



Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı

KENTLİ HAYAT TARZI VE DİNDARLIK
(MODERN VE İSLAMÎ DEĞERLER AÇISINDAN BİR
KARŞILAŞTIRMA)

Hazırlayan:
Işıl ÖZSEVİNÇ

Danışman:
Doç.Dr. Osman EYÜPOĞLU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Samsun, 2012

Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı

KENTLİ HAYAT TARZI VE DİNDARLIK
(MODERN VE İSLAMÎ DEĞERLER AÇISINDAN BİR
KARŞILAŞTIRMA)

Hazırlayan:
Işıl ÖZSEVİNÇ

Danışman:
Doç.Dr. Osman EYÜPOĞLU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Samsun, 2012

KABUL VE ONAY

Işıl ÖZSEVİNÇ tarafından hazırlanan *Kentli Hayat Tarzı ve Dindarlık (Modern ve İslamî Değerler Açısından Bir Karşılaştırma)* başlıklı bu çalışma, 22/06/2012 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oy çokluğuyla başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan:

Üye :

Üye :

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

___ / ___ / ___

Prof. Dr. Mahmut AYDIN

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Hazırladığım Yüksek Lisans tezinde, proje aşamasından sonuçlanmasına kadarki süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet ettiğimi, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu taahhüt ederim.

__ / __ / __

ÖZET

Öğrencinin Adı-Soyadı	Işıl ÖZSEVİNÇ
Anabilim Dalı	Felsefe ve Din Bilimleri
Danışmanın Adı	Doç.Dr. Osman EYÜPOĞLU
Tezin Adı	Kentli Hayat Tarzı ve Dindarlık (Modern ve İslamî Değerler Açısından Bir Karşılaştırma)

Modern dönemde yaşanan köklü değişimler, toplumlar arasında devam eden ve sosyal kurumların yenilenmesini, olgunlaşmasını sağlayan problemleri gündeme getirmektedir. Çalışmada ele alınan kentlilik ve dindarlık ilişkisi de bu değişim problemlerinin konusu olmaktadır. Modern dönem ile birlikte dinin kamusal alandan çekilmesi ve bireysel alana indirgenmesi, bir bütün olarak algılanıp yaşanması gereken din kurumunun içeriğini, özünü etkilemiştir. Günümüzde ise kentlerde görünürlüğünü yitiren dindarlığın mevcut düzene uygun olarak yeniden görünürlük kazanması beklenmektedir. Çalışmada kendine özgü kamusal görüntüyü yeniden inşa etmenin dinin manevi içeriğinin anlaşılmasına ve yaşanmasına bağlı olduğu açıklanmaktadır. Dinin manevi içeriği modern psikolojide yer almayan nefis, kalp, ruh unsurlarının ve bunların kendi aralarındaki ilişkinin anlaşılmasını gerektirmektedir. Dine bağlı şuur öncelikle bireylerde kazanılarak toplumsal görüntü oluşabilecektir. Şuurun kazanılması ise insanda dış dünyaya uyma zorunluluğunu ortadan kaldırması açısından önem taşımaktadır. İnsanın kendi mizacına ve değerlerine uygun bir şekilde zamanı reddetmeden ve fakat her şeyiyle kabul etmeden de yaşayabilmesi şuur ile mümkün olmaktadır. Bu şekilde benimsenen hayat tarzı özgün, kültürel ve entelektüel özellikler taşıyabilecektir.

Anahtar Sözcükler: Kentlilik, Kent Dindarlığı, Nefis, Şuur, İman.

ABSTRACT

Student's Name and Surname	Işıl ÖZSEVİNÇ
Department's Name	Philosophy and Religious Studies
Name of the Supervisor	Doç.Dr. Osman EYÜPOĞLU
Name of the Thesis	The Urban Lifestyle and Religiosity (A Comparison Between Modern and Islamic Values)

Fundamental transformations experiencing in the modern era bring up ongoing problems that generate to be renewed and matured. The relation of urbanism and religiousness which is undertaken issue of the study is in between of these problems. Through with modern era institution of religion has resigned from public sphere and withdrawn to individual sphere. This out of the way has effected to live the soul of religion. Nonetheless it is expected that religion is fade in the public sphere of modern cities with a new form. According to the study, waking of religion in the modern city areas is depend to internalize the spiritual content of religion and behave with conscious not with regard to the expectations. Internalizing the spiritual content of religion requires understanding psychological terms such as heart, self and soul that not mention about in modern psychology. However behaving with conscious matter in acceding to the expectations of dominant outside world and living in the modern cities as an individual with not to be controlled is possible with consciousness. Then living style with consciousness can have peculiar and intellectual properties.

Key Words: Urbanity, Religiosity in the Cities, Self, Faith, Consciousness.

ÖNSÖZ

Toplum bilimi çalışmalarında probleme yönelik olarak insanların toplumsal yani dışarıdan görüntüleri ve bu görüntülerin ortak noktaları ele alınır. Topluma ait bir problemin direkt olarak kurumsal bir mekanizmaya bağlı olması durumunda sadece o kurumsal mekanizma adeta tüzel bir kişilik gibi görülerek incelenirken insan davranışlarına doğrudan bağlı daha az kurumsallaşmış yapısal problemde ise insanın davranışlarının kaynağı olan içyapısı da birlikte ele alınır. Avrupa’da köklü toplumsal yapıların yıkılması sonucu oluşan problemlili yapı nedeniyle başlangıçta sadece toplumsal düzene odaklanan sosyal bilimciler daha sonraları insanın sadece dışarıdan görüntüsü ile ilgilenmekle kalmamış ve örneğin psikolojinin de konusu olan alanlar ile de ilgilenmişlerdir. Nitekim sosyal bilimlerde disiplinler arası alanlar hızla artmakta ve kabul görmektedir.

Sosyal bilimlerde bir çalışma konusu olarak din ise çok farklı alanları içinde barındırmaktadır. Bu çalışmada sosyoloji, psikoloji ve ilahiyat bilimlerinden faydalanılmıştır. Din, bir değerler sistemidir. Bu sistem, inanca dayalı hayatın tüm alanına dair düşüncesi bulunan bir sistemdir. Metafizik ve fizik alana ait olanın tümünü içerir ve bunları ayırmaz. Buradan bakılacak olursa dinin toplumdaki görüntüsü dine ait bir takım âdetleri, sembolleri içerir. Böylece dinin dışarıdan görüntüsü ve ifadesi semboller aracılığıyla incelenerek anlaşılabilir. Fakat bu semboller dizisinin her zaman içerik ile bütünlük taşıması gerekmektedir. Aksi halde din varlık amacını yitirmiş olmaktadır.

Çalışma konusu iki temel başlık altında incelenmiştir. Bunların ilki modern değerlerin hayat tarzına etkisi, diğeri de dinin, İslâmiyet’in hayat tarzına tesiridir. Bu başlıkların ortak noktası bir zeminde yer almalarıdır. Bu zemin, insanların nasıl yaşayacaklarına karar vermelerini sağlayan değerler zeminidir. Çalışmada yer verilen bu iki başlıktan ilki yani modern değerlerin insanların yaşam biçimlerine etkisi, toplum hayatının tüketim faaliyetleri tarafından ve kentlerde kentli yaşam kalıpları tarafından

belirlenmesi ile olmaktadır. Kısaca modern değerler, diğer etkiler ile i dünyayı tesiri altına almaktadır. İkinci başlık ise İslamî hayat felsefesidir ki burada İslamî değerler zemini tam tersi bir şekilde içeriden gelen uyarıları ile dış dünyayı etkileme işlevi görmektedir. Buna göre çalışmada modern değerlerin en iyi tezahür alanı olarak kentli hayat tarzı ve dindarlığın anlaşılması amacıyla i dünya-değerler-dış dünya ilişkisi dikkate alınmıştır. Toplumsal görüntülerin i dünyaya, i dünyanın da toplumsal görüntüye yansması dikkate alınarak kentlilik ve dindarlık ilişkisi irdelenmektedir.

Çalışmamın somut bir zemine oturma ve özgün bir konu etrafında toplanma sürecindeki desteğinden ötürü danışman hocam Doç.Dr. Osman EYüPOğLU'na teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1 Problem Durumu	2
1.2 Araştırmanın Amacı	3
1.3 Araştırmanın Önemi	3
1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları	4
1.5 Temel Kavramlar.....	4
1.6 İlgili Yayın ve Araştırmalar	4
1.7 Yöntem	5

2. BÖLÜM

MODERN DEĞERLERİN HAYAT TARZINA YANSIMALARI

2.1 Tüketim Kültürü ve Hayat Tarzı İlişkisi	8
2.1.1 İhtiyaç ve Tüketici Davranışı İlişkisi	9
2.1.2 Sembolik Tüketim ve Hayat Tarzı İlişkisi	13
2.1.3 Tüketime Kültürel Boyutları ve Kültür Üretim Sistemi	21

2.2 Kentli Hayat Tarzı	27
2.2.1 Modern Kentlerin Temel Nitelikleri.....	28
2.2.2 Modern Kentli Hayat Tarzının Dinamikleri.....	32
2.2.3 Alternatif Kentli Hayat Tarzları	33

3. BÖLÜM

İSLAMÎ HAYAT FELSEFESİNİN HAYAT TARZINA YANSIMALARI

3.1 İslam Dininde Hayat Tarzı Oluşumuna Zemin Hazırlayan Unsurlar	41
3.2 İnsanın Bilinç Durumları: Nefs Mertebeleri ve İman	44
3.3 İnsanda Latif Duyguların Ortaya Çıkması	52

4. BÖLÜM

KENTLİ VE DİNİ HAYAT TARZI OLARAK KENT DİNDARLIĞI

4.1 Dindarlık Tipleri ve Kent Dindarlığı.....	59
4.2 Kentlerde Dindarlığın Temel Dinamikleri	64
4.2.1 Köy-Kent Dindarlığı.....	65
4.2.2 Kentlileşme ve Gelenek.....	66
4.2.3 Kentlerde Dinsel Bireycilik.....	68
4.3 Dinin Manevi İçeriğine Bağlı Kent Dindarlığı.....	70
4.3.1 “Kent Dindarlığı” Kavramına Dair Eleştiriler.....	70
4.3.2 Dini-Manevi Kimlik ve Kent Dindarlığı	72
SONUÇ	78
KAYNAKÇA	82

KISALTMALAR

a.k.y. : arka kapak yazısı

Üni. : Üniversitesi

vd. : ve diğerleri

1. BÖLÜM

GİRİŞ

Geleneksel ile modern toplumları birbirinden ayıran temel farklar arasında üretim-tüketim ilişkilerindeki köklü değişim yer alır. Avrupa toplumunun bu köklü değişim karşısında toplumsal düzeninin bozulması, kilise idaresinden kopuş toplum biliminin bugünkü anlamda doğmasına sebep olmuştur. Yeni siyasi, ekonomik koşullar karşısında toplumun hangi değerler üzerinde ayakta duracağı dönemin sosyal bilimcilerinin temel çalışma konusu olmuştur. Bu süreçte dinin etkisinden kopma isteğine bağlı olarak akılcılığın öne çıkarılması ile bilinen pozitivist dünya görüşü ilk günler hâkimiyeti ele almıştır. İnsanların bilimden faydalanarak, akla dayanarak yaşamlarını kurulabileceğine kanaat getirilmiştir (Meriç, 1995:55). Böylece kadim değerler yıkılarak tüketim üzerine kurulu yeni bir yaşam biçimi ortaya çıkmıştır.

Modern hayat tarzını belirleyen temel değerler modernizmin dinamikleridir. Bu dinamiklerin gündelik yaşamların içine sızması bireylerin bunlara bağlı dünya görüşüne sahip olmalarına sebep olur. O halde kentlerde somut tezahürlerinin gözlemlenilebildiği modern hayat tarzını doğuran değerler sistemi öncelikli olarak anlaşılmalıdır. Giddens'in zaman ve mekânın ayrılması, yerinden çıkarıcı mekanizmaların oluşması, bilginin kurumsallaşması olarak tasniflediği modernitenin dinamikleri varoluşsal olarak bireyin kendisini konumlandırışını, zamanı kavrayışını güçlü bir biçimde etkilemektedir (Giddens, 2010:36). Bunun yanında modernliği tüm yönleriyle yaşamayan gelişmekte olan ülkelerde bu dinamiklerin yansımaları farklı şekillerde olmaktadır.

Modern dönemde üretimin teknoloji aracılığıyla gerçekleştirilmesi üretimi ve tüketimi teknolojiye bağlı hale getirmiştir. Tüketici kavramının bugünkü anlamda keşfedilmesi sonucu tüketime bağlı bir hayat tarzı oluşmuştur. Modern kentlerdeki hayatı anlamak için tüketicinin keşfini anlamak ve hatta eşya-insan ilişkisi üzerinde durmak

gerekmektedir. Üretimin makineler tarafından yapılmasıyla sadece tüketici keşfedilmemiş aynı zamanda atıl zamanla birlikte boş zaman da keşfedilmiştir. Boş zamanı keşfeden ve onu işleyen mekanizma ise kültür üretim sistemidir. O halde kentli hayat tarzını anlamadan önce o tarzı belirleyen mekanizmayı incelemek gerekmektedir.

Kentlilik ve dindarlık meselesini ele alırken gündelik yaşamın somut tezahürlerine bakmak, parçaları incelemek ve oradan bütüne gitmek tek başına yeterli olmamaktadır. Bütünü kapsayan, İslam dininin evrenselliğinden hareketle her zaman ve mekânda yaşanabilir bir İslam dünya görüşü bulunmaktadır. O halde İslam ilim ve irfan geleneğinde hayat tarzının nasıl ifade edildiği anlaşılmalıdır. İslam dininin modern değerler ile ilişkisi hayat tarzı zemininde ele alınarak kent dindarlığının dinamikleri irdelenebilir. İslam kültürünün bir üst değer olarak yaşandığı geçmiş İslam şehirlerindeki dinin algılanışı, yaşanışı, insanın zamandan münezzeh olan yaratıcı ile ilişkisi ve böylece kazandığı potansiyel duruş da burada ele alınmalıdır. İnsanın yeryüzünde halife kılınmasının (Kur'an, 2:30) neticesi olarak benimseyeceği dünya görüşü ve hayat tarzı günümüz kentlerinde de yaşanabilecektir. O halde günümüz kentlerinde yaşanılması mümkün olan dindarlığın seviyesi üzerinde düşünmek gerekmektedir.

1.1 Problem Durumu

Son yıllarda değişen toplumsal koşullara bağlı olarak “Kent Dindarlığı” şeklinde ifade edilen yeni bir dindarlık formu ele alınmaktadır. “Kent Dindarlığı” ekseninde ele alınan problemde, tarihte İslam dininin kültürel boyutunun yaşandığı kent görünümü ile günümüzde kırsaldan kentlere göç sonucu dindarlığın yeni oluşan kentli görünümü arasındaki fark, özlenen ile gerçekleşen durumu anlatmaktadır. Kentin çağın değerlerini yansıtan mekânlar olması nedeniyle problem modern değerlerin yaşam biçimine etkilerini irdelemeyi gerektirmektedir.

Mehmet Altan, kent dindarlarını “Üreten, kazanan, çağın gerektirdiği hemen hemen tüm özelliklere sahip, çağdaşlarıyla rekabet edebilen, dünya üzerindeki mücadeleleri sırasında dinden çıkar sağlamaya gerek duymayan, buna gönül indirmeyen, güler yüzlü, medeni, farklılıklara tahammüllü, çoğulculuk üzerine bina olmuş şehir hayatını benimsemiş, latif insanlar” şeklinde tanımlamaktadır (Altan, 2010:a.k.y.). Dindarlığın pek çok yönlerini bir arada bulunduran bu tanımın mantıksal analizi bizi kentli hayat tarzı ile İslamî hayat felsefesi arasındaki ilişkinin irdelenmeye değer bir problem durumu oluşturduğu sonucuna götürmektedir.

1.2 Araştırmanın Amacı

Birey, dünyaya bakış açısı, varoluşunu konumlandırışı ve zamanı idrak düzeyine göre sosyal meseleleri algılamakta ve nasıl yaşaması gerektiğine karar vermektedir. Geleneksel toplumlarda bu süreç sosyal öğrenme yolu ile sorgulanmadan, alternatifsiz gerçekleştiğinden hayat tarzı biçimlerinden bahsetmek pek mümkün değildir (Giddens, 2010:110). Modern toplumlarda ise yaşama biçimi konusunda alternatifler arasından sürekli bir seçim yapıldığı düşünülür. O halde,

- Alternatiflerin sunulduğu mekânlar olarak kentli hayat tarzı, insanların modern değerler ile ilişkisine göre nasıl biçimlenmektedir?
- İslam dini içeriği itibarıyla insanların bilinçlerini ve böylece Dünya’ya ve eşyaya bakışlarını nasıl etkilemektedir?

Araştırmanın amacı, bu iki temel sorudan hareketle kentli hayat tarzı ile dindarlığın nasıl ilişkilendirilebileceği sorusunu temel alarak konuları teorik bir zeminde değerlendirmektedir.

1.3 Araştırmanın Önemi

Araştırmanın önemi, kentlilik ve dindarlık gibi insanın gündelik pratikleri ile ilişkili iki önemli konuyu hayat tarzı kavramı ekseninde ele almasında saklıdır. Burada hayat tarzı, dış dünya tarafından belirlenen pratiklerken, dindarlık ise iç dünya tarafından yönlendirilen pratikler olmaktadır. Hayat tarzı, iç dünya ile dış dünya arasında kurulan ilişkiye göre oluşmaktadır. Araştırmanın özellikle dinin manevi boyutuna da vurgu yapması ve dindarlığı bu boyutlara bağlı olarak değerlendirmesi önemlidir. Araştırmanın bir diğer önemi genel yaklaşımlardan farklı olarak problemi sosyopsikolojik açıdan teorik bir zeminde ele almasıdır.

1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları

Gelenek-modernizm konusunda çok fazla ve fakat hayat tarzı bağlamında kısıtlı çalışmaların bulunması araştırmanın sınırlılıklarındandır. Ayrıca, kentlilik kavramı Batılılaşmış ve gelişmekte olan ülkeleri kapsamakta, dindarlık kavramı ise İslam dinine bağlı olarak ifade edilmektedir.

1.5 Temel Kavramlar

Çalışmada geçen **hayat tarzı** kavramı, Giddens'in da ifade ettiği gibi bir bireyin benimsediği az çok bütünlük içindeki bir pratikler topluluğu olarak tanımlanabilir. Burada kastedilen magazin değeri taşıyan popüler dergi ve yazılarda ifade edilen hayat tarzı (lifestyle) ifadesi değildir (Giddens, 2010:110). **Gündelik Hayat**, ise gün içerisindeki pratiklerdir. Modern dönemde hayat felsefesinden farklı olarak hayat tarzı ve gündelik hayat kavramları sistematikleşmiş pratikleri ifade etmektedir.

1.6 İlgili Yayın ve Araştırmalar

Literatür taraması yapıldığında görülmektedir ki modernizm ile din-gelenek ilişkisinin türlü açılımlarına, toplumsal meselelere yansımalarına sıklıkla değinilmiş olursa da din-

modern yaşam ilişkisi hayat tarzı bağlamında ele alınmamıştır. Toplum bilimi ile psikoloji biliminin ortak konusu olan hayat tarzı meselesine fazlasıyla değinilmemiştir. Anthony Giddens'in "Modernite ve Bireysel Kimlik" adlı çalışması gündelik hayatın dönüşümü, hayat tarzı, yaşam politikası gibi konulara değinmektedir. Benzer şekilde kentlilik ve dindarlık ilişkisi özellikle Mehmet Altan'ın "kent dindarlığı" isimli çalışması ile gündeme gelmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde, İslamî hayat felsefesinin hayat tarzı bağlamında açıklanmasında İslam ilim-irfan geleneğinden faydalanılacaktır. Genel olarak araştırmada sosyoloji, kent sosyolojisi, din sosyolojisi, psikoloji, din psikolojisine ait çalışmalardan yararlanılacaktır.

1.7 Yöntem

Araştırma, literatür incelemesi yöntemine dayalı kuramsal bir çalışmadır. Çalışmada kent sosyolojisi, din sosyolojisi, tüketim psikolojisi ve pazarlama perspektifli temel araştırmalardan yararlanılmıştır. Kentli hayat tarzı ve dindarlık ilişkisi, eldeki araştırma ve verilerden hareketle değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırmada sosyopsikolojik bir yaklaşım benimsenmiştir. Hayat tarzı kavramı, insanın dış dünyası ile iç dünyası arasındaki ilişkiye göre şekillenir. İç dünya psikolojinin konusu iken, dış dünya sosyolojinin konusu olmaktadır.

Çalışmada iki yönlü bir yaklaşım benimsenmiştir. İlk olarak kentlilik ve dindarlığın toplumsal tezahürleri dikkate alınırken parçalardan bütüne doğru bir yön izlenmiştir. Nitekim Altan'ın çalışması tümevarımsal gözleme dayalı bir çalışmadır. Yazar, konu ile ilgili türlü meseleleri tek tek ele alarak bütüne dair bir sonuca varmıştır. İkinci olarak ise bütünden parçaya doğru bir yön izlenmiştir. Din söz konusu olduğunda dinin içeriği, manevi özü de ele alınmalıdır. İslam dini açısından dindarlığın varoluşsal ifadesi çalışmanın üçüncü kısmında tümdengelimsel bir yaklaşımla ele alınacaktır. Araştırma, yöntem olarak verilerin toplanması, konuyla ilgili literatürün incelenmesine dayanmaktadır.

2. BÖLÜM

MODERN DEĞERLERİN HAYAT TARZINA YANSIMALARI

İnsanlar ihtiyaçlarını gerçekleştirme biçimlerini inandıkları değerlere bağlı olarak gerçekleştirirler. Bu değerler, toplumun bireylerinin zihinlerinde yer edip sistemleşerek o toplumun kültürünü meydana getirir. Modern değerler de Batı coğrafyasında kendisinden önceki değerlerin yerine gelmiş ve insanların yaşama biçimlerini etkilemiştir. Siyasi, ekonomik sistemlerin değişmesi sonucu yeni sistemler de yeni değerlerin üzerine bina edilmiştir.

İnsanların büyük oranda inandıkları dinlere göre yaşadıkları geleneksel dönem sonrası sanayileşme ile birlikte günlük çalışma şeklinin değişmesi hayat tarzlarının da değişmesine sebep olan en önemli unsurlardan biri olmuştur. İnsan ihtiyaçlarının karşılanmasında bilimsel gelişmelerden yararlanılarak elde edilen teknolojik aletler insanları sanayiye yönlendirmiştir. Bu dönemde toplumbilimciler tarafından değişime bağlı yeni bir ahlak anlayışına vurgu yapılmıştır. Emek, çalışmak, üretmek insanların en önemli vazifesi olarak gündeme gelen ahlaki davranışlardır (Meriç, 1995:141-148).

Endüstrileşme ile gündelik çalışma hayatının değişmesi ve buna bağlı olarak üretmeye dayalı sistemin öne çıkarılması gibi modern dönemde hayata bakış açısını değiştirecek birtakım değerlere vurgu yapılmıştır. Modernizm teorisyenlerinden Berger'e göre bu değerler beş adettir. Bunlar soyutlanma, geleceğe yönelimlilik, bireyselleşme, özgürlük ve dünyevileşmedir. Soyutlanmadan kasıt insanların dayanışma ve anlam buldukları somut cemaatlerin zayıflamasıdır. Geleceğe yönelimlilik ise bireylerin dikkatlerinin geleceğe kaymasını ifade eder. Modern dönemde insanlar bireyselleşerek, kolektif yapılanmalardan ayrılmıştır ve özgürleşerek geleneğin gerektirdiklerini değil kendilerine uygun olanı seçmişlerdir. Modern dönemde bilimde rasyonalist, pozitivist

akımların da etkisiyle metafizik olana ilgi kaybolmuş, insanlar dünyevileşerek maddi alana yönelmişlerdir (Çiftçi, 2002:53).

Modern değerler, insanın kimliğini oluşturma sürecini de derinden etkilemiştir. Geleneğin uzantısı ve toplumunun bir parçası olmaktan çıkan birey, kimliğini artık kendisi oluşturmak durumundadır. Modern birey, yeni ve gittikçe artan hızda değişen modern dünyada, hayatı ile ilgili önemli kararları kendisi almak zorundadır. Değişen kent ve çalışma hayatı, bireyin yalnızlaşmasına, aynı zamanda sorumluluklarının artmasına sebep olmuş, farklı sosyal rollere uyum sağlamak zorunda kalan bireylerde buna bağlı olarak iç gerilim artmıştır (Karaduman, 2010:2890).

Geleneksel dönemde kimlik oluşumu, birey olabilmek, üzerinde fazla tartışılmayan bir konu iken modern dönemde kimlik hareketli, çoklu, bireysel ve değişime açık hale gelmiştir (Karaduman, 2010:2890). Özgürleşme ve bireyselleşmenin olumlu yanlarının yanında gittikçe değişen ve büyüyen ekonomik ortamda bireyler, sunulana açık hale gelmişlerdir. Geleneğin yerleşmiş toplumsal yapılarının yok olması sonucu hayat tarzının belirginliğini yitirmesinden kaynaklanan boşluğu modern kültür doldurmaya çalışmıştır. Fakat insan iç dünyası, dış dünyadan yeni gelen kendisine yabancı olan hayat tarzını ilk olarak tanımak ister. Sürekli yenilenen gelişmeleri idrak edip, yeterli tanıma fırsatı bulamayan modern bireylerde bu durum çatışmaya sebep olmaktadır (Fromm, 2003:61). Denilebilir ki modern hayat tarzının kendi ürettiği seçenekler karşısında zihinsel olarak adeta bir savunma mekanizması gerekmektedir.

Dış dünyadan sunulan modern hayat dinamikleri, bir yandan insanları adeta tek tipleştiren bir hayat tarzı sunarken, bir yandan da çok hızlı değişerek yeni ve farklı görünmektedir. Bu bölümde insan kimliğinin yeniden inşasında önemli olan modern değerlerin somut yapıları iki temel kısımda incelenmiştir. Bunlardan ilki tüketim kültürünün hayat tarzı ile ilişkisidir. Sanayileşmedeki gelişmeler sonucu üretim-tüketim ilişkisinde yaşanan gelişmelerin bireylerin kendini tanımlamalarına etkileri ilk kısımda

anlatılacaktır. İkinci kısımda ise modern değerlerin görüldüğü mekânlar olarak kentin kendine özgü hayat tarzı ele alınacaktır.

2.1 Tüketim Kültürü ve Hayat Tarzı İlişkisi

Sanayi üretimi ile birlikte üretime bağlı ekonomik modeller üzerinde teoriler geliştirilmiştir. Üretim teknolojisi ve tüketici davranışı bu üretim ve ekonomi modellerinin ana çalışma konularını oluşturmaktadır. Teknolojiye bağlı üretim yöntemleri toplumun hayat tarzının da belirleyicisi olmuştur. Sanayi üretiminde başlangıçta hâkim olan fordist üretim yöntemidir. Bant üretimi, yürüyen bantlarda yapılan kitle üretimi olarak da adlandırılan fordist üretim yöntemi, Henry Ford'un sadece siyah renkte ürettiği araba modeli ile simgelenmiştir. Bu dönemde önemli olan tüketicilerin taleplerinden çok ürünün üretilip üreticinin kârının arttırılmasıdır (Yeygel, 2006:203).

Pazarlama bilimi tarihinde ürün odaklı pazarlama yaklaşımı dönemi olan Fordist üretim döneminde “ne üretirsem, onu satarım” görüşü hâkimdir. Bu dönemde insan da “homo economicus” ya da “economic man” olarak tanımlanır (Yeygel, 2006:200). Yani, tüketici olarak insan ekonomik davranışlarda bulunur, satın alma kararlarında rasyoneldir. Gelirini maksimum fayda elde edeceği ürünlere harcar; bir bakıma “ne üretirsem, onu satarım” söylemine, “neye muhtaçsam, onu alırım” ifadesiyle tepkide bulunur. Ürünün fiyatı düştüğünde satışlar artarken yükseldiğinde talep azalır. Modele göre tersi durum da geçerlidir (Zaichkowsky, 1991:51). Avrupa’da Büyük Ekonomik Kriz’le başlayan ve 1950’lere kadar süren zaman içerisinde ise satış odaklı pazarlama anlayışı hâkim olmuştur. Üreticiler rekabet nedeniyle bazı yanıltıcı-aldatıcı tanıtım çalışmaları gibi tekniklerle satış eksenli bir anlayış benimsemişlerdir. Satış ve reklamlarda ileri gidilmesi bu tarz üreticilik anlayışının kötü algılanmasına sebep olmuştur (Yeygel, 2006:201).

Tüketicinin rasyonel kabul edildiği modelde tüketicilerin pazardaki bütün alternatiflerden haberdar olmadığı aynı zamanda tercihlerine göre rasyonel sıralama yapabildiği varsayılır. Bu varsayıma göre birtakım problemler öne çıkmaktadır. Tüketicilerin pazar hakkında yeterli bilgisi yoktur ve de alternatifler arasında hepsi aynı fikre sahip değildirler. Kendisine göre bilgisi olan tüketici sıralamayı doğru yapamayabilir. Modelin varsayımları bir yana tüketicilerinin tercihlerinin sık sık fayda teorisini bozduğu görülmüştür. Fark edilmiştir ki farklı insanlar farklı stillere sahiptir ve farklı lezzetlere ilgi gösterirler. Tüketicilerin seçimlerini fiyat gibi niceliksel bilgilere bakarak değil daha duygusal kriterlere göre yaptıkları gözlenmiştir. Örneğin bazen fiyatların yükselmesinin o ürünü daha çekici kılması tüketici davranışına ilişkin bakış açısını etkilemiştir (Zaichkowsky, 1991:52).

2.1.1 İhtiyaç ve Tüketici Davranışı İlişkisi

Tüketicilerin satın alma sırasında rasyonel davranışlar sergilemediklerinin farkedilmesi sonucunda malların saklı anlamlarının olduğu düşünülmüştür. Başlangıçta “economic man” olarak tanımlanan tüketici artık pasif ve dış etkilere karşı savunmasız olarak görülmektedir. Tüketici davranışlarının keşfedilmesi gerekliliği fark edildiğinde, 1950’lerde, pazarlama bilimcileri psikoloji uzmanlarıyla çalışmaya başlamışlardır. Kişilikten motivasyon teorilerine kadar birçok konu tüketici davranışlarını anlamak açısından gerekli görülmüştür. Buna göre tüketici davranışlarını açıklamada dört davranış modeli kullanılmıştır (Zaichkowsky, 1991:52). Bunlardan **ilki** yukarıda bahsedilen tüketicinin rasyonel davranışlarda bulunduğunu öne süren Marshall ekonomik modelidir (Michmann, Mazze & Grego, 2003:120-121).

Tüketici davranışları ile ilgili **ikinci** davranış modeli ise Pavlov’un öğrenme modelidir. Bu model belirli bir uyarının varlığında belirli bir davranışın ortaya çıktığını öne sürmektedir. Pavlov’un köpeklerle ilgili çalışması tüketici davranışı üzerinden düşünülerek reklamlarda yapılan tekrarların ürünün arzulanabilirliğini arttırabileceği öngörülmüştür. Reklamlar aracılığı ile yeteri kadar bilinçaltına uyarıda bulunarak marka

alışkanlığı kazandırılabilceğı de fark edilmiştir. Firmanın başarılı olabilmesi için reklamlarda yeteri kadar motive edici uyaranlar kullanması gerekmektedir (Zaichkowsky, 1991:52).

Tüketici davranışları ile ilgili **üçüncü** davranış modeli ise Freud'un psikanaliz modelidir. Freudyen psikoloji satın alma kararlarının arkasında farklı dürtülerin olabileceğı bilgisini sunar. Buna göre, örneğın bir erkeğē “neden bu arabayı aldınız?” diye sorduğunuzda “beğendiğim için!” cevabını verebilir fakat alma davranışının altında erkeksi dürtülerinin etkisi yatmaktadır ya da kendisini genç hissetmek için o arabayı tercih etmiş de olabilir. Bunun gibi insanların satın alma davranışlarının arkasında bilinçaltında gizli dürtüler etkili olmakta ve ürünler sembolik anlamlar barındırmaktadır. **Dördüncü** davranış modeli ise Veblen'in sosyal davranış modelidir. Bu modele göre tüketici tercihleri toplumsal roller ile ilişkilidir. İnsanlar sahip oldukları statüye, içinde bulundukları sosyal gruba göre tüketim alışkanlıkları kazanırlar (Michmann, Mazze & Grego, 2003:120-121).

Pazarlama ile psikoloji bilimlerinin birlikte çalışmaları “The European Journal of Marketing; Culture, Markets and Consumption”, “International Journal of Research in Marketing”, “Journal of Consumer Culture”, “Journal of Marketing”, “Journal of Material Culture”, “Research in Consumer Behavior” gibi çok sayıda akademik dergi ve kitapta yer almıştır. Bu çalışmalar sonucunda tüketici davranış, tüketici psikolojisi konuları tek başına bir akademik çalışma alanı halini almıştır (Arnold & Thompson, 2005:868).

Psikoloji çalışmalarından faydanılması sonucunda pazarlama biliminde insanların ihtiyaçları, istekleri, talepleri, arzuları ayrı ayrı tanımlanarak araştırılmaktadır. İnsan ihtiyaçları insanların yoksunluklarını hissetmesi ile ortaya çıkar. Maslow'un ihtiyaçlar üzerindeki çalışmasına göre yiyecek, giyecek, barınma, ısınma gibi ihtiyaçlar fiziksel ihtiyaçlar; sevilme ve bağlılık gibi ihtiyaçlar sosyal ihtiyaçlar, bilme, kendini ifade etme gibi ihtiyaçlar bireysel ihtiyaçlardır (Burger, 2006:429-433).

İnsan ihtiyaçları pazarlamacılar tarafından ortaya çıkarılmazlar, onlar insan olmanın doğal sonucu olarak insanlarda mevcuttur. İhtiyaçlardan farklı olarak arzu ve istekler ise insan ihtiyaçlarının kültür ve kişiiliğine bağlı olarak şekillenmiş halidir. İstekler toplum tarafından şekillenir. Eindhoven’da yaşayan a bir insan ile Hong Kong’ da yaşayan başka bir a insanının yemek yeme ihtiyaçları aynıdır fakat tercihleri farklı olmaktadır bu nedenle pazarlamanın ilgi alanına girmektedir. İnsanlar istekleri sonucunda satın alma gleri ile birlikte fayda sağlayacak ürünleri talep ederler (Kottler vd., 1999:10).

Firmalar müşterilerinin istekleri ve talepleri ile ilgilenmek zorundadır ve bu nedenle tüketicilerle araştırmaları yaparak binlerce data ile tüketicilerle istek ve taleplerini anlamaya çalışırlar. Pazarlama teknikleri tüketicilerinin isteklerini anlama ve karşılamaya yöneliktir. Firmalar mevcut ekonomik düzende artan rekabet ile birlikte hayatta kalabilmek için sadece ürünün fiziksel özellikleri ile değil servis ve bilgilendirme hizmetleri ile de tüketicileri tatmin etmeye çalışırlar. Tüketicilerin istek ve taleplerini anlamaya yönelik yapılan araştırmalara örnek olarak North, Hargreaves ve McKendrick’in 1997’de yaptıkları çalışmada insanların, süpermarkette Alman yerine Fransız müziği çaldığında Fransız şarabını Alman şarabına göre daha çok aldıkları tespit edilmiştir. Chattopadhyay, Pelham ve Carvallo tarafından 2005’te yapılan bir diğer çalışmada ise insanların isimlerinin ilk harfleriyle başlayan markaları tercih ettikleri tespit edilmiştir (Wnke, 2009:3).

Sonuç olarak tüketimin ortaya çıkan bir ihtiyaın giderilmesine yönelik bir faaliyet olması nedeniyle modern dönemde üretici firmaların ihtiyaçların tatmini amaçlı ürünler için planlama yapması gerektiği dşnlmştir. Tespit edilmektedir ki bireyler, ürünleri sadece pratik yararları ve işlevlerinden dolayı değil aynı zamanda kimliklerini belirtme, duygularını ortaya koyma gibi amaçlarla da satın alırlar. İhtiyaçların tatminine yönelik ürünlerin gelişmesinde Maslow’un çalışması etkili olmuştur. Tüketimin zamanla toplumlarda temel faaliyet haline dönüşmesi, ürünleri pratik yararlarından çok, onlara insanların eşya ile özdeşleşebileceği anlamlar yüklenmesi sonucu oluşmuştur (Odabaşı,

2009:22). Böylece ihtiyaç-tüketim ilişkisine bağlı olarak çeşitli tüketim türleri ortaya çıkmıştır (Odabaşı, 2009:18):

- Zorunlu tüketim, temel fizyolojik gereksinimleri karşılamak için yapılan tüketimdir.
- Özenli tüketim, verimlilik kapasitesi ve tatmin düzeylerinde bir üst düzeye geçilmesiyle bağlantılı tüketimdir.
- Tutkulu tüketim, zorunlu tüketimden oldukça uzaklaşmış bir tüketim türüdür.
- Refah tüketimi, sürekli olarak yapılan hazza dayalı tutkulu tüketimdir.
- Gösterişçi tüketim, kim ve ne olduğunu dışarıya yansıtan tüketimdir.
- Sembolik tüketim, sembolik yararları için ürünlerde en üst düzeyde harcama yapmak ile belirginleşir.

İhtiyaca bağlı tüketim tiplerine dair sınıflandırmanın yanında tüketiciler de alışveriş şekillerine göre ekonomik, ilgisiz, bağımlı, bireysel, kalite odaklı, marka sadakati olan gibi tiplere ayrılmışlardır (Ünal & Ceylan, 2008:266).

2.1.1.1 İhtiyaç-Tüketim İlişkisine Bağlı Sorunlar

Bir önceki bölümde insan ihtiyaç, arzu ve isteklerinin araştırmalarla tespit edildiği ve firmalar tarafından reklamlar aracılığıyla yönlendirildiğinden bahsedilmişti. İnsanlar temel fizyolojik gereksinimleri dışında ihtiyaçlarını bilmekte ve bu ihtiyaçlarına bağlı olarak ürünler tercih etmektedir. Bu noktada ilk bakışta fark edilmeyen bir sorun ortaya çıkmaktadır. Buna göre insan gündelik hayat içerisinde temel fizyolojik ihtiyaçları dışındaki biyolojik etkilere bağlı olmayan psiko-sosyal ihtiyaçlarını doğru tespit edebilmekte midir? Ayrıca tespit ettiği ihtiyaçlarını günümüzdeki ürün ve marka

çeşitliliği düşünüldüğünde doğru ürünlerle karşılayabilmekte midir? Bunun yanında ürün tercihlerini, kendi iç dünyasından gelen dürtülere göre mi yoksa daha çok reklamlar gibi kitle iletişim araçlarından etkilenecek mi yapmaktadır?

İnsanların yemek ihtiyacını fark etmeleri ve bu konuda doğru tercih yapmaları kolaydır. Fakat birtakım psiko-sosyal ihtiyaçları doğru araçlarla karşılamak, bu ihtiyaçların soyut, elle tutulamaz olmaları nedeniyle güçtür. Kişi sezgileriyle bu soyut ihtiyaçlarını zaman zaman doğru karşılasa bile çoğunlukla yanlış yönelim gözlenebilir. Bunun yanı sıra söz konusu olan psiko-sosyal ihtiyaçları, tüketim nesneleri ile karşılamak olduğunda durum biraz daha güçleşmektedir. Çünkü ürünlerin sembolik değerleri reklamlar aracılığı ile üreticiler tarafından sunulur ve kabul edilir. Böylece ürünler sembolik değerleri ile psikolojik ihtiyaçları gerçekten karşılamaları nedeniyle değil daha çok öyle gösterildiği için tüketilir.

Herbest Marcuse’a göre temel gereksinim dışındaki ürünlerin tüketimi hariç modern dönemde tüketim, “sahte” ihtiyaçların yaratılmasına bağlı tüketimlerdir. Marcuse, tüketicilik konusunda “gerçek” ve “sahte” ihtiyaç ayrımından bahseder. Buna göre, sahte ihtiyaçlar bireye çıkar amaçlı sistem tarafından dayatılır. Bu ihtiyaçların giderilmesi, bireyi tatmin etse de, sağlanan mutluluk geçicidir. Eğlenme anlayışı, reklamlara uygun olarak davranmak, herkesin sevdiğini sevmek ve onu tüketmek sahte ihtiyaçlardandır. Marcuse’a göre birey kendisi için zaruri olanı kendisi belirleyebilecek olsa da kapitalist toplumda gerçek ihtiyaçlara içgüdüsel olarak karar verebilmek neredeyse imkânsızdır (Şan & Hira, 2004:11).

2.1.2 Sembolik Tüketim ve Hayat Tarzı İlişkisi

Gelişen teknoloji ile üretimde maliyetlerin azalması ve insanların gelirlerinin artması sonucu modern dönemin başlangıcına göre tüketiciye bakış açısında, tüketicilerin de mal ve hizmet harcamalarının boyutlarında önemli değişimler yaşanmıştır. Tek başına

inceleme konusu halini alan tüketici davranışları alanında da ciddi bir literatür oluşmuştur. Literatür içerisinde dikkat çekici meselelerden bir tanesi insanların sahip oldukları eşyaların sembolik anlamları ile kimliklerini oluşturmalarıdır. Bu sembolik tüketim biçimi, tüketim kültürünün geldiği noktayı ve kimliğin tüketim nesneleriyle inşasını anlamak açısından önemlidir.

Belk, kimlik-eşya ilişkisine odaklandığı klasikleşmiş çalışmasında insanların sahip oldukları nesnelerle ilişkisini anlamadan tüketici davranışının anlaşılamayacağını vurgulamış ve bu konuya eğilmiştir. “Extended Self and Possessions” isimli bu çalışmada Belk, bilinçli ya da bilinçsiz sahip olunanların kişiliğin adeta bir dış uzantısı olduğunu vurgulamaktadır. Elektronik eşyalar, arabalar, spor takımları, aile, yaşanılan şehir ve daha fazlası kişiye kendisini tanıtan dış unsurlardır. Bir kişinin evine ya da ofisine bakarak o kişinin neredeyse biyografisi çıkarılabilir (Belk, 1988:140).

Eşyaların kişiliğin bir uzantısı olmasından hareketle tüketim nesneleri dört grupta incelenmektedir. Bunlardan ilki bireysel, **kişisel ürünleri** içeren gruptur. Mücevher, araba, giyim gibi ürünler kişisel ürünlerdir. İkinci grup, **aile**dir. Kişinin nerede yaşadığı, nasıl bir stilde evini döşediği ve piyano, sandalye gibi ev eşyaları kişinin aile grubunda kimliğini belirleyen ürünlerdir. Üçüncü grup, **sosyal çevre**dir. İnsanların memleketleri, yaşadıkları şehirler de kimliklerinin inşasında önemlidir. Dördüncü grup ise **sosyal gruplardır**. Buna göre kişinin üyesi olduğu sosyal kulüpler, gittiği okul da kimliği hakkında bilgi verir (Solomon vd., 2009:60).

Tüketici, tüketim faaliyeti sırasında sadece dış uyarılardan gelen uyarıcılara bilinçli bir şekilde cevap vermemekte, aynı zamanda algı dünyasında ürün ve markaya yönelik birçok imaj da yaratmaktadır (Ünal & Ceylan, 2008:266). Bir ürün ile birey arasında kurulabilecek ilişki dört grupta incelenebilir. İlki, benlik ile ilişkidir buna göre ürün kimliğin ifadesini sağlamaktadır. İkinci olarak ürün ile birey arasında geçmişten gelen bir hatırayı canlandırması nedeniyle nostaljik bir bağlantı oluşabilir. Örneğin, çorba

içildiğinde “tıpkı annemin yaptığı gibi” tepkisi verilebilir. Üçüncü grup ilişki, karşılıklı bağımlılıktır. Buna göre sigara, gazete gibi ürünler gündelik hayatın bir parçasıdır. Dördüncü grup ilişki ise sevgidir. Ürün kullanımı sıcaklık, ihtiras gibi güçlü duyguların hissini sağlayabilir (Solomon vd., 2009:17).

Mallar ve hizmetler, bireye pratik fayda dışında kendine güven, kendini ifade etme, grup aidiyeti sağlıyorsa bu mal ve hizmetlerin tüketimi sembolik tüketimdir. Araştırmalar göstermektedir ki insanlar ürünleri çoğu zaman teknolojik özellikleri gibi somut faydaları dışında sembolik anlamları için tüketmektedirler (Witt, 2008:2-3). Tüketim toplumunda tüketim faaliyeti, Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinde belirtilen tüm ihtiyaçlar için gerçekleştirilmektedir. İnsan güçlü bir anlamlılık isteği ile doludur ve bunu tüketim nesneleri ile karşılayabilir (Wattanasuwan, 2005:179).

Sembolik tüketime örnek olarak, geri dönüşüm eşyaları kullanmak, “çevreyi koruyorum”, klasik müzik konserine gitmek, “kültürlüyüm”, gay haklarını savunmak, “ben açık görüşlüyüm” gibi mesajlar içermektedir. Ürünler, herkes için farklı anlamlar içerebilir, bir ürünün herkes için ortak tek bir anlamı yoktur. Bazen de bireyler kendisini göstermek için sahip olmayı terk edebilirler. Greenpeace üyesi bir birey çevreye zarar verdiği gerekçesiyle kimi sanayi üretimi ürünleri tüketmeyebilir. Bir Müslüman da benzer şekilde alkol gibi inancına uygun olmayan bazı ürünleri toplum içerisinde kullanmayarak kendisini ifade eder (Wattanasuwan, 2005:182).

Sembolik tüketim insanlarla iletişimi kolaylaştırmak açısından da etkili olmaktadır. İnsanların kim olduklarını göstermek için iletişime yapısında var olan bir istek duymaktadırlar. Semboller ve işaretler iletişimin aracı olmaktadır. Tüketim dünyasında markalar sembol olarak işlev görmektedir. Gündelik hayatta kullanılan marka ürünler ile karşıdaki bireylere mesajlar sunulur. Marka gibi benzer sembolik ürünleri tüketmek, aynı grupta olan insanlar arasında iletişimi kolaylaştırmaktadır. Örneğin çevreci ürünler kullanan insanlar arasında bu nedenle bir iletişim kurulabilir (Goffman, 1959:5-7).

Grup üyeliğine ilişkili olarak sembolik tüketimin en etkili olduğu topluluklardan bir tanesi gençlerdir. Ergenlik dönemindeki gençlerin kıyafet seçimlerinde sembolik tüketimi araştıran bir çalışmada giyimin gençlerde kendini ifade aracı olduğu görülmüştür. Kıyafet, gencin yetenekli ve başarılı olduğunun bir göstergesi olabilmektedir. Gençlik gibi kimliğin inşa edildiği, “ben kimim?” sorusuna cevap arandığı dönem de sembolik anlamlar daha önem taşımaktadır. Kıyafet örneğine benzer şekilde cep telefonu gibi teknolojik aletler de kendine güven duymaya, gençler arasında bir gruba ait olabilmeye araç olmaktadır (Mailer & Piacentini, 2004:259-261).

Gençlik gibi hayatın önemli geçiş dönemlerinde tüketim tercihlerinde farklılıklar gözlemlenmektedir. Okuldan ayrılmak, ilk işe başlamak, iş değiştirmek, evlenmek ya da boşanmak gibi dönemlerde rol geçişleri yaşanır. Bu zamanlarda kişilerin bireysel ve sosyal beklentileri değişir. Tüketim tercihlerinin değişmesi de bu geçişi göstermek ve kolay yaşayabilmek açısından önem kazanmaktadır. Yaşanan değişim, toplumsal rolü ve toplumsal kimliği etkiliyorsa rol değişimi olarak adlandırılır. Rol değişimlerinde sembolik tüketimi inceleyen bir çalışmada insanların yeni kimliklere bağlı olarak sembolik anlamlar içeren tüketime yöneldiklerinden bahseder. Örneğin yeni müdür olan bir birey arabasının modelini değiştirerek rol değişimini ürünle de ifade etmektedir (Noble & Walker, 1997:33-35).

Gösterişçi, lüks tüketim de sembolik tüketim kavramı gibi kimliğin ürünle inşası açısından benzeşmektedir. Kapitalist dönem öncesi evrede askeri ve siyasi güç sembolü olarak kadınlar, köleler ve gıda lüks tüketim nesneleri iken, modern kapitalist evrede çok pahalı ürünler, mücevherler sosyal statünün sembolü olarak lüks tüketim nesneleri olmuştur. Geç modern dönem ya da post modern dönem olarak adlandırılan evrede ise imajlar ve deneyimler kendini ifade aracı olarak gösterişçi lüks tüketimin nesneleri olmuşlardır (Chaudhuri & Majumdar, 2006:2-3).

İnsanları gösterişçi lüks tüketime iten sebepler beş ana kategoride toplanmıştır. Bunlardan ilki Veblen tarafından geliştirilmiş ve Veblen etkisi olarak adlandırılmaktadır. Buna göre lüks tüketimin sebebi, insanlara zenginlik, güç, daha yüksek statü gibi değerler sunması ya da bu değerlerinin göstergesi olmasıdır. Şımarıklık etkisi olarak da adlandırılan ikinci sebep, insanlara biriciklik duygusunu hissettirmesidir. İnsanlarda kendilerini özel hissetmek isteği bulunmaktadır ve bu nedenle de herkesin tükettiğini kimi zaman tüketmek istemezler. Sürü etkisi olarak da adlandırılan üçüncü gösterişçi tüketim sebebi ise “sosyete” olarak bilinen sosyal gruplarda o gruba ait olmayı zorunlu kılan gösterişçi tüketim nesnelerinin herkeste bulunduğu için alınmasıdır. Dördüncü sebep hedonik etki yani duygusal tatmindir. Beşinci sebep ise mükemmellik etkisi yani en kaliteli ürüne sahip olmak isteğidir (Solomon, 2003:570).

Sonuç olarak, bireyler, statü ve sosyal sınıfı belirtmek, bir imaja bürünmek, sosyal varlığını oluşturmak, kimliği yansıtmak gibi nedenlerle sembolik ürün tüketirler. Tüketim kültüründe bir sembolik çevre ve sembolik benlik yaratılır. Semboller dünyasının içinde “benlik” kavramı semboller aracılığı ile gerçekleşir. Kimliği inşa etmesine bağlı olarak benlik ile ilgili çalışmalarda, gerçek benlik, ideal benlik ve sosyal benlik olmak üzere üç tür benlikten söz edilmektedir. Gerçek benlik, kim olunduğu sorusuna, ideal benlik, ne olunmak istenildiği sorusuna, sosyal benlik de kim olarak bilindiği sorusuna cevap verir. Sosyal benlik ve gerçek benlik bakımından, ürünlerin sosyal dünyanın yapılanmasında etkili olması sosyal sembolizmi, kimliğin yapılanmasında etkili olması benlik sembolizmini ifade eder (Üner & Armutlu, 2009:6).

2.1.2.1 Sembolik Tüketimin Anlayışının Doğurduğu Sonuçlar

Sembolik tüketim çalışmalarında genel olarak sahip olunan eşya ile kurulan ilişki anlatılır. Bunun yanında tüketim kültürü ile birlikte hayatın her alanında tüketim nesnelerinin insanları anlattığı da belirtilmektedir. Sembolik tüketim ile ilgili çalışmaların konuyu ele alış biçimi genel olarak eşya-kimlik ilişkisinin tüketici

davranışlarını belirlemede faydaya dönüştürülecek şekilde nasıl anlaşılması gerektiği yönündedir. Ancak sembolik tüketimin doğurduğu sonuçlar üzerinde fazlaca durulmamıştır.

Tüketim nesnelerinin insanların kimliklerini göstermede bir aracı olmaları, insanların nesnelere bağlı olarak varoluşlarını konumlandırmaları belirli bir seviyede kaçınılmaz ve normal olmakla birlikte, bu hususlar günümüzde hayatın her alanına tüketimin yayılmış olması nedeniyle insanları esir edici etki yaratabilir. “Sahip Olmak ya da Olmak” adlı çalışmasıyla bu duruma vurgu yapan E. Fromm “neye sahipsem, ben o oluyorsam; sahip olduklarımı kaybettiğimde ben kimim?” Sorusu ile eşyaların faniliğinden kaynaklanan bir tehlikeden bahsetmektedir. Fromm’a göre eşyaya aşırı bağlı insanda beraberinde onu kaybetme korkusu yaşanır. Sahip olduklarını kaybetmek istemeyen insan eşyaya çok iyi bakmak ister ve fakat bu durum abartılırsa eşyanın esiri konumuna düşülebilir (Wattanasuwan, 2005:183).

Fromm’un eleştirisine ve tespitlerine karşılık olarak insanların iç dünyalarında olmak istediklerini eşyanın salt fiziksel özelliklerinden dolayı değil imajından ve görüntüsünden dolayı karşılamaları nedeniyle aynı sembolik değere sahip başka bir ürünle karşılayabilecekleri belirtilmektedir (Wattanasuwan, 2005:183). Eşya ile ilişki problematik boyutlara varabilecek olsa da makul düzeyde kimliği oluşturmada kolay, etkileyici, tatmin edici olması nedeniyle eşyaya ilgi duyulması normal görülmektedir. Sembolik tüketim ile ilgili olarak biri kendini doğru tanımlayamama problemi diğeri de iç dünyayı geliştiremememe problemi olmak üzere iki maddede ele alınabilecek birtakım önemli noktalar bulunmaktadır.

2.1.1.1.1 Kendini Doğru Tanımlayamama Problemi

Eşyaların insanların kimliklerinin bir uzantısı olduğu ve böylece tüketim kültüründe insanların eşyaları kendilerini ifade etmenin bir aracı olarak, başka bir ifadeyle ürünleri

sembolik değerleri nedeniyle tercih ettikleri tespit edilmiş bir gerçektir. Fakat burada insanların kendilerini doğru tanımlayabildikleri varsayılmaktadır. Oysa kimlik (identity) ve benlik (self) farklı kavramlardır. Benlik insanın zihninin potansiyel bütünlüğüdür. Kimlik ise benliğin dışı yansıyan halidir. Kimlik sosyal dünya ile ilişkilidir ve kişinin kendisi tarafından inşa edildiği gibi sosyal ortamdan da fazlası ile etkilenir. Benlik ise farkındalığa göre kişi tarafından olgunlaşma ile birlikte zamanla anlaşılır.

Kişi, benliğine uygun bir kimlik geliştirmeyebilir. Genel olarak iç dünyasındaki bütünlüğe göre dış dünyadaki seğimleri yapsa bile gerçekten ne istediğini bilmesi zor olmaktadır. Kendini doğru tanımlayamayan bir bireyin -ki bu genç yaşlarda pek mümkün olmamaktadır- ürünleri sembolik değerlere göre tüketmesi de problematik bir hal alabilir. İdeal benliğine göre ürünlerin sembolik değerinden faydalanıldığı belirtilse de, ideal benlik de kitle iletişim araçları tarafından kolaylıkla şekillendirilebileceğinden sembolik değerler kişinin kendisini aldatmasına sebep olabilecektir.

Benlik tam olarak keşfedilemeyeceğinden bireyler, kimliğin inşasında içlerinden gelenden çok reklam aracılığı ile sunulandan etkilenebilecektir. Sembolik tüketim konusunda özellikle “kimlik” kavramının ele alınmasına dikkat edilmelidir. Self kavramı kullanıldığında ise “self-concept” kavramı yani kişinin kendisini nasıl tanımladığı kavramı öne çıkarılmaktadır. Görölmektedir ki, tüketici kendisini tanımdan çok dışarıdan etkilediği değerlere göre kimliğini belirlemektedir. Kişinin tamamen özgür kalarak benliği keşfedememesi nedeniyle, kişi benlikten çok kimlikleriyle var olmaktadır.

2.1.1.1.2 Kişinin İç Dünyasını Geliştirmeme Problemi

Bir önceki bölümde bahsedildiği gibi kişinin kendi özünü, benliğini tam olarak kolaylıkla tanıyamaması ve sembolik tüketimlerle benliğinden çok kimlikler geliştirmesi benliğine bir türlü odaklanamamasına sebep olmaktadır. “Sahip olarak”

kimliğini inşa eden birey, “kendi olmak” aşamasına geçememektedir. Sermaye tarafından kimliğin sürekli yeni sembolik ürünlerle inşa edilmesi, benliğin farkına varmayı zorlaştırmaktadır.

Çoklu kimlikler ile kendisini tanımlayan insanlarda artık kendisine ait olduğu rolleri kırması imkânsızlaşmaktadır. Sahip oldukları ile kendisini bir sosyal yere ait gören insanda kibir oluşabilir. Benliğin uzantısının kişinin gerçekten ait olduğu seviyeden çok yükseklerde olması yani kişinin kendini yüksek bir benlik düzeyinde algılaması psikolojik olarak bir iç gerilime sebep olabilmektedir. Örnek olarak klasik müzik konserine gittiği için çok kültürlü olduğunu düşünen bir birey gerçekte kendisini kültürel düzeyde hiç geliştirmiyor olabilir. Sadece bir konsere katılmak ile entelektüel birikiminin çok güçlü olduğunu düşünmek kibir ile birlikte gerilime sebep olabilecektir. Bireylerin sembolik değerlere bağlılığı, diğer insanlarla aralarındaki varoluşsal eşitliği hissedemez hale gelmelerine sebebiyet vermekte ve bu da yüksek benlik algılaması yani kibre sebep olmaktadır. Sembolik tüketimde bu ürünlerin herkes tarafından satın alınabileceği öngörülmektedir. Bu ürünleri tüketebilenlerin tüketemeyenleri değersiz görmeleri de oluşan egonun bir sonucu olacaktır.

Bazı insanlar kendilerini geliştirmiş olmaları nedeniyle karar merkezleri kendisindedir. Merkezi kendinde olan güçlü kişilikler dış dünyadan daha az etkilenirler (Demir, 2007:15-26). Kendilerini daha iyi tanımlayabilen bu kişilikler, sembolik ürünleri gerçekten de benliklerinin bir uzantısı olarak tüketebilirler. Sahip oldukları her şey bu tip insanların seviyelerini gösterir. Bunun yanında karar merkezi kendinde olmayan kişilik tipleri vardır. Kendilerine ait iç dünyalarında gelişmiş bir yapı olmaması nedeniyle bu tip kişilikler toplumda genel olarak herkesin davranışlarına bağlı davranırlar. Bu tip insanların sembolik tüketimleri ise daha çok sermaye tarafından sunulana uymak şeklinde olacaktır.

2.1.3 Tüketimin Kültürel Boyutları ve Kültür Üretim Sistemi

Tüketim tipleri genel olarak hayat tarzı, yemek, giyim, ev dekoru ve mobilya, müzik, televizyon, sinema, kitap, sanat, spor ve hobiler ile ilişkilendirilir. Görüldüğü gibi sadece insanlık var olduğundan beri devam eden temel tüketim nesnelerinden değil, web sitelerinden fitness salonlarına, müzelerden hediyelik eşyalara kadar tüm hayat pratiklerini ilişkilendiren tüketim faaliyet ve nesnelerinden bahsedilmektedir (Maguire & Zukin, 2004:173). Tüketim kültüründe ürünler aktif bir şekilde reklamlar, popüler magazin dergileri ve günlük dergiler ile insanlara sunulmaktadır. Tüketim kültürünün gelişmesinin en başarılı etkilerinden biri reklam ve kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve bu araçların insan algısını etkilemedeki öneminin keşfedilmesidir (Öztürk, 2002:55-56).

Pazarlama biliminin insan ihtiyaçlarıyla değil kişinin o ihtiyacı nasıl gidermek istediği ile ilgilendiğinden bahsedildi. Buna göre modern üretim insanların ihtiyaçlarına uygun karşılıklar sunarak bir kültür oluşturmaktadır. Modern tüketimin kültürel boyutları maddi, hedonist ve estetik olmak üzere üç kısımda incelenebilir. Maddi kültür, kentsel yaşam, para ekonomisi ve modayı kapsamaktadır. Üretim-tüketim ilişkisinin tüketim odaklı evrilmesi de para ekonomisinin gelişmesi kültürü maddiyata endeksli hale getirmiştir. Benzer şekilde moda ile kültürün içeriğinin estetik duygulardan çok maddiyatla kontrol edilebilir hale gelmesi sağlanmıştır (Penpece, 2006:87-90).

Modern tüketimin kültürel boyutları olarak ikinci kısımda hedonist kültürden bahsedilebilir. Hedonist kültür ürünlerin haz tatmini sağlamasına odaklanmasıyla oluşan kültürdür. Penpece'nin aktarımıyla "Amerika'da Club 18-30 tatil şirketinin billboard reklamlarında kullanmış olduğu "Sarhoş ve sorumsuz olmak için iki haftanız var" sloganı hedonik duyguların uyarılmasında güzel bir örnektir" (Penpece, 2006:89). Ürünler ve faaliyetlere dair fantezi ve hayal üretiminde reklamlar ve medya araçları yardımcı olmaktadır. (Zorlu, 2002:49-51). Tüketim nesnelerinin giderek önem kazanan bir biçimde estetik değer taşıması modern tüketimin kültürel boyutlarından biridir. Buna göre estetik kaygılar, bir ürünün tercih sebebi olmakta ve özellikle satış mekânları olarak mağazalar farklı tasarımlar konusunda yarışmaktadır.

Gündelik hayatta çalışma saatleri ve temel fizyolojik ihtiyaçlar dışında kalan boş zaman faaliyetlerini değerlendirme biçimi, insanların hayat tarzlarına bağlı olarak çeşitlilik gösterir ve bunda birçok değer etkili olur. Mevcut değer sistemleri düşünüldüğünde genel olarak günümüzde egemen tüketim kültürü ya da geleneksel kültür arasında seçim yapıldığı görülür. Bunun yanında farklı alternatiflere ve geleneksel-modern ikilemi dışındaki seçeneklere ileride değinilecektir. Geleneksel kültürü devam ettiren insanlar da doğrudan ya da dolaylı olarak egemen tüketim kültürünün sunduğu boş zaman değerlendirme biçimlerinden etkilenmektedir.

2.1.3.1 Sermaye-Kültür İlişkisi: Kültür Endüstrisi

Kültür endüstrisi ifadesi ilk olarak, Frankfurt Okulu temsilcilerinden Horkheimer ve Adorno'nun çalışmalarında kullanılmıştır. Kültür endüstrisi kavramı, kitle kültürü ile karıştırılmaması için seçilmiştir. Bu kavram ile kitlenin içinden çıkan bir kültür değil de kitleden bağımsız sermaye tarafından üretilen bir sistem kastedilmektedir. Adorno'ya göre kültür endüstrisi, tüketicilerin bilinçli olarak merkez tarafında toplanması, bütünleştirilmesidir. Kültür endüstrisi, kitlelerin tercihlerinde özgür kalamadıklarını vurgulayarak mekanizmanın sadece eklentileri olduklarından bahseder (Adorno, 2007:109-119).

Adorno çalışmasında ekonomi ve yönetim işbirliğine vurgu yaparak kültürün kitleleri tekipleştirdiğinden bahsetmektedir. Filmler, radyo, dergiler bir sistemi meydana getirmektedir (Adorno, 2007:120). Felsefe, din, sanat, gelenek gibi düşünce sistemlerine bağlı birçok şeyin tek bir kültür sözcüğüyle açıklanışı, Adorno'ya göre sistemi organize eden ticari bir bakışın varlığını kanıtlamaktadır. Kültür üretim sistemi, kültür endüstrisi tarafından oluşturulur ve sistemde sanat değil daha çok kitleler üzerindeki etki önemlidir. Bu nedenle sıkıntıya karşı geçici bir kaçış, oyalanma ve zihinsel uzaklaşmaya odaklanır ve bunu sağlar (Adorno, 2007:121).

Kültür üretim sistemi, bireylerin bağımsız ve içsel gelişmesine olanak sağlamayan yüzeysel bir sistem olarak tanımlanır. İnsanlar, kültür endüstrisinin ürünlerini kullanarak zevk alarak mutlu olduklarını düşünerek düzene uyum gösterirler. Kültür üretim sistemi, bireylerin bilinçaltına yerleşen imajlar ile donatılmış bir zaman-mekân algısını sürükler. Sahip olma güdüsüne bağlı davranışlara dayalı bir hayat tarzı benimsetir (Şan & Hira, 2004:10).

Kitlelerin tüketimine göre düzenlenen ve büyük ölçüde o tüketimin yapısını belirleyen ürünler, tüm sektörlerde bir plana göre üretilir. Bunu olanaklı kılan sadece çağdaş teknik olanaklar değil, aynı zamanda ekonomik ve yönetsel yoğunlaşmadır. Kültür endüstrisi bilinçli olarak kendi tüketicilerini yaratır. Her ne kadar kültür endüstrisi kitlelere uyum sağlamadan var olamayacak olsa da kitleler onun ölçütü değil ideolojisidir. Müzik, sinema, fast-food, giyim sektörlerinin sundukları ürünler ile modern bireyler, sistemli bir anlayışın etkisi altındadır. Tüketim olayının gerçekleştirilmesinde önümüze sunulan çok sayıdaki seçenek arasından yaptığımız seçimler aslında bir “kültürel seçim” sürecinin sonucunda oluşur (Adorno, 2007:23).

Kültür endüstrisi ürünleri tüketicilere bir yaşam biçimi, dünya görüşü benimsetir. Böylece tüketime odaklı insanların tek boyutlu düşünce ve davranışları biçimlenmiş olur (Marcuse, 1975:27). Gündelik hayat, planlı bir şekilde incelenen bir nesne haline gelmiştir (Lefebvre, 1998:77). Kültür endüstrisi kültürü metalaştırarak, bireyin ait olduğu statüye bağlı olarak tüketmesini sağlar ve böylece kültüre bağlı statükocu bir yapı oluşturur. Kültür endüstrisi ile kitlelere sunulan hedef daha iyi yaşamak, daha çok zenginliktir (Marcuse'den Aktaran Avcı, 1990:30). Kültür endüstrisi, eğlenceyi güldürü ve erotik aracılığıyla üretir.

2.1.3.1.1 Kültür Endüstrisinin Oluşumuna Zemin Hazırlayan Gelişmeler

Kültür ve sosyal sistem arasındaki sembolik ilişki Talcott Parsons gibi işlevselciler ve kültürel üstyapı ile sosyal yapı arasında ayırım yapan Marksistler gibi birçok çağdaş

toplum teorisyenleri tarafından incelenmiş ve benimsenmiştir. Fakat 1950’lerden sonra ekonomi ve teknolojiadaki gelişmelerin de etkisiyle kültüre bakış açısı değişmiş ve kültür çalışmaları farklı bir boyut kazanmıştır. Örnek olarak, 1955 yılında C.Wright Mills’ın “Cultural Apparatus” isimli makalesi Amerikan kültürünün şekillenmesinde kitle iletişim araçlarının rolüne işaret etmiştir. 1974 yılında Howard S. Becker ise sanatsal yaratıcılığın sadece bireysel zekânın değil kolektif çalışmanın ürünü olduğunu göstermiştir. 1972’de Diana Crane ödül sisteminin kültürel ürün üretimini belirleyiciliğinden bahsetmiştir (Peterson & Anand, 2004:312).

Toplumların kültürel ürünleri zaman içerisinde yavaş yavaş değişirler. Fakat normal şartlar dışında yaşanan ani toplumsal değişimlere paralel olarak sanat anlayışları da hızlı bir şekilde değişebilmektedir. Avrupa’da Fransız İhtilali gibi olayların etkisi ile önemli toplumsal değişmelerin yaşanması ve beraberinde sanat anlayışındaki değişim buna örnek gösterilebilir. Peterson ve Berger’in 1975’teki popüler müzik ile ilgili çalışmaları, DiMaggio’nun 1982’deki görsel sanatlar ile ilgili çalışması, Powell’ın 1985’teki kitap basımı ile ilgili çalışması ve diğer gastronomi, restoranlar hakkındaki çalışmalar kültürün yapısındaki hızlı değişimleri inceleyen çalışmalara örnek gösterilebilir (Peterson & Anand, 2004:313).

Kültür üretiminde yaşanan değişim altı başlık altında incelenebilir. Bunlar teknoloji, hukuksal düzenleme, sektör yapısı, organizasyon yapısı, pazar yapısı ve çalışma imkânlarıdır. Bu altı unsur kültür endüstrisini şekillendirmiştir. Peterson, 1954-1956 yılları arasında Amerika’da popüler müziğin hızlı değişimini bu altı başlık altında incelemiştir. Bahsedilen altı başlık kültür endüstrisinin de her bir ayağını oluşturmaktadır. Kendiliğinden yaşanan hızlı gelişmeler genel olarak teknolojik bir yenilikle başlamaktadır. Bir teknolojik yenilik, küçük bir değişim gibi görünse bile keşfedenlerin de tahmin edemeyeceği şekilde müzik endüstrisine bağlı tüm yapının işleyişini değiştirmektedir (Peterson & Anand, 2004:313).

Buna göre müzik aletlerinin elektroniklerinin çıkması ve müzik yapmak konusunda teknolojik gelişmelerle birlikte aletlerin ediniminin kolaylaşması sadece belirli büyük firmaların değil daha küçük firmaların da piyasaya girmesini sağlamıştır. Müzik sektörüne giren küçük genç firmaların ortaya çıkması yasal düzenlemeleri de etkilemiştir. Firma sayısına bağlı tekelci diktatör yapı ortadan kalkmış ve sektörün organizasyon yapısı da bürokratik bir yapıdan daha yaratıcı ve fonksiyonel bir yapıya geçmiştir. Kısa dönemli, ucuz işçiler ve uzmanlıklar sektörde artmıştır. Müzik sektöründe pazar homojen bir yapıdan çok sesli heterojen bir yapıya geçmiştir (Peterson & Anand, 2004:313-318).

Kültürel bir üretim olarak müzikte yaşanan gelişmeler önemli sonuçlar doğurabilmektedir. Örneğin Mozart pianoforte isimli aletin ortaya çıkmasıyla dünyaca ünlü bir sanatçı olabilmıştir. Bu aletin yüksek ses kapasitesiyle çok sesli konserler verebilmiş, orkestra müziğini yapabilmıştir. Kaset kaydı, digital teknolojinin gelişmesi sonucu kopyalama imkânlarının artması hukuksal düzenleme gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. O halde görülmektedir ki modern dönemde kültürel üretim, dönemin teknoloji ve sermaye eksenli olması nedeniyle modern öncesi döneme göre çok farklı bir alanda incelenmektedir (Peterson & Anand, 2004:314).

Kitle iletişim aralarındaki gelişmelerin etkisi de kültürel üretim kitlelere ulaşıp benimsenmesi açısından çok büyüktür. Sadece haberler, reklamlar, görsel malzeme değil, köşe yazarları, modacılar, topluma rol model olabileceği düşünülen portreler aracılığıyla kültür endüstrisi kendisini benimsetmektedir (Zorlu, 2006:195). Tüketicilerin neleri giymesi, nerelerde yemek yemesi, nerelerde tatil yapması gerektiği konusunda medya tarafından rehberlik yapılmaktadır (Torlak, 2010:56).

2.3.1.1.2 Kültür Endüstrisine Bağlı Sorunlar

Kültürel rn ve faaliyetler, insanların duygu dünyasına hitap eder ve bu nedenle ürün ve faaliyet tercihlerini etkilemek kolaydır. Kültürel faaliyet zamanları zaten gündelik

hayatta akıl ve mantık kullanarak gerçekleştirilen birçok faaliyetin dışına çıkıldığı zamanlardır. Duygusal açıdan etkilenmeye açık olunan, eğlenilmek, değişik vakit geçirilmek istenen bu zamanlarda reklamlar, imajlar, gösteriler her zamankinden daha etkilidir. Gülen bir insan karşısındaki kişinin de gülmesi gibi duyguların geçirgenliği ve gücünün farkında olan endüstri de eğlence araçlarının pazarlamasında bu özdeşleştirme mekanizmasını sıklıkla kullanmaktadır.

Kültür üretiminde teknolojinin belirleyiciliği insanların yaratıcılıklarını imkânlar ekseninde kullanmalarına neden olmaktadır. Bunun yanında kültürel ürünlerin hangi değerlere bağlı olursa olsun kitlelere dağıtım kanalları aynıdır. Kitle iletişim araçlarının en önemli etkilerinden bir tanesi görseli etkili bir şekilde kullanmaktır. Buna bağlı olarak kültür ürünleri göstererek üstünlük elde ederler. Duygu ve düşüncenin üretimi olan kültür yaşamaktan çok gösterilen bir olgu haline gelmiştir. Modern kültürel ürünlerde içerikten çok imaj önem kazanmıştır. Duygu ve düşüncenin aracı olan kültürel üretim teknoloji ve sermaye ile birlikte daha çok salt eğlencenin aracı olmaktadır.

Kültürel üretimin imajlar ve semboller üzerinden sunulmasına örnek olarak kendi değerlerini yaşatmak isteyen bir geleneksel yapı, kendi yapısını anlatan bir sinema filmi hazırlayarak bunu göstermektedir. Örnek olarak Müslüman bir birey, sinema filmi hazırlayarak dinini anlatabilir. Son yıllardan güncel örnek vermek gerekirse Mevleviliğe özgü bir ibadet şekli olan “Sema Dansı”, birçok açılıшта bir sembol olarak kullanılmaktadır. Fakat dini değerler daha çok muhtevası ile birlikte yaşanmayı gerektiren değerlerdir ve sembolleşmeleri dinin manevi içeriği açısından problemlere sebep olmaktadır.

Kültürel üretimde sembollere verilen önem bir takım sorunlar doğurmaktadır. Çünkü semboller yaşamayı değil göstermeyi sağlar. Çoğu zaman gösteriye odaklanılması içeriğin de kaybolmasına neden olmaktadır. Örnek olarak klasik müzik konserine gitmek, kültürlü olmak olarak ya da çağdaş olmak olarak sembolleştirilirse, klasik müziğin kültürel içeriğine dair hiçbir idraki olmayan bir birey, sırf konserde bulunduğu için kültürlü ve çağdaş bir görüntü verebilir. Nitekim yakın geçmişte başörtülü

kadınların klasik müzik konserlerinde hiç bulunmayışları ile ilgili benzer yaklaşım sergilenmiştir (Vassaf, 2010, Radikal; Aktaş, 2011, Taraf; Özdemir, 2010, Radikal).

İnsanların duygu ve düşüncelerinin ifadesi olan kültürel nesneleri sanayinin üretmesi ürünlerin içinde yaşanan toplumun kültürel seviyesini ne kadar temsil edebildiği sorusunu akla getirmektedir. Sanayi üretimi her ne kadar tüketici tercihlerini göz önünde bulunduruyorsa da mobilya, giyim gibi alanlarda daha çok sektör tarafından üretilenleri insanların kolaylıkla benimsedikleri söylenebilir. Bu durumda bireyler estetik beklentilerini kendi içlerinden geldiği gibi değil sunulanla özdeşleştirerek karşılamaktadır. Bu durum da modern dönemde toplumlara özgü farklı ve derin kültürel yapıların ortaya çıkmasını zorlaştırmaktadır.

2.2 Kentli Hayat Tarzı

İnsanlar farklı ihtiyaçlarına, arzularına karşılık olması amacı ile sürekli olarak hayatının akışını dengeleyecek mekânlar üretir. Mekânlar, insanın ve dolayısıyla toplumun eylemlerinin yansımasıdır. İnsan, belirli bir mekânda varlık kazanır, o mekânda doğar, gelişir ve dönüşür. Böylece mekân, o mekâna ait insanlar için bir kimlik oluşturur. Toplum da mekânda görünür ve kimliğini mekâna yansıtır. Toplumsal kimlik mekânlara kazanarak bir gelenek ve bilinç oluşturur. Toplumsal yapı ve değişimleri bir gösterge olan mekânda izlemek mümkündür (Alver, 2010:18-21).

Kentler, tarih boyunca mekânsal üretimlerin en karmaşık hallerini sunmuştur. Kent ve insan birbirini bütünler. Kent bir kültür ve hayat tarzı haliyle insanda yansır, insan bir bilinçle kente yönelir. Kentler, toplumların ilimde, sanatta, iktisatta gelişmişliklerinin ifadesi olur. Düşünce, kentlerde vücut bulur, gelişir ve olgunlaşır. Cansever'in de belirttiği gibi şehir, "ahlakın, sanatın, felsefe ve dini düşüncenin geliştiği çevre olarak, insanın bu dünyadaki vazifesini, en üst düzeyde varlığının anlamını tamamladığı

ortamdır. Bu idrak, şehir biçiminin oluşmasını da sağlar ve insanın en üst gelişme düzeyine ulaşmasının temeli olur.” (Cansever, 2010:19).

Toplum biliminin en eski âlimlerinden olan Ibn Haldun da bedevilik-hadarilik kavramları şehirler ile ilişkilidir. Haldun’a göre insanlığın doğal gelişim seyri mekânsal olarak şehirlerde gerçekleşmektedir. Topluma ait kurumların o toplumu yansıtan en gelişmiş halleri şehirlerde görülür. İlim, ticaret ve sanatın geliştiği şehirler medeniyet merkezleridir. İnsan topluluklarının gelişimleri bedevilik, hadarilik ve medenilik şeklindedir. Hadarilik, bedeviliğin tekâmül etmiş halidir ve bu tekâmül sadece ekonomik koşullarda değil aynı zamanda ilim, teknik ve sanattadır (Haldun, 1982:415-420).

Kentler, içerisinde yaşayan toplumun yansıması olması nedeniyle çok farklı disiplinler tarafından incelenmiştir. Kent sosyolojisi, kent ekolojisi, kent ve kültürel coğrafya, mimarlık, şehircilik bu disiplinler arasındadır (Aytaç, 2007:201). Toplumbilimi açısından kent üzerinde ilk çalışmalara imza atan Chicago Okulu araştırmalarının etkisiyle kentin insan yaşamı ile ilişkisi üzerinde durulmuştur. Sonraki çalışmalarda daha çok kapitalizm vurgulanarak kapitalizmin mekânsal örgütlenmesi meselesi incelenmiştir. 1980’li yıllara gelindiğinde ise kent çalışmaları çeşitlenmiş kentlerin değişen çehresi ile birlikte gençlik, toplumsal cinsiyet, çevre sorunları gibi konular üzerinde yoğunlaşmıştır (Duru & Alkan, 2002:11).

2.2.1 Modern Kentlerin Temel Nitelikleri

Modern kentlerin ortaya çıkışı endüstrileşme ile eşzamanlıdır. İnsanların üretim biçimlerinin değişmesi ile birlikte ekonomi sisteminin değişmesi mekânı da değiştirmiştir. Bu nedenle modern sanayi, kent hayatı ile özdeşleşmektedir. Fabrikaların üretim sistemi, kentlerin elektrik ve inşaat gibi diğer mühendisliklere bağlı yapılara göre kendisini şekillendirmesini sağlamıştır. Ulaşım imkânları, ticaret gibi kentlerle ilgili

unsurların da teknolojiye bağılı olarak gelişip değişimleri kentleri endüstri ile birlikte düşünmeyi zorunlu kılmaktadır (Henderson, 1909:217).

Modern dönemde kentler siyasi ve dini merkezler etrafında değil ticaret ve sanayi merkezi etrafında gelişmektedir. Teknolojik gelişmelerin hızı nedeniyle kentler hiçbir zaman modern dönemde olduğu kadar hızlı değişimlere uğramamıştır. Bu nedenle sanayileşmenin ilk yıllarında kent karmaşa ve şaşkınlık ile anılmıştır. Sonraki yıllarda ise kentin gelişimi insan neslinin doğal evrimi kadar normal görünmeye başlanmıştır. Üretimde maliyetlerin azalması, tüketimin artması Avrupa kentlerinde refahın artmasını sağlamıştır. Teknolojinin egemenliğinde tüketim kültürünün şekillenmesi ile Wirth'in de vurguladığı gibi modern kent hayatı başlı başına kendine özgü bir hayat tarzı haline dönüşmüştür (Clarke, 1997:222-223).

Klasik kentleşme sebepleri olarak tarım tekniklerinin gelişmesi, çalışma imkânları, coğrafi sebepler, hukuki ve siyasi sebepler gösterilirken, ekonomik işbirliği toplulukları, yabancı işçiler ve kitle ulaşım imkânları çağdaş kentleşme nedenleri olmaktadır. Kentlerin temel nitelikleri arasında nüfus yoğunluğu gibi sayısal niceliklerin yanında uzmanlaşma ve iş bölümü, ikincil resmi ilişkiler yer almaktadır (Arslantaş, 2008:175). Klasik sosyolojik yaklaşımlarda kent düz-çizgisel evrimci bir mantıkla ele alınmaktadır. İlerleme, uygarlık ve aydınlanmanın taşıyıcısı olarak görülen kentler kimi zaman da ahlaki çöküntünün yaşandığı, toplumsal bağların yıkıldığı mekânlar olarak görülmektedir (Çelik, 2001:132).

Kentlerin tarih boyunca insanların zihniyet, değer ve tutumlarını büyük ölçüde belirleyen, kültürel içeriğe uyumlu bir yaşam tarzını ifade eden temel bir olgu olduğu yadsınamaz. Halis'in de belirttiği gibi “ Kent ve uygarlık, Medine ve medeniyet kavramlarının etimolojik köken ortaklığı, bir anlamda zihinsel düzeyde uygarlıkla kent hayatı arasındaki bir yakınlığa işaret etmektedir. Kent ve uygarlık bu anlamda, insanın

sosyal yapıya ve istikrarlı bir hayat tarzına duyduğu ihtiyacın ifadesi olarak şekillenmekte, hayat bulmaktadır.” (Çelik, 2001:132).

Kentler, günümüzde yeniden tanımlanmayı gerektirecek değişiklere maruz kalmaktadır. Ürün çeşitliğinin az, teknolojik imkânların daha kısıtlı ve henüz üretim sistemlerinin yeterince gelişmediği dönemlerde modern kentler doğrudan sanayi kentleri olarak adlandırılırken günümüzde mal ve hizmet imkânlarının çoğalması ve imajların hâkimiyetinin başlaması kentleri her alanına sızan tüketim anlayışı ile birlikte daha karmaşık mekânlar haline getirmiştir.

2.2.1.1 Modern Kent Teorileri

Modern kent, toplum yapısında ve kültüründe önemli değişimlere yol açan nüfus artışı, sanayileşme ve kentleşme olgusu ile bağlantılı bir gelişmenin görüldüğü mekânlardır. Bu bakımdan kent olgusuna yönelik tasvirler daha çok Batı’da yaşanan tarihsel gelişimin gölgesi altında karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla modern kent hayatına ilişkin tanım ve tasavvurlar, genel olarak bu sürecin dışında kalan değişik kültürel ve tarihsel durumları dışarıda tutma zaafını taşımaktadır. Modern kentleri açıklamaya yönelik bu yaklaşımlar ekolojik yaklaşım, ekonomik ve sosyolojik yaklaşım olmak üzere üç türdür.

Ekolojik yaklaşımı ortaya koyan Chicago Okulu bilim adamlarına göre nasıl ki canlıların birbiri ile olan ilişkileri yaşam çevrelerini düzenliyorsa, benzer biçimde kentlilerin de karşılıklı iletişimleri kentin biçimini belirlemektedir. Kentlerdeki nüfusun büyüklüğü, yoğunluğu, heterojenliği, ikincil derecedeki ilişkilerin baskınlığı, yardımlaşma duygusundan ve kendini ifade edebilme yeteneğinden yoksun olma gibi kent yaşamına özgü nitelikler ilk kez bu okulun üyeleri tarafından incelenmiştir (Duru & Alkan, 2002:12).

Sosyolojik bir yaklaşım benimseyen Wirth'e göre ise, kent insanlara basit bir şekilde iş ve yerleşim imkânları sunan yer değil insanları kendisine çeken ve onları bir düzen etrafında biçimlendiren, ekonomik, siyasal ve kültürel yaşamı kendisi denetleyen bir merkezdir. Geçmişten farklı olarak iletişim ve teknolojiadaki gelişmeler kentli hayat tarzını coğrafi sınırlarının dışına çıkarmıştır. Günümüzde kentler, kentlilik olarak ifade edebileceğimiz tüm somut sistemlerden uzakta bir yaşam biçimi sunmaktadır (Duru & Alkan, 2002:81).

Günümüz kentlerine bir diğer yaklaşım çevreci ve toplum hayatı meselelerinden farklı olarak kapitalist sistemin işleyişine vurgu yapar. Bu yaklaşımın teorisyenlerinden Harvey'e göre mekânsal farklılaşma, kapitalist toplumdaki toplumsal ilişkilerin yeniden üretimi çerçevesinde açıklanmalıdır (Şengül, 2000:28). Ayrıca, kent mekânının üretim, yeniden üretim ve dönüşümünde sermayenin birikmiş olması büyük rol oynamaktadır. Kapitalizmin bugün ulaştığı aşamada, kent mekânı üretim, dolaşım ve tüketim ilişkilerinin örgütlendiği bir yer olmaktan ötede bizzat kendisi metalaşmış ve sermaye birikim süreçleri açısından yaşamsal bir önem kazanmıştır (Duru & Alkan, 2002:161).

Gerek Harvey'in kapitalizmin mekânsal örgütlenmesi ile ilgili gerekse Chicago Okulu ve Wirth'in kentlerin ayırıcı özellikleri ilgili makro düzeydeki tespitleri kentli hayat tarzlarına mikro düzeyde yansımaktadır. Hayat tarzı konusunda çalışmanın başlangıcında ilişki kurduğumuz ihtiyaçlar hiyerarşisini kentlerdeki hayat için düşündüğümüzde bireylerin temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılama ve çalışma zamanları dışındaki zamanlarının da mekânla direkt olarak bağlantılı olduğu görülür. Boş zaman faaliyetleri olarak ifade edilen bu zaman diliminin gerçekleştiriliş biçimi kentli hayat tarzının önemli bir göstergesidir. Tüketim ekonomisinin mekânsal olarak örgütlenmesi de bu noktada önem kazanır.

2.2.2 Modern Kentli Hayat Tarzının Dinamikleri

Modern kent hayatının temel niteliklerinden biri olan kurumsallaşma kent insanının zihniyet ve ilişki sistemlerini yönlendirmekte ve belirlemektedir. Çeşitli hizmetler ağına bağımlı hale gelen kent insanı, kamusal hayat ile özel hayatı arasında ayırım yapmaktadır. Kentte yaşayabilmek, kamusal alanda ikincil ilişkileri yönetmeyi öğrenmek gibi kentteki çeşitlilik ve zenginliğe uyum için farklı bir zihniyeti içselleştirmeyi gerektirmektedir. Kentte köye benzer bir geleneksel koruyuculuğun bulunmaması özel hayatı, ekonomik ve sosyal hayatın temposu da duygusal ilişkilerden çok resmi ilişkileri öne çıkarmaktadır.

Modern kent hayatı içselleştirilmesi gereken zihniyet ve davranış modelleri içermektedir. Kent kültürüne uyum sağlayabilmenin temellerinden bir tanesi de yabancılarla kısıtlı ilişkiler kurmaktır. Kentlerde, yüz yüze temaslar zayıflamakta ve anonim roller yerini almaktadır. Böylece modern kent kendi kuralları olan bir yaşam biçimi şekillendirmektedir. Bauman'ın da işaret ettiği gibi kent hayatına özgü insanlar arasında anlaşılması güç bir mesafe ve sakınma duvarı oluşturan uygar ilgisizlik tutumu, yabancılarla birlikte yaşanan kent ortamında bir tür güven mesajı iletmektedir (Bauman, 2002:79-80).

Kent ortamının modern değerler arasında başlangıçta söylenen özgürlük duygularını sakinlerine sağladığı düşüncesi de yaygındır. Kent ortamı, geleneksel topluluklarda gözlenen gözetim ve başkalarının müdahalesi anlayışını içermez ve daha sınırlı kişisel ilişkiler barındırır. Kent insanı özel alanına kimseyi almadan kentte yaşayabilir. Bunun yanında insanların birbirine karşı daha dikkatsiz ve duyarsız olmaları ahlaki görünmezliği de beraberinde getirir ve bu durum da insanlara özgürlük alanı sağlar. Kentin heterojenliği insanlara içerisinde kendilerini ifade edebileceği aynı zamanda yargılanmayacağı bir ortam sağlar (Bauman, 2002:79-80).

Konutlar ise ortak paylaşım mekânları dışında sermayenin, sembolik tüketimin, sınıfsal farklılıklara dayalı mekânsal ayrışmanın göstergesi olarak modern kent hayatını anlamada bir diğer önemli unsurdur. Günümüzde apartmanlar, zenginlik ve prestij simgesidir. Siteler, toplumun her kesimi tarafından alınabilecek şekilde standartlaşmış ve çoğalmıştır. Bunun yanında tüketiciye sunmak için yeni modalar ve imajlar ile konut modellerinde mekânsal kurguyu araç haline getiren yaşam temaları oluşmuştur (Chaney, 1999:76). Alver'in çalışması da yeni bir konut anlayışı olarak güvenli site sakinlerinin sadece maddi açıdan ortak özellikler taşıdığını ve site sakinlerinin kendilerini ayrıcalıklı hissettiğini ortaya koymuştur (Alver, 2010:186).

Boş zaman faaliyetlerinin tüketmek ile özdeşleştirildiği mekânlar, sadece tüketim mekânı olmakla kalmaz tüketim ideolojisine uygun olarak sınıf, statü gibi sosyal belirleyicilere işaret eden sembolik mekânlar haline de gelirler (Aytaç, 2007:204). Sinemalar, tiyatrolar, restoranlar, pastaneler, müzeler, galeriler, kütüphaneler, oteller, barlar, birahaneler, kafeler, kahvehaneler kentlerde gündelik yaşamın mekânları olarak modern kent yaşamını ifade ederler. Bu mekânlar, yeme/içme, eğlenme, vakit geçirme, gösteri, moda, bakma, kendini salıverme, özgürlük, kaçış gibi yaşamsal durumlara karşılık gelen mekânlardır (Aytaç, 2007:208).

2.2.3 Alternatif Kentli Hayat Tarzları

Modern kentlerde geleneksel şehirlerin oluşumunda öne çıkan entelektüel düşüncenin gelişimi, bireylerin olgunlaşmalarından ziyade tüketim kültürünün tüm yönleriyle yaşanması olarak öne çıkmaktadır. Günümüzde teknolojik ve ekonomik imkânlar ile insanların her türlü eşyaya, mekâna sahip olabilmeleri kentlerin her türlü hayatın yaşanabildiği yerler olmasını sağlamaktadır. Fakat insanların algılarının tüketime odaklandırılması farklılıktan ziyade tüm dünyayı küresel bir köy olarak nitelendirilebilecek tek tipliğe sürüklemektedir. Bunun yanında son yıllarda bireyci-materyalist dünya görüşünden yorulan bireylerin benimsedikleri sakin, sade hayat

tarzları ve farklı manevi hayat felsefelerinin yaygınlaşması kentlerde çeşitlilik oluşturmaktadır.

Hızlı, iş odaklı, materyalist olarak nitelendirilen modern kentli hayat tarzı son yıllarda iyi bir hayat tarzı mı sorusunu gündeme getirmektedir. Çünkü modern kentli hayat tarzına bağlı olarak bireylerde bir takım beden ve ruh rahatsızlıkları gözlenmektedir (Soper, 2007:211). Mutluluğun gerçek kaynaklarına değil sahip olmanın peşine düşen materyalist bireylerde yoğun bir kaygı gözlemlenmektedir. Doymak bilmezlik, açgözlülük, kaybetme korkusu materyalist bireyleri nevrotik bir ruh haline büründürmektedir (Fromm, 2003:63). Benzer şekilde modern kentlerde kendini beğenen, empati yeteneği zayıf, kendilerini sürekli ön plana çıkarmaktan hoşlanan narsistik eğilimlere sahip insanların sayısı artmıştır (Twenge & Campbell, 2010:63). Beden rahatsızlıkları ise kent hayatı ile özdeşleşmiş strese bağlı hastalıklar ve de obezite gibi fast food yeme alışkanlığından kaynaklanan beslenme alışkanlıklarına bağlı rahatsızlıklardır. Bu farklı yeni tüketici faaliyetleri ve hayat şekilleri tipik postmodern yapılarıdır (Bouchet, 1994:409). Farklı tüketici faaliyetlerine örnek olarak yeşil tüketici faaliyeti çevreyi korumaya odaklanmıştır. (Stern, 2000:410; Wilska, 2002:197).

2.2.3.1 Alternatif Bir Kentli Hayat Tarzı: Gönüllü Sadelik

Kent hayatının ruh ve beden sağlığı açısından olumsuz yönleri insanları farklı hayat tarzı arayışlarına yöneltmiştir. Doğal yaşam, sade yaşam gibi kavramlarla ifade edilen bu yaşam biçimini benimseyen bireyler de tüketici davranışları açısından yeşil tüketici, etik tüketici gibi kavramlarla sınıflandırılmaktadır. Bu adlandırmaların temelinde yatan gönüllü sadelik, tüketime bağımlılığı en aza indiren, gündelik hayatta bireysel kontrolü öne çıkaran yaşam biçimidir. Felsefesi, dış dünyada sade ve basitliği, iç dünyada ise derinliği yakalamaktır. Gönüllü sadelik konusunda dikkat çekilen diğer bir nokta yoksulluktan kaynaklanan eksiklik nedeniyle değil imkânlara sahip olduğu halde gönüllü olarak seçilmiş olmasıdır (Odabaşı, 2009:199-201).

Gönüllü sadeliğin temelini tüketim karşıtı maddi sadelik, bireysel gelecek için hayatını daha fazla kontrol etme, çevreci duyarlılık, iç dünyayı terbiye etme oluşturmaktadır. Bunun yanında, gönüllü sadelik doğaya, köye, kırsala dönüş olarak algılanmamalıdır. Bu hayat tarzını benimseyenler geçmişte sürdürdükleri materyalist yaşam biçimini kişisel sebeplerle bırakan bireylerdir. Sürekli yarış, stresin getirdiği bıkkınlık temel sebeplerdendir. Kendisine daha fazla zaman ayırmak ve anlamlı yaşama arzusu gönüllü sadeliği diğer seçme sebepleri arasındadır. Bu hayat tarzına eleştiriler, ekonomik ve sosyal yapı karşısında pasif kalınması ve toplumsal sorumlulukların yerine getirilemeyecek olunması şeklindedir (Odabaşı, 2009:199-201).

Gönüllü sadelik hayat tarzını benimseyen insanlar maddi açıdan ihtiyaçlarını karşılayan ve gelecek korkusu olmayan insanlardır. Büyük oranda ihtiyaçlarını karşıladıklarından kendilerini gerçekleştirmeye dikkatlerini vermişlerdir. Gönüllü sadeliğin günlük faaliyetleri ekolojik ve sosyal sorumluluk hareketlerine katılmayı, tüketici olarak topluma aktif bir şekilde katılmayı gerektirir. Gündelik hayatın içerisinde manevi hayatı korumak da önemlidir. . Gönüllü sadelik bir tüketici hareketi olmamasına rağmen sıklıkla tüketici davranışlarıyla açıklanmaktadır. Gönüllü sadeliği benimsemiş insanlar fazla ilgilenmeseler de piyasayı takip ederler ve genellikle uluslar arası internet alışveriş imkânından faydalanırlar (Huneke, 2005:532-546).

Gönüllü sadelik hareketi, eşyaya bağlı olmadan yaşamda tatmin olabilmek amacıyla başlamıştır (Etzioni, 1998:627; Shaw & Newholm, 2002:171-172). Gönüllü sadelik hem bir inanç sistemi ve hem de bir sosyal hareket olarak görülmektedir (Zavestoski, 2002:149). Bu hareketi benimseyen insanlar hayatın her alanında kendi kontrollerini sağlayabilmek ve kurumlara bağlılığı azaltabilmek için çabalarlar. Elgin'in gönüllü olarak sadeliği benimseyenlerden biri ile yaptığı mülakatta, kişi gönüllü sadeliği, hedeflerinin basit olması ve hayatın amacı ile ilişkili olmayan eşyalardan kaçınmak olarak tanımlamıştır (Leonard-Barton, 1981:243-244). Duane Elgin ve birkaç aktivistin 2001'de bir araya gelip Sadelik Forumu oluşturmaları ile başlayan bu hareket, insanları

etkilemeye ve kendilerini açıklamaya çalışmaktadır. Çoğu gönüllü sadelik topluluğu ise internet tabanlı olarak kendilerini ifade etmektedirler (Huneke, 2005:531).

Gönüllü sadelik hareketine benzer bir hareketten de modern kentlerde alternatif yaşamların varlığına destekleyici örnek olarak bahsedilebilir. Slow Parenting yani yavaş ebeveynlik hareketi Avrupa’da ve ABD’de hızla yayılan, Türkiye’de de benimseyenlerin olduğu gönüllü sadeliğe benzer bir harekettir. Çocuk eğitimindeki yaklaşım farklılığına vurgu yapan bu hareket, kapitalist-rekabetçi toplum yapısının sonuçları olarak çocukları İngilizce kursundan yüzme antrenmanına kadar birçok aktiviteye yönlendiren anlayışın aksine çocukları özgür bırakmak üzerine kuruludur. Bu hareketi benimseyen ailelerin çocukları hayatlarını kurslar değil serbest oyunlar, alışveriş merkezleri yerine doğa yürüyüşleri ile geçiriyorlar. Aileler çocukları ile gösterişli oyuncaklarla oynamak yerine yemek yapıp, bulaşık makinesi boşaltmak gibi doğal işleri yaparak anı paylaşıyorlar (Gür, 2011, Star).

2.2.3.2 Alternatif Bir Kentli Hayat Tarzı: Yeni Çağ Akımı

Dünyevileşme süreci ile birlikte geçmişten gelen mitler, değerler, sadakatler altüst olmuştur. Geline nokta ise dünyevileşmenin, dinsel boyutta çoğulculuğu ve öznelleşmeyi ortaya çıkardığı, dini bireysel bir tüketim nesnesi haline getirdiği görülmektedir. Ancak birey dünyasını anlamlandırma noktasında, kendisine bile yabancılaştığı bu dünyada yeni anlamlar aramaktadır. Yeniçağ dinleri ile birlikte dindarlık modern-seküler kentlere girmiştir. Kitabî dinlerden farklı bir dindarlık anlayışı olan bu hayat felsefesi de kentlerde yerini almıştır. Yoga, meditasyon gibi uzak doğu din ritüelleri kentliler tarafından bir yaşam biçimi olarak benimsenmektedir.

Alternatif manevi arayışlar Bauman’ın postmodern dinler ve özellikle tüketim dinleri olarak tanımladığı yaklaşımların bir parçasıdır. Dinler ile ilişkili tüketim nesneleri merak toplama ve merak geliştirme amacıyla harcanır. Dine bağlı tüketim faaliyetlerine

örnek olarak şifa merkezlerini ziyaret etmek ve bunlara katılmak, Şamanizm dinine ait kristaller almak, Uzakdoğu astrolojisi hakkında bilgi edinmek gösterilebilir. Yeni çağ akımına bağlı tüketim nesnelerine ise kitaplar, tarot kartları, kristaller, aromaterapi ürünleri örnek verilebilir. Yeniçağ akımı popüler magazinler, dergiler ve fanzinlerde sıklıkla yer almaktadır. Possamaï'nin aktarımıyla, Roberts, Hill, Van Hove ve York tarafından yapılan çalışmada yeni çağ akımının neoliberal ekonomi, postmodern dönemde artan global tüketici kültürü ile güçlü bir korelasyonun altı çizilmiştir (Possamaï, 2002:198).

Yoga, meditasyon gibi pratik uygulamaların yanında bu manevi hareketlerin sunduğu hayat felsefesi yaşamı akışına bırakmak üzerine kuruludur. Bu da yaşamı aklın ve bilimin kontrolüne bırakan modern kentli hayat tarzı ile çelişik görünmektedir. Kader inancına geniş vurgu yapan bu tarz manevi yaklaşımları genel olarak yüksek gelire sahip, yıllarca materyalist yaşamış bireylerin benimsediği görülmektedir. Zira hayat mücadelesini zor şartlar altında sürdüren alt gelir gruplarının hayatı akışına bırakmaları ve anı yaşamaları kentlerde zor görünmektedir. Özetle yeniçağ manevi arayışları dindarlığın kentlerde şekillenmesi açısından önemlidir. Moda olan her şeyin çabucak tüketilmesi gibi son yıllarda da Uzakdoğu kaynaklı din ve din eksenli inançlar bir tüketim objesi olarak, medya tarafından kurgulanıp kitlelere sunulabilmekte, pazarlanabilmektedir (Aygül, t.y.:3)

3. BÖLÜM

İSLAMÎ HAYAT FELSEFESİNİN HAYAT TARZINA YANSIMALARI

Bir bireyin hayat tarzı, çalışmanın ilk kısmında bahsedildiği gibi bireyin benimsediği hayat felsefesine göre şekillenir. Bireyin hayat felsefesi mizaç, aile, çevre ve içinde yaşadığı topluma bağlı olarak şekillenir. Batı toplumunda gelişen modern hayat tarzı da bu şekilde oluşmuştur. Modern değerler başlangıçta Avrupa toplumunun dünya görüşündeki değişimler sonucu ortaya çıkmış, daha sonra ekonomi ve teknolojinin belirleyici gücünün etkisiyle daha çok dışarıdan üretilen değerler sistemi haline gelmiştir. Modern hayat tarzı kişinin kendisine göre benimsediği hayat felsefesi olmaktan çok artık dışarıdan üretilen bir hayat tarzı halini almıştır. Modern değerler dışında dinler de hayatın her alanının kendisine göre belirlenmesini sağlayacak zihin yapısı kazandırır.

Çalışmanın bu bölümünde inanca bağlı bir hayat felsefesi olarak İslam dininin, ona bağlı olarak yaşayan kişiye yani bir Müslüman'a, nasıl bir bilinç kazandırarak o Müslüman'ın yaşam şeklini etkilemekte olduğu açıklanmaya çalışılacaktır. Bu bölüm iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda İslam dininin bireyde hayat felsefesi oluşturmaya zemin hazırlayan iç dünya unsurlarından bahsedilecektir. "İslam dinine göre insanın iç dünyası hangi unsurlardan oluşmakta ve bu unsurlara bağlı olarak nasıl gelişmektedir?", "İç dünyada oluşan İslamî yapıya göre dış dünyadaki davranışlar, pratik hayat nasıl şekillenmektedir?" gibi soruların cevabı verilmeye çalışılacaktır. İkinci kısımda ise çalışmanın ilk kısmı ile ilişki kurularak son yıllarda gündemde olan "Kent Dindarlığı" kavramı üzerinde durulacaktır.

Hayata ilişkin her sistem kendine özgü olarak insana dair bir bakış açısı da geliştirmiştir. O halde öncelikle İslam dininin de insana bakış açısına değinmek

gerekmektedir. Batı düşüncesine de baktığımızda ortaya çıkan her yeni sistem, felsefî açıdan insan tanımını yaparak kendilerini açıklamaya çalışmışlardır. Örnek olarak, Darwin ve Darwinistler insanı diğer canlı varlıkların gelişim zincirinin en son halkası olarak görmüşlerdir; bu yönüyle insan en gelişmiş hayvandır. Freud ve Freudcular, insanı psikolojik açıdan bütün faaliyetlerini cinsiyetin dinamik enerjisi olarak “libido”nun yönlendirdiği bir varlık şeklinde tanımlamaktadırlar. Ekonomi bilimi de insanı “homo economicus” (ekonomik insan) olarak görmektedir. Ekonomik insan söylemi yani tercihlerini rasyonel, ekonomik olarak yapan insan, Sanayi Devrimi ile yön bulan ekonomik sistemin adeta sloganı haline gelmiştir (Yakıt, 2010:2). Zamanla bu algı değişse de görülmektedir ki her yeni sistem kendine özgü bir insan tanımı içermektedir ve kendisini buna göre açıklamaktadır.

İslam Dinine göre ise kâinatta abes yoktur (Kur'an, 67:4). Her zerre bir hikmete göre yaratılmış ve yaratılış gayesine uygun özelliklere sahip olmuştur. Yaratılış gayesine bağlı olarak varlıklar basitten mükemmele doğru kademeleşmişlerdir. İşte insan, bu kademeleşmenin zirve noktasındadır. Allah (c.c.)'ın yeryüzündeki vekili olma vasfı (Kur'an, 2:30) nedeniyle insan Kur'an-ı Kerim'e göre mükemmel şekilde yaratılmıştır (Kur'an, 95:4) (Mısıroğlu, 2010:179-187).

Düşün ki, Rabbin meleklere: "Muhakkak Ben, yeryüzünde bir halife tayin edeceğim" dediği vakit, "biz seni tesbih ve takdis edip dururken orada fesat çıkaracak ve kanlar akıtacak bir yaratık mı yaratacaksın?" dediler. "Her halde Ben sizin bilmeyeceğiniz şeyleri bilirim!" buyurdu (Bakara, 30).

O, sizi yeryüzünün halifeleri yapan ve sizleri verdiği şeylerle denemek için kiminizi kiminize üstün kılandır. Şüphe yok ki, Rabbin çabuk cezalandıran ve yine şüphe yok ki, O tek bağışlayan, tek merhamet edendir (En'am, 165).

Yine unutma biz, bir vakit meleklere: " Âdem için secde edin!" demiştik; derhal secde ettiler, fakat İblis: "Ben, bir çamur halinde yarattığın kimseye hiç secde mi ederim!" dedi (İsra, 61).

Andolsun ki Biz, Âdemoğullarını üstün bir şerefe mazhar kıldık; karada ve denizde binitlere yükledik ve güzel güzel nimetlerle besledik; yarattıklarımızdan çoğunun üzerine hâkim kıldık (İsra, 71).

Ve düşün o vakti ki, Rabbin meleklerle: "Ben, kuru bir çamurdan biçimlendirilmiş bir balçıktan bir beşer yaratacağım. Bunun için, Ben onu muntazam bir insan kıvamına getirip içine ruhumdan üflediğim zaman, derhal onun için secdeye kapanın!". Bunun üzerine bütün melekler hep birden secde ettiler (Hicr, 28-30).

Rabbin meleklerle şöyle demişti: "Ben çamurdan bir insan yaratacağım. Onu yapıp ruhumdan ona üflediğim zaman ona secdeye kapanın" (Sad, 71-72).

Sonra onu düzenli bir şekle sokup, içine kendi ruhundan üfledi ve sizin için iştmeysi, o görmeleri ve gönülleri yaptı. Siz çok az şükrediyorsunuz! (Secde, 9).

Evet, Biz, o emaneti göklere, yere ve dağlara sunduk da onlar onu yüklenmeye yanaşmadılar ve ondan korktular da insan yüklendi onu. O gerçekten çok zalim, çok cahil bulunuyor (Ahzap, 72).

Biz insanı en güzel biçimde yarattık (Tin, 4).

Kur'an-ı Kerim'de yukarıdaki ayetlerde işaret edildiği üzere insan, Allah'ın emanetini yüklenmiş, Allah'ın ruhundan üflediği ve yeryüzünde kendisine halife, vekil tayin ettiği, meleklerin kendisine secde ettiği en güzel bir biçimde, Kur'an-ı Kerim'in ifadesiyle "Ahsen-i Takvim" üzere yaratılmış bir varlıktır. O halde İslam dinine göre insan klasik tabirle "eşref-i mahlûkat" yani varlıkların en şerefliisi olarak görülmektedir. Ontolojik olarak algılanabilen insana verilen bu önemi gündelik hayatın akışı içerisinde bir Müslüman'ın hissedebilmesi zor olabilse de şuur sahibi olduğu takdirde mümkün görünmektedir.

Kur'an-ı Kerim'de insan ayetlerde işaret edildiği üzere çok kıymetli olduğu gibi kötü vasıflara da sahiptir. Mısıroğlu'nun da ifade ettiği gibi insanın "bir damla sudan yaratıldığı halde Allah'a apaçık hasım kesildiği (Nahl, 4), pek aceleci olduğu (İsra, 11),

başıboş bırakılacağını sandığı (Kıyamet, 36), nimetler karşısında şımardığı ve nankörlük ettiği (Hud, 9) zira zayıf yaratılmış olduğu (Nisa, 28) gibi birçok beşeri zaafı olduğu ayetlerde beyan edilmiştir.” (Mısıroğlu, 2010:180). Sonuç olarak, Kur’an-ı Kerim’e göre insan gerçeği iki veçhelidir. Ayetlerde beyan edildiği gibi hayvandan da aşağı seviyede Kur’an-ı Kerim’in ifadesiyle “Belhum edall” olabilen insan, kötülüğü emreden nefesine karşı (Yusuf, 53) hâkimiyetine göre meleklerin dahi kendisine secde ettiği seviyeye erişebilir (Mısıroğlu, 2010:181).

3.1 İslam Dininde Hayat Tarzı Oluşumuna Zemin Hazırlayan Unsurlar

Kur’an-ı Kerim’deki tarifine göre insanın esfel-i safilin ile eşref-i mahlûkat arasında bir varlık olması kişinin hayatının her alanında davranışlarına göre karşısına çıkan bir durumdur. Bu durum İslam dininde nefs, kalp ve ruh arasındaki ilişkiye bağlı olarak açıklanmaktadır. Özellikle kişinin nefesine karşı tutumu onun davranışlarının güzelliğini, edebini belirler. İslam geleneğinde özellikle tasavvuf ilmi nefs tezkiyesi ile insanda latif duyguların açığa çıkması üzerinde durmaktadır. İnsanın iç dünyasına bağlı olarak dış dünyasını şekillendirdiğinden hareketle bu bölümde İslam dinine göre dış dünyayı şekillendirmeyi sağlayacak iç dünya unsurları üzerinde durulacaktır. Çalışmanın bu bölümünde genel İslam literatüründen faydalanılmıştır. Bununla birlikte özellikle Batı psikolojisi üzerinde çalışmış ve de tasavvuf ilmi ile ilgilenen Psikiyatr Dr. Mustafa Merter ve Robert Frager’in çalışmalarından da yararlanılmıştır.

3.1.1 İnsanın İç Dünya Unsurları: Ruh, Kalp, Nefs

İnsanın iç dünyasındaki unsurlar kalp, nefis ve ruhtur. Batı menşeli modern psikolojide pozitivist yani metafizik olanı reddeden bilim anlayışının etkisiyle ruh, kalp gibi unsurlar üzerinde durulmamıştır. Yalnızca nefsten, biraz farklı açıklanmakla birlikte, ego (benlik) olarak bahsedilmektedir. İslam ilim irfan geleneğinde ise bu kavramlar kişinin Allah (c.c.) ile ilişkisini açıklayabilmek açısından özellikle önemlidir.

Dindarlığın özünde bulunan Allah (c.c.) ile ilişkiyi açıklayabilmek için bu bölümde kısaca modern psikoloji bilimi açısından ruh, kalp, nefis kavramlarının mahiyeti üzerinde durulacaktır.

3.1.1.1 Ruh

Ruh, Uludağ'ın "Tasavvuf Terimleri Sözlüğü" çalışmasında "insandaki bilen ve idrak eden latife olup emr âleminde inmiş, (insandaki) hayvani ruha(cana) binmiştir, künhünü idrak mümkün değildir" şeklinde ifade edilmektedir (Uludağ, 2002:298). Haldun'a göre ise zahiri varlık yani beden ve vücuda emanet edilen "rabbani latife" olmak üzere Allah (c.c.) insanı iki ayrı varlık türünden yaratmıştır. Beden, rabbani latifenin kontrolü altındadır yani ona hâkim olamaz. Rabbani latifenin isteğine göre hareket eder ve faaliyet gösterir. Allah (c.c.) "Biz emaneti yere, göklere ve dağlara arz ettik, bunlar onu yüklenmekten korktular ve çekindiler. İnsan ise yüklendi. Şüphesiz ki o çok cahil ve pek zalimdir." (Kur'an, 33:72) buyurmuştur. Ibn Haldun'un belirttiği gibi "Allah (c.c.) bu latifeyi bedenin maliki kılmış, onun kuvvetini vücuda yaymıştır."(Haldun, 1998:101).

Rabbani latife (ruh), zatı itibari ile ruhani âleme aittir. Ruh, madde âleminde ancak ilim ve marifet sahibi olarak hakikatini tanıyabilir ve kemale ulaşır. Böylece, esas âlemi tasavvur edebilir ve Yaradan'ını tanır. Kur'an-ı Kerim'de "O yerde ve göklerde olan her şeyi sizin hizmetinize vermiştir." (31:20), "Semayı sizin için yaratmıştır" (2:22), "Yeri sizin için var etmiştir." (67:15), "Yıldızları sizin için vücuda getirmiştir." (6:97) ve benzeri birçok ayet mevcuttur ki ruhun kâinatı tanıma ve idrak etme amacına işaret eder (Haldun, 1998:102). Ibn Haldun'un ifadelerine benzer olarak Demir, insanın iç âlemindeki unsurların bağlı olduğu merkezi ruhun oluşturduğunu belirtmektedir. Soyut olarak anlatılamayan ve anlaşılamayan ruh, diğer iç âlem unsurlarının aracılığı ile tecelli eder. Ruh önce bedeni sonra da kâinatı tanımaya başlar. Ruh, özneye ait olanı yeniden tanzim etmek ve de varlığı idrak etme çabası ile dış âleme müdahale etmek ister (Demir, 2007:79-81).

Bu dünya zıtlar âlemi olduğu için ruha ilim ve amelin etkisi iki türlüdür. Bunlardan bir tanesi ruhun olgunlaşmasını teşvik eder. Buna iyi ve güzel ahlak denir. Diğeri ise, ruhun kemale ermesine engel olur. Buna da çirkin ve kötü ahlak denir (Haldun 1998:101-105). Başta da belirtildiği gibi maddenin hakikatini kavramak, ilim ve marifet elde etmek amacıyla ruhun bir cephesi maddi âleme dönüktür. Diğer cephesi ise “levh”e dönüktür. Orada bulunanlar kendisine aksetmektedir fakat beşeri sıfatlar buna engel olur. Nefs, levh ile ruh arasında perdedir. Beşeri zaafılardan kurtulma ve saflaşma ile bu perde aradan kalktığında idrak en güzel şekilde husule gelir (Haldun 1998:109-110).

3.1.1.2 Kalp

Kalp, tasavvuf terimi olarak kalp, ilahi hitabın mahalli ve muhatabı, marifet bilgisinin kaynağı, ilahi isim ve sıfatların tecelli aynasıdır (Uludağ, 2002:205). Ibn Haldun’un ifadesiyle, “Allah (c.c.) Kalp içinde birtakım tabii vasıflar ve kuvvetler yaratmıştır”. Her bir kuvve, doğasında bulunan eğilimi gerçekleştirmek ister. Örneğin gadabın kemal ve zevki, intikam ile öfkesini dindirmektedir. Benzer şekilde, şehvet zevk almak, akıl ilim ve marifet elde etmek ister (Ibn Haldun, 1998:113). Tasavvuf geleneğinde kalp; göğüs (sadr), kalp, iç kalp (lüb), en iç kalp (lubbü’l-lüb) olmak üzere dört bölümde açıklanır. Göğüs, insanı dinin zahiri uygulamalarına, amellere meylettiren bölümdür.

Kalp, iman ile hissedilen bölümdür. İç kalp marifetullah; en iç kalp ise tevhid nurunu taşır. Buna göre göğüs, kalp ile dünya arasındadır. Göğüs sayesinde dünya ile ilişkide benliğin negatif eğilimlerine karşı durulur. Göğüs pozitif güçlere meylettiğinde kalp merkezi ile iletişim kurar. Göğüs negatif isteklere karşı koyamaz ve haset, tutku, kibir gibi özellikler göğse hâkim olursa üzüntü ve ıstırap neticesinde kalp daralır. Kalbin katılaşması halinde, kalbin diğer bölümleri ile iletişim kesilir. Aksi durum da geçerlidir yani hayır işleri, hizmet gibi insanda pozitif duyguları uyandıran davranışlar sonucunda göğüs genişler, nuru büyür (Frager, 2011:51-70).

3.1.1.3 Nefs

Sözlükte, can, benlik, insanın zatı, mahiyeti olarak tanımlanmaktadır (Uludağ, 2002:274). Nefs kavramı genel olarak ego ve benlik kavramları ile birlikte açıklanır. Fakat modern psikoloji literatüründeki ego kavramı ile nefis kavramı arasında farklılıklar bulunmaktadır. Benlik kavramı ile ilgili Batı’da şu an varılan noktada, benlik psikolojisi yaklaşımındaki açıklamalar, İslam literatüründeki nefis kavramı ile benzerlik göstermektedir. Merter’in aktarımıyla, “James, benliği, insanın uyandığı anda hissettiği devamlılık duygusu olarak açıklamaktadır. Buna göre ben, kimlik duygusundan öte akli süreçlerin çıkış yeri, algılanan bütün verilerin kendisine uğradığı yerdir. Benlik, maddi dünya ile aitlik kuran benlik ve toplumda oynadığımız rollerle ilgili sosyal benlik ve manevi benlik olmak üzere üç bölümdür” (Merter, 2011:64).

Ruhun ilk meydana getirdiği araç bendir. Böylece ruh madde âlemi ile ilgili tüm verileri benlik eksenine yerleştirir. Bu yönüyle benlik, iç âlemin merkezidir. Eşyanın mekân olmadan hareketin zaman olmadan meydana gelememesi gibi iç âlemdeki unsurlar da benlik olmadan meydana gelemez. Nefs, hem beden hem de ruh ile bağlantılı olduğu için hem maddi hem de manevi eğilimlere sahiptir (Demir, 2007:104).

3.2 İnsanın Bilinç Durumları: Nefs Mertebeleri ve İman

İnsanın iç dünyası Allah (c.c.)’ı hissetme açısından sabit değildir. İrade sonucu kalpte iyi ya da kötü duygular uyanır. İslam dininde kötü duyguların kaynağı olan nefse bağlı gelişim modeli bulunmaktadır. Nefse bağlı gelişim sonucunda iç dünyadaki diğer unsurlarda da değişim ve gelişim yaşanmaktadır. Dış dünyaya bakış açısı ve davranışlar da iç dünyadaki gelişime bağlı olarak değişmektedir. Bu nedenle bu bölümde iç dünyanın gelişim sürecine yer verilmiştir.

3.2.1 Nefsin Mertebeleri

Nefs ilk kısımda da belirtildiği gibi madde âlemi ile mana âlemi arasında köprü olarak ruhun maddi âlemle ilişkisini sağlayan iç âlem merkezidir. Başlangıçta manaya ulaşmada perde olan nefis, zamanla manaya engel olmaktan çıkabilmektedir. Nefsin insanda manevi gelişimi açıklayan yedi mertebesi bulunmaktadır.

3.2.1.1 Nefs-i Emmare

Bir tasavvuf terimi olarak sözlükte kulun kötü huyları, çirkin vasıfları, kötü his ve huyların mahalli olan latife olarak tanımlanmaktadır (Uludağ, 2002:274). Kötülüğü emreden nefis demektir. Nefsin hiçbir terbiye görmemiş halidir (Mısıroğlu, 2010:303). Bu nefis düzeyinde zihne maneviyat ile ilişkiyi bozan negatif duyu ve düşünceler, bilinçaltındaki egoist güdüler hâkimdir. Bu durum insanda acı ve ıstıraba neden olur. Modern psikoloji nefsin bu halini tanımakla birlikte normal kabul etmektedir fakat İslam düşüncesinde bu nefis insanda latif duyguların oluşmasını engellemesi nedeniyle terbiye edilmesi gereken nefstir (Merter, 2011:32).

Ve ma überriü nefsi innen nefse le emmaratüm bis sui illa ma rahıme rabbı inne rabbı ğafurur rahıym.

Nefsimi temize de çıkarmıyorum, çünkü nefis kötülüğü emreder; meğer Rabbim rahmetiyle bağışlaya, çünkü Rabbim çok bağışlayan, çok merhamet edendir (Yusuf, 53).

Nefsin durumuna bağlı bilinç yapısını anlatmada Assogioli'nin çalışması kullanılır. Assogioli çalışmasında bilinçdışı alt, orta ve üst bilinçdışı olmak üzere üç kısma ayırır. Alt bilinçdışı gölge kişilikler ve olumsuz duyguların hâkim olduğu kısımdır. Orta bilinçdışı ise yakın hatıraların ve benliğin olduğu farkındalık alanıdır. Üst bilinçdışı ise insanda potansiyel olarak var olan manevi alandır (Merter, 2011:78-89). Nefsin mertebesine göre bilinç yapısını değerlendirecek olursak, nefis-i emmare aşamasında üst

bilinçdışı ve orta bilinçdışı birbirinden güçlü bir bariyer ile ayrılmaktadır. Kişi, ilham, sevgi, mutluluk duygularının ve ruhun farkında olmadan yaşar. Ruh ise farkındalık olmasa bile Allah (c.c.) ile ilişki halindedir. Bu aşamada ego güçlüdür ve bilincin diğer kısımları ile büyük oranda irtibatsızdır (Frager, 2011:87).

3.2.1.2 Nefs-i Levvame

İnsanı kınayan, sahibini sorgulayan nefstir (Uludağ, 2002:274). Nefsin terbiye yoluna giren ilk düzeyidir. Bu düzeyde, insan günah işler ve pişman olarak kendisini ayıplar. İşlenen günahlardan vicdan azabı duymanın ilk safhasıdır (Mısıroğlu, 2010:303).

Ve la uksimu binnefsillevvameti.

“Yine Yoo! Yemin ederim o pişman cana (kınayan nefse)!” (Kıyamet,2).

Bu düzeyde kişi hayattaki ben merkezli yaklaşımının olumsuz etkilerinin farkına varır. Kötü davranışlar bireyi rahatsız etmeye başlar. Hata yapma, kötü düşünme, pişman olma, sonra tekrar hata yapma döngüsüne girilir (Frager, 2011:88-91). Nefs-i Levvame bilinç yapısında orta bilinçdışı ile üst bilinçdışı arasındaki sınır inceler. Üst bilinçdışı, maneviyat ile bağlantı kurdukça insan kim olduğunu ve hatalarını görmeye başlar. Böylece, alt bilinçdışından gelen negatif dürtüler farkındalık sayesinde azalır fakat negatif eğilimler halen güçlüdür (Frager, 2011:88-91).

3.2.1.3 Nefs-i Mülhime

Üzeri nur-zulmet karışımı perdelerle kaplı nefstir (Uludağ, 2002:274). Kalbi ilahi emirlere bağlı kılan ve insanı Allah’tan uzaklaştıracak kötülüklerden koruyan nefis düzeyidir (Mısıroğlu, 2010:303). Nefsin emmare boyutundaki özellikleri henüz bitmemiştir. Bu düzeyde ibadetten, tefekkürden zevk alınmaya başlanır. Böylece ilahi

emirler, sadece görev olarak algılandığı için değil manevi zevk için de yapılmaya başlanır. Birtakım manevi hakikatler bu düzeyde tecrübe edilmeye başlanır. Bu aşamada kişide cömertlik, küçük şeylerle tatmin olma, Hakk’a teslimiyet, tevazu ve tövbe gibi özellikler görülür. Ancak bu düzeyde olumsuz olan en önemli özellik, kişinin yaşadığı manevi tecrübeleri kendinden bilerek kibre düşmesidir. Böylece kişi manevi eğitimini tamamladığı ve daha fazla terbiyeye ihtiyaç duymadığını düşünür (Frager, 2011:91-96).

Güneşe ve kuşluk vaktindeki aydınlığına, Güneşi takip ettiğinde Ay'a, onu açığa çıkarttığında gündüze, onu örttüğünde geceye, Gökyüzüne ve onu bina edene, Yere ve onu yapıp döşeyene, Nefse ve ona birtakım kabiliyetler verene, Sonra da ona iyilik ve kötülükleri ilham edene yemin ederim ki, Nefsini kötülüklerden arındıran kurtuluşa ermiştir, onu kötülöklere gömen de ziyan etmiştir (Şems, 1-10).

Nefsin bu bilinç düzeyinde üst bilinçdışı ile irtibat artar. Manevi enerji ve ilhamların gelmesi daha çok görülür. Orta bilinçdışı farkındalık düzeyi genişlemiştir. Bilinç, üst ve alt bilinçdışından gelen uyarıcılara karşı daha uyanık haldedir. Fakat benlik hala merkezdedir ve alt bilinçdışının uyarıları henüz güçlüdür. Bu düzeyde daha önce aynı manevi terbiyeden geçmiş şeyh, kişiye Allah (c.c.) ile bağlantı kurmasında yardımcı olabilir (Frager, 2011 91-96).

3.2.1.4 Nefs-i Mutmainne

Bir önceki nefis düzeyine göre nurlu perdelerin ağırlıkta olduğu nefstir (Uludağ, 2002:274). Bu düzeyde nefis, negatif güçlerin etkisinden kurtulmuş, kötülüğü emreden nefis itaat altına alınmıştır. Kalp, huzura ulaşmış ve Allah (c.c.)’a teslim olmuştur. İyilik, manevi zevk, şükür, rıza bu nefis düzeyinin kişide gözlenen özellikleri arasındadır (Mısıroğlu, 2010:303).

Ya eyyetühennefsülmutmeynnetü. İrci'iy ila rabbiki radiyeten merdiyyeten. Fedhuliy fiy 'ibadiy. Vedhuliy cennetiyy.

Ey Rabbine, itaat edip huzura eren nefis! Hem hoşnut edici, hem de hoşnut edilmiş olarak Rabbine dön. Gir kullarımın arasına. Gir cennetime (Fecr, 27-30).

Bu bilinç düzeyinde üst bilinçdışının uyarılarından daha fazla yararlanılır. Bununla birlikte alt bilinçdışının gücü ve etkisi de azalmıştır. Farkındalık alanı üst ve alt bilinçdışı ile ilişkisini arttıracak kadar genişlemiştir. Fani ve geçici kaygılarından arınan benlik, ebedi ve ölümsüz tarafıyla yakınlaşmıştır. Benlik, ruhun manevi rehberliği ile hareket eder ve iç âlem merkezi olmaktan çıkmıştır (Frager, 2011:97-98).

3.2.1.5 Nefs-i Raziye

Bir önceki nefis düzeyine göre nurun daha fazla karanlığın daha az olduğu nefstir (Uludağ, 2002:274). Bu nefis düzeyinde, kişi her an Allah (c.c.) ile olduğunu idrak ederek, O'ndan gelen her şeyi hoş görür (Mısıroğlu, 2010:303).

Ya eyyetühennefsülmutmeinnetü. İrci'iy ila rabbiki radiyeten merdıyyeten.
Fedhuliy fiy 'ibadiy. Vedhuliy cenneti.

Ey Rabbine, itaat edip huzura eren nefis! Hem hoşnut edici, hem de hoşnut edilmiş olarak Rabbine dön. Gir kullarımın arasına. Gir cennetime (Fecr, 27-30).

Razı olan nefis düzeyi dünya hayatında olaylara genel bakış açısından daha farklı yaklaşmayı sağlar. Dünyadaki zorluklar da güzel görünür. İhlâs, tefekkür ve zikir bu nefis düzeyinin özelliklerindendir. Bu bilinç düzeyinde, ben-ruh ilişkisi derinleşmiş, üst ve alt bilinçdışı hakkındaki farkındalık iyice artmıştır (Frager, 2011:100).

3.2.1.6 Nefs-i Mardiyye

Allah (c.c.)'ın kendisinden razı olduğu nefis düzeyidir. Bu nefis düzeyinde olan insanın istekleri ve korkuları ortadan kalkar. Kişi herşeyin Allah (c.c.)'tan geldiğini idrak eder ve böylece kişinin maddi ile manevi arzuları arasında fark kalmaz. Bu bilinç düzeyinde, nefis ve ruh ikilemi, zıtlığı ortadan kalkmıştır (Frager, 2011:102).

Ya eyyetühennefsülmutmeinnetü. İrci'ıy ila rabbiki radiyeten merdıyyeten.
Fedhuliy fiy 'ibadiy. Vedhuliy cenneti.

Ey Rabbine, itaat edip huzura eren nefis! Hem hoşnut edici, hem de hoşnut edilmiş olarak Rabbine dön. Gir kullarımın arasına. Gir cennetime (Fecr, 27-30).

3.2.1.7 Nefs-i Safiye

Hakikati gizleyen perdelerin tamamen kalktığı, zulmetin kalmadığı nefis makamıdır (Uludağ, 2002:274). Bu düzeyde artık benlik kalmamıştır. Bu durum “ölmeden önce ölmek” olarak açıklanır. Nefs-i Kamile olarak da tasavvuf geleneğinde geçen bu nefis düzeyi çalışmakla elde edilmez, Peygamberlerin nefsi bu düzeydedir (Mısıroğlu, 2010:303) . Nefs düzeylerinin sonuncusunda artık benlik ortadan kalkar, var olan tek şey Allah’tır (Frager, 2011:103-104).

3.2.2 İnsandaki Bilinç Durumları: İman ve Şuur İlişkisi

Nefse bağlı gelişim açıklamasına göre iç âlemdeki diğer unsurların durumu bu bölümde ele alınacaktır. Bu konuda modern anlatıma sahip olması nedeniyle Haki Demir’in çalışmalarından faydalanılmıştır. Bu bölümde nefsin halleri ile farkındalık düzeyinin değişmesi ve şuur oluşumu akıl unsuru ile birlikte açıklanmaktadır. Ayrıca, iman ve şuur ilişkisi de iç âlemdeki gelişim seyri ile ilişkilendirilmektedir.

3.2.2.1 İnsanda İç Âlem Unsurlarının Gelişme Süreci

İnsanın iç âlemi, duygu, düşünce, zekâ, irade, akıl, vicdan, hafıza, şuur gibi unsurlardan meydana gelir. Bu unsurların birbirleri ile ilişkileri yoğun ve karmaşıktır fakat iç âlemde bu karmaşaya rağmen bir bütünlük bulunmaktadır. Bunun nedeni, iç âlem unsurlarının ruha bağlı olmasıdır (Demir, 2007:5-7). Ruh, daha önce belirtildiği gibi iç âlem unsurlarının aracılığı sayesinde maddi âlem ile ilişki kurar. İç âlemdeki unsurların

gelişmesi, bütünlüğün oluşması dış dünyadan gelen etkiler ile doğrudan ilişkilidir. Dış dünyadan gelen etkiler iç dünyada bir karşılık bekler, bu nedenle bir baskı oluşturur. İç âlemin merkezi olabilecek unsurlar ise duygu, akıl ve şuurdur. Burada ruh ve duygu bireyseldir yani kişinin kendi özelliklerinin ağır bastığı bir iç dünya kurarlar. Akıl ve şuur ise hem dış dünyanın hem de iç dünyanın verilerine açıktır. Böylece her iki dünyanın da özelliklerini gösterirler (Demir, 2007:13-15).

İnsan doğumundan ölümüne kadar iç dünyasında yaşayacağı doğal gelişme safhaları bilgilenme, akıl, şuur ve kalp safhalarıdır:

Bilgilenme Safhası, “Ruhun ana rahminde cenin ile birleştiği günden başlar ve akıl safhasına kadar devam eder.” (Demir, 2007:52). Akıl safhasının hangi yaşta başladığının ölçüsü olmamakla birlikte kişiye göre değişmektedir. Ruh bilgilenme safhasının başlaması ile birlikte ilk olarak bedeni tanımaya başlar daha sonra ise kâinatı tanımaya yönelir. Bilgilenme süreci devam ettikçe, iç âlem dış dünyadan gelen verilere mevcut yapısıyla karşılık veremez hale gelir. Birinci safhanın sonunda benlik, nefis, bana ait olan ile olmayanı ayırmaya başlar (Demir, 2007:64). Ruhun talepleri doğrusunda iç âlem dış dünyayı tanıma arzusu gereğince dış dünyaya yönelir. Böylece **akıl safhası**, iç âlemin dış dünyadan gelen verileri düzenleme isteği sonucu oluşur (Demir, 2007:80).

Akıl safhasından sonra insanın iç âleminin gelişimini izleyen safha **şuur safhası**dır. Bu safhada aklın durumu nedir? sorusu ve iman ile şuur arasındaki ilişki bir sonraki bölümde incelenecektir. Buraya kadarki gelişme seyri safhaları, ilk kısımda bahsedilen nefsin bilinç düzeyleri ile ilişkilendirilecek olunursa nefsin ilk mertebelerinin bilgilenme ve akıl safhalarına yakın olduğu görülür. Nitekim bilgilenme safhası çocukluk yıllarıdır ki benlik henüz terbiye olmamış, doğal halindedir. Akıl safhası ise genel olarak ilköğretim düzeyinden başlayarak şuur safhasına kadar devam eder. Fakat her insanın şuur safhasına ulaşacağının garantisi yoktur. Buradan bakılacak olursa şuur

safhasının, terbiye edilmiş nefis ve farkındalık düzeyinin artması ile ilişkili olduğu düşünülebilir.

3.2.2.2 İman, Şuur ve Akıl İlişkisi

İman, Demir'in ifadesiyle "insanın iç dünyasının topyekûn bir hedefe yönelmesidir. İman, ruhun tabi temayülüdür." İnsanın iç dünyasının ruhun taleplerine bağlı olarak bilinmeyene yönelmesi ile aklının gördüğüne yönelmesi arasında fark vardır. Akıl bilinene yönelerek bilgi sahibi olur, ruh ise bilinmeyene yönelerek gayba iman eder. Bu nedenle iman sahibi bir insanda akıl ile iman arasında çatışma yaşanır. Akıl ile iman arasındaki çatışma yani gerçeklik ile mana arasındaki çatışma insanın iç dünyasında dayanılmaz bir gerilim meydana getirir. İşte bu çatışma sonucunda şuur oluşur. Akıl ile iman arasında böyle bir çatışma meydana gelmez ise insan şuur safhasına geçemez (Demir, 2007:127).

Şuur, akıl sayesinde dış dünyadan aldığı bilgiler ile ruhtan direkt olarak aldığı bilgileri toplar, düzenler ve buna göre tavır alır. Şuurun ruhtan aldığı bilgiler manevi âleme akıldan aldığı bilgiler ise fani dünyaya aittir. Şuur sayesinde insan, varlığı en üst derecede idrak eder. Böylece varlığa malik olabilir ve onun üzerinde tasarrufta bulunabilir. Varlığa ait olmak ve ona bağlı kalmak mecburiyetinden kurtulunan ilk safha şuur safhasıdır. Varlık sınır olmaktan çıkar ve imkân haline gelir (Demir, 2007:20).

Demir'in ifade ettiği gibi akıl, zekâ, iman, ahlak, yetenek ve soyutu algılayabilme gücü olmadan şuur teşekkül etmez. Bunun yanında şuur oluşumuna sebep olacak gerilim, çatışma gereklidir. Şuur safhası insanın normal yaşantısı içinde ulaşabileceği en zor safhadır. Şuur safhasına ulaştıktan sonra insanın iç dünyasında akıl safhasına göre her şey değişir. Derinlik artar, iç dünyanın imkân ve alanları değişir. Şuurla gelişen idrak kuvveti, varlığı parçalamaktan öte bütünü kavrayabilme imkânına sahip olur. Sadece

eşyadaki çelişki değil, iç dünyadaki çelişki de sona erer (Demir, 2007:123). Bu durum nefsin bilinç düzeylerinde bahsedilen gelişimlere benzemektedir. Nefs-i mülhime ve nefs-i mutmainne düzeylerinde bahsedilen kalbin huzur duyması süreci, farkındalık alanının genişlemesi ve manevi iletişimin gerçekleşmesi burada da bahsedildiği gibi şuur safhasına işaret eder.

Şuur safhasında akıl, şuur merkezine çalışır. Dış dünyadan gelen verileri değerlendirerek şuura gönderir. Şuur olmadığında verileri değerlendirdikten sonra kendisi bir tavır geliştirir ve bu safhada verileri düzenleyip şuura gönderir, böylece görevini tamamlar. Bundan sonra şuurdan gelen karşılık ne ise onu dış dünyaya sunar. Ruhun şuurla ilişkisi rahat ve verimli iken, akılla ilişkisi tedirgin ve verimsizdir. Ruh soyut etkilerini akla göndermez. İç âlem merkezi akıl olan insan mana âleminden bihaber hayat sürer (Demir, 2007:247).

Benlik, şuur safhasında belirginliğini kaybeder. İç âlemde çatışmanın son bulması sonucu nefsin ilk mertebesindeki benliğin terbiye olmamış özellikleri de şuur sayesinde itaat altına alınır. Akıl safhasında ruh ile direkt temasa geçemeyen akıl, benlik ile ilişki içindeyken, şuur ruh ile direkt temasta olduğu için benliğe ihtiyaç duymaz. Fakat insanın her davranışı şuurlu olmadığından benlik her zaman mevcuttur. Benlik sonucu ortaya çıkan insan davranışları ham iken şuur safhasında bu davranışlar olgunluğa ulaşmıştır. Şuura kavuşan bir insan şuurun talep ettiği dış dünya şartlarını kurmak ister. Bu safhada ilk kez dış dünyaya uyma zorunluluğu ortadan kalkar. Dış dünya bağımlılığından kurtulur. İç dünyada kurulan denge, insan için yeterli hale gelir (Demir, 2007:132-134).

3.3 İnsanda Latif Duyguların Ortaya Çıkması

İnsanda latif duyguların açığa çıkması basit bir şekilde insanın istemli olarak toplum tarafından güzel davranışlarda bulunmaya teşvik edilmesi şeklinde anlaşılmamalıdır.

Başka bir ifadeyle, latif duyguların davranış biçimi haline gelmesi “adab-ı muaşeret” olarak adlandırılan nezaket kuralları olarak görülmemelidir. İnsanların bazı hallerde kalplerinde huzur ve beraberinde coşkunluk hissetmeleri latif davranışlar göstermelerini sağlar. Kalpte huzurun ve latif duyguların hissedilmesi nefsin tezkiye edilmesine, böylece üst bilinçdışı ile irtibatın sağlanmasına ve insandaki tüm ihtiyaçların kaynağının farklı bir açıklaması olan ruhların dengesine bağlıdır. Bu bölümde latif duyguların ortaya çıkmasını sağlayan bu unsurlar açıklandıktan sonra iç dünyadaki gelişimin önemi üzerinde durulacaktır.

3.3.1 Nefs Tezkiyesi

Zor geçen Tebuk Seferinden sonra Hz. Peygamber (sav) “küçük cihaddan büyük cihada dönüyoruz.” buyurmuşlardı. Sahabenin büyük cihadın ne olduğu konusundaki sorusuna ise “evet, şimdi küçük cihaddan büyük cihada, yani nefsimizle mücadeye dönüyoruz.” şeklinde cevap vermişlerdir (Süyûtî, Câmiü’s-Sağîr, II, 73). Nefs tezkiyesi ile insan ontolojik yükselme yaşarak, günlük bilinç durumundan kurtulur. Farkındalığı artan insan, yüksek bilinçdışı ile iletişime geçer (Merter, 2011:212-214).

Merter, Hz. Mevlana’nın Mesnevi’sindeki bir beyitine atıfta bulunarak ismini verdiği “Dokuz Yüz Katlı İnsan” çalışmasında, insanın iç dünyasında tıpkı çok katlı bir apartmanın katlarının olması gibi dikey katların varlığından bahseder. Bodrum katlarında olan insan ile üst katların varlığından haberi olan insan arasında ruhsal açıdan farkların olduğundan söz eder. Eğer insan üst katların varlığından haberdar değilse aslında özü gereği ontolojik yükselmek istediğinden kendisini sıkışmış hisseder. Bu durumda kişinin zahirinde bu daraltı hissi kaynaklı kötü duyguların davranışlara yansması görülür. Alt bilinçdışı ile iletişim halinde olan bir insanın kalbine nefsanî duygular hâkimdir. İnsan ontolojik olarak üst katlara çıktığında ise kalbinde ferahlık, barış, huzur hisleri oluşur (Merter, 2011:391).

İnsanlar nefis düzeylerine göre edep halinde yaşar. Edebe riayet etmez ise bulunduğu manevi huzuru kaybeder. Üst katlarda, insan ruhu letafet kazanır, korku, kaygı, hüznün hislerinden kurtulur (Merter, 2011:42). Gün içerisinde her zaman alıştığı bilinç durumunda olan insan, rüya, hipnoz, şarhoşluk, meditasyon gibi durumlarda farklı bilinç durumlarını tecrübe eder. En önemli tecrübe ise dış dünyadaki verileri farklı algılamaya başlamasıdır. Görüleni olduğu gibi, yüksek idrak ile görmeye saf müşahade denir. İnsanda, iç dünyadaki alt sistemler nedeniyle saf müşahade mümkün olmamaktadır. İnsan, benlik, alt bilinçdışı yansıtmaları, aklın faaliyetleri nedeniyle nesneyi olduğundan çok farklı algılar (Merter, 2011:83-102).

Merter'in deyişiyle, "Yeni doğmuş bir bebek, dünyaya saf müşahade ile bakar" (Merter, 2011:88). Zamanla farkındalık alanı daralır ve eşyanın hakikatini görmekte zorlaşır..Müşahade tekrar terbiye ile saflaştıkça insanda latif duygular oluşur. Muhabbet, anlayış, hoşgörü, coşku, ümit, yaratıcılık, huşu, estetik gibi gündelik yaşantıda hissedilemeyen evrensel hisler meydana gelir. Örneğin, meditasyon ile yoğunlaşma yapıldığında farkındalık enerjisi arttırılabilir. Bu enerji ile duyu organları saf veriler sunar ve bu saf görüş, insanda coşkulu haller yaratır (Merter, 2011:88-102). Tasavvuf geleneğinde salikin zamanla coşkunluk verici ifadeleri de bu duruma örnek verilebilir. Tasavvuf edebiyatı da bu derin görüş sonucu duyulan zevkten doğmuştur (Yılmaz, 2011:205).

Gün içerisinde genel olarak içinde bulunulan bilinç düzeyinin yapısı kararlı değildir. Hırs, şehvet, öfke, kaygı, gurur, kibir gibi nefis-i emmareye ait olan duygular insanın göğsünü doldurduğunda alt bilinçdışı ile irtibat sağlanır. Bilinç düzeyini değiştirecek ibadet, meditasyon gibi kötü duygulardan arındırıcı davranışlarda bulunulduğunda ise üst bilinçdışı ile irtibat sağlanır ve kalp kötü duygulardan arınır. Allah'a yakınlık için latif duyguların açığa çıkması, latif duyguların açığa çıkmasında da benlik/egodan uzaklaşmak, kendini terbiye etmek, belirli bir seviyede farkındalığa ulaşmak şarttır (Merter, 2011:261). Nitekim İslam dininin ilahi yakınlığa vesile saydığı ameller bâtın ve kalple ilgili olan iman, tasdik, teslimiyet, sabır, şükür, rıza, tevekkül gibi manevi tutumlar; manevi yakınlığı gölgeleyen fiiller ise sabırsızlık, kibir ve riya gibi fiillerdir

(Yılmaz, 2011:21). Benzer şekilde bir Müslüman'da imanın teşekkül etmesi kalpte muhabbet ve merhamet hislerinin uyanması ile kendisini göstermektedir (Mısıroğlu, 2010:301).

Her insan kalbinde huzur hissetmek ister. Psikolojik açıdan açıklanacak olunursa içinde sıkıştığı dar farkındalık düzeyinden kurtulup daha derin ve geniş bir farkındalık düzeyine ulaşarak kaygı ve tasalarından kurtulmak ve özgürleşmek ister. Yaşanılanlar karşısında tasalanmak yerine latif duygular içerisinde kalabilmek her insanın isteğidir. Yatay istekler yani mal, mülk, şöhret, güç yarışı gibi sadece kişiye fayda veren bencil istekler ne kadar fazla ise kişinin bunları kaybetme korkusu nedeniyle kaygıya düşme ihtimali de o kadar yüksektir. Merter'e göre kaygıyı önlemenin neredeyse tek çaresi yatay isteklerin egemenliğinden çıkıp dikey istekler moduna geçmektir (Merter, 2011:391). Fadiman ve Frager'e göre de benlik, alt benlik ve ruh arasındaki mücadele sürekli devam edecektir fakat iç dünyaya hangisinin egemen olacağı temel meseledir. (Fadiman & Frager, 1997:21).

3.3.2 Yedi Ruh Ayrımı ve Ruhların Dengesi

İnsanlarda manevi dengenin ve böylece latif duyguların oluşması ile ilgili bir diğer önemli açıklama yedi farklı ruh ayrımına dairdir. Bu açıklama, insanın sadece insani olan yönlerini değil hayvanlar ve bitkilerle ortak olan yönleri de ele alır. Tasavvuf geleneğine göre insan, madeni, bitkisel, hayvansal, kişisel, insani, sırlı ruhlar ve en sırlı ruhlar olmak üzere yedi ruha sahiptir. İnsanın ruhsal zekâsının oluşması için bu ruhlardan herhangi birinin yok olması değil hepsinin bir dengede olması gerekir. Bu ruhların aşırı uç halleri olumsuz durumlara sebep olurken, denge halinde olumlu durumlar gözlenir (Frager, 2011:111-157).

Madeni ruhun iki ayrı uç durumunda aşırı uysallık ya da aşırı katılık görülür. Dengesini yitirdiğinde insanda esneklik ortadan kalkar ve yeni bilgiler alınması zorlaşır. Bitkisel

ruhun iki aşırı ucundan birinde tıp literatüründe bitkisel hayat olarak nitelendirilen durum yaşanır yani kişi, bir şey yapamayacak kadar az coşkuya, motivasyona sahiptir. Diğer aşırı uçta ise, aşırı hareketlilik görülür. Hayvansal ruh dengesini yitirdiğinde kişi hemen elde edebileceği aşırı zevkler peşine düşer. Kişisel ruhun aşırı durumlarından birinde özgüven eksikliği, diğer uçta ise kibir görülür. İnsani ruh dengesini yitirdiğinde ise aşırı duygusallık görülür. Sırlı ruhun aşırı uçlarından biri materyalizm diğeri ise dünyayı reddetmek, sadece iç dünyaya yönelmektir (Frager, 2011:111-157).

İnsan, değişik zamanlarda farklı ruhların egemenliği altındadır. Yukarıda da belirtildiği gibi latif duyguların ortaya çıkabilmesi için ruhların dengeli hale gelmesi gerekmektedir. Beden sağlıklı olursa bitkisel ruh dengeye kavuşur. Nefs terbiyesi ile hayvansal ve insani ruh dengeye kavuşur. Benzer şekilde ibadetler ve çalışmak ile sırlı ruh dengede olursa maneviyat ile dünya arasında da denge sağlanmış olur (Frager, 2011:111-157).

3.3.3 İç Dünyadaki Gelişmenin Önemi

Allah (c.c.)'ın insana farz kıldığı amellerin bir kısmı bedene bir kısmı da kalbe farz kılınan amellerdir. Zahiri ameller ile ilgili hükümler, ibadet, örf ve adetlere ait hükümlerdir. Bâtini amellere dair hükümler, iman şuuru ile kalpte kazanılan ve türlü huylara sebep olan hükümlerdir. Bu huylar, iffet, adalet, cesaret, cömertlik, sabır gibi güzel huylar ya da kibir, riya, kin, haset gibi kötü huylardır. Ibn Haldun'a göre Allah (c.c.) nazarında bâtin daha önemlidir. Çünkü bâtin zahire hükmeder. İnsanın içinde beliren bâtin haller, davranışların kaynağıdır. Bu kaynak iyi olursa onun eseri de iyi olur (Ibn Haldun, 1998:82-85).

“Dikkat edin vücutta bir et parçası var. O sağlam olursa vücudun tamamı sağlam, o bozuk olursa vücudun bütünü bozuk olur. Dikkat edin o kalptir!” (Buhari, İlm, 39; Müslim, Müsakat, 20; İbn Mace, Fiten, 14, Müsned, IV, 270).

“Şüphesiz ki Allah ne suretinize ne de mallarınıza bakar, o sadece kalbinize ve amelinize bakar” (Müslim, Birr, 10; İbn Mace, Zühd, 9; Müsned, II, 285).

“Ameller niyetlere göredir, bir kimse neye niyet ederse eline sadece o geçer. Allah ve Resulü için hicret edenlerin hicreti Allah’a ve Resulünedir. Bir dünyalık elde etmek veya bir kadınla evlenmek için hicret edenin hicreti hicret ettiği şeydir.” (Buhari, Vahy, 1; Müslim, İmaret, 45).

Hadis-i Şeriflerde Hz. Peygamber (sav) bâtının önemine dikkat çekmiştir. İnsanın bâtini hallerini kontrol etmesi ve onu istikamet üzere tutabilmek için çaba sarf etmesi gerekmektedir. Zahirin düzeltilmesi ve huzur ancak buna bağlıdır. Martin Lings de insanın iç dünyasında bir iç harekete, iman gibi bir istikamete sahip olunması gerektiğini aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

“Kalp ruh vasıtasıyla dış işaretleri, tabiatın büyük fenomenini tanıma ışığı yayınlar ve bu ışığın duyular üzerinde yaptığı etki ise bir titremenin oluşmasına neden olur ve bu titreme ruhu Bâtını bir yöne sevk eder. Böylece son olarak halk edilen insan ile dışa yönelik yaratma hareketi tersine döndürülmüştür ve her şey geriye doğru, kalbe ve oradan ezeli ve ebedi kaynağa doğru akar. Fakat kalbin cezbesinin hissedilmediği esfel ruhta denge bozulmuş, tartılar dış dünyanın lehine bozulmuştur. Ruhta dış dünyanın çekiciliğini dengeleyecek bir iç hareket oluşturmak gerekir öyle ki bu iç hareket kaybolan ahengi yeniden kuracaktır” (Lings, 1986:97).

İç âlemdeki dikey yükselişe bağlı manevi hislerin oluşması artık bireye iç dünyanın gelişimi bahsinde geçen farkındalığı sağlar. Bilinç düzeyi değişen bireyin iç dünyasındaki mukavemete göre dış dünyası da belirli bir zemine oturur. Bu zemin burada İslam dininin hayat felsefesidir.

4. BÖLÜM

KENTLİ VE DİNİ HAYAT TARZI OLARAK KENT DINDARLIĞI

Kimliğin, davranışların, yaşam şeklinin ortaya çıkmasında önemli bir unsur olan dinin modern kentler içerisindeki yeri din sosyologlarının başlıca çalışma konularındandır. Modern kentlerde dinin bireysel alana çekilmesi toplumun kurumlarındaki etkisinin azalması noktasında dinin bireyin işi mi yoksa toplumun işi mi olduğu meselesi üzerinde öncelikle durulmaktadır. Genel olarak modern değerler gibi dinin içeriğinin de bireyler tarafından tek tek özümsemediği ve zaman içerisinde bireylerin dışında bir görünüm ve anlam kazandığı görüşü benimsenmektedir (Günay, 2000:207-209).

Dini tecrübenin ifade şekilleri veya toplumsal tezahürleri din sosyologlarınca çeşitli sınıflamalar altında bilimsel bir zemine oturtulmaya çalışılmıştır. Glock, dini yaşayışı dört boyuta ayırarak incelemiştir. Bunlar tecrübî, ritüalist, ideolojik ve konseksiyel boyutlardır. Dinle ilgili bireysel ve toplumsal yaşanan tüm duygular ve idrakler tecrübî boyut içerisinde ele alınabilir. Dini tecrübelerin temel somut ifadelerinden ibadetler, ayinler, törenler dinin ritüalist boyutunu ifade etmektedir. İdeolojik boyut, dinin duygu ve davranışlarla ifadesinden çok dine bağlı şekillenen inançlarla ifadesini dikkate almaktadır. Dördüncü boyut ise ibadet ve inançlara bağlı olarak benimsediği tutum ve davranışları inceler. Bir başka deyişle dinin bir dünya görüşü veyahut hayat felsefesi olarak bireyin ve toplumların davranış ve yaşayışlarına etkileri incelenir (Günay, 2000:216).

Son yıllarda Mehmet Altan'ın “Kent Dindarlığı” çalışması ile birlikte “kent dindarlığı” olarak kavramsallaştırılan çağa özgü yeni bir dindarlık formu tartışılmaya başlanmıştır. Kentlilik ve dindarlığın hayat tarzı ekseninde ele alındığı bu çalışmada, kent dindarlığı kavramı Glock'un belirttiği konseksiyonel boyuta göre incelenmiştir. Dinin modern

kentlerdeki mevcut görüntüsü ve olması beklenen durum sosyoloji çalışmalarında farklı açılardan ele alınarak değerlendirilmiştir. Bu çalışmada ise özellikle dinin manevi içeriği dikkate alınarak kentlerde dindarlık irdelenmiştir. İlk olarak ise dinin genel olarak kentler ile ilişkisi üzerinde durulacaktır.

4.1 Dindarlık Tipleri ve Kent Dindarlığı

Dinin toplumsal yaşamdaki görüntüleri olarak dindarlık, insanların Allah’a bağlılıkları, ibadetleri yerine getirme sıklığı, duygu, hayal gücü ve kültür gibi değişkenlere dayanarak sınıflandırılmaktadır (Çapçioğlu, 2009:150). Dindarlığa bağlı bu sınıflandırmalar dinin sosyolojik olarak incelenmesini kolaylaştırmaktadır. Glock, dindarlık formlarını deneyimsel, törensel, ideolojik, entelektüel ve yargısal boyutta değerlendirmiştir (Glock, 1998:252-274). Bu boyutlara göre zaman içerisinde farklı dindarlık sınıflandırmaları yapılmıştır. Bu bölümde kent dindarlığı bir dindarlık tipi olarak ele alınarak diğer dindarlık tipleri ile birlikte değerlendirilmiştir.

4.1.1 Dindarlık Tipleri

Sosyal bilimlerde dine bağlı çalışmalar dinin kitabi kaynaklarına göre değil dinin sosyal hayattaki görünüşüne göre yapılır. Din olarak İslam dinini ele alacak olursak daha çok “Müslümanlık” kavramı etrafında çalışılır. Canatan’ın belirttiği gibi “sosyolojik olarak bir tek değil birçok Müslümanlık vardır. Müslümanlıklar beşeri ve çeşitlidir.” (Canatan, 2010:4-6). Dindar, yaşam tarzı olarak dini referans alan, dini emir ve yasakları yerine getirme gayretinde olan kişidir. Ancak insanlar bu emir ve gayeleri tam olarak ifa edemeyebilirler. Buna göre dindarlar, dini yaşama becerilere göre farklılaşırlar (Bilgin, 2010:16).

Dindarlık tiplerinin analizi konusunda genellikle ilk olarak Weber’in sosyal sınıf ve mesleki tabakalaşmaya bağlı sınıflandırması dikkate alınır. Buna göre Weber çiftçi,

şovalye, askerler, feodal beyler, bürokrasi, burjuva, esnaf, zanaatkâr, işçi, köy, şehir, alt ve üst tabaka olarak dindarlık tipleri oluşturmuştur. Avrupa’da ekonomik sistemin değiştiği dönemde yapılan bu analizde dindarlık direkt olarak ekonomik imkânlar, sosyal sınıf ile ilişkilendirilmiştir. Weber, bir başka açıdan da büyüsel ve ayinsel dindarlık, dünyevi zahitlik, uhrevi zahitlik gibi sınıflandırmalar yapmaktadır (Weber, 1998: 153-164)

Gustav Mensching ise göçebe dindarlığı, asillerin dindarlığı, köylü dindarlık ve burjuvazi dindarlığı olmak üzere dört tip dindarlıktan bahsetmektedir (Mensching, 1994). John J. Macionis da tecrübî, törensel, ideolojik, takipsel ve entelektüel olmak üzere beş tip dindarlıktan bahsetmektedir. Tecrübî dindarlık kişinin din ile duygusal bağına, törensel dindarlık kişinin dini ibadetlere bağlılığına, ideolojik dindarlık bireyin dinsel doktrinlere inancına, takipsel dindarlık bireyin gün içerisinde inanç figürlerine bağlılığına ve entelektüel dindarlık da bireyin dini bilgi seviyesine işaret etmektedir (Türkkahraman, 2006:205).

Abdülkerim Suruş, dindarlık tiplerini faydacı, gnostik ve tecrübî olmak üzere üç başlıkta toplamıştır. Faydacı dindarlıkta, dine bağlı olarak gerçekleştirilen eylemlerin sonucu üzerine odaklanılır. Bu dindarlık hayattan daha önemli değildir ve din hayat içindir. Bu tip dindarlıkta Allah-kul ilişkisi adeta efendi-köle ilişkisidir. Gnostik dindarlıkta ise faydadan çok öznelliğe odaklanılır. Bu tip dindarlıkta bağlılığa ve teslimiyete yer yoktur. Kişi din ile ilgili yorumunda kendisinden başka bir otoriteyi dikkate almaz. Dinle ilgili yorumlar öznel ve buna bağlı olarak çoğulculuk oluşur. Tecrübî dindarlıkta dini pratikler fayda için değil sevgiye bağlı olarak oluşmaktadır. Temeli sevgiye bağlı dindarlık tipidir (Canatan, 2010:7-9).

Türkiye’de de dindarlık tipleri ile ilgili çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Asım Yapıcı, liberal, muhafazakar, dogmatik ve fanatik olmak üzere dört tip dindarlıktan bahsetmektedir (Yapıcı, 2002:100-106). Taplamacioğlu da dini yaşayışın şiddet ve yoğunluğuna göre gayrı amil, idare-i maslahatçı, amil (dini bütün), sofı, softa şeklinde

dindarlık tipleri belirlemiştir (Taplamacıoğlu, 1962:145). Günay ise dindarlığı dini yaşayışın şiddetine göre ateşli dindarlar, alaca dindarlar, mevsimine göre dindarlar, beynamaz olanlar, dine karşı ilgisiz olanlar şeklinde beş tipe ayırmıştır (Günay, 1999:260-262).

Günay'ın dini yaşayışın şiddet ve yoğunluğuna göre yaptığı tiplemesinde dini emirlere sıkı sıkıya bağlı insanlar ateşli dindarlardır. Alaca dindarlar ise dine saygı gösterirler fakat emirleri yerine getirmede tutarlı davranışlar sergileyemezler. Mevsimine göre dindarlar alaca dindarlardan daha az şiddetle dine bağlıdırlar, dine ilgileri Ramazan ayı, dini bayram gibi özel günlerle sınırlıdır. Günay'ın tiplemesinde ortama göre dini pratikleri yerine getiren dindarlar da beynamaz dindarlar olarak nitelendirilmektedir. Dini yaşayışın şiddete göre tiplemesinde son olarak ilgisiz dindarlar yer almaktadır. Bu tip dindarlar, bir tanrıya inansalar dahi din konusunda ve dini pratikleri yerine getirme konusunda ilgisizdirler (Günay, 1999:260-262).

Günay'ın diğer bir açıdan belirlediği dindarlık tipleri ise geleneksel halk dindarlığı, seçkinlerin dindarlığı, laik dindarlık ve tranzisyonel dindarlıktır. Geleneksel halk dindarlığı, halk kültürü içerisinde kökleşmiş, içerisine bir takım halkın anlayışına bağlı unsurlar da eklenmiş dindarlıktır. Seçkinlerin dindarlığı ise dinin ana kaynakları dışında yabancı unsurlara yer vermeyen dini elit zümre tarafından benimsenmiş dindarlıktır. Din ile dünya işlerini ayıran, dinin özel hayatta yaşanmasını gerektiğini düşünen modern dindarlık ise laik dindarlıktır. Tranzisyonel dindarlık ise laik dindarlıkta olduğu gibi birtakım konularda din ile dünya işlerini ayıran fakat bazen dünya işlerinde dini tutum ve davranışlar sergileyen dindarlık tipidir (Günay, 1999:260-262).

4.1.2 Yeni Bir Dindarlık Tipi Olarak Kent Dindarlığı

Din sosyolojisi çalışmalarında belirtilen dindarlık tiplerine ek olarak günümüzde klasikleşmiş köy-kent dindarlığı ayrımlarından farklı, modern kent yapısına özgü bir dindarlık formundan bahsedilmektedir. Henüz yaşanmakta olan sosyolojik bir olgu

olması nedeniyle bu dindarlık formunun kesin bir tanımı yapılamamaktadır. Tanımından ziyade bu dindarlık tipinin mevcut ve olması beklenen niteliklerinden bahsedilmektedir. Bu dindarlık tipini mevcut tiplerden farklı kılan tamamen modern kent yapısına özgü olmasıdır. Modern kent yapısına özgülük nedeniyle modern kent değerlerini yansıtmakta ve bunun yanında modern kentlerdeki dine özgü problemleri de bünyesinde taşımaktadır.

Kent dindarlığı etrafında tartışılan konular genel olarak gelişmekte olan ülkelerde kentleşme sürecinde göç sorunlarına bağlı olarak geleneksel halk dindarlığının kentlerdeki durumu ve de modern eğitim ve ekonomi anlayışı ile birlikte oluşan yeni ve bireyci din anlayışı ile ilişkilidir. Genel olarak bakılacak olursa tarih boyunca İslam toplumlarında iki temel dini anlayışın var olduğu söylenebilir. Bunlardan biri şehre özgü entelektüel niteliği olan Yüksek İslam, diğeri ise folklorik öğeleri de içerisinde barındıran Halk İslamı'dır. Gellner'in de belirttiği gibi modern dönemde bu iki dindarlık anlayışı kentlerde karşı karşıya gelmektedir (Gellner, 1994:40).

Tarihte Osmanlı şehirlerinde gözlenen kent dindarlığı ile bugün bahsedilen kent dindarlığı arasında farklar bulunmaktadır. Osmanlı şehirlerinde medrese eğitimin yanında adab-ı muaşeret öğrenmeyi sağlayan tekke eğitimi ile dindarlık, entelektüel ve kültürel niteliğe sahipti. Modern dönemde ise kentlerde dindarlıktan kastedilen daha çok modern kent hayatının dinamiklerine göre yaşamaktır. Pekasil'in ifade ettiği gibi "Bugün için bahsedilen kültürel İslam ya da ılımlı İslam liberal İslam gibi kavramlar da batı konseptinin Müslüman zihinleri parçalamak ve dünya sistemine entegre etmek üzere ürettiği kavramsallaştırmalar olarak görünmektedir." (Pekasil, 2010:50).

Kente göç sonucu kentlerde dindarlığı etkileyen önemli unsurlardan biri de sekülerliğin hâkim modern kentlerde dinin kimlik sağlama işlevi olarak ortaya çıkmasıdır. Kara, dinin kimlik sağlama aracı olarak kullanılmasının nedenlerini aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

“Kentte var olmak, yok olmak mücadelesi veren kentliler, daha önceki yaşantılarından getirdikleri, varlıklarının üstünde temellendirdikleri bütün değerlerini, kurulu dünyalarını tehdit ettiğine inandıkları yeni değerlere karşı korumak ve kentte kendilerini tanımlamak için kentsel hayatta içine girdikleri kriz dönemlerinde dinsel kimliklerini ön plana çıkarabilmektedir” (Kara, 2010:4).

Modern kentlerde din kamusal alandaki görünürlüğünü yitirmiş ve bireysel alana kaymıştır. Bunun yanında geleneksel değerlere sahip bireyler ekonomik ve sosyal imkânları elde edemediklerinden kentlerde kentli-köylü karışımı bir hayat sürmektedirler. Ekonomik ve sosyal imkânlarla sahip dindarlarda ise daha önce görülmeyen modern kent hayatına özgü yeni bir dindarlık formu oluşmaktadır. Cemaatleşme yapılarının da etkisiyle kentte kendilerini ifade etme imkânı bulan bu dindarlığın manevi içeriğinden çok ekonomik gibi niceliksel özelliklerinden bahsedilmektedir. Öztürk’ün de belirttiği gibi kent dindarlığı mevcut sisteme uyum sağlama gerekliliğinden doğmaktadır (Öztürk, 2010:74-76).

Kentlerde dindar bireyler, varoluşsal olarak yaşadığı güven ihtiyaçlarını dini cemaatlere katılarak karşılayabilmektedir. Modern kent mevcut dindarlığın niteliklerinden bir tanesi de cemaatleşmedir (Kara, 2010:4). Bu durum kentlerdeki bireyciliğe bağlı olarak dini algının bireycileşmesine ters görülebilir. Fakat modern döneme bağlı bireyciliği eğitim ve ekonomiye bağlı imkânsızlıklar nedeniyle yaşayamayan ya da bireycilikle birlikte gelen yalnızlığı yaşamak istemeyen dindar bireyler dini cemaatlere yönelmektedirler. Karadeniz’e göre modern cemaat formları, kendileri de modern olmakla birlikte mensup oldukları kitleyi de modernleştirmektedir (Karadeniz, 2010:95).

Modern kent yaşamında dindarlık dini gruplara bağlı olarak yaşanmaktadır (Avcı, 2010:70-71). Türkiye’de dini gruplar olarak tarikat ve cemaatler ekonomiden siyasete pek çok alanla ilgilenmeye ve kendilerine var etmeye başlamışlardır. Modern dönemde dinin kamusal alandan bireysel alana çekilmesi sonucu ekonomi, siyaset, eğitim gibi konularda modernizmin kendi ürettiği değerlere bağlı olarak kurumların çalışması daha

önce de belirttiğimiz gibi dinin bütün bir şekilde yaşanmasına engel olmaktadır. Bunun sonucunda dini gruplar da bu alanlarda fikir üretme ihtiyacı hissetmişlerdir. Bunun yanında yeni tüketim alışkanlıkları ve piyasa kuralları ile karşılaştıkça içinde yaşanan topluma uyum göstermişlerdir (Avcı, 2010:133).

Günümüzde kentlerde geleneksel dindarlığın taşıyıcıları küçük esnaf gruplar olurken, dindarlığın kent özgü yeni formunun taşıyıcıları daha çok iktisadi, kültürel seçkinler olmaktadır. Fakat artık özgün bir geleneksel dindarlıktan söz etmeyi güçleştiren yeni melez unsurlar, kendini yeni ifade biçimleri altında sunma imkânı da bulmuştur. Kent ve geleneğe ait olmayan fakat her ikisinden de bir şeyler bulunduran, kentte var olabilmenin kendine özgü koşullarını oluşturan yeni bir yapılanmadan söz edilebilir (Çelik, 2001:146).

Kentlerde modern dini formların oluşmasında dindar gençler önemli rol oynamaktadır. Dindar gençler kent koşulları karşısında kendilerine özgü yaşam biçimleri oluşturmaktadırlar. Gençliğin eskiyi reddeden geleceği önemseyen yapısının da etkisiyle ailelerinden, çevrelerinden gördükleri geleneksel yaklaşımları ve kentlerde gözlemledikleri modern yaklaşımları rasyonel bir üslupla değerlendirmektedirler. Avcı'nın İstanbul'daki dindar üniversite gençliği ile yaptığı araştırmasında kentlerde yaşayan dindar gençlerden özellikle ekonomik durumları iyi olanların kendi değerlerine bağlı bir toplumsal yapı kurma konusunda istekli olduğu gözlenmiştir (Avcı, 2010:331-332). Avcı'nın tespitleriyle “artan eğitim seviyesi, kentleşme, iletişim imkânlarının teknolojinin yaygınlaşması, tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzlarındaki hızlı değişim geleneksel İslam'ın şimdileştirilmesi, bugüne taşınarak yeniden yorumlanmasını zorunlu hale getirmiştir.” (Avcı, 2010:3).

4.2 Kentlerde Dindarlığın Temel Dinamikleri

Kentlerin içinde yaşadığı toplumun değerlerinin mekânsal ifadesi olduğundan ilk bölümde bahsedilmişti. Dinin insanların düşünce, kimlik ve davranışlarını belirlemedeki

etkisi düşünöldüğünde kentlerde gözlenen hayatın, o toplumun dine yaklaşımının açık bir göstergesi olduğu rahatlıkla söylenebilir. Fakat kentler, “insanın biyolojik ve sosyal yapısı ile bazen uyumlu bazen de çatışma halindedir” (Kara, 2010:8). Bu kısımda kentlerdeki dindarlığın temel dinamikleri üzerinde durulacaktır. Buna göre ilk olarak tarih boyunca kentlerdeki dindarlığı köy dindarlığından ayıran nitelikler üzerinde durmakta yarar vardır. İkinci olarak ise kentleşme sürecinde dini tutum konusu irdelenecektir. Son olarak da kentlerde dindarlığın önemli niteliklerinden biri olan dinsel bireycilik üzerinde durulacaktır.

4.2.1 Köy-Kent Dindarlığı

Klasik sosyolojik yaklaşımlara göre, kırsal-geleneksel yapıda dindarlık şekilci, ritüalist, mistik karakter taşıırken, kentsel yapıda dindarlık akılcı, bireyselleşmiş karakter taşımaktadır (Çelik, 2001:141). Haldun’a göre şehirli olmayan köylü, doğal bir fiziki yapı içerisinde yaşadığından beden ve ruhen de yaşadığı yere uygun olarak sadedir. Ahlaki anlamda doğruluk, dürüstlük, samimiyet, bedensel olarak dayanıklılık, metinlik, toplumsal anlamda dayanışma, yardımlaşma, komşularının hak ve hukukuna saygı köy halkının niteliklerindendir. Saf ve mert olan köylü şehirde bu özelliklerini büyük oranda kaybeder. Şehrin karmaşası karşısında değişir. Şehirdeki insan aklına dayalı düzen karşısında köylü de akıllı olmak zorundadır. Bu akıllığa zamanla kurnazlık ve sahtekârlık da eklenir (İbn Haldun, 1983:868-872).

Köylünün benimsediğı doğal ahlak anlayışının yerini şehirlerde “adab-ı muaşeret” denilen nezaket kuralları almıştır. Bunları bilmeyen köylüleri şehirli küçük görür ve ayıplar. Bu ayıplama karşısında bir savunma mekanizması olarak köylüler de şehirliye özenir, aslını inkâr edip şehirliyi taklit eder. Bunun yanında, kent hayatında görülen lüks ve konfora dayalı bu kurallar neticesinde ruhu kirlenir, dini duygularında bozulma yaşanır (İbn Haldun, 1983:874). Günümüzdeki köyden kente göç durumlarında da görülen bu tespitler ışığında denilebilir ki kent hayatındaki aşırı tüketim, refahlık, bu

refah seviyesine sahip olmayan alt grupları imrendirir, böylece kentte ahlaklı yaşamdan çok refaha kavuşmak ön plana çıkar.

Kentlerin önemli özelliklerinden birisi de kültürel çeşitliliktir (Avcı, 2010:139). Kentler farklı bölgelerden göç almaları sonucunda çok farklı ırk, din, etnik kökene ait insanların bir araya gelmelerinden oluşur. Bu durum kent insanının farklılıklara karşı tahammüllü olmasını sağlar. Bunun dışında farklı insanlarla fikrîsel paylaşım kişinin kendi dünyasının gelişmesini sağlarken dini algılamasını da değiştirir. Geleneksel dönemde şehirler o toplumun düşünce dünyasını sentezlenmiş bir şekilde yansıtırken (Cansever, 2010:18) modern kentlerde çok seslilik hâkimdir ve de modernizm kendi yapılarını üretmiştir (Duru & Alkan, 2002:161). Bu durumda geleneksel dönemde din, toplumsal her alanda etkili bir mekanizma olarak şehrin yapısında direkt aktif rol oynarken; modern dönemde din, bireysel alanda yaşanan ve toplumsal alanda farklı birçok düşünce ile karşılaşan bir değerler sistemi haline gelmiştir.

4.2.2 Kentlileşme ve Gelenek

Kentleşme toplumun demografik, ekonomik sosyal ve kültürel açıdan dönüşümünü içerir. Demografik açıdan kentlileşme kentlerdeki nüfus yoğunluğunu ifade eder. Üretimde farklılaşma, hizmet sektörünün gelişmesi ve işgücünün tarımdan tarım dışı sektöre kayması ise ekonomik açıdan kentlileşmedir. İş bölümü, uzmanlaşma, sosyal örgütlenme de kültürel olarak kentlileşmeyi ifade eder. Kentlileşme süreci ise sosyoloji çalışmalarında iki ana başlıkta ele alınmaktadır. Bunlar ekonomik olarak kentlileşme ve sosyal olarak kentlileşmedir (Demirkan, 2003:14).

Ekonomik olarak kentlileşme, kişinin geçimini kente özgü çalışma imkânlarına bağlı olarak sağlamasıdır. Modern kentler daha önce belirttiğimiz gibi kendisine özgü bir çalışma, barınma ve boş zaman geçirme faaliyetleri sunar. Bunlara katılmak da kentlileşmiş olmak ile özdeşleştirilir. Burada bu faaliyetlere bağlı kalmadan kentli kalabilme imkânının olmaması bir problem olarak görülebilir. Alternatif hayat tarzları

ile ilgili bölümde ifade edildiği gibi 21. yüzyılda gelinen noktada kentlerde postmodern hayat tarzı olarak da ifade edilen hayat tarzları oluşmaktadır. Kentleşme göstergelerinden biri de sosyal olarak kentleşmedir. Modern kentler kendine özgü değerler sistemi sunar ve kentleşmek de bu değerler sistemini benimseyerek sosyal yaşantıda değişmeyi gerektirir (Kartal, 1983:92; Demirkan, 2003:17).

Sanayileşmeye bağlı olarak farklı coğrafyalarda farklı kentleşme biçimleri ortaya çıkmıştır. Batı coğrafyasında modern kent, sanayileşme ve beraberinde ekonomik ve teknolojik imkânlarla doğru orantılı olarak şekillenmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde ise aynı doğru orantı doğal olarak gözlenememektedir. Gelişmekte olan ülkelerde kentler adeta gelişmiş olana yetişme niyetiyle çok kısa zamanda büyürken, gerekli olan sosyal ve zihinsel alt yapı aynı hızda büyüyememiştir. Buna bağlı olarak kentleşme sorunları meydana gelmektedir (Çelik, 2001:137).

Ülkemizde sanayileşmenin sadece belirli kentlerde yoğunlaşması, göç sorununu da beraberinde getirmiştir. Yeterli alt yapı imkânlarının olmaması ve maddi sıkıntılar nedeniyle göç eden insanlar, kentte yaşayan akraba ve hemşerilerinin bulunduğu semte yerleşmektedir. Alt yapı eksiklikleri modern kent hayat tarzının Batı-dışı toplumlarda yaşanmasına engel olmaktadır. Kent hayatı standartlarının dışında yaşamak, toplumda sınıflaşmanın oluşmasına ve bütünleşme sorununa sebep olmaktadır. Ekonomik imkânsızlıklar nedeniyle göç eden aileler genellikle kentle bütünleşememekte, böylece geleneksel ve kentselin ikisine de ait olmayan bir ara kültür formu oluşmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde kırsaldan kente göç, kentin köylüleşmesi gibi bir duruma sebep olmaktadır (Çelik, 2001:136-139).

Sosyal ve ekonomik kentleşme ile kentli bireylerde yeni değerler, ortak davranış kalıpları ve tutumlar gözlemlenmektedir. Bu nedenle Wirth'in de belirttiği gibi kentlilik başlı başına kendine özgü bir hayat tarzı olarak görülmelidir (Duru & Alkan, 2002:81). Bu açıklamalar modern bireyin kente ait değerleri direkt olarak kabul ettiği durumda

geçerlidir. Fakat özellikle geleneksel değerleri benimsemiş dindar bireyler kentteki her değeri benimsemekte zorlanmakta, zihinlerinde bir çatışma yaşamaktadırlar.

4.2.3 Kentlerde Dinsel Bireycilik

Modern kent insanı sınıf, statü ve kategorilere göre düşünmeye ve bu yaşam kalıplarına bağlı kalmaya zorlanmaktadır. Modern kent hayatında toplumsal alanın mevcut sistem tarafından kendi dinamiklerine göre yapılandırılmış olması dini zihniyette değişimler meydana getirmektedir. Kurumsallaşma, uzmanlaşma, bürokrasi insanların bireysel hayatlarını da etkilemekte, böylece algı kalıpları değişmektedir. Dinin, toplumu birleştiren yönü modern kentsel ortamda aşınmaktadır. Benzer şekilde modernizme bağlı kent hayatında hayat tarzlarının çeşitlenmesi dini sembollerin tekelinin kırılmasına neden olmuştur. Böylece din, bireysel alana indirgenmiştir (Çelik, 2001:139).

Modern toplumda birbirine benzemek değil birbirinden farklılaşmak önem kazanmıştır. Modern toplum benzer davranışlar üzerine değil bireysel tercihler üzerine kuruludur. Bunun yanında geleneksel toplumlarda din eğitim, sağlık, ekonomi alanlarında söz sahibi olmuştur. Modern toplumda ise ekonomi başta olmak üzere toplumsal kurumlar kendi kurallarını yaratarak dinden etkili bir biçimde ayrılmıştır. Modern toplumda din bireyler üzerindeki kontrol gücünü yitirerek kamusal alandan çekilmek durumunda kalmıştır (Cirinlioğlu, 2010:30).

Modern kentte toplumsal alanda dini hissetmek ve yaşamak zorlaşmış, din özel hayatta yaşanabilir hale gelmiştir. Bu durum dinin kapsayıcılığı, bütüncüllüğü nedeniyle dini algının normal kalmasını zorlaştırmaktadır. Wirth'in vurguladığı merkez kavramından hareketle kent hayatı kendi değerlerini yansıttığı merkez etrafında şekillenmektedir. Bu merkez ekonominin, siyasetin, eğitimin, bilimin, kültürel etkinliklerin yapılabildiği bir üretim alanıdır (Alptekin, 2007:82). Simmel'in metropolde aşırı uyaranlara maruz kalma tespitlerine benzer şekilde kent insanının bu merkez tarafından çekilmesi din

kurumunun sadece kamusal alandan çekilmesine değil; insanların zihinlerinin de etkilenmesiyle bireysel alanda da dinin içeriğinin değişmesine sebep olmuştur (Önal, 2010:75).

Modernleşme ile birlikte dinin bireysel alana çekilmesi dinsel bireycilik anlayışı ile de ilişkilendirilmektedir. Genel olarak, inançlı bireyin aracıya ihtiyacının olmaması, ruhsal gelişiminin temel sorumluluğunun kendisine ait olması, Tanrı ile kendi bildiği gibi ilişki kurma hak ve görevinin olduğu görüşü dinsel bireycilik olarak tanımlanmaktadır. Dinsel bireycilikte, herkesin kendi kendisinin din adamı olması gerektiği görüşü hâkimdir. Dinsel bireyciliğin daha çok Batı toplumundaki din algısı ile ilişkili olduğunu belirtmek gerekmektedir. Tanım ve görüşlerde özellikle Kilise hiyerarşisiyle ilgili hizmetlerin meşru olmadığı vurgulanmaktadır. Ahlaki sorumluluk tamamen bireysel davranışlara bağlı görülmektedir (Ünal, 2011:63-71).

Din geleneksel dönemde toplumsal yaşamın her alanında iken modern dönemde “sistemin kapatmakta zorlandığı boşluklarda kendine yer bulmaktadır.” (Özay, 2007:156). Berger, modern dönemde dinin yok olma tehlikesine karşı dinin bireysel alana indirgenmesini dinin de yaşanması açısından bir çıkış yolu olarak görmektedir (Ünal, 2011:184). Dinin çöküşü fikri böylece geçersizleşmektedir. Bu görüş İslam dininin yaşandığı toplumlarda dinin bütünlüğü açısından problemler içermektedir.

Kent dindarlığı kavramı kentlerde dinsel bireyciliğin yaşanması ile yakından ilişkilidir. Beklenen kent dindarlığı formunda bireyin sadece özel yaşantısında dini yaşaması ve fakat dışarıdaki hayatında sisteme uygun davranması problemlili gözükmektedir. Çünkü sadece birtakım ibadetlerin şeklen yerine getirilmesi değildir. Allah ile her an hissedilen bağlantı kişinin dışarıdaki hayatını da dine göre yaşamasını sağlar. Ekonomi sistemi başta olmak üzere modernizmin ürettiği toplumsal sistemlerin yabancılığı ve dinin bu şekilde algılanması insanların dinlerinin bozulmasına sebep olabilecektir. Sistemleri tanımamak bireylerin sistem karşısında nasıl bir ahlaki davranış geliştireceklerini bilmemesi anlamına gelir ki modern dönemde bu durum sıklıkla yaşanmaktadır.

4.3 Dinin Manevi İçeriğine Bağlı Kent Dindarlığı

Dindarlık toplum hayatındaki görüntülerine göre çeşitli yönlerden değerlendirilmektedir. Dışarıdaki görüntülere dayanılarak yapılan dindarlık tiplerinin yanında bir de iç dünyaya bağlı dinin manevi boyutunu ilgilendiren dindarlık sınıflandırması bulunmaktadır. Bu sınıflandırma temelde düşünce ve davranışlarda nefsin hâkim olup olmamasına bağlı olarak yapılmaktadır. Özellikle tasavvuf geleneğinde önemli olan nefsin mertebelerine göre açıklanan dindarlık algısı modern dünyada dini yaşarken, dinin özünü kaybetmemek açısından önem kazanmaktadır. Yatay yani nefsanî, dünyevi istekleri yok etmeden, dikey yani manevi istekleri amaç edinmek bu dindarlık algısında önemlidir. Bu bölümde ilk olarak kent dindarlığı yaklaşımına getirilen eleştiriler ve bu eleştiriler ışığında modern kentlerde dindarlığın yaşanmasında bireyin iç dünyasının aydınlık olması yani dini manevi boyutlarıyla da yaşayabilmesinin imkânları üzerinde durulacaktır.

4.3.1 “Kent Dindarlığı” Kavramına Dair Eleştiriler

“Kent Dindarlığı” kavramı çeşitli yönleriyle eleştirilmektedir. Kentlerde dindarlığın mevcut olumsuz görüntülerinden hareketle olması gereken bir dindarlık profilinin ortaya konması genel olarak bu dindarlık tipine yaklaşımın bir proje olarak algılanmasına neden olmuştur. Dindarlığın teolojik ve manevi boyutlarından çok sistemin parametrelerine göre değerlendirilmesi bu dindarlık tipinin meşruluğunu zayıflatmaktadır. Kara’nın da belirttiği gibi “özeleştir, üretim, felsefi analiz yeteneği, ideolojik mahkûmiyetten sıyrılma ve entelektüel bir din öngörüsü kent dindarını öne çıkarırken, bu dindarlığın teolojik alt yapısının zayıf olması belki de tartışmanın yeni bilimsel katkılara ihtiyacı olduğunu hatırlatmaya devam edecektir.” (Kara, 2010:12).

Geleneksel dönemde yüksek teorik ve ahlak eğitimi ve kentlerin kendisine özgü entelektüel düşünceyi geliştiren yapısı sonucu oluşması bugünkü durum ile

özdeşleşmemektedir. Pekasil, geleneksel ile modern zaman arasında kent dindarlığına yaklaşımdaki farkı aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

“Osmanlı kent dindarı profili ile cumhuriyet’in kent dindarı profili homojen değildir. Osmanlı kent dindarında lise eğitiminin yanında adab-ı muaşeret öğreten tekke eğitimi de vardır (Pekasil, 2010:50). Bugün için bahsedilen kültürel İslam ya da ılımlı İslam liberal İslam gibi kavramlar da batı konseptinin Müslüman zihinleri parçalamak ve dünya sistemine entegre etmek üzere ürettiği kavramsallaştırmalar olarak görünmektedir. Batı konsepti global sisteme entegrasyonu kolaylaştıracak kavramsallaştırmaların yanında ötekileştirmeye yarayacak kavramlarla dost ve düşman cephele üretmekte, böylece kendisini yeniden üretmekte ve yenilemekte, değişimi sağlamakta mahir olduğunu ispat etmektedir. Dün pozitivist felsefenin yansıması olan din karşıtı bir tavır hakimken, bugün postmodern felsefeden hareketle küresel post-modern kapitalizmin farklı kültürleri kabul edip tekrar tanımlama, yorumlama ve global sisteme entegre etme, eklemlene tavırları ortaya çıkmıştır” (Pekasil, 2010:59).

Postmodern çağ olarak adlandırılan dönemin de dine karşı tutumu modern döneme benzer şekilde sorunludur. Modern dönemde dine karşı tutum dinin sürekli olarak modernizme göre kendisini yenilemesi beklentisi şeklinde iken post modern dönemde bu döneme ait bazı değerler dinin yerini alıyor gibi görünmektedir. (Akbar, 1995:64-65). Müslümanların modern ve postmodern dönemde kendilerinden bağımsız olarak yaşanan her durumun sonuçlarını yeniden yorumlamak zorunda kalmaları zamanla değişimler karşısında kabullenmişlik psikolojisine bürünmelerine sebep olmaktadır (Arslan, 2004:31). Bu durumda dinin özüne bağlılık zayıflamakta ve yaşanan her durumu kolaylıkla meşrulaştıran bir dindarlık tipi ortaya çıkmaktadır.

Modern kent hayatı içerisinde modern ve postmodern değerleri yukarıda bahsedildiği gibi dinin özüne bağlı olarak değerlendirmekten uzaklaşan dindarlık sadece şeklen yaşanabilecek bir hale gelmektedir. Dini gerekliliklerin formlarına riayet edilmesi bu gerekliliklerin manen de yerine getirildiği anlamına gelmemektedir. Bu durum Gencer’in de belirttiği gibi hayatın edeben değil şeklen İslamîleştirme yanılgısına düşüldüğünü göstermektedir (Gencer, 2010:103-115).

4.3.2 Dini-Manevi Kimlik ve Kent Dindarlığı

Kimlik kavramı başlangıçta psikoloji biliminin konusu olarak düşünülmüştür ve böylece incelenmesi sadece bireysel alanda yapılmıştır. 1980’lerden itibaren kimliğin oluşumunda kişinin içerisinde yaşadığı toplumun önemi ortaya çıkınca kimlik toplumsal konularla bağlantılı olarak da değerlendirilmeye başlanmıştır. Buna göre kimlik doğal, doğuştan gelen bir veri olmayıp hayatın içerisinde zamanla oluşmaktadır. Kimliğin yapısı toplum içerisinde kendini göstermektedir. Her birey toplum içerisinde görülmek, dinlenmek, ilgi görmek ister ve bu nedenle de kendini gösterir. Böylece bireyin kimliği toplumla etkileşim içerisinde ve kendisine özgü olarak ortaya çıkar (Kurt, 2011:136-137).

Sosyoloji literatüründe kimlik kuramı sembolik etkileşimcilikle açıklanır. Kimlik oluşumu konusunda Cooley’in ayna benliğinin oluşumu ile ilgili açıklamaları dikkate alınmaktadır. Buna göre birey kendisini başkalarının görüş ve söylemlerine göre yansıtmaktadır. Bireyin kimliği tek başına dışarıya göre oluşmamaktadır fakat kişi ancak dışarının bakışlarına göre kendini bulmak durumundadır. Dini kimlik de bireyin içerisinde yaşadığı toplumun din algısına göre şekillenmektedir. Toplumun dine karşı tutumu ve dini olumlu ya da olumsuz yaşayış biçimleri bireyin dinini algılamasında büyük öneme sahiptir (Kurt, 2011:138).

Dini kimliğin oluşumunda dinin toplumdaki görüntüsü dışında insanın Allah’ın isim ve sıfatlarını yansıtmaya özelliğine sahip olması da önemlidir. Dinin bu işlevini bilen dindar bir birey Allah’ın isim ve sıfatlarını yansıtıyor olmanın bilinciyle dini kimliğini inşa eder. Böylece ahlakını, davranışlarını bu bilinçle sergiler (Kurt, 2011:139). Ayrıca dini kimliğini Allah’ın isim ve sıfatlarını yansıttığı bilinciyle oluşturan dindar bireylerin meydana getirdiği toplumda dinin görüntüsü de ideal düzeyde olabilecektir. Günay’a göre din, “kutsalın tecrübesi ve yaşanması” şeklindeki tanımından hareketle daima tek tek bireylerin şuurunda yerleşip kökleşmektedir (Günay, 2000:210).

Dini kimliğin oluşması ve şekillenmesi konusundaki açıklamalardan anlaşılmaktadır ki kimliğin önce bireysel ve manevi alanda idrak edilerek oluşması gerekmektedir. Modern dönemde dini kimliğin toplumsal görüntüye bağlı olarak şekillenmesi çalışma boyunca da ifade edildiği gibi sorun olmaktadır. Nihayetinde modern dönem dinin kamusal alanda yaşam alanı bulamadığı bir dönemdir. Sekülerleşmenin tam olarak yaşanmadığı Türkiye gibi ülkelerde modern dönemde din yaşam alanı bulsa bile bu yaşayış henüz ideali bulamamıştır. İdealin yakalanması modern bireylerin manevi boyutta dini yaşayabilmeleri ile mümkün olabilecektir.

Manevi açıdan dindarlıkta belirleyici olan Allah (c.c.)’a bağlılığı iç dünyada hissetmektir. Dinin davranışlara etkisi iç dünyadan dış dünyaya doğru bir hareketle gerçekleşir. Bu nedenle din söz konusu olduğunda dinin içeriği dikkate alınmalıdır. Aksi halde dindarlık sadece şekle indirgenmiş olmaktadır. Dinin görünen semboller üzerinden, sembollerin içlerinin doldurulmadan ele alınması dindarlığı anlamak açısından tek başına yeterli olmamaktadır.

Dinin kültürel boyutunun yaşanabildiğine örnek olarak Altan’ın Şeyh Galip’i örnek vermesi dikkat çekicidir. Altan, çalışmasının temel problemini aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

“İslamiyet Şeyh Galip’ten Taliban’a geldi yeryüzünde. Nedir bu meyil, düzlem kaybetmemizin nedeni nedir? Şeyh Galip, inanılmaz şekilde işlenmiş derin bir kültürün ferdiyken; Taliban, Afgan kırlarının bütün hoyratlığını ifade eden bir vahşetle ortaya çıktı. İkisi de Müslüman ise aradaki fark nedir?” (Altan, 2010:9).

Bu ifadede birkaç nokta dikkat çekmektedir. Buna göre, Şeyh Galip kimdir ve nasıl bir Müslüman’dır? İnsanların Müslümanlıkları arasındaki farkı nasıl ele alabiliriz? Şeyh Galip, bir Mevlevi şeyhidir. Tasavvuf edebiyatının en önemli şairlerinden olan Şeyh Galip 1757 yılında doğmuş ve hayatını divan yazarak ilim ve irfanla geçirmiştir

(Yüksel, 1980:3). Aşağıda insanı anlatan “Müsemmen” isimli eserinden bir kısım yer almaktadır:

“Sendedir mahzen-i esrar-ı mahabbet sende
Sendedir ma’den-i envar-ı fütüvvet sende
Gizli gizli dahi vardır nice halet sende
Ma’rifet sende hüner sende hakikat sende
Nazar etsen yer ü gök duzah u cennet sende
Arş u kürsiyy ü melek sendedir elbet sende

Hoşça bak zatına kim zübde-i alemsin sen
Merdüm-i dide-i ekvan olan ademsin sen” (Gölpınarlı, 1985:22)

Şeyh Galip, bir Mevlevi şeyhi olarak Allah’ı kalbinde nasıl hissetmektedir ki yukarıdaki latif hislerin bir yansıması olan beyitleri yazabilmiştir? Eğer Şeyh Galip, dönemine göre bir kent dindarı ise kent dindarlığı dinin manevi içeriğine vakıf olmakla ilişkilendiriliyor demektir. O halde geleneksel şehir düzeninin yaşanmadığı modern kent hayatında sadece sisteme uygun bir dindarlık değil aynı zamanda manevi açıdan Allah’ı kalbinde huzurla hisseden dindarlık kent dindarlığını ifade etmektedir.

Altan’ın Şeyh Galip’i kent dindarı olarak örnek vermesi kent dindarlığı ile kast edileni gösterdiği düşünülebilir fakat Altan, aynı zamanda kent dindarlarını aşağıdaki gibi tanımlamaktadır:

“Hâlbuki bir zamanlar kent dindarları vardı. Üreten, kazanan, çağın gerektirdiği hemen hemen tüm özelliklere sahip, çağdaşlarıyla rekabet edebilen, dünya üzerindeki mücadeleleri sırasında dindar çıkar sağlamaya gerek duymayan, buna gönül indirmeyen, güler yüzlü, medeni, farklılıklara tahammüllü, çoğulculuk üzerine bina olmuş şehir hayatını benimsemiş, latif insanlardı kent dindarları” (Altan, 2010:a.k.y).

Bu tanım ifadesinde kent dindarına ait kimi özellikler ahlak, edep gibi manevi özellikler iken kimi özellikler maddi özelliklerdir. Güler yüzlü, farklılıklara tahammüllü, latif olmak tanımdaki ahlaki ve edebe ait özelliklerdendir. İnsanda inançlı olsun ya da

olmasın latif duyguların ortaya çıkması daha önce de belirtildiği gibi nefsin tezkiyesine bağlıdır. Gün içerisinde üst bilinçdışı ile temasa geçildiği zamanlarda latif duygular hissedilebilir. Buna göre aslında her insanda edepli davranışların gözlemlenmesi, o insanın ancak kalbini kötülüklerden arındırıp, nefsini tezkiye etmesi ile mümkündür.

Altan'ın da belirttiği gibi “insan kendi dışındaki hayata önyargılı bakmaz ve kendine benzemeyeni düşman ilan etmezse, kendisini ve karşısındakini zenginleştiren yeni bir dünyaya açılır” (Altan, 2010:157). İnsanın kendinden olmayanı düşman görmemesi de kişinin farkındalığının artması ile mümkündür. Ahlaka dayalı özellikler bir takım iç dünyaya bağlı değişimlere bağlıdır. Aksi halde toplum tarafından kabul görülen bir takım davranışların sergilenmesi iç dünyayı etkiler fakat kalıcı bir bilinç oluşturmaz.

Dinin manevi içeriğini hissederek yaşayan insanların kültürel birikimleri geleneksel İslam şehirlerinde gözlenebilmektedir. Şehirlerin biçiminin insanın kendisini âlemle bütünleştirme tarzı olduğunu belirten Buckhardt'a göre İslam düşüncesinin hâkim olduğu şehir, maddi gereksinimlere cevap verirken temelde insanın maneviyatının olgunlaşmasını da sağlamaktadır (Burckhardt, 2008:207). Modern kentlerde İslamî düşüncenin değil modern değerlerin hâkim olması bu olgunlaşmayı yaşamaya engel olmaktadır. Modern dönem öncesi geleneksel şehir ise hücre, doku, organ, sistem, beden şeklinde bir hiyerarşiden oluşan organizma gibi oda, ev, bahçe, mahalle, şehir şeklinde bir hiyerarşiden oluşan bir organizmaydı (Düzbakar'dan aktaran Gencer, 2003:99). İnsanla bütünleşen bir şehir modeli insanın özünü yaşamasına, iç dünyası ile uyumlu kalmasına engel olmaz iken insanla bütünleşmeyen bir kent bireyi dönüştürmekte fakat bu arada kendisine de yabancılaştırmaktadır.

Geleneksel şehirlere benzemeyen mevcut kent yapısında kente rağmen manevi içeriği yaşayabilmek ancak öncelikle modern kentlerin dinamiklerini fark etmekle mümkündür. Modern kentlerde İslam dinine özgü dinin manevi içeriğini de koruyarak bir hayat tarzı benimseyebilmek için önce şuurun oluşması gerekmektedir. İnsan ruhunun bedenden sonra kâinatı tanımaya, eşyayı idrak etmeye çalıştığı belirtilmişti. İnsan, bebeklik

döneminden sonra ilk olarak çevreyi tanımaya başlar. Kâinatı tanıma isteği sadece bilimsel konuları bilmek isteği değil aynı zamanda zamanı ve mekânı kavrama isteğidir. İnsan yeni tanımaya başladığı çevresine önce benzer, onu kavrar, tanır. Daha sonra ancak kendisine göre olan ve olmayanın farkına varabilir.

Batı coğrafyasında vücut bulmuş değer sistemi olan modern dönem menşei itibariyle Müslümanlara yabancısıdır. Tam anlamıyla kendisine göre olmayan dış dünyaya uyum sağlamaya çalışan Müslüman bir yandan da iç dünyasında Müslüman kalmaya çalışmaktadır. Bu çatışma şuurun oluşmasını sağlayabilir. Fakat daha önce de belirttiğimiz gibi şuurun teşekkül edebilmesi için Müslüman'ın inandığı gibi yaşayamamasından kaynaklanan gerilimi doğru tanımlaması gerekir. Cündioğlu, iç dünyası ile dış dünyası arasında kalan modern Müslümanların yaşadıkları karmaşayı aşağıdaki gibi ifade etmektedir:

“Yaşamın organizasyonunu bütünüyle modernlik, ruhun terbiyesini ise (en azından) kısmen İslâm üstleniyor. Yaşamın kendisi modern ve fakat bu modern yaşamın sorunlarıyla baş etmesini istediğimiz ahlâkın kendisi ise tamamıyla geleneksel. Öyle bir bilinç tasavvur ediniz ki düşünürken modern, inanırken geleneksel! Peki ya eylerken? Ne modern, ne geleneksel!” (Cündioğlu, 2009, Yeni Şafak).

Dış dünyayı doğru sorular sorarak tanımak gerekmektedir. Buna göre bireyin ekonomik sistemin işleyişini doğru anlaması gerektiği gibi aynı zamanda gündelik hayatta herhangi bir uzvu kadar normal karşıladığı bir takım eşyaları dahi sorgulaması gerekebilir. Şuurun teşekkül edebilmesi için, kişinin içinde yaşadığı zamanı doğru tanıyabilmesi gerekmektedir. Bireyi zamanı tanımaya götürecek sorular da kişiye özgü olmak durumundadır. Tefekkür sonucu şuura sahip olan Müslüman artık çatışmanın bitmesi sonucu huzura kavuşmuş ve nasıl yaşaması gerektiğinin farkında olur. Yerleşmiş bir kültürden farklı veya kendine özgü davranabilmek için onu kavrayabilmek ve ondan daha üstün bir değerinizin, farklı alternatiflerinizin farkına varmış olmak gerekir. Modern kalıplardan sıyrılıp yeni bir ses getirebilmek önce tanımakla mümkün olur.

“İdeal ile reel, inanç ile amel arasındaki bir uyumsuzluktan kaynaklanan meşruiyet krizine insan şuurunun uzun süre dayanması zordur. Gittikçe hızlanan bir kentselleşme ve modernleşme sürecinde İslam’ı yaşama, amelini inancına uydurma çabası, ateşten gömlek giymektir. Bu tür bir yeniden meşrulaştırma arayışının istenen ölçüde başarıya ulaşamaması, Batı’da olduğu gibi yavaş yavaş arayışın yönünü tersine çevirir. Bu noktada inandıkları gibi yaşamayanlar, yaşadıkları gibi inanırlar. Dinin algılanması ve uygulanması yavaş yavaş realiteye göre değişir. Burada asıl iş, Müslümanların dindarlarının sekülerleşmeye bitişik aklileşmeye kayma derecelerinin tespitidir” (Gencer, 2010:102).

Modernizm-din ilişkisi özelinde modern kent-din ilişkisinin insanların gündelik hayatlarını ilgilendiren noktada değerlendirilmesi bu konuların insanların iç dünyalarına etkilerini gündeme getirmiştir. Yaşadıkları ile inandıkları çelişen insanlar inandıklarıyla çelişmeyen davranış ve yaşam kalıplarını huzurlu olabilmek için zaman içerisinde benimseyebilirler. Günümüzde dindar bireyler de kentlerde bu süreci yaşamaktadır.

SONUÇ

Çalışmada modern ve İslamî değerler hayat tarzı kavramı ekseninde ele alınmıştır. Bireye dış dünya tarafından sunulan modern değerler sistemi, zaman içerisinde kimliği ve davranışları belirlemede etkili olmaya başlamıştır. İlk bölümde kentlerde etkin olan sembolik tüketime bağlı iletişim, kültür üretim sistemine bağlı boş zaman faaliyetleri ve isteklerin sermaye tarafından yönetimi anlatılarak bireyin iç dünyasına modern değerlerin etkisi vurgulanmıştır. İkinci bölümde ise ilkinin tersi yönünde bir yaklaşımla İslamî değerlerin bireyin kimliği ve davranışlarını etkilemesini sağlayan psikolojik unsurlardan bahsedilmiştir. Son bölümde ise modern değerler ve İslamî değerlerin modern kent dindarlığına etkisi ele alınmıştır. Günümüz kentlerinde dindarlığın farklı görüntüleri oluşmaktadır. Çalışmada varılan nokta konuya kavramsal ve deneysel yaklaşan çalışmaların sonuçlarına da uymaktadır. Örneğin Göle’ye göre modernlik dindarlar açısından direkt olarak reddedilmemekte ya da benimsenmemektedir. Dindar bireyler, modern hayatı genel olarak eleştirerek kendilerine uygun bir yaşam biçimi oluşturmaktadırlar (Göle, 2000:93).

Avcı ise İstanbul’da üniversite okuyan dindar gençlerle yaptığı görüşmeler sonucunda gençlerin dini geçmiştekinden farklı olarak milliyetçi ve muhafazakâr söylemlerden ayrı modern bir noktada tuttuklarını tespit etmiştir. Bunun yanında gençler kent hayatının karmaşa ve yoğunluğunu dine uygun yaşamada engel görmektedirler. Dindar gençlere göre modern dünyanın insana sundukları unsurlar nefsi şımartan unsurlardır. Gençler, modern kent hayatında sistem tarafından belirlenmiş alternatiflerle dolu boş zaman faaliyetler karşısında ibadetlere zaman ayırmayı ihmal edebildiklerinden bahsetmektedirler. Görülmektedir ki modern dünyada ilk bölümde anlatılan hazza yönelik tüketim odaklı hayat tarzı dindar gençleri de etkilemektedir. Avcı “gelenekselliğin kırılma çabalarının hem bir nedeni hem de bir sonucu olarak “sadece biçimsel bir algılamadan çok dinin manevi ve ahlaki yönünü önemseyen bir genç kesimin” var olduğunu sonucuna varmıştır. Bu gençlik dini rasyonel olarak sorgulayan

ve böylece dini tutumlarına tatminkâr cevapları olan bir gençliktir. Geleneksel dindarlık bilgisi kentlerde rasyonel olarak pekiştirilmiş bir dindarlık bilgisine dönüşmektedir (Avcı, 2010:328-341).

Modern ve yetkin dindarlık formunun sonuç olarak ne modern ne geleneksel ne de bunların iç içe geçtiği karmaşık bir özellik taşıması beklenmektedir. Modern dönemi tanımanın ve onu tüm yönleriyle irdelemiş olmanın bilgisiyle bir üçüncü ve anlamlı din algısına bağlı hayat tarzı oluşturulabilir. Bu algı sonucu oluşan yaşam biçiminde bizzat modern değerleri gözlemlemek mümkün olmaz fakat modern dönemin tüm imkânlarından faydalanılabilir. İnsanların nasıl ve neye göre yaşadıkları çok farklı çıkar odaklarına bağlı olarak değişebilir. Çalışma boyunca ideal olan ele alınmıştır. Fakat neye bağlı olursa olsun kişi eğer huzursuzluk hissediyorsa o huzursuzluğu ortadan kaldırmak ister. Buna göre kişinin benimsediği hayat tarzı ruhsal açıdan rahatsızlık veriyorsa kişi bu durumu sorgulayarak farklı alternatifleri deneyecektir.

Alternatif hayat tarzlarında belirtilen gönüllü sadelik gibi yaklaşımlar insanların modern dönemin karmaşası içerisinde yorulmaları ve bunu değiştirmek istemeleri sonucu ortaya çıkmıştır. O halde dindarların nasıl olacaklarını düşünmekten ziyade herkesin kendisine göre modern dönemde uzun vadede güven ve huzur vereceği düşünülen anlamlı bir hayat tarzı benimsemesi gerekmektedir. “Re-thinking the ‘Good Life’” isimli makalede özellikle fast food gıdalarla beslenmeyi gerektiren hızlı, iş odaklı hayatı modern olanı yaşamanın ve olması gereken buymuş gibi algılamanın sorunlarından bahsedilmektedir. Bu tarz bir yaşama bağlı olarak kişinin sonuçta beden ve ruh sağlığı bozulmaktadır (Soper, 2007:213). Görülmektedir ki modern kentli hayat tarzı kendi antitezlerini oluşturacak düşünceleri doğurmaktadır. Özellikle doğalarına, kendilerine yabancılaşmadan kalabilmiş modern bireyler farklı hayat tarzlarına yönelmektedirler. Dindar olmanın bir gereği olarak özüne yabancılaşmayan dindar bireyler de çağa uygun farklı bir hayat tarzı benimseyebilirler. Bu hayat tarzı doğaya, hayvana hürmet etmeyi, beden sağlığını korumayı ve her anı verimli geçirmeyi sağlayan özellikler içerebilir.

Kentler ruhun içinde yaşadığı dünyayı tanımasına fırsat veren mekânlardır. Kişinin kendisini geliştirmesini, hedeflerinin yükselmesini sağlayan mekânlar olarak kentler insanda şuur oluşmasına katkı sağlamaktadır. Çocukluk döneminden itibaren aynı bölgede yaşayan ve farklı insanlar, yaşantılar, dünya görüşleriyle tanışma fırsatı bulamayan bir insanda kendiliğinden şuur oluşması; böylece iç dünya tarafından belirlenen bir hayat tarzının ortaya çıkması imkânsız görünmektedir. Bu nedenle kentler sadece ekonomik, sosyal gelişmenin yaşandığı mekânlar olarak değil bireyin olgunlaşmasını da sağlayan mekânlar olarak görülebilir.

Müslümanların düşünce dünyalarını eyleme geçirebilmeleri ve eşyaya aktarabilmeleri için hazır olarak kendilerine sunulanı tüketmekten çok üretmeye geçmeyi düşünmeleri de önemlidir. Çünkü ancak bu şekilde kişi kendisine uygun olanı elde edebilir. Çalışma boyunca bahsedildiği üzere modern hayat tarzı tüketim faaliyeti ile belirlenmektedir. Her ihtiyacını tüketerek karşılamak kişinin kendisine ait olanı keşfetmesini zorlaştırmaktadır. Her ne kadar tüketim nesneleri tüketiciye göre belirleniyor olsa da bu belirleme teknolojinin imkânları ve üreticinin de tercihi dâhilindedir. Her şeyi tüketme alışkanlığından kurtulup mümkün olanı üretmeye yönelmek Müslümanlara modern zamanda kendilerini ifade edebilme imkânı sağlayacaktır.

İnsanda şuurun oluşmasına bağlı olarak kişi mizaç özelliklerini tanır ve kalıcı kişilik yapısı oluşturur. Böyle kişiler hayatı anlamış olmaktan kaynaklanan güven ve huzur duygusu içerisinde nasıl yaşayacaklarını düşünmekten çok hayatı üretmek ile meşguldürler (Demir, 2007:65). Geçici kişilikler ise kendi merkezlerine bağlı bir yapı oluşturmadıklarından topluma ayarlıdırlar ve içinde yaşadıkları toplumun doğruları kendi doğrularını oluşturur. Kişiliklerini üretebilecek gelişimi yaşamadıklarından merkezleri dışarıdadır. Buradan hareketle dindar bireylerin ancak kalıcı kişilik yapısına sahip olmaları durumunda bu modern zamanda kendilerine ait olan hayatı üretebilecekleri söylenebilir. Kalıcı kişilik yapısının oluşması da daha önce bahsedilenlere uygun bir şekilde şuura sahip olmaya ve nefsin kötülüklerinden kurtulmaya bağlıdır.

İslam dinine göre insan Allah (c.c.)'ın yeryüzündeki halifesi olarak tayin edilmiştir. Bir vekil olarak Müslümanların dünya hayatındaki çalışmaları bugünkü çalışma hayatından farklı algılanmalıdır. Modern dönemin ürettiği meslekler ve buna bağlı çalışma hayatları kendi içerisinde çok farklı dinamikleri barındırdığından ayrı bir çalışmanın konusudur. Çalışma hayatı ve dindarlık ilişkisi Müslümanlar açısından ayrıca çalışılması gereken bir alan olarak görülebilir. Fakat insanlığın problemlerine çözümler üretmek, kendisini en güzel şekilde ifade edecek işler yapmak Müslümanlardan genel olarak beklenen çalışmalardır. Bugün ise çalışma anlayışı kendisi için çalışmayı, zengin olmayı, yaratıcı olup sermaye edinmeyi içermektedir. Çalışma boyunca da bahsedildiği gibi modern değerler İslamî anlayıştan farklıdır. Bu nedenle Müslümanların modernizmin içinden kendilerine uygun olanı benimsemeleri gerekmektedir. Bu benimseme akıl ile ne yapılması gerektiğini düşünerek değil; tecrübe ile ve en önemlisi iç dünyaya yönelerek gerçekleşebilecektir.

KAYNAKÇA

- ADORNO, Theodor W., 2007. *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, (Çev.), Nihat Ülner, Mustafa Tüzel & Elçin Gen, İstanbul: İletişim Yayınları.
- AKBAR, S.Ahmed, 1995. *Postmodernizm ve İslam*, (Çev.), Osman Deniztekin, İstanbul: Cep Kitapları.
- AKTAŞ, Cihan, “Başörtülü kadınlar sanattan anlamıyor mu...”, Taraf, (11 Temmuz 2011), <http://www.taraf.com.tr/>.
- ALKAN, Ayten & DURU, Bülent, 2002. *20. Yüzyıl Kenti*, Ankara: İmge Kitabevi.
- ALPTEKİN, M. Yavuz, 2007. *Medeniyet Havzalarından Küresel Trendlere Şehir ve Toplum*, İstanbul: Beta Yayınları.
- ALTAN, Mehmet, 2009. *Kent Dindarlığı*, V. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları.
- ALVER, Köksal, 2010. *Steril Hayatlar*, II. Baskı, Ankara: Hece Yayınları.
- ARNOULD, J. Eric & THOMPSON, J. Craig, 2005. “Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research”, *Journal of Consumer Research*, 31/4, ss. 868-882.
- ARSLAN, Abdurrahman, 2004. *Modern Dünyada Müslümanlar*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ARSLANTAŞ, H.Adnan, 2008. “Sosyal Değişme, Kentleşme ve Kentlileşmenin Din Üzerine Etkileri”, *Fırat Üni. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 13/2, ss. 171-196.
- AVCI, Özlem, 2010. “Bir Özneleşme Örneği Olarak İstanbul’da Dindar Üniversite Gençliği”, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- AYGÜL, Hasan Hüseyin, “Medya Kurgusu ve Tüketim Objesi Olarak Uzak Doğu Kaynaklı İnançlar: Yoga, Meditasyon, Reiki, Feng Shui, Zen Felsefesi”, Süleyman Demirel Üniversitesi-Sosyoloji Bölümü, ss.1-12.

- AYTAÇ, Ömer, 2007. “Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17/2, ss.199-226.
- BAUDRILLARD, Jean, 2008. *Tüketim Toplumu*, (Çev.), Hazal Deliceçaylı & Ferda Keskin, III. Baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Zygmunt, 2002. *Sosyolojik Düşünmek*, (Çev.), Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BELK, W. Russell, 1988. “Possessions and the Extended Self”, *Journal of Consumer Research*, 15/2, ss. 139-168.
- BİLGİN, Vejdi, 2010. “Dindarlığı Değerlendirebilmek”, *Demokrasi Platformu*, 22/2, ss.15-28.
- BOUCHET, Dominique, 1994. “Rails without ties. The social imaginary and postmodern culture. Can postmodern consumption replace modern questioning?”, *International Journal of Research in Marketing*, 11/4, ss. 405–422.
- BRENDL, C. Miguel, CHATTOPADHYAY, Amitava, PELHAM, W.Brett & CARVALLO, Mauricio, 2005. “Name letter branding: Valence transfers when product specific needs are active”, *Journal of Consumer Research*, 32/3, ss.405–415.
- BURCKHARDT, Titus, 2008. *İslam Sanatı: Dil ve Anlam*, (Çev.), Turan Koç, İstanbul: Klasik Yayınları.
- BURGER, M. Jerry, 2006, *Kişilik*, (Çev.), İnan Deniz Erguvan Sarioğlu, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- CANATAN, Kadir, 2007, “İslam Dünyasında Şehirleşme Sürecine Tarihsel Bir Yaklaşım”, *Sivil Toplum Düşünce ve Araştırma Dergisi*, 17/1, ss.43 -68.
- CANATAN, Kadir, 2010. “Dindarlık Biçimleri ve ‘Kent Dindarlığı’”, *Demokrasi Platformu*, 21/1, ss.1-24.
- CANSEVER, Turgut, 2010. *Osmanlı Şehri*, II. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları.

- CHANEY, David, 1999. *Yaşam Tarzları*, (Çev.), İrem Kutluk, Ankara: Dost Kitabevi.
- CHAUDHURI, R.Himadri, MAJUMDAR, Sitanath, 2006. “Of Diamonds and Desires: Understanding Conspicuous Consumption from a Contemporary Marketing Perspective”, *Academy of Marketing Science Review*, 11, ss.1-18.
- CİRHİNLİOĞLU, Fatma Gül & CİRHİNLİOĞLU, Zafer, 2010. “Modern Toplumda Din”, *Demokrasi Platformu*, 22/1, ss.25-42.
- CLARKE, B.David, 1997. *Consumption and the City, Modern and Postmodern*, USA: Blackwell Publishers.
- CÜNDİOĞLU, Dücan, “Düşünürken Modern İnanırken Geleneksel”, *Yeni Şafak*, (13 Aralık 2009), <http://yenisafak.com.tr/>.
- ÇAPÇIOĞLU, İhsan, 2009. “Sosyo-Politik Tutumlar ve Dindarlık: İlahiyat Fakülteleri Örneğinde Bir Alan Araştırması”, *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14:1, ss. 143–180.
- ÇELİK, Celalettin, 2001. “Kentleşme Sürecinde Dini Hayat”, *Erciyes Üni. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11, ss.131-150.
- ÇELİK, Celalettin, 2002. *Şehirleşme ve Din*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- ÇİFTÇİ, Adil, 2002. *Din ve Modernlik*, Ankara: Ankara Okulu Yayınları.
- DEMİR, Haki, 2007. *İnsandaki İnkişaf Seyri*, Kahramanmaraş: Mavi Zekâ Yayınları.
- DEMİR, Haki, 2007. *Kişilik Tipleri*, Kahramanmaraş: Mavi Zekâ Yayınları.
- DEMİRKAN, Yaşar, 2003. “Kentleşme Sürecinde Dini Yaşam (Eryaman Örneği)”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- ETZIONI, Amitai, 1998. “Voluntary simplicity: Characterization, select psychological implications, and societal consequences”, *Journal of Economic Psychology*, 19, ss.619–643.
- FADIMAN, James, FRAGER, Robert, 1997. *Essential Sufism*, San Fransisko: Harpersan Fransisko.

- FRAGER, Robert, 2011. *Kalp, Nefs ve Ruh*, (Çev.), İbrahim Kapaklıkaya, İstanbul: Gelenek Yayıncılık.
- FROMM, Erich, 2003. *Sahip Olmak ya da Olmak*, (Çev.), Aydın Arıtan, İstanbul: Arıtan Yayınları.
- GENCER, Bedri, 2010. “Kent Dindarlığında İslam’ın Kaybı”, *Demokrasi Platformu*, 21/1, ss.91-116.
- GIDDENS, Anthony, 2010. *Modernite ve Bireysel-Kimlik*, (Çev.), Ümit Tatlıcan, İstanbul: Say Yayınları.
- GOFFMAN, Erving, 1959. *Presentation of Self in Everyday Life*, New York: Doubleday Anchor Books.
- GÖLE, Nilüfer, 2000. “Snapshots of Islamic Modernity”, *Daedalus*, 129/1, ss.91-118.
- GÖLPINARLI, Abdülbâki, 1985. *Şeyh Galip Divanı’ndan Seçmeler*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- GÜNAY, Ünver, 1999. *Erzurum ve Çevre Köylerinde Dini Hayat*, İstanbul: Erzurum Kitaplığı.
- GÜNAY, Ünver, 2000. *Din Sosyolojisi*, İstanbul: İnsan yayınları.
- GÜR, Aslı, “Evladım! Ağır ağır çıkacaksın şu merdivenlerden”, *Star*, (2 Ekim 2011), <http://www.stargazete.com/>.
- HENDERSON, R.Charles,1909. “Modern Industry and City Life Unfavorable to the Family?”, *American Economic Association Quarterly*, 10/1, ss. 217-232.
- HUNEKE, E.Mary, 2005.“The Face of the Un-Consumer: An Empirical Examination of the Practice of Voluntary Simplicity in the United States”, *Psychology & Marketing*, 22/7, ss.527-550.
- IBN HALDUN, 1982. *Mukaddime*, Cilt I, (Çev.), Süleyman Uludağ, İstanbul: Dergâh Yayınları.

- IBN HALDUN, 1983. *Mukaddime*, Cilt II, (Çev.), Süleyman Uludağ, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- IBN HALDUN, 1998. *Tasavvufun Mahiyeti*, (Çev.), Süleyman Uludağ, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- KARA, Zülküf, 2010. “Kültürel Dinden Steril Dindarlara: Kent Dindarlığı Eleştirisi”, *Demokrasi Platformu*, 22/2, ss.1-14.
- KARADENİZ, Sıtkı, 2010. “Ehl-i Tarık’ten Cemaat Ehline: Dinselliğin Dönüşümü”, *Demokrasi Platformu*, 22/2, ss.79-98.
- KARADUMAN, Sibel, 2010. “Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü”, *Journal of Yasar University*, 17/5, ss. 2886-2899.
- KARAŞAHİN, Hakkı, 2007. *Bir Batı Anadolu Kasabasında Dini Hayat Gördes Örneği*, Ankara: Birleşik Yayınevi.
- KARTAL, Kemal, 1983. “Kentlileşmenin Ekonomik ve Sosyal Maliyeti”, *Amme İdaresi Dergisi*, 16/4, ss.92-110.
- KOTTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, SAUNDERS, John & WONG, Veronica, 1999. *Principles of Marketing*, USA: Prentice Hall.
- KURT, Abdurrahman, 2011. *Din Sosyolojisi*, Bursa: Dora Yayıncılık.
- LEFEBVRE, Henri, 1998. *The Everyday Life in the Modern World*, USA: Harper Torchbooks.
- LEONARD-BARTON, Dorothy, 1981. “Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation”, *The Journal of Consumer Research*, 8/3, ss. 243-252.
- LINGS, Martin, 1986. *Tasavvuf Nedir?*, İstanbul: Akabe Yayınları.
- MAGUIRE, J. Smith, ZUKIN, Sharon, 2004. “Consumers and Consumption”, *Annual Review of Sociology*, 30, ss.173-197.
- MAILER, Greig, PIACENTINI, Maria, 2004. “Symbolic consumption in teenagers’ clothing choices”, *Journal of Consumer Behaviour*, 3/3, ss.251–262.

- MENSCHING, Gustav, 1994. Din sosyolojisi, çev. M.Aydın, Konya: Din Bilimleri Yayınları.
- MERİÇ, Cemil, 1995. *Saint-Simon İlk Sosyolog, İlk Sosyalist*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- MERTER, Mustafa, 2011. *Dokuz Yüz Katlı İnsan*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- MICHMANN, D. Ronald, MAZZE, M.Edward & GREGO, J.Alan, 2003. *Lifestyle Marketing: Reaching the New American Consumer*, USA: Greenwood Publishing Group.
- MISIROĞLU, Kadir, 2010. *İslam Dünya Görüşü*, İstanbul: Sebil Yayınevi.
- NOBLE, H.Charles, WALKER, A.Beth, 1997. “Exploring the Relationships among Liminal Transitions, Symbolic Consumption, and the Extended Self”, *Psychology & Marketing*, 14/1, ss.29-47.
- NORTH, C. Adrian, HARGREAVES, J. David & MCKENDRICK, Jennifer, 1997. “In-store music affects product choice”, *Nature*, 390/2, s.132.
- ODABAŞI, Yavuz, 2009. *Tüketim Kültürü*, Sistem Yayıncılık.
- ÖNALAN, Seda, 2010. “İbn Haldun’a Göre Kentlilik ve Dindarlık”, *Demokrasi Platformu*, 21/1, ss.71-90.
- ÖZAY Mehmet, 2007. *Sekülerleşme ve Din*, İstanbul: İz Yayıncılık.
- ÖZDEMİR, Cüneyt, “Müslüman’ın dinsiz’i gettoya hapsetmesi”, *Radikal*, (10 Ağustos 2011).
- ÖZTÜRK, Musa, 2010. “Kent Dindarı: Değişimin Öznesi mi Nesnesi mi? Modern Dünyada Dindarca Bir Yaşam Sürebilmenin Sosyolojik İmkânı Üzerine”, *Demokrasi Platformu*, 22/2, ss.1-14.
- ÖZYURT, Cevat, 2007, “21. Yüzyıl Sosyolojisinde Kentsel Yaşam”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18/10, ss.111 -126.

- PEKASİL, Tahir, 2010. “Siyasal İslam’dan Kültürel İslam’a, Kültürel İslam’dan Uyumlu İslam’a: Kent Dindarlığı ya da Liberal Teoloji”, *Demokrasi Platformu*, 22/2, ss.45-60.
- PENPECE, Dilek, 2006. “Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi”, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- PETERSON, A.Richard, ANAND, N., 2004. “The Production of Culture Perspective”, *Annual Review of Sociology*, 30, ss.311–334.
- POSSAMAİ, Adam, 2002. “Cultural Consumption of History and Popular Culture in Alternative Spiritualities”, *Journal of Consumer Culture* ,2/2, ss.197-218.
- SHAW, Deirdre, NEWHOLM, Terry, 2002. “Voluntary Simplicity and The Ethics of Consumption”, *Psychology & Marketing*, 19/2, ss.167–185.
- SOLOMON, Michael ve diğerleri, 2009. *Consumer Behaviour: A European Perspective*, New York: Prentice Hall Europe.
- SOLOMON, Michael, 2003. *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*, New York: Prentice Hall Europe.
- SOPER, Kate, 2007. “Re-thinking the ‘Good Life’ : The citizenship dimension of consumer disaffection with consumerism”, *Journal of Consumer Culture*, 7/2, ss.205-229.
- STERN, C.Paul, 2000. “Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior”, *Journal of Social Issues*, 56/3, ss.407–424.
- ŞENGÜL, H. Tarık, 2000. “Radikal Kent Kuramları Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme: Alternatif Bir Yaklaşım Doğru”, *Amme İdaresi Dergisi*, 33/1, ss.27- 58.
- TAPLAMACIOĞLU, Mehmet, 1962. “Yaşlara Göre Dini Yaşayışın Şiddet ve Kesafeti”, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10, ss.141-151.

- TORLAK, Ömer, 2010. “Gündelik Hayatta Tüketime Yön Veren Değerlerdeki Değişim”, *Tüketim ve Değerler*, İstanbul Ticaret Odası.
- TÜRKKAHRAMAN, Mimar, 2006. *Toplum ve Temel Toplumsal Kurumlar, Kurumlar Sosyolojisine Giriş*, Ankara: Alp Yayınevi.
- TWENGE, M. Jean & CAMPBELL, W. Keith, 2010. *Asrın Vebası: Narsisizm İlleti*, (Çev.), Özlem Yüksel, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- ÜNAL, Mehmet Süheyl, 2011. *Dinsel Bireycilik*, İstanbul: Açılım Kitap.
- ÜNAL, Sevtap, CEYLAN, Cem, 2008. “Tüketicileri Hedonik Alışverişe Yönelten Nedenler: İstanbul ve Erzurum İllerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22/2, ss.265-283.
- ÜNER, M. Mithat & ARMUTLU, Can, 2009. “Benlik İmajı Uyumu, Tüketici Tatmini ve Marka Sadakati İlişkisi Üzerine Görgül Bir Araştırma”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 / 3, ss.1- 26.
- VASSAF, Gündüz, “Türk-İslam Sentezi, Bach, Metallica”, *Radikal*, (3 Temmuz 2011), <http://www.radikal.com.tr/>.
- WÄNKE, Michaela, 2009. *Social Psychology of Consumer Behaviour*, USA: Psychology Press Taylor & Francis Group.
- WATTANASUWAN, Kritsadarat, 2005. “The Self and Symbolic Consumption”, *Journal of American Academy of Business*, 6/1, ss.179-184.
- WEBER, Max, 1998. *Din Sosyolojisi*, (Çev.), M. Ayyıldızoğlu, Din sosyolojisi, (Der.), Y. Aktay., M.E. Köktaş, Ankara: Vadi Yayınları.
- WILSKA, T.Anna, 2002. “Me – a Consumer? Consumption, Identities and Lifestyles in Today’s Finland”, *Acta Sociologica*, 45, ss.195–210.
- WITT, Ulrich, 2008. “Symbolic Consumption and The Social Construction of Product Characteristics”, *Papers on Economics and Evolution*, No. 0815, <http://hdl.handle.net/10419/32641>.

- YAKIT, İsmail, 2010, “Türk-İslam ve Batı Düşünürlerine Göre İnsan Nedir Ne Değildir?” *www.ismailyakit.com*.
- YAPICI, Asım, 2002. “Dini Yaşayışın Farklı Görüntüleri ve Dogmatik Dindarlık”, *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2/2, ss.75-117.
- YEYGEL, Sinem, 2006. “Postmodern Toplumsal Yapının Pazarlamaya Getirdiği Yeni Boyut: Topluluk Pazarlaması (Tribal Marketing)”, *Bilig*, 38/3, ss.197-228.
- YILMAZ, H. Kamil, 2011. *Anahatlarıyla Tasavvuf ve Tarikatlar*, İstanbul: Ensar Yayınları.
- YÜKSEL, Sedit, 1980. *Şeyh Galip Eserlerinin Dil ve Sanat Değeri*, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- ZAICHKOWSKY, L. Judith, 1991. “Consumer Behavior: Yesterday, Today, and Tomorrow”, *Business Horizons*, 34/3, ss.51-58.
- ZAVESTOSKI, Stephen, 2002. “The Social–Psychological Bases of Anticonsumption Attitudes”, *Psychology & Marketing*, 19/2, ss.149–165.
- ZORLU, Abdülkadir, 2002. “Tüketici Davranışlarını Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler: Ankara Hipermarketler Örneği”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- ZORLU, Abdülkadir, 2006. *Modern Tüketime Tarihinden Tüketim Araştırmalarına Tüketim Sosyolojisi*, Ankara: Glocal Yayınları.