ürün tüketilmesi için olumlanmakta ve satın alınmak için kurgulanmaktadır. Tüketim araçlarına her gün bir yenisi eklenmekte alışveriş merkezlerindeki mağazaların sayıları, her sezon üretilen ürün

çeşitliliği fazlalaşmakta toplum devasal bir gösteri bankasına dönüştürülmektedir. Muhafazakâr bireylerin, gündelik yaşam biçimleri sıradanlaştırılmaktan uzaklaşmakta, her birey tüketimin bir halkası durumuna getirilmektedir. Bu bölümde muhafazakâr kadınların alış veriş alışkanlıkları, gündelik yaşamı kurgulama biçimleri anlaşılmaya ve yaşam tarzlarını estetize etme biçimleri açıklanmaya çalışılacaktır. Muhafazakâr kadınların yaşam tarzları kendi yorumları ile birlikte değerlendirilecektir. Muhafazakâr bireylerin Ekonomik alım gücünün artması ile değişen yeme içme alışkanlıkları, tüketime eklenmiş markalaşmış ürünlerin satın alınması, sağlıklı gıdaların tüketilmek istenmesi gibi birçok alan bu bölümde araştırmamıza katkı sağlayacak önem arz eden konuları kapsamaktadır.

Yapılan görüşmelerde görüşmecilerin alışveriş yaptıkları yerler birbirine benzer mekânlar oluşmaktadır. Muhafazakâr kimliğin getirdiği kısıtlamalarla görüşmeciler genel olarak alkollü ürün ve sigara satmayan marketlerden alışveriş yaptıklarını dile getirmektedirler. Ürünlerin markalı olmasının yanı sıra sağlıklı olması da diğer bir önem atfedilen konulardan biri olduğu görülmektedir.

G 2, Evde mutfak alışverişini genelde eşim ve şoförümle birlikte yaparız. Arabayı kullanmadığım için tek gidemiyorum alışverişe. Eşim ile birlikte hafta sonu alışveriş yaparız ve birlikte alışveriş yapmayı çok severiz. Araba kullanmayı öğrenemediğim için de çok söylenir. Hafta içi alışveriş yapmam gerekirse de şoförümle birlikte çıkar alırız ihtiyaçlarımızı. Market alışverişini de eşimle birlikte file marketten yapıyoruz genelde. BİM'lerin daha üst kalitesi olan bir market. Çok güzel bir market herkese tavsiye edebileceğim bir market. Meyve alışverişinde kız kardeşimle birlikte pazara çıkmayı tercih ediyoruz. Üsküdar cuma pazarından yapıyoruz. Alışveriş yaparken önce sağlıklı olmasına dikkat ediyorum. Eskiden bu kadar dikkat etmezdim ancak şimdi sağlık problemlerimden kaynaklı dikkat ediyorum.

G2.'nin alışveriş yaptığı File market tüketim alışkanlıklarında gelir düzeylerine göre tüketicilere Bim'e eşdeğer(Bim marketlerin devamı olan ama daha kaliteli ürünler satan bir market) File'nin tercih edilme sebebi Bim marketlere nazaran daha kaliteli ürünleri satışa sunması ve öncelikli olarak görüşmeciler tarafından belirtilen sigara ve alkollü ürünler satılmamasıdır. Muhafazakâr tüketim alışkanlıklarındaki değişim ve dönüşümü marketlerden yapılan alışverişlerde göstermektedir. Muhafazakâr orta üst sınıf bireyler için tüketicilere özel marketler açılmış olması ve tüketime yönelik açılan

bu muhafazakâr marketlerin özel ve pahalı olması, alım gücünün artması ile tüketimin sınıflandırıldığını düşündürmektedir.

G 4, Evin bütün ihtiyaçlarını ben karşılıyorum. Eve giren bütün eşyalar, yiyecekler benim denetimime tabii olur. Mutfak alışverişini kendim yaparım genellikle eşim karışmaz. Genelde mutfak alışverişinde özellikle et aldığımda kendi kasabım var, güvendiğim, ordan alıyorum. Marketlerdeki ete hiç güvenmem. Mecbur kalmadığım sürece içki satılan marketlerden alışveriş yapmam. Ona çok dikkat ederim. Mesela MİGROS'dan, CARREFOUR'dan asla alışveriş yapmam. Happy Center'den alışveriş yaparım. Çünkü sigara bile satılmıyor Happy Center'de. Sağlıklı şeylere çok önem veririm. Aldığım ürünün fiyatı önemli değil çok şükür.

Görüşmeci 4.'ün Alışveriş yapmaya çıktığı zaman tek dikkat ettiği unsurun alkollü ürünler satmayan yerlerden alışveriş yapmak olduğunu dile getirmektedir. Aynı zamanda aldığı ürünlerinin fiyatlarının hiç önemli olmaması alım gücünün arttığı düşünülmektedir. Gelir durumunun alışveriş yaparken daha seçici davranımına yol açtığı lüks ile sağlığın girift bir şekilde iç içe geçtiğini göstermektedir. Örnek verecek olursak gelir durumu çok düşük olan bir insanın karnının doyması yeterlidir. Neyi tükettiği, nerden tükettiği çok da önemli bir unsur değildir. Aslında Muhafazakâr kimliğe uygun olmayan gösteriş, lüks ve kapitalizm ile iç içe geçtiği görülmektedir.

G7, Gelir düzeyimiz yüksek Allah'a bin şükür. Alışverişini ben yaparım mutlaka mutfağıma hangi yiyeceklerin girdiğini bilmem gerekir. Marketlerden ve pazarlardan yiyeceklerini taze bulduğum yerlerden yaparım. Migrostan, BİM'den, Şok'dan, A101'den bu marketlerin hepsinden yaparım.

G 6, Alışverişte sağlıklı ürünlerin olması önemli benim için ayrıca haram mallar satan marketlerden alışveriş yapmıyorum, haram mallar derken alkollü içecek satan marketleri tercih etmiyorum. Eşim de bu konuda dikkat etmem gerektiğini hep söyler. Bu konuda tutucu olduğumuzu söyleyebilirim. Marka seçimi birçok üründe önemli. Her markayı tüketmemek lazım.

G 9, Evdeki aklınıza gelebilecek bütün alışverişlerini ben yapıyorum. HAKMAR'dan yapıyorum genelde orası bizim için daha uygun. Sağlıklı olması bizim için en önemli koşul. Fiyatı çok önemli değil açıkçası ancak orada da indirim giren birçok ürün oluyor. İhtiyaçlarıma göre de alışveriş yaptığım yerler değişiyor tabi ki. Markalı ürünlerin olması benim için çok önemli değil sağlıklı olması daha önemli benim için.

G 15, Mutfak alışverişini ben yapıyorum üç yardımcımız var onlardan birini yanıma alıyorum benim seçtiklerimi onlar eve bırakıyor. Markalara çok önem vermem çoğu zaman özel sipariş veririm, kalabalık olduğumuzdan her şeyi kasa kasa alırım. Torunlarım için bir bostan yaptırdım

sebzelerimiz hep oradan gelir bazen bostana yeni sebze ekilecekse ben gider ekerim elim baya bereketlidir söylemesi ayıp.

G 7, G 6, G 9'nın yaptıkları alışveriş seçimlerinde sağlıklı, helal, kaliteli ürünler satan marketleri tercih etmektedirler. Yaptığımız görüşmelerde muhafazakâr kimliğin tüketim alışkanlıkları genel olarak birbirine benzemektedir. Bu benzerlikte ürünlerin sağlıklı ve kaliteli olmasının yanı sıra alışveriş yapılan marketlerin seçimindeki gösterdikleri özen dikkat çekmektedir. Genel olarak alışveriş yapılan marketler Happy Center, BİM, Hakmar gibi sigara ve alkollü ürün satmayan marketlerdir. Bu marketler çoğunluğu muhafazakâr orta üst sınıftaki bireylere yönelik ürünler satışa sunan marketlerdir.

3.5.3. Muhafazakâr Kadınların Modaya İlişkin Algı ve Dönüşümleri

Türkiye'de içinde yaşadığımız son yıllarda muhafazakar kesimin siyasi, ideolojik ve kültürel anlamda kendini değiştirip dönüştürerek inşa ettiği başörtüsü, muhafazakar tüketim kültürünün kapitalizm ile iç içe geçmesiyle 2000'li yıllardan bu yana bir moda ve tüketim nesnesi haline gelmiştir. Yapılan görüşmelerde muhafazakâr kimliğe sahip kadınların alışveriş yaptıkları alanların fazlalaştığı ve kendi modalarını kendilerinin oluşturduklarını dile getirmektedirler.

Türkiye'deki tesettürlü giysilerin sergilendiği en ünlü mağazalarında görsel şölenlerle tüketiciye sunulduğu, tesettür modasının semt mağazalarında veya büyük alışveriş merkezlerinde bulunması, defilelerin lüks otellerde yapılması veya muhafazakar ölçütlere uygun olma gibi söylemlerle birlikte tüketime yönlendirilmektedir. Moda dergilerinde tesettürlü kadın kıyafetinin altında mankenlerin vücutlarının fark edilmesi ve mankenlerin bol makyajlı yüzleri ile görünmesi kadınların tüketim fetişizmi olarak kullanıldığını göstermektedir. Tesettür modası eski muhafazakar yaşam tarzı ile yeni modern muhafazakar yaşam tarzları arasındaki değişimi göstermektedir. Tesettür, muhafazakâr burjuvazi tarafından kültürel ve siyasal bir simge olarak inşa edilmiştir. Bu süreç metalaşmanın başlangıcı olarak görülmekte, bu metalaşma süreci tesettür modası ile ekonomik bir değere dönüşerek piyasaya sunulmaktadır. Bu tesettür modası geniş kitlelere yayılmaya devam etmektedir. Önceden tek tip kıyafetlere ulaşabilen ve tek tip kıyafetler giyen

muhafazakâr kesim için son yıllarda alternatiflerin çoğaldığını, mağazalardaki birçok ürünün muhafazakâr kesime yönelik olduğu yapılan görüşmelerde de aktarılmaktadır. G4, G10, G11, G12, G15, G16, G17, G20 görüşmecilerin tesettür modası ve kıyafet alışverişi ile ilgili yapılan görüşmeleri aşağıda verilmektedir.

G 15, Kızım Moda Tasarım mezunu, kızım, benim için çizer ve diktirir kıyafetlerimi. Modayı ben takip etmesemde kızım bilir nelerin moda olduğunu, yani dolaylı olarak modayı takip etmiş oluyorum. Ben 15 yaşında örtündüm, tabi o zamanlar bulunmazdı böyle renk renk eşarplar, şallar. Şimdi herkes moda olanı giyiniyor daha kolay her şey. Eskiden kıyafet bulamıyor oluşumuz yokluktan değildi çok şükür durumumuz hep çok iyi idi ama kıyafet yoktu o zamanlar. Her kadın güzel giyinmeli modayı takip etmek şart değil ama tesettür de modaya engel değil. Ben bu yaşında sıkır sıkır giyinirim hep.

G 16, Artık modayı tesettür modası belirliyor. Dışarıdaki tesettürlü bayanlardan da anlaşılacağı gibi çok güzel tesettürlü kıyafetler ve farklı farklı birçok ürün var.

G 17, Kendim için alışverişi ben yapıyorum. Üsküdar'da butiklerden ya da alışveriş merkezlerinden yapıyorum. Merve Dağlı for Ladies diye bir butik var Üsküdar'da oradan yapıyorum tesettür kıyafetleri satan bir mağaza. İstedğim şeyleri kolay kolay bulamadığım için alışveriş yaptığım yerler sabit oluyor genel olarak. Eşarplar için Dior, Longchamp, Hermes'i tercih ediyorum daha kaliteli oluyorlar. Ayakkabı ve çantalarım da Gucci ve Armani oluyor. Çünkü eşim iş adamı ve birçok ortamda bulunuyoruz eşim ile birlikte o yüzden şık olmaya çok dikkat ediyorum.

G 10, Daha çok AVM'ler bana hitap ediyor. İstinye park, Zorlu, Akasya, Capitol'dan en yakın çevremdeki alışveriş merkezlerinden gerçekleştiriyorum. Özel diktirdiğim kıyafetlerim de oluyor özel günler için. Eskiden daha çok özel dikim kıyafetlerim vardı. Çünkü örtülü bayanlar için çok seçenek yoktu ama şimdi öyle değil her şey elimizin altında. Rahatladık bizde.

G 11, Moda ile ilgili benim bir standartım vardır. Biraz tutucuyum bu konuda. Yani artı birazda kilomdan kaynaklı her şeyi giyemiyorum, artı tesettür. Moda olduğu için giymek zorunda hissetmem kendimi yakışsa bile hissetmem. Modayı takip etmiyorum. Ben on altı yıl önce kapandım o zamanlar bu kadar yoğun değildi. Bu kadar güzel değildi eşarplarımız ya da tek tip pardesüler vardı. Şimdi çok şık feraceler kıyafetler var. Artık modayı engellemek mümkün değil. Aksine tesettürde çok şık kıyafetler var. Ben zihniyet olarak biraz daha tutucu olduğum için bazen tesettüre uygun olmadığını düşünüyorum modanın. Çok fazla canlı renkler kullanılıyor. Aslında tesettürde o renkleri o kadar kullanmak uygun değil diye düşünüyorum. Çok fazla fosforlu yeşiller kırmızılar... Başı açık bayanlar gibi davranmak istiyor olabilir kişiler ama o zaman neden kapandınız. Bir açık gibi davranmak istiyorsanız o zaman açılmalısınız. Tesettür biraz sakınmaktır bu anlamda biraz bana uygun değil.

G 4, Muhafazakâr bir ailenin çocuğu olarak dünyaya geldim. İlkokul bittikten hemen sonra örtündüm. Eskiden Tesettür modası diye birşey yoktu. Ne bulsak üstümüze çekerdik. Hiç unutmam Galatasaray üniversitesinde okurken bir gezi vardı Fransa'ya gidilecekti. Bende gitmek için ismimi yazmıştım. Ortalamaları en yüksek olanlar seçilecekti. Bende seçilmiştim. Ama babam okul dışında başımı açmama izin vermediğinden, çok istediğim geziye katılamamıştım. Ama şimdi devran bizim devranımız. Herkes istediğini yapsın değil mi? Açık olanlar nasıl istediklerini yapıyorlarsa tesettürlü hanımlar da yapsın.

G 11, tesettürün modaya uygun olmadığını söylemektedir. Moda ile birlikte son zamanlarda artan şatafatlı kıyafetlerin muhafazakâr kimliğe uygun olmadığını söyleyen görüşmeci renkli ve gösterişli kıyafetler giyinmenin tesettürü yansıtmadığını dile getirerek, modanın tesettüre uygun olmadığını kişilerin modayı takip ederken tüketim çılgınlığı ile düşündükleri ve savundukları fikirlerin dışına çıkıldığını dile getirmektedir. G17'inin alışveriş yaptığı mağazalar ve markaların lüks ile bağdaştırılabileceği muhafazakâr kimliğe ters düşen aşırı tüketim ve gösterişin markalarla taçlandırıldığı bir alışkanlığı simgelemektedir. G4'ün küçük yaşta örtündüğünü için babası tarafından sınırlandırıldığını dile getirerek modanın tesettüre aykırı olmadığını başörtülü kadınların da başörtüsü takmayan kadınlar kadar rahat olması gerektiğini söylemektedir. Bu bağlamda tesettür modası muhafazakâr kimlik ve muhafazakâr kimliğin getirdiklerinin önüne geçmektedir. Tüketilen moda aynı zamanda kendi içerisinde ötekiyi yaratmaktadır. Örtülü ve örtülü olmayan kadınlar arasındaki moda tarzlarının farklarını ortaya çıkartmakla beraber tartışmalara zemin hazırladığı düşünülmektedir.

G 12, Benim için hiçbir şey ifade etmiyor. Benim tesettür modam kendim. Herkesin giydiği kıyafetleri giymeyi sevmem. Farklıyım ve bunu kıyafetlerime yansıtmalıyım diye düşünüyorum. Yurt dışında bir modacı var. Dubai'de kendi çizimlerini veriyorum modacı sadece kıyafeti giyilebilir hale getiriyor. Diyorum ya benim modam kendim.

G 20, Tesettür Modası benim için çok önemli. Tesettür modası, takip ettiğim ve kıyafetlerimi modanın seçimlerine göre alışveriş yapmaya çalıştığım bir mecra. Moda Nisa'yı düzenli olarak takip edebiliyorum. Eskiden hiç bir şey giyinmemekten çok yakınıyordum. Örtülü olmayan kadınların giydiklerinden kendimize dinimize uygun olanı seçip almaya çalışıyorduk. Ama şimdi kendi modamız var, çok gurur verici.

Tesettür modasını kendi giyim tarzı olarak tanımlayan G 12 aslında yurt dışında özel olarak diktirdiği kıyafetlerle modanın kendisini besleyerek tüketime eklemeye çalıştığı düşünülmektedir. Modanın, tüketimin ve tüketilen nesnelerin zevk olarak gösterilen ama

aynı zamanda bize sunulanın tüketildiği bir yaşamı paylaşmaktayız. Kapitalizm; kendimizi özel hissettiren, üretimden çok tüketilen nesnelerin üzerindeki ortak paydayı paylaşmaktadır. Özel dikilen bize kendimizi özel hissettiren her şey bizi tüketime yönlendirmektedir. Tesettürün sadece örtünmek veya dinin emrettiği şekilde örtünmenin dışına çıkarak estetik bir kaygıya dönüştüğü gözlenmektedir. Estetik kaygısı muhafazakâr kesimi de etkisi altına aldığı, bu kaygılar aynı zamanda çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmesi kaçınılmazdır. Muhafaza edilen olguların ne olduğu görüşmecilerin kendi aralarında tartışmaya açık olduğu anlaşılmaktadır.

3.5.4. Muhafazakâr Kadınların İslami Oteller Bağlamında Tatil Alışkanlıkları

Muhafazakâr kesimin, her alanda olduğu gibi tatil anlayışlarında da büyük değişimlere uğramaktadır. Günümüzde Muhafazakar orta sınıfın tatil anlayışı yalnızca memleket ziyaretleri ile değil, ülke içerisinde belli bölgelerde yoğunlaşan yazlıklarda da tatiller yapılmaktadır. Muhafazakâr aile yapısına hitap eden otellerin sayısı her geçen gün artmakta, yapılan reklamlar “muhafazakâr oteller” ile atılan başlıklarla duyurulmaktadır. Pansiyonlardan, otellere, tatil köylerine kadar oldukça geniş bir muhafazakâr tatil seçeneklerinin fazlaştığı görülmektedir. Artan ekonomik gelir düzeyleri ile birlikte üst sınıf muhafazakârlar yurt içinde tatil yapmaktansa yurt dışında tatil yapmayı tercih etmektedirler. Görüşmeciler tesettürlü olmalarından ötürü kendilerini daha rahat ve özgür hissettikleri yerleri seçtiklerini söylemekte, yurt içinde ise plajların erkekler ile ayrı olduğu haşemasız denize girebilecekleri oteller, butikler seçilmektedir. Yurt içinde genel olarak Antalya ve Antalya’daki oteller tercih edilmekte olup, tercih edilen otellerin öncelikli özelliği kadınların otel içinde özgür ve rahat hareket edebilecekleri mekânlar olmalarıdır. Tercih ettikleri oteller ile kadınlar haşema giymek zorunda kalmadıkları, diledikleri kıyafetler ile denize girebilmektedirler. Tatil mekânları da gelir seviyesi yüksek muhafazakâr kimliğe göre uyarlanmıştır.

G 13, Düzenli olarak tatile çıkarım. Gezmek benim için terapi. Dubai’yi çok severim 20 kez gittim. Alışverişi çok güzel kış ortasında yazı yaşıyorsunuz. Bir kadının en özgürce yaşayacağı yerdir Dubai. Kimse kimseyi rahatsız etmiyor orada. Uzak ülkelerin dışında Balkanlar, İtalya, Fransa bütün Avrupa ülkelerini gezdim hemde bir kaç defa Belçika Sicilya’yı baya gezdim hemen hemen hepsini gezdim. Arkadaşlarımda bana takılır birçok yere arkadaşlarımla gittim. Pijama partisi yaparız arkadaşlarım benimle gezmeyi seviyorlar. Promosyonlu turları takip

ederim. Arkadaşlarıma sorarım bana takılırlar. Benim için tatilin sakın olması önemli. Haşema giymem ben tuniğim vardır. Bu anlamda Dubai çok rahat mayoyla bile girilebiliyorum. Özellikle Dubai’de kadınlar gününe denk getirebilirim tatilimi çok mutlu olurum. Kadınlar günü olduğu için erkekler plajın yakınına bile giremezler. Yazlıkta gittiğim yerlerde de tuniğim ile denize giriyorum.

G 7, Evet tatile çıkıyoruz. Yurt dışı - yurt içi. Yurt içinde genel olarak muhafazakâr kesimin tercih ettiği yerler var. Biliyorsunuz o mekânlarda da solaryuma kadar en güzel hizmetler sunuluyor. Hem rahat olacağımız hem de kaliteli hizmet alabileceğimiz mekânları tercih ediyoruz. Yurt dışında daha çok Avrupa’yı gezdik. Hacca gittik eşim ile birlikte Elhamdülillah görevimizi yerine getirdik. Umre’ye gittim 3 kez. İlk Umre ziyaretimizde çok keyif alamamıştık. Kaldığımız Otel problemliydi. İkinci ziyaretimizi VIP Umre ile yaptık. Daha kaliteli bir hizmetle daha huzurlu bir Umre ziyareti oldu bizim için. Herkese tavsiye ediyorum. İnsanlar eleştiriyor görüyorum, okuyorum medyadan. Neden insanlar Paris’e özel uçak tutarak gidebiliyorlar da. Umre ziyareti daha konforlu şekilde yapılıncı bu kadar olay oluyor anlamıyorum.

G 8, Ailecek sık sık tatile çıkarız. Genelde deniz kenarını tercih ediyoruz. Zaten yazlığımız var genelde tatillerimizi yazlıkta geçiriyoruz. Bir iki defada Angels Marmaris otele gitmiştik. Yurt dışı seyahatlerinde Avrupa’yı tercih ediyorum. Uzun uçak yolculuklarını sevmiyorum. Amerikaya bir kez gittim. On bir saat uçak yolculuğu baya yormuştu. Tatil gibi gelmedi ondan sonra bir daha uzun uçak yolculuklarından kaçınıyorum. Hac’a eşimle evlendikten hemen sonra gittik. Eşim İran’lı onların adetlerinde düğün yapılmaz Umre’ye veya Hac’a gidilir. Biz düğünde yaptık. Ama hemen sonrasında Hac’a gittik beraber. Çok güzel bir duyguydu benim için evlilik ve Hac farzımı aynı zamanlarda yerine getirdim inanılmaz bir duyguydu. Çocuklar olduktan sonra Umre ziyaretimizi gerçekleştirdik iki defa çocuklarda kutsal yerimizi bilsinler görsünler diye.

G 18, Genelde tatillerimizde deniz kenarını tercih ediyoruz. Çatalca’da yazlığımız var yazlığa da gidiyoruz. Tabi rahatlık önemli çünkü tesettürlü bayanlar her yerde rahat bir şekilde denize ya da havuza giremiyorlar. Aslında şu an tesettürlü bayanlar ve aileleri için ayrı özel tatil mekânlar var. Hem modern hem birçok alternatifin olduğu eğlenceli mekânlar. Tabi alkolsüz mekânlar oluyor. Yurt dışınada çıktık Dubai’ye gittik üç kez. Barcelona ayrıca Avrupa’da İngiltere ve Fransa’ya gittik.

Tatil alışkanlıkları insanlar için bireysel bir durum değil toplumsal olarak düzenlenmiş ve öğrenilmiş bir durumdur. Burada turizm anlayışı eğlence ve hac merkezi üzerine kurgulanmaktadır. Görüşmecilerin her birinin mutlaka hac ve umre ziyaretlerini en az 2 defa yerine getirdiği görülmekte ve görüşmeciler bu hac ziyaretlerini 5 yıldızlı

kabe manzaralı otellerde gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Bu gezi sırasında bütün anlarının fotoğraflanarak sosyal medya üzerinde paylaşıldığı bildirilmektedir.

Görüşmeciler ile yapılan bire bir görüşmelerde Hac ve Umre ziyaretlerinin “inanç turizmine” dönüşmeye başladığı görülmektedir. Tüketim toplumunun insanların alışveriş, tatil, giyim yaşam tarzına sirayet ettiği gibi inanç ritüellerinde köklü bir değişime uğramasına neden olmuştur. Bu bağlamda düşünüldüğünde bugün yapılmakta olan hac ibadetinin amacının elli yıl önce ile aynı olmadığını şimdi yapılan hac ibadetinin neden aynı olmadığı sorularını da beraberinde getirmektedir. Bahsi geçen ibadet mekânlarının modernizasyonu, organizasyonlar, vasıtaların modernizasyonu hac ibadetlerinin değişip dönüşmesine etkisi vardır.

G 7 ile yapılan görüşmede muhafazakâr kesimin hac ve umre ziyaretleri ile ilgili yapılan eleştirilere karşıt bir savunma oluşturarak insanların özel uçaklarla yurt dışına yapılan ziyaretleri örnek gösterilmektedir. Tüketim toplumuna dönüşümü ve muhafazakâr kesimin ekonomik gücünün artması ile sınıf atlayarak söz konusu toplumsal yapıya entegre olması, muhafazakârların hayat tarzlarında önemli değişiklikler getirdiği görülmektedir. Tüketim, toplumsal yapının ve kültürünün dayatması olan gündelik hayatın estetikleşmesi ve metalaşması muhafazakâr kesimin ibadet alanlarını da estetize ettiği ve hayat tarzlarını bu bağlamda dönüştürmektedir. Hac ve umre gibi dini olguların ticarileştiği gözlemlenmektedir. Görüşmeciler tatillere aileleri ile çıkmakta ve kendi alanlarını muhafaza ederek kendileri belirlemektedirler.

3.5.5. Muhafazakâr Kadınların Ev ve Dekorasyon Alışkanlıkları

Görüşmeciler ile yapılan derinlemesine görüşmelerde “aile olmanın” önemi ve içinde yaşadıkları evler en çok üzerinde konuşulan ve detaylarının belirtildiği en önemli olgulardan biridir. Evlerin iç dekorasyonları kadar bahçe ve dış görünüşleri de oldukça gösterişli ve modern yapılandırılmıştır. Derinlemesine görüşmelerde ev içi dekorasyonların yerinde incelerek görülmesi görüşme açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda gündelik yaşamında estetize edilme süreci bu kaygıyı sıradan bir hale getirmiştir. Ayrıca görüşmecilerin geleneksel kabuller içinde geçmiş ve gelecek kurgusu, eski ve modern ikilemi arasında kaldığı dekorasyonlarda ev içindeki tablolarla gözlemlemekteyiz. Söz konusu bu dönüşümü somut bir şekilde

muhafazakârların gündelik yaşam biçimlerinde görülmektedir. Muhafazakar orta üst sınıfların yeni yaşam biçimleri ev dekorasyonlarında kendilerini iyiden iyiye göstermektedir. Bu süreç muhafazakârlığın getirdiği mütevazılıktan çok lüks alışkanlıkları tüketim alışkanlıklarındaki farklılıkları beraberinde getirmektedir. Ekonomik alım gücünün artması evde dekorasyonun sık sık değiştirilmesini de beraberinde getirmiştir. Bu bakımdan muhafazakârlığın modern yaşam biçimlerine adapte olma önemli bir aşama olarak görülmektedir. Bu aşama tüketimi hızlandırmakta neyin muhafaza edildiği tartışma konusunu beraberinde getirmektedir. Ekonomik alım gücü artan muhafazakâr orta üst sınıf bireyler değişip dönüşerek başka bir zümrenin diline ve toplumsal kabulüne dâhil olduğunu söyleyebiliriz.

G 6, Evimi kendim dekore ediyorum eşim hiç karışmaz zaten anlamaz. Hatta çok yoğun çalıştığı için bazen fark etmez bile. Her yıl mutlaka oturma salonumu değiştiririm. Eskilerinide ihtiyaç sahiplerine veririm. Misafir salonunda estetiği tercih ediyorum. Ama günlük kullandığımız odamız için rahatlık daha önemli. Evet geleneksel motifleri çok severim ancak evin dekorasyonunda kullanmıyorum şimdilik modern mobilyaları tercih ediyoruz.

G 6'nın her yıl değiştirdiği mobilyalarının tüketim fetişizmi ile ihtiyaç sahiplerine veriyor olması ile olumlamaktadır. G6'ı muhafazakâr ideoloji ve din ile bir araya gelen israf kavramını düşündürmektedir.

Tüketim kültürünün estetize edildiği muhafazakâr gündelik yaşam biçimlerinde, bu değişimler normalleşerek her türlü tüketimin meşruluk kazandığı düşünülmektedir. Muhafazakârlar modern kapitalist yaşam biçimlerinin var ettiği renkli ve değişken hayatına uyum sağlamakta her hangi bir sorun görmemekte ve yaşamaktadırlar. Gündelik yaşamda muhafazakârlar da kendi yaşamlarını estetize süreçleri ile görünürlük kazanmaktadırlar.

G 18, Eşim çok zor beğenir. Takıntılı olduğu için tatil yerlerini seçerken de baya problem yaşıyoruz. Bu aldığımız evi beş sene bakarak seçebildi eşim. Bizim eve bir şey alınacaksa çok zor girer. Bir şey çıkacaksa da çok zor çıkar. Eşim bundan bir kaç yıl önce bir antika masa almıştı. Ben daha yeni dizaynli bir masa istemiştim. Akşam eve getirdiğinde kıyameti koparttım. Bu masa bu evde kalmayacak dedim. Geleneksel motifler, Antikalar hiç ilgimi çekmez. Kullanılmışlık hissi beni korkutur. Hatta masanın üzerinde Semra Özal'ın kullandığı masadır diye yazıyor hala. Sabah uyanır uyanmaz bizim Üsküdar merkezde Antikacılar çarşısına şoförümle birlikte götürüp sattım çok cüzi miktara eşim çok üzülmüştü ve ertesi gün gidip sattığının iki katı paraya geri

almıştı. Hiç unutmam masa hala bizim evde. Dediğim gibi bizim eve eşimin istemediği bir şey giremez. Ben dekorasyon konusunda çok yetki sahibi değilim.

G18'in ev dekorasyonunda geleneksel ev eşyalarına karşı geliştirdiği tutum kendi ifadelerinden de anlaşılacağı gibi estetik kaygı ile geliştirdiği bir tutum olduğu düşünülmektedir. Ev dekorasyonunda ve eve alınacak her türlü metanın eşinin izni ile alınması, muhafazakâr kodlarla en özel alanı da kapsadığını ve kadınları yaşam alanlarına sirayet ettiği görülmektedir. Evlerin dekorasyonundan alınacak mobilyadan, iğneye kadar birçok unsur görüşmeci 18'in dillendirdiği üzere erkeğin onayından geçmektedir. Muhafazakâr kesimin ev dekorasyonunda iki nokta göze çarpmaktadır. Birincisi geleneksel motiflerin estetik kaygı ile kullanılmadığı, ikincisi ise erkeklerin onay vermeden evden herhangi bir eşyanın giremeyeceğini veya evden çıkarılamayacağını belirtilmektedir.

G 12, Ev dekorasyonunu ben yapıyorum. Tablolar ve biblolar çok ilgimi çeker evin her yerinde tablolar var. Koltukların yeri sık sık değişir. Işıklar gece lambalarına da çok dikkat ederim. En sevdiğim şey dekorasyon. Geleneksel motifler pek ilgimi çekmez doğruyu söylemek gerekirse. Çok yaşlı işi gibi geliyor bana.

G 19, Eşimle birlikte ev dekorasyonunu yapıyoruz. Modern olması çok önemli bizim için. Geleneksel motifleri başka bir yerde gördüğümde çok hoşuma gidiyor ama kendi evime pek uyarlayamıyorum, galiba evimde pek hoşuma gitmiyor geleneksel motifler". G 14, "Evimi ben dekore ettim belki bu yüzden de hiç yabancılik çekmedim sanki uzun zamandır kendi evimdeymişim gibi hissetmişim evliliğimizin ilk günü. Eşim karışmaz ben evin dekorasyonu ile ilgilenirim. Rahatlığa çok önem veririm zaten bana göre rahat olan yer estetikte oluyor. Geleneksel motifler sadece bir odamızda var, orayı kayın validem hazırlamıştı zaten odadaki her şey ona ait, pek kullanılmıyor ama duruyor işte kırmamak için hayır diyemedim". G 7 "Ev benim için eşim çocuklarım demek yuva demek. Genelde geleneksel motiflerden Osmanlı motiflerinin tercih ediyorum. Osmanlının Modern Sanat Kanvas tablolarını evde görmeye bayılırım". G 20 "Ev dekorasyonunu ben ve kızım yapıyoruz. Geniş ve rahat olmasına dikkat ediyorum. Geleneksel motifleri çok severim. Evde annemden kalma halı ve kilimler var. Onları evde kullanıyorum.

Görüşmecilerden G18, G12, G19, G14 dekorasyonda geleneksel motiflerden pek hoşlanmadıklarını, G6, G7, G20 ise dekorasyonda teknolojinin imkânlarını kullanarak geleneksel öğelerin modern estetik ile birleştirilerek kullanmayı tercih ettiklerini dile getirmektedirler. Kapitalizmin bir unsuru olan modernite muhafazakâr toplumdaki

yansıması gelenekselcilik ile modernlik arasında var olan zıtlığın birleştirildiği bir alana dönüşmektedir. Muhafazakâr yaşam algısının ev içini estetize etme biçimi hem var olanı muhafaza etme, hem de modern algıyı yakalayabilme üzerine inşa edilmektedir. Görüşmeciler ev kavramı yuva olarak tanımlayarak aile mefhumunun önemi vurgulanmaktadır. Bu yuva kavramının içinde aynı zamanda hem ev içi hem de evin dışındaki dekorasyonuna ve estetiğe önem atfedilmektedir.

G17 Aile benim için mutluluk demek huzur bulduğum çatısı olan bir yer diyebilirim. G16 Ev benim için ailenin birlikteliği demek. Evimi çok seviyorum. İçinde huzur bulduğum benim olan bir yer. G15 Evim benim için ailemin bir arada oldukları tek yer bu yüzden evimi ve ailemi bir arada tuttuğu için evimi çok seviyorum. G14 Ev benim için huzur mekanı, ibadet ederken, uyurken, otururken kendimi cennette gibi hissediyorum. G8 Aile benim için anneliği simgeliyor. Eşim ve çocuklarımla mutlu olduğum bir yuva.

Görüşmeciler tarafından “Aile mefhumu” eşlerin ve çocukların birlikteliğinin muhafaza edildiği bir olgu olarak tanımlanmaktadır. Muhafazakâr ideolojiye göre; toplumun en küçük yapı taşını aile oluşturmaktadır ve aile mefhumu hem toplumun temel yapısını hem de toplumsal değerleri kuşaktan kuşağa aktarılmasını sağlayarak muhafaza etmektedir. Kadınlar aileyle ilgili kendilerine çok büyük sorumluluk yükledikleri var oluş amaçlarında evi temizlemek, eşlerine güzel görünmek, çocuklarını eğitmek olarak gördükleri bir alana dönüştüğü gözlemlenmektedir. Görüşmecilerin boş vakitlerinin nasıl değerlendirdikleri ve yeteri kadar boş vakitlerinin olup olmadıkları ile sorulara G4, G5’in verdikleri cevaplar şu şekildedir:

G4, Yeteri kadar boş vaktim olduğunu düşünüyorum. Boş vakitlerimde genelde kitap okurum, Kuran-ı Kerim çok okurum mealini çok okurum. Benim için mealı (anlamı) çok önemli. Nasıl yaşamamız gerektiğini Kuran-ı Kerimin mealinden öğreniyoruz. Herkesin Kuran-ı Kerimin mealini okumasını isterim. Doğru düzgün ahlaklı bir yaşam sürmemiz buna bağlı. Kuran-ı Kerimi okurken huzur buluyorum maneviyat bana anlam katan en önemli hissiyat.

G 5, Yeteri kadar boş vaktim olamıyor. Genelde çok yoğun oluyorum. Ancak hastalandığımda evde yatabiliyorum. Her gün yardımcım olamıyor ne yazık ki. Pazar günleri ev ile ben ilgileniyorum. Böyle olunca da idare etmeye çalışıyorum. Evin bütün işini yardımcım yapıyor. Pazar günleri bana işleri yapmak kalıyor. Bütün aile torun torba pazar günleri bende toplanıyor. En büyük mutluluğumuz bu bizim aile olarak. Aile geleneklerimizden biri pazar buluşmaları. Allah hastalık vermesin onun dışında her pazar mutlaka buluşuruz.

Görüşmecilerin çoğu yeteri kadar boş vakitlerinin olmadıklarından şikâyet etmektedirler. Görüşmeciler boş vakitlerinin olmadığına ve gün içerisinde eşlerinden, çocuklarından kendilerine vakit kalmadıklarını dile getirmektedirler. Muhafazakâr ideolojide, erkek evin maddi geçiminden sorumludur. Kadının temel görevi ise ev işleri veya (hizmetliler tarafından yaptırılan ev işleri), eşi ve çocukları ile ilgilenmesidir. Yapılan görüşmelerde Muhafazakâr kadınların tek muhafaza ettikleri olgunun “aile mefhumu” olduğu düşünülmektedir.

3.5.6. Muhafazakâr Kadınların Dışarıda Yemek Yeme Alışkanlıkları

Dışarıda yemek yeme alışkanlığı kentleşme, sanayileşme ve tüketim toplumunun getirdiği sosyolojik bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de son zamanlarda hızla artış gösteren dışarı da yemek yeme alışkanlıkları beraberinde alım gücünün artması ile muhafazakârlar üzerinde de etkilerini arttırmakta, dışarıda yemek yeme alışkanlıklarında değişimler meydana getirmektedir. Açılan muhafazakar restaurantlar, kafeler, helal kesim Burger King’e benzer fastfood yiyecek sektörleri dikkat çekmektedir. Ritzer’e (2011: 196) göre modern olarak yemek yeme alışkanlığı bir gösteriye dönüşmüştür. Fast food tüketimi ile insanın yemeği alma ve yutma arasındaki hıza indirgenmiştir. Tüketim toplumu ile her şeyi hızla tüketmemiz aynı zamanda yemek yeme alışkanlıklarında kendisini göstermektedir. Muhafazakar yaşam biçimlerini de etkileyen dışarıda yemek yeme alışkanlıkları aynı zamanda başka mekanların açılması ile farklı tüketim biçimlerini beraberinde getirmiştir.

Türkiye’de kentleşme ve göç ile birlikte iş yerlerinin evlere uzaklaşması, hane içinde çalışan çiftlerin sayısındaki artışlar, kadınların kamusal alana dâhil olması ile birlikte bu artış fazlalaşmaktadır. Modern zaman kavramı ile birlikte insanların küçük evlerde yaşayarak kendilerine ve çevrelerindekiyle dışarıda zaman ayırmayı beraberinde getirmiştir. Dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının birçok nedeni bulunmaktadır; lüks tüketim, toplumsallaşma aracı, zevk, farklılık, aile ile birlikte geçirilecek zaman, mecburi durumlar gibi bunların hepsi dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının nedenleri arasında sayılabilir. Yaptığımız görüşmelerde muhafazakâr kadınların; lüks tüketim, alışveriş merkezlerindeki en pahalı mekânlarda alışveriş

yapma, markalaşmış ürünlerin tüketilmesi ile yeme içme alışkanlıkları tüketimin en belirgin özellikleri arasında görülmektedir.

Yapılan görüşmelerde görüşmecilerin dışarıda yemek yeme alışkanlıkları sorulduğunda verilen cevaplar aşağıda gösterilmektedir.

G.3 G.14 G.15 Görüşmecilerin dışarıda yemek yemelerini çok sevdiklerini yalnız eşlerinin bundan pek hoşlanmadıklarından ötürü dışarıda çok fazla yemek yiyemediklerini dile getirmektedirler. G.3 Eşinden gizli bazen çocukları dışarı yemeğe çıkarttığını dile getirmektedir. Nedenini ise eşinin dışarda yenilen yemeğin evdeki bereketi azalttığına inanması olarak gösterilmektedir. Muhafazakâr bireylerin helal kesim gıdaları tüketmeleri, dışarıda yemek yiyecekleri mekânların fazlalaşması ile tüketim alışkanlıklarındaki değişimin bu alana da yansıdığı düşünülmektedir.

G.1, Ailecek dışarıda yemek yemeği çok severiz. Gittiğimiz mekânlar genelde; restoranlar, güncel yeni açılmış mekânlar oluyor. Eşim çok düşkün olduğu için özellikle yeni açılmış mekânları takip eder ve haftada bir gün çıkarız mutlaka. Mesela Üsküdar'da Nakkaş tepede seyir-et, Villa Bosphorus Restoranlarına ailecek çok gideriz. Mesela Nusret, çok önceden biliriz Nusreti. Mesela Raffles Otel'in Antep gecesi olur, özel bir gün olur gideriz.

G.1'in Üsküdarın en lüks restoranlarında ailecek yemek yeme alışkanlıkları lüks tüketimi taçlandırmaktadır. Nusret'e normal şartlarda asgari ücretle çalışan bir ailenin gidemeyeceği bir mekâna haftada en az bir gün gidilmekte olması muhafazakâr bireylerin ekonomik olarak alım gücünün arttığını göstermektedir.

G.3, Eşim dışarda yemek yemeği pek sevmez ondan dışarda yemek yediğimizi pek hatırlamıyorum. Ben çocukları arada eşim olmadığında yemek yemeğe çıkarırım. Eşıme söylemeden çünkü eşim dışarda yenilen yemeğin evdeki bereketi azalttığını düşünüyor.

G.4, Dışarda yemek yemeği çok severim. Özellikle arkadaşlarımla bildiğim güvendiğim mekânları tercih ederim. İçkisiz mekânlar olmalı tek önceliğim bu. Dünya mutfağını çok sevmem. Klasik severim yerel tadlar olmalı benim için. Domuz eti yurt dışında çok olduğu için seyahate çıktığımda güvendiğim helal kesilmiş et olduğundan emin olmadan yemiyorum.

G.4 için dışarıda yemek yiyebilmesinin ön koşulu güvenli, tanınmış olan restoranların seçilmesidir. Muhafazakar kadınlar dışarıda yemek yiyecekleri mekanlarda daha lüks ve konforlu mekânları seçtiklerini yapılan görüşmelerde dile getirmektedirler.

Görüşmeciler, içki satılan ve mekânlarda asla oturmadıklarını dile getirirken nedenini sorulduğunda “*dinimizin yasakladığı kötülükleri içinde barındıran alkolün biz*

istememek dahi yıkanıp bize aynı bardaktan servis edilmesi kendilerini kötü hissettirdiğini”dile getirmektedirler.

G.6, Eşim dışarıda yemek yemeği çok sever. Ailecek yemek yemek için dışarı çıkıyoruz. Hatta bazen çok abartıyoruz. Eşim nargile içmekten çok zevk alır bu yüzden, onun için Sultanahmet ya da Tophane’de çok güzel kafeler var oraları tercih ediyoruz. Yemek yemek için daha sakın restoranları tercih ediyoruz. Doğruyu söylemek gerekirse ben eşimle gittiğim mekânlarda daha çok rahat ediyorum. Erkekler her yere girebiliyor olsalar da kadınlar her yere, her mekâna giremiyorlar. Bu anlamda eşimle birlikte daha çok rahat edebileceğimiz mekânları tercih ediyoruz.

G.6’nın İstanbul’un Tophane semtindeki en fazla turistlerin bulunduğu, muhafazakâr kafelerin bulunduğu mekânlarda vakit geçirmelerinin kendilerini rahat hissettirdiğini söylemekte, aynı zaman da eşi ile birlikte bu mekanalarda daha güvende olduğunu dile getirmektedir. Eşi genelde nargile içmek için Tophane’deki bir kafede ailelerin gittiği mekânı tercih ettiklerini söylerken G.6’ya “Nargile içiyor musun diye bir soru yönelttik?” G.6 “Eşinin nargile içtiğini kendisinin içmediğini ve kadınlara böyle kötü alışkanlıkları hiç yakıştırmadığını” dile getirdi. Muhafazakâr kadınların sürekli erkekler üzerinden kendilerini inşa ettikleri söylemlerinden de anlaşılacağı üzere görülmektedir. Bu inşa, muhafazakâr kadınların birilerinin kızları, eşleri, kardeşleri olarak süregeldiği düşünülmektedir.

G.8, Dışarıda vakit geçirmek benim için çok önemli. Çocuklar doğduktan sonra biraz daha sınırlı olmaya başladı ama dışarıda vakit geçirirken mutlu olduğumu hissediyorum. Genelde Çengelköy’de takılıyoruz. Beste diye bir restoran var her şeyinden çok memnunuz. Bayanların rahat vakit geçirebileceği bir mekân. Arada arkadaşlarla Beşiktaş’ta Swiss Otel’de oluyoruz. Kafamıza göre takılıyoruz. Tesettürlü bayanlara uygun mekânları tercih ediyoruz. Rahatlık çok önemli benim ve arkadaşlarım için.

G.13, Dışarıda yemek yemeği çok severim, sosyal olmanın en güzel parçası benim için. Arkadaşlarımla ayda iki üç kez muhakkak dışarıda yemek yeriz. Ailem yoğun olduğu için onlarla pek dışarıda yemek yemek mümkün olamıyor ne yazık ki.

G.14, Eşim dışarıda yemek yemekten pek hoşlanmaz, ben de çok mecbur kalmadıkça evde yemeği tercih ederim. Zaten bütün gün eve hasret kalıyoruz. Akşam yemekleri çok önemli bizim için, yardımcımız sağ olsun çok güzel yemekler yapar.

G.15, Biz kalabalık bir aileyiz, dışarıda her zaman yemek yemeyiz. Eşimde dışarıda yemek yemeği hiç sevmez. Ama ben arkadaşlarımla gün yaparım. Gün yaptığımızda evlere gitmeyiz,

dışarıda yeriz yemeğimizi. Gelinlerim dışarıda yemek yemeği severler genç onlar tabi ki çıkmalıdır.

Muhafazakâr kadınların özel alan ile kamusal alanda varolmalarından, ev dekorasyonuna, giydikleri kıyafetlerden, dışarıda yemek yeme alışkanlıklarına kadar her alanda erkeklerin söz sahibi olduğu bir hegemonya oluşturdıkları görülmektedir. Türkiye’deki en iyi üniversitelerden mezun olan görüşmeci kadınlar eşleri istemedikleri için veya kendi istekleri ile evlendikten sonra çalışmayı bıraktıklarını dile getirmektedirler. Toplumun en küçük yapı birimini oluşturan “aile” kavramı kadınların hayatlarında dönüşümlere sebep olduğu düşünülmektedir. Özellikle Türkiye’de küçük yaşta başlayan toplumsal öğretiler kuşaktan kuşağa aktarılmakta, kadınlar öğrendikleri toplumsal öğretileri çocuklarına aktarmaktadırlar. Sorunsallaştırdığımız bu öğretiler kadınları özel alana hapsedmektedir. Erkeklerin eşlerinin dışarıda yemek yemelerine müdahale etme hakkına varan bireysel kararlara kadar uzanmaktadır. Araştırmada derinlemesine görüşme yapılan muhafazakâr kadınların kendilerini eşleri, babaları üzerinden tanımlıyor olmaları eril zihniyetin kadınlar üzerinde kurduğu baskıyı düşündürmektedir.

3.6. Değerlendirme

Türkiye’de muhafazakâr toplumun tüketim toplumuna dönüşümü alım gücünün artması ile sınıf atlayarak söz konusu toplumsal yapıya adapte olması ve muhafazakâr yaşam tarzlarında önemli değişiklikler gözlemlenmiştir. Diğer taraftan muhafazakâr kadınların kıyafet gibi birçok alanda olduğu gibi tesettür modası, tatil anlayışları, boş vakitlerinde akraba ziyaretlerinin yerini aldığı 5 yıldızlı otellere kadar birçok alanda yaşam tarzları değişmiştir.

Muhafazakâr kadınların gündelik yaşamdaki hayatlarını sürdürebilecekleri şekilde tüketimin ihtiyacın dışında satın almak ve tüketmek alışlagelmişin ötesine geçmektedir. Tüketim fiziksel ihtiyaçları karşılamaktan çok bir kültür haline gelmekte aynı zamanda sosyal statü göstergesi olmaktadır. Tüketim kültürü bize sunulan görsel şölenin bir parçası olarak bize iletilen iletilerin bize uygun olup olmamasına veya ihtiyacımızı karşılamasına bakılmaksızın satın alınmasına ve anında tüketilmesine neden olmaktadır. Günümüz muhafazakâr toplumunda yaşanan hayat tarzları ve tüketim

alışkanlıkları araştırma konumuzun odak noktası olan başta muhafazakâr kadınlar olmak üzere hepimizin üzerinde farklı değişim dönüşümleri barındırmaktadır. Muhafazakâr kadınlar giydikleri kıyafetlerden, yedikleri yemeğe kadar nereden tüketim yapacaklarını seçerek estetik kaygı ile kendilerine sunulan moda ikonlarıyla tüketimlerini gerçekleştirmektedirler. Üsküdar muhafazakâr kesimin en fazla tercih ettiği semtler arasında bulunmaktadır. Araştırmamızı yaparken derinlemesine görüşmeleri mekansal olarak incelemeye çalışırsak eğer; vurgulamak isteriz ki evler statü göstergesi ve gücü simgelediği için görüşmeciler yaşadıkları evlerin gözlerden uzak “konut tipi villalar” da yaşamayı tercih ettikleri bir hayat tarzı benimsenmektedir. Mahremiyet en önemli hususların başında gelmekte olup, yapılan görüşmelerde her villanın kamerasının olduğu, yüksek bahçe duvarları ve korumalarla desteklendiği gözlenmiştir.

Muhafazakâr kadınların hayat standartlarındaki değişiklikte şüphesiz maddi anlamda yükselme ve daha fazla dışarıya açılma önemli bir rol oynamaktadır. Araştırma konumuzun odağına İstanbul Üsküdar’daki muhafazakâr kadınlarla birebir derinlemesine görüşmeler yaparak; tüketim alışkanlıklarını, yaşam tarzlarını, yaşadıkları yerleri, alışveriş alışkanlıklarını, tatil mekânlarının hangi alanlar olduğu ile ilgili birebir görüşmeleri ele alınmaya çalışılmış ve analiz edilmiştir. Bu gözlemlerde muhafazakâr kadınların moda ikonlarından, alışveriş alışkanlıklarına kadar tüketimin kapitalizmle girift bir şekilde iç içe geçerek kendi yeniden ürettiği görülmektedir.

Araştırmamız sonucunda muhafazakâr kadınların, aile mefhumu, moda, ev dekorasyonu, lüks tatil alışkanlıkları, alışveriş alışkanlıkları bağlamında tüketim toplumu ile muhafazakar yaşam biçimleri arasındaki değişim, muhafaza edilen durumlar derinlemesine görüşmelerde sorulan sorular ile gözlemleneye çalışılmıştır. Araştırmamızın sonuçları arasında muhafazakârlığın, aile ve toplumsal açıdan farklılık göstermediği kadınların eğitilmiş olması, iş hayatına atılmalarını , kadınları iş hayatı ile eşleri ve çocukları konusunda bir tercih yapmaları gerektiğinde işi bırakmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda “aile mefhumunun” kutsallaştırıldığı düşünülmektedir. Ev içinde önemli ölçüde karar mercinin erkekler olduğu araştırmada çıkarılan en önemli sonuçlardandır. Kadınların ev içinde alınan kararlarda belirleyici olmadıkları görülmektedir. Hane içine alınacak herhangi bir objenin seçiminde onayı alınması gereken ilk kişinin eş olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Muhafazakâr ideoloji içerisinde vuku bulan tüketim alışkanlıklarının kapitalist ekonomi içerisinde dönüşüme uğradığını söylemek mümkündür. Türkiye bağlamında özellikle bu değişimlerin gözle görünür bir şekilde alım gücünün artması ile daha da belirginleştiği düşünülmektedir. Örnek verilecek olursa; Tüketim mekanizmalarının en görünür yerlerinden biri olan muhafazakâr tatil mekânları ve otellerde her detay İslami gösterenlere uygun bir şekilde kurgulanmaktadır. Muhafazakâr ideolojinin ilk ortaya çıktığı andan itibaren modernizme karşı olarak durduğu bilinmektedir. Bu karşı duruşun günümüzde değiştiğini; kapitalizm ile muhafazakârlık arasında üretilen metalar vasıtasıyla bir bağ kurulduğunu görmek mümkündür. Örnek verecek olursak; muhafazakâr kesimler eskiden tatil zamanlarında aile ziyaretleri gerçekleştirirken, yapılan derinlemesine görüşmelerde kendilerine uygun muhafazakâr tatil köylerini ve otelleri seçtiklerini dile getirmektedirler. Bu bağlamda muhafazakâr kadınların ve erkeklerin ayrı bir şekilde tatil yapabilecekleri tatil merkezleri dikkat çekmektedir. Modaya ilişkin yeni moda ikonları ile de muhafazakâr kesimin nasıl giyinmesi gerektiğine dair tüketim kalıplarını deşifre etmek mümkündür. Bu aynı zamanda Türkiye bağlamında ideolojik olarak muhafazakârlığın ve modernizmin bir araya geldiğini düşündürmektedir. Tesettür giyim üreticileri ve pazarlamacılar aynı zamanda örtünme şekillerini kendilerine uygun bir şekilde tekrar kurgulamaktadırlar. Yapılan derinlemesine görüşmelerde görüşmecilerin çoğunun özel bir tasarımcısının olması yukarda bahsettiğimiz savımızı desteklediğini düşündürmektedir.

Ekonomik açıdan bakıldığında yapılan derinlemesine görüşmelerdeki görüşmecilerin, ekonomik alım güçlerinin oldukça fazla olması aynı zaman da muhafazakâr ideolojinin eski rasyonelliğini değiştirdiğini göstermektedir. Özellikle muhafazakâr ideolojinin kapitalizmi beslediği görülmektedir. Kapitalizm de güçlüye uygun şekilde düzenlenen, kurgulanan bütün metalar muhafazakârlar için

pazarlanmaktadır. Geçmişi korumaya yönelik bir yapıya sahip olan ve bu yapıdan kopmadan kontrollü ve tecrübe dahilinde yeni hayat şartlarına uyarlayan muhafazakârlık, aile ve din eksenli toplum yapısını benimsemektedir. Değişen modern dünyada ailenin önemini özellikle vurgulayan muhafazakârlık, aileyi toplumun değerlerini taşıyan en önemli kurum olarak görmektedir. Bu bağlamda özellikle Muhafazakâr ideolojinin kapitalizme karşıtlığı, modern kapitalizm ile birlikte ailenin çözülme korkusundan kaynaklanmaktadır. Bu çözülme yapılan görüşmelerden yola çıkılarak özellikle “erkeklerin”, “kadını” özel alandan çıkarıp kamusal alan içerisinde konumlandırılması olarak düşünülebilir. Çalışmamızın üçüncü bölümünde gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerde, görüşmecilerin verdikleri cevaplar savlarımızı desteklemektedir. Görüşmecilerin özellikle yapılan görüşmelerde ev içinde kendilerini daha rahat hissettikleri görülmektedir. Üsküdar bağlamında yapılan bire bir görüşmelerde muhafazakâr tüketim alışkanlıklarında üst sınıfa uygun bir tüketim alışkanlığı görülmektedir. Öyle ki insanların tüketim alışkanlıkları üzerinde değişimlerin yaşanmasında dini, siyasi veya kültürel etkilerin sadece bir tanesi etkilidir demek çok zordur. Bütün bu çıkarımları yapılan derinlemesine görüşmelerde sorulan sorulara verilen cevaplar muhafazakâr kesimin tüketim alışkanlıkları ile kapitalizmin nasıl bir araya geldiğini göstermektedir.

Çalışmamız tüketim toplumu ve muhafazakârlığı konu edinmekle beraber, tüketim kültürünün geçirmiş olduğu evreleri de ele almıştır. Özellikle muhafazakâr kesimlerde yaşanan ciddi değişikliklere dikkat çekilmek istenmiş ve bu konu üzerinde gerekli yorumlar ve çıkarımlar yapılmak istenmektedir. Bu bağlamda muhafazakâr kadının nasıl bir tarafta olduğu da başka bir tartışma konusudur. Görüşmeciler ile yapılan görüşmelerin çoğunda kadınlar kendilerini hep en iyi anne, en iyi eş, en iyi dini ritüelleri yerine getirmeye çalışan kadın olarak nitelendirmektedirler. Muhafazakâr ideolojinin kadını konumlandırılışı muhafazakâr değerlere önem veren, çocuğuna evinde bakabilen kadındır düşüncesinin hâkim olduğunu söyleyebiliriz. Görüşmecilerin çoğunun üniversite mezunu olmalarına rağmen evde kalıp çalışmak istememelerini “zaten ekonomik durumumuz çok iyi allah’a şükür çalışmamıza gerek yok şeklinde dile getirmektedirler”. Buradaki problem yalnızca para kazanılması gerektiğinde çalışılması gerektiği düşüncesidir. Aynı zamanda görüşmeciler verdikleri cevaplarla ne kadar

tükettiklerini de beyan etmektedirler. Bu da Türkiye bağlamında muhafazakâr orta üst sınıf kadınların kendilerini nasıl tüketim toplumuna uyumlanmış olduklarını göstermektedir. Diğer taraftan muhafazakâr kadının, anne olarak nasıl olması gerektiği, eş olarak nasıl olması gerektiği, tesettürlü olarak nasıl olması gerektiği muhafazakâr modalar ve yeni trendler ile şekillenmektedir. Tüketim kültürü artık eskisi gibi olmamakla birlikte yalnızca metalarla sınırlı kalmamaktadır. Özellikle yaşamın her alanına sirayet eden bu tüketim alışkanlıkları nasıl davranmamızdan tutun da ne yapmamız gerektiğine kadar yaşamlarımızda hâkimiyet oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, ülkemizde de değişen tüketim alışkanlıkları ile muhafazakâr bireylerin yaşam biçimlerinde önemli değişimler ortaya çıktığı yapılan görüşmelerle görülmektedir. Bu değişimler alışveriş alışkanlıklarından, giyim tarzlarına, tatil alışkanlıklarından, ev dekorasyonundan boş vakitleri değerlendirmeye kadar birçok konuya nüfus etmektedir. Çalışmanın sonucu olarak söz konusu olgular çerçevesinde muhafazakârların yaşam biçimlerindeki değişimin günlük hayatın estetikleşmesi ve lüks tüketim algılarının eleştirel bir çerçevede nasıl vuku bulduğu gösterilmektedir. Muhafazakâr gündelik yaşam biçimlerinin yeni yönlerini anlayabilmek için öncelikle tüketim kültürü ile muhafazakâr ideolojinin bir araya gelişi ile birlikte değişim dönüşümün alanları aynı zamanda muhafazakârlığın muhafaza etmek istediği alanları nasıl değiştirdiğini imgesel de olsa ev içi dekorasyonlarından, tesettür modalarına, tercih edilen tatil mekânlarından, yeme-içmek için gidilen mekânlarda nasıl temsil edildiği görülmektedir.

KAYNAKLAR

- AHMAD, F., (1999). *Modern Türkiye'nin Oluşumu*, Çev. Yavuz Alogan, Kaynak Yayınları.
- AKDOĞAN, Y., (2004). Adalet ve Kalkınma Partisi, Y. Aktay (Ed.), *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: İslamcılık İçinde*, Cilt 6, İstanbul: İletişim Yayınları, ss. 620-631.
- AKIN, M. H., (2012). Türkiye'de Muhafazakârlığın Direnme Odağı Olarak Aile. (Editör: Şenay Eray). *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, Sayı 31, Ankara: Kadim Yayınları, s. 3-20.
- AKKAŞ H. H., (2001). "Türk Modernleşme Tarihinde Muhafazakâr Siyasi Düşünce", Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 3, S. 2-3.
- AKKAŞ H. H., (2004). *İngiliz Muhafazakâr Düşüncesi ve Edmund Burke* (1. Baskı). Kadim Yayınları, Ankara,
- AKPOLAT, Y. B., (2007). "Devrimcilikten Muhafazakârlığa, Ütopyadan İdeolojiye", *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, S.12, ss. 47-54.
- AKSOY, A. Ş., (1998). Çağdaş Yerel Yönetimler, Yeni Sağ Kamu Yönetimi Ve Yerel Yönetim: Eleştirel Bir Yaklaşım, Ankara, S.7.
- AKTAN, C. C., (1994). Gerçek Liberalizm Nedir?, T Yayınları, S.3.
- ALPTEKİN, M, Y.(2015). "Kapitalizmin Ortaya Çıkışı: Jeo-Kültürel Yaklaşım". KTÜ SBE Sosyal Bilimler Dergisi, (10), 231-241.
- ANDREW, V., (2006). Modern Politik İdeolojiler, Çev., Arzu Tüfekçi, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, ss.114.
- ARKLAN, Ü. (2012). "Tüketim ve Cazibenin Mekansal İzdüşümü Olarak Alışveriş Merkezleri". *Erciyes İletişim Dergisi*, 2 (3): 78-94.
- AYDIN, D. G. (2010). "Kapitalizmde Bireyin Sorgulanması: Yabancılaşma ve Demir Kafes". *Amme İdaresi Dergisi*, 43(2), ss. 17-32.
- AYDIN, M, (2002). Öteki Adam Yasaklı Başbakanın Dreyfus Davası, İstanbul, Karakutu Yayınları, s. 23.
- AYVAZOĞLU, B., (2004).Türk Muhafazakârlığının Kültürel Kuruluşu, A. Çiğdem (Ed.), *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık İçinde*, İstanbul: İletişim Yayınları, Cilt 5, ss. 509-531,
- BACOCK, R. (1997). "Tüketim". İstanbul: Dost Kitabevi, Birinci Baskı ss. 133.

- BATI, U. (2005). "Bir Anlam Yaratma Süreci ve İdeolojik Yapı Olarak Reklamların Göstergebilim Bir Bakış Açısıyla Çözümlemesi". Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 29(2), 175-190.
- BAUDRILLARD, J. (1997). "Tüketim Toplumu". Ayrıntı Yayınları, Birinci Baskı, ss. 17-260, ISBN: 975-539-141-X
- BAUMAN, Z. (2004). *Sosyolojik Düşünmek*. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Z. (2005). *Bireyselleşmiş Toplum*. (Y. Alogan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAYHAN, V. (2011). "Tüketim Toplumunda Bireyn Ontolojik Mottosu: "Tüketiyorum Öyleyse Varım"". İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi, 43, 221-248.
- BAYRAM, Y. (2013). "Küreselleşme Sürecinde Medya Sektörünün Değişen Doğası ve Türk Medya Sektörüne Yansımaları". HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 2(3), ss. 234-261.
- BENETON, P., (1991), Muhafazakârlık, Çev., Cüneyt Akalın, İletişim Yayınları, İstanbul, ss. 119.
- BENJAMİN, W. (1992). *XIX. Yüzyılın Başkenti Paris*. (A. Cemal, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BERİŞ, H. E., (Bahar 2006). Tarih Bilinci Olarak Muhafazakârlık ve Türk Muhafazakârlığında Tarih Algısı", Muhafazakâr Düşünce, S.8, ss. 81.
- BIDİK, D., (2007). Türkiye’de Muhafazakârlık Ve Liberalizm, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BORA, T., (2012). Türk Sağının Üç Hali: Milliyetçilik, Muhafazakârlık, İslamcılık, Birikim.
- BOSTANCI, N., (2005). Siyaset ve Gelenek, *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, Sayı 3, Ankara: Kadim Yayınları, s. 131-136.
- BOURDIEU, P. (1980). "The Logic of Practice. Trans". Richard Nice, Stanford, Stanford University Press.
- BOZAN, E. (2017). "Kapitalizm ve Kapitalizmin 5 Temel İlkesi". <https://ekonomist.co/akademi/kapitalizm-ve-kapitalizmin-5-temel-ilkesi-6854/>. (SGT: 26.01.2018).
- BUĞRA, A. (2003). "Devlet-Piyasa Karşıtlığının Ötesinde; İhtiyaçlar ve Tüketim Üzerine Yazılar". (B. Sina Şener, Çev.). İstanbul: İletişim.
- ÇAHA, Ö., (2001). *Dört Akım Dört Siyaset*, Zaman Kitap, İstanbul.
- ÇAHA, Ö., (2004). Muhafazakâr Düşüncede Toplum, *Uluslararası Muhafazakârlık ve Demokrasi Sempozyumu*, Ak Parti, Ankara s. 66-79
- ÇAHA, Ö., (2007), Çağdaş Siyasal Akımlar, Orion Kitabevi.
- ÇAKIR, R & ÇALMUK, F. (2001). *Recep Tayyip Erdoğan–Bir Dönüşümün Öyküsü*, İstanbul: Metis Yayınları.

- ÇETİN, H., (2004). “Muhafazakârlık: Kaosa Karşı Kozmos”, Muhafazakâr Düşünce, Ankara S.1, ss.89-93
- ÇINAR, R., İhsan, Ç. (2009). ‘‘ Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları -Karşılaştırmalı Bir Uygulama’’. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1): 277-300.
- DAĞTAŞ, B, & DAĞTAŞ, E., (2009) Medya Tüketim ve Yaşam Tarzları, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- DAĞTAŞ, B. (2003). ‘‘Reklamı Okumak’’. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- DEMİREZEN, İ. (2016). ‘‘Türkiye’de Muhafazakâr Kesimin Değişen Hayatı’’. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/262306>. (SGT: 28.01.2018). ss. 548-558.
- DİKİCİ, E. (2017). ‘‘Tüketim Algısındaki Değişim: Kitle İletişim Araçları ve Tüketim İlişkisi’’. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 58- 85.
- DİNÇER, F. (2008). “Kelimenin tarihi: Kapitalizm Kelimesi”. <<http://blog.milliyet.com.tr/kelimelerin-tarihi--kapitalizm--kelimesinin-tarihi/Blog/?BlogNo=103577>>. (SGT: 26.01.2018).
- DUMAN, Z. M. ,(2010), Türkiye’de Liberal-Muhafazakâr Siyaset ve Turgut Özal, Kadim Yayınları, Ekim S.2.
- DURSUN, D., (2004), “Muhafazakârlık Ve Türk Muhafazakârlığının Sorun Alanları”, Uluslararası Muhafazakârlık Ve Demokrasi Sempozyumu, Ankara: Ak Parti Yayın, ss. 177-197).
- DÜZGÜN, M. (T.Y.). ‘‘Popüler Kültür ve Ürünlerin Oluşumunda Medyanın Rolü’’. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 57.
- EDWARD, S., (2003),“ Gelenek Nedir?”, Çev., Hüsamettin Aslan, Doğu Batı, S. 25, ss.102,103.
- EĞİLMEZ, M. (2005). ‘‘Küreselleşen Tüketim’’. *Radikal Gazetesi*, 1-25.
- EKİZ, D., (2003). Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metotlarına Giriş, Ankara.
- ERDOĞAN, M., (2004). *Muhafazakârlık: Ana Temalar. Liberal Düşünce Dergisi*, S. 34, s. 4-9.
- ERİK, J. Z., (2003),“Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası Ve Siyasal Muhafazakârlık”, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce*, İstanbul, Cilt 5, ss. 51.
- EROĞUL, ;C., (1990). *Demokrat Parti ‘Tarihi ve İdeolojisi’*, İmge Kitabevi, Ankara.
- ERTİT, V., (2015). Endişeli Muhafazakârlar Çağı, Orient Yayınevi, S.14.
- EVRENSEL, Ö. (2017). “Metalaşma: Meta Biçiminin Gelişimi”. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 15(58), ss. 60-115.
- FİNE, B. (2002). ‘‘The World of Costumer (167). London: Routledge.
- FIRAT, M., (2008). Türkiye’ De Liberal Muhafazakârlık Ve Nurettin Topçu, Dergâh Yayınları, İstanbul, ss.73.

- GEMICI, F. E. (2007). “Gündelik Hayatın, Mekan Pratikleri İle İlişkisinde Yeni Kamusal Alanların Yorumlanması Alışveriş Merkezleri”. *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- GİDDENS A., (2009). Sağ Ve Solun Ötesinde Radikal Politikaların Geleceği, Çev., Müge Sözen, Sabir Yücesoy, Metis.
- GÖKA, E., GÖRAL, S. F., GÜNEY Ç., (2009). “Bir Hayat İnsanı Olarak Türk Muhafazakârı Ve Kaygan Siyasal Tercihi”, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce, Muhafazakârlık*, Ed., Bora Tanıl & Gültekingil Murat, İletişim Yayınları, Cilt:5, İstanbul.
- GÖKMEN, Ö., (2004). “Tek Parti Dönemi Cumhuriyet Halk Partisi’nde Muhafazakâr Yönelimler”, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık*, İletişim Yayınları, Cilt 5, İstanbul.
- GÜLER, İ. (2007). “Global Isınma, Ekolojik Dengenin Bozulması ve İklim Değişikliğinin Teolojisi”. *Kelam Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 13-16.
- GÜNGÖREN, A., (1995). *‘Reklamcı ve Şaman’*. İstanbul: Yol Yayınları.
- GÜNGÖRMEZ, B., (2004). “Muhafazakâr Paradigma: ‘Dogma’ ve ‘Önyargı’”, *Muhafazakâr Düşünce*, Ankara, S. 1, ss.26-27
- HARRİES, O., (2004). Muhafazakârlığın Anlamı. (Çeviren: Metin Boşnak). *Liberal Düşünce Dergisi*, Sayı: 34, Ankara: Liberte Yayınları.
- HARVEY, D. (1990). *Postmodernliğin Durumu*. (M. Gürsoy Sökmen, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- HASEKİOĞLU, S. (2008). “Reklam ve İdeoloji: Yazılı Basında Yer Alan Reklamlara Göstergebilimsel Bir İnceleme”. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.
- HELMUT Dubiel, (1998). Yeni Muhafazakârlık Nedir? Çev., Erol Özbek, İletişim Yayınları, İstanbul, ss.13.
- HEYWOOD, A., (2011). Siyasi İdeolojiler, Çev., Levent Köker, Bb101 Yayınları, Ankara, ss. 417.
- HORKHEİMER, M. (2005). *Akıl Tutulması*. (O. Koçak, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- HUNTINGTON, S. P. (1957), Conservatism as an Ideology. *The American Political Science Review*, Sayı 51, s. 454-473.
- İLLİCH İ., (2011). “Tüketim Köleliği”. Pınar Yayınları, Dördüncü Baskı, Çevr: Mesut Karaşahan, ss. 213.
- İREM, C. N., (1997). “Kemalist Modernizm Ve Türk Gelenekçi Muhafazakârlığının Kökenleri”, *Toplum ve Bilim*, ss.74.
- JUİİET B. S., (1998). “The Overspent American: Upscaling, Downshifting, and the New Consumer”. New York: Basic Books, ss.20.

- KARACA, N., (2010). Muhafazakârlık Ve Tahsin Demiray, (Basılamamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bölümü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Erzurum, ss. 105.
- KARATEPE, Ş., (2011). Siyasi İdeolojiler, İz Yayıncılık, İstanbul, S.11.
- KARPAT, K. H., (1996). Türk Demokrasi Tarihi, İstanbul: Afa Yayıncılık ss.15.
- KIRK, R., (2006). The Conservative Mind (Regnery, Washington), 1985 Den Aktaran, Dural Baran A., “Muhafazakârlık: Düşünce Kalıbı Mı İdeoloji Mi?”, Muhafazakâr Düşünce, Ankara, S. 9-10, ss.65.
- KOÇAK, C., (2002). “Yeni Osmanlılar Ve Birinci Meşrutiyet”, Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce, Cilt 1, İletişim Yayınları, İstanbul, ss.73.
- KÖKER, L., (2003). “Liberal Muhafazakârlık Ve Türkiye”, Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık, İletişim Yayınları, İstanbul, Cilt 5, ss.276.
- KOYUNCU, A. (2013). “Kimliğin İnşasında Kent: Konya Örneği”. Akademik İncelemeler Dergisi, 8(2), 155-179.
- MARCUSE, H. (1997). ‘Tek Boyutlu İnsan. İstanbul: İdea Yayınevi.
- MARSHALL, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- MARX, K. (1849). “Ücretli Emek ve Sermaye; Ücret Fiyat ev Kar”. Sol yayınları, Dokuzuncu Baskı, 167.
- MARX, K. (2000). *1844 El Yazmaları*. (M. Belge, Çev.). İstanbul: Birikim.
- MAXWEBER. (1905). “Protestan Ahlakı ve Kapitalizm”. Yarı Yayınları, İkinci Baskı, 2016, ss. 157.
- MORLEY, D., & KEVİN, R. (1997). “*Kimlik Mekânları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar*”. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- MUMFORD, L. (2007). *Tarih Boyunca Kent: Kökenleri, Geçirdiği Dönüşümler ve Geleceği*. (G. Koca ve T. Tosun, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- NİSBET, R., (2011). *Muhafazakârlık Düş ve Gerçek* (2. Baskı). (Hazırlayan: Kudret Bülbül). Ankara, Kadim Yayınları.
- OAKESHOTT, M., (2004). “Muhafazakâr Olmak Üzerine”, Çev., İsmail Seyrek, Muhafazakâr Düşünce Dergisi, S. 1, ss. 59-85.
- ODABAŞI, Y. (2006). “Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma”. İstanbul: Sistem Yayıncılık, ss.2-40.
- ODABAŞI, Y., ERKAN, H., GÜNEŞ, F., DEMİR, Ö., SUĞUR, N., DOLGUN, U., & BOZKURT, V. (2013). “Ekonomi Sosyolojisi”. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayın No: 2303, Açıköğretim Fakültesi Yayın No: 1300, 3. Baskı, Eskişehir, ss.2-217.
- ÖZİPEK, B. B., (2004). *Muhafazakârlık: Akıl-Toplum-Siyaset*, Liberte Yay., Ankara, ss. 91

- ÖZTÜRK, A. (2015). “Kapitalizmde Sömürü ve Adalet Tartışmaları”. *Amme İdaresi Dergisi*, 48(2), ss.23-36.
- PATTON, M. Q., (2014). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri Yöntemleri, Editörler, Mesut Bütün-Selçuk Beşir Demir, Ankara.
- PİŞKİN, M. (2016). ‘‘ Tüketim Toplumu’nda Din ve Dini Değerler: Lüks Hac ve Umre Örnek Olayı’’. *İnsan ve Toplum*, 6(2), 131-154.
- RITZER, G. (1980). “Toplunun McDonaldlaştırılması”. Çevr: Akın Emre Pilgir. Yeni Edisyon Yayınları, 5. Baskı, 2017, ss. 1-384.
- ROBİNS, K. (1999). *İmaj*. (N. Türkoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ROSS, P., (1993). “*Ahlak ve Modernlik*”. Çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SAFİ, İ., (2005). Türkiye’de Muhafazakârlığın Düşünsel-Siyasal Temelleri Ve ‘Muhafazakâr Demokrat’ Kimlik Arayışları. (*Basılmamış Doktora Tezi*), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi Anabilim Dalı.
- SAFİ, İ., (2007). *Türkiye’de Muhafazakâr Siyaset ve Yeni Arayışlar*, Ankara, Lotus Yayınevi.
- ŞAN, M, K. (T.Y.). “ZygmuntBauman: Modernlik ve Postmodernlik Arasında Bir Sosyolog”. Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, ss. 63-90.
- SEVİM, B.A. (2010). “Walter Benjamin’in Kavramlarıyla Kültür Endüstrisi: “Aura”, “Öykü Anlatıcısı” ve “Flâneur””. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(11), ss. 509-516.
- ŞEYHANLIOĞLU, H., (2011). Türk Siyasal Muhafazakârlığının Kurumsallaşması ve Demokrat Parti, Kadim Yayınları, Mart S.3.
- SIDAL, S., (2010). Muhafazakâr Demokrasi Ve Adalet Kalkınma Partisi, İstanbul Üniversitesi, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, ss. 250.
- SİNE, R. (2010). “Tüketim Kültürü Bağlamında Yazılı Basında Haftasonu Ekleri: Hürriyet, Milliyet ve Sabah Gazeteleri Örneği”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Konya.
- SOMBART, W. (1998). ‘‘Aşk Lüks ve Kapitalizm: Modern Dünyanın Savurganlığın Ruhundan Doğması Üzerine’’. (Çev: Necati Aça). Bilim ve Sanat Yayınları. Ankara, ss. 280.
- SUNGUR, S. (2011). “Tüketime Küreselleşmesi ve Tüketim Tapınakları: Postmodern Panayır Yerlerinde Alışveriş”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 14(14), ss. 7-35.
- TANIL, B, Türk Sağının Üç Hali: Milliyetçilik, Muhafazakârlık, İslamcılık, Birikim, ss. 98.
- TANIL, B., (1997). “Muhafazakârlığın Değişimi Ve Türk Muhafazakârlığında Bazı Yol İzleri”, *Toplum ve Bilim*, S.9, ss. 74.

- TAYLAN, H. H. & ARKLAN, Ü., (2008). "Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi", Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(1), 85-97.
- TEKİN, Ü, (2004). AK Parti'nin Muhafazakâr Demokrat Kimliği, Ankara, Orient Yayınları, s. 240.
- TOPALOĞLU, O. & GÜNGÖR, T. Ö. (2016). "Orta Çağ'dan Günümüze Tüketim Kavramındaki Üslup Değişimleri". Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(44), 283-287.
- TOPÇUOĞLU, N., (1996). Basında Reklam ve Tüketim Olgusu, Ankara: Vadi Yayınları
- ULUTAŞ, E., (2016). "Kartezyen Düalizm'in 'Demir Kafes'i ve Weber'in Anladığı İslam Topluluğu". Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 55, 397-410.
- ÜNÜVAR, K., (2002). "İttihatçılıktan Kemalizm'e İhya'dan İnşa'ya", Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce, İletişim Yayınları, İstanbul, Cilt 1, ss.131.
- VEBLEN, T., (2005). 'Aylak Sınıfın Teorisi'. İstanbul: Babil Yayınları.
- VIERECK, P., (1956). *Conservatism From John Adams to Churchill*. D. Van Nostrand Company, Canada.
- VİNCENT, A., (2006). Modern Politik İdeolojiler, Çev., Arzu Tüfekçi, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, ss. 500.
- VURAL, M., (2003). Siyaset Felsefesi Açısından Muhafazakârlık, Elis Yayınları, Ankara, ss. 130.
- WILLIAMSON, J. (2000). *Reklamların Dili: "Reklamlarda Anlam ve İdeoloji"*. (A. Fethi, Çev.). İstanbul: Ütopya Yayınları.
- WİLLİS, S. (1993). *Gündelik Hayat Kılavuzu*. (A. Boran ve A. Emre, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- YAŞIN Y. N., (2005). "Kimlik Piyasası". Çev. Zeynep Yelçe, İstanbul: Metis Yayınları.
- YILMAZ, A., (2001). *Çağdaş Siyasal Akımlar*, Vadi Yayınları, Ankara.
- YILMAZ, M., (2004). "Muhafazakâr Demokrat" Bir Politikanın Temel Özellikleri Neler Olabilir? *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, Sayı 1, Cantekin Matbaası, Ankara, s. 143-147.
- YÜCEBAŞ, S.. (2013). "Gündelik Yaşam Estetiğinin Muhafazakâr Biçimi: Muhafazakâr Yazılı Basında Yeni Yaşam Tarzları". (Basılmamış Doktora Tezi). *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İzmir.
- ZORLU, A. (2006). "Modern Tüketim Tarihinden Tüketim Araştırmalarına: Tüketim Sosyolojisi". Ankara: Glocal Yayınları, ss. 2-221.

Elektronik Kaynaklar

- Erdoğan R. T., (2014), "5. Din Şurasında Yaptığı Konuşma", <http://www.anadoludabugun.com.tr/erdogan-siz-isteseniz-de-istemeseniz-de->, Haber Yayın Tarihi: 08.12.2014, Erişim Tarihi: 17.04.2016.

<http://tusside.tubitak.gov.tr/tr/yontemlerimiz/Derinlemesine-Gorusme> Erişme tarihi: 26.11.2017.

<http://www.tdk.gov.tr>, erişim tarihi: 08.11.2016.

https://www.researchgate.net/publication/322702126_Temel_Arastirma_Yontemleri. Erişim Tarihi. 01.05.2019.

Türkçebilgi. (T.Y.). “Tüketim Toplumu Nedir?”. https://www.turkcebilgi.com/t%C3%BCketim_toplumu. (SGT: 26.01.2018).

EKLER

Ek 1: Derinlemesine görüşmede sorulan sorular

1. Kendinizi tanıtır mısınız? Kaç yaşındasınız? Evli misiniz, çocuğunuz var mı?
2. Geçiminizi nasıl sağlıyorsunuz. Çalışıyor musunuz? Kendinizi hangi gelir grubuna ait görüyorsunuz?

Boş vakit veya çalışma dışı zamanın nasıl değerlendirildiğine yönelik sorular

3. Yeteri kadar boş vakte sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?
4. Özellikle iş dışı veya evin işleri için ayırdığınız vaktin dışında zamanınızı nasıl geçiriyorsunuz?
5. Sizi ne yapmak dinlendiriyor?
6. Eğlenmek sizce nedir? Ne yapınca eğleniyorsunuz?

Alışveriş deneyimlerine dair sorular

7. Evde mutfak alışverişini kim yapar?
8. Eğer mutfak alışverişini siz yapıyorsanız, bunu çoğunlukla nereden yaparsınız? nereden yapıyorsa neden orayı tercih ediyor.
9. Mutfak alışverişinde nelere dikkat ediyorsunuz. Aldığınız ürünün markasının tanınmış olması, sağlıklı olması ya da ucuz olması nasıl etkiliyor sizi?
10. Çocuklarınız (eğer varsa) ve eşiniz (evli iseniz) için kıyafet alışverişini siz mi yaparsınız?
11. Kendiniz için yaptığınız kıyafet alışverişini nereden gerçekleştirirsiniz? Butik yerler mi? alışveriş merkezleri mi?

Modaya ilişkin sorular

12. Kıyafet tercihlerinizde moda sizin için önemli mi?
13. Modayı nereden takip ediyorsunuz. Televizyon programları, reklamlar, dergiler veya yakın çevriniz mi size yol gösteriyor?
14. Örtünmek modayı takip etmek için sizce bir engel mi? Şık olmaya önem veriyor musunuz?

15. Tesettür modası sizin için ne ifade ediyor?

16. Tesettür modasını mı takip ediyorsunuz yoksa genel olarak trendler sizin için belirleyici mi?

Dışarıda yeme içmeyle ilgili sorular

17. Dışarıda yemek yeme alışkanlığınız var mı? ailecek ya da yalnız.

18. Çoğunlukla ne tür restoranları tercih ediyorsunuz? fastfood mu restourant mı

19. Yer olarak özel bir tercihiniz var mı varsa neden orayı tercih ediyorsunuz?

20. Dünya mutfağını yoksa yerel lezzetler mi sizin dikkatinizi çekiyor?

Tatile ilişkin sorular

21. Düzenli olarak tatile çıkıyor musunuz?

22. Tatil için özel olarak tercih ettiğiniz bir yer var mı? Ülke içi ya da yurt dışı. Neden?

23. ne tarz bir tatil yapma tercihiniz var? deniz kenarı mı yoksa kaplıca mı?

24. Tatil için gittiğinizde nerede kalıyorsunuz. otelde mi pansiyonda mı?

25. Tatile kimlerle gidiyorsunuz. yalnız mı aile ile mi arkadaş grupları ile mi

26. Tatili yerinizi belirleyen unsurlar neler. neler sizin için etkili oluyor kalacak yer ya da gidilecek yer seçerken.

Ev dekorasyonuna ilişkin sorular

27. Ev sizin için ne ifade ediyor?

28. Evi daha çok siz mi dizayn ediyorsunuz? Eşinizin veya başka bir erkeğin ev dekorasyonunda etkisi oluyor mu?

29. Evi dekore ederken nelere dikkat ediyorsunuz? Rahatlık kadar, estetik de sizin için önemli mi?

30. Evin dekorasyonunda geleneksel motifler sizin için önemli mi? Eğer önemli ise bunu nasıl yansıtıyorsunuz?

ÖZ GEÇMİŞ

Sevil İke, 1990 yılında Hakkari/Yüksekova’da doğdu. İlkokul, Ortaokul ve Lise eğitimini Hakkâri’de tamamlayan İke, 2009’da Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Sinema TV Bölümü’ne girdi. Lisans eğitiminin ardından, 2014 yılında Gaziantep Üniversitesi Kadın Çalışmaları Anabilim dalında Yüksek Lisans eğitimine başladı. İke halen Yüksek Lisans eğitime devam etmektedir.

VITAE

Sevil İke was born in 1990 in Hakkari Yüksekova. He completed his primary, secondary and high school education in Yüksekova. In 2009, she got into Marmara University Radio, Cinema and Television department. After her undergraduate education, she started her master's degree in Gaziantep University Women's Studies Department in 2014. Sevil İke is currently continuing her graduate studies.