

Gülüshan GÖCEN (*)

İBN HALDUN’UN TOPLUM VE İNSAN YAKLAŞIMININ GÜNÜMÜZE DÜŞEN İZDÜŞÜMLERİ: TÜKETİM TOPLUMU VE NARSİST İNSAN (**)

*“Geçmişler geleceğe, suyun suya
benzemesinden daha çok benzer.”*

İbn Haldun

*“İnsan, bütün güçlerin bir biçim
değiştirme aygıtıdır.”*

W. Ostwald

öz

Bu çalışmanın temel amacı, İbn Haldun’un insan ve toplumun iktisadi davranışlarını anlama çerçevesi içerisinde insan ihtiyaçları, tüketim kültürü ve insanların bencilleşmesi/narsistleşmesi arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir. Burada vurgulanan temel nokta sosyal yapıların tüketim kültürünün etkisiyle, psikolojik ve sosyolojik olarak değişime uğramalarıdır. Bu tema çerçevesinde hazırlanan makale İbn Haldun’un hadari ve bedevi insanından yola çıkarak (a) ihtiyaç, tüketim kültürü ve toplumu bir arada tutan asabiye arasındaki ilişkinin bugüne yansıyan izlerini, (b) bireyleri artık sadece tüketimi artırmakla görevli kişi “tüketici” olarak gören hadari toplumlarda ortaya çıkan sorunları ve (c) maddeci eğilimleri, narsisizme varan benmerkezciliği ile tüketim toplumunda ortaya çıkan yeni insan modelinin günümüze yansıyan sorunlarını eleştirel bir yaklaşım içinde ele almaktadır.

anahtar kelimeler

İbn Haldun, Hadari Toplum, Bedevi Toplum, Asabiye, Tüketim Toplumu, Narsisizm.

abstract

Today's Projections of Ibn Khaldun's Society and Human Approach: Consumption Society and the Narcissist Human

The main purpose of this study, Ibn Khaldun's understanding of the economic behavior of people and communities within the framework of human needs, consumer culture and people's selfish / narcissist is to evaluate the relationship between that. In this article, the main points highlighted by the impact of consumer culture, social structures, psychological and sociological changes. Within this theme paper prepared Ibn Khaldun's sedentary people and bedouin people based on (a) the need, consumer culture and society that holds the Al-Assabiye (group feelings) relationship between today reflected in the traces, (b) individuals are no longer just increase the consumption responsible person "consumer" who consider sedentary people emerging issues in society, and (c) the materialistic tendencies, selfishness and narcissism up the emerging consumer society reflected in today's issue of human models in a critical approach tackles.

keywords

Ibn Khaldun, Sedentary People, Bedouin People, Al-Assabiye, Consumer Society, Narcissism.

Giriş

Günümüzde İbn Haldun'un çalışmaları, daha çok modern bilimin oluşturduğu bilim dalları tasnifiyle sosyoloji ve tarih alanıyla ilişkilendirilse de o tam anlamıyla insanı merkez alan tüm alanlarda düşünceleri ve çalışmaları olan bir düşünürdür. Hatta disiplinlerarası çalışmaları ile öne çıkmış, psikolojiyle tarihi, sosyolojiyle iktisat ve antropolojiyi birleştirmiş, ilk defa tarih felsefesi yapmış büyük bir İslâm düşünürüdür (Günay,1986). Bugünkü bilim sınıflamaları içerisinde bir yere yerleştirilmesi zor olan Bugünkü bilimsel ayrımlar üzerinden anlaşılması zor olan İbn Haldun gibi çok yönlü bir İslâm düşünürünü bu alanlara sıkıştırarak yalnızca felsefe, sosyoloji ya da tarih alanına aitmiş gibi yaklaşmak, İbn Haldun'un tam olarak anlaşılmasını engelleyerek, onun düşüncelerini teknik hale getirerek köksüzleştirmek, insanın kendisiyle olan bilgisini aktarmaya çalışan İbn Haldun'un gayretini sekteye uğratmak anlamına gelir. Bunu şimdilerde daha iyi anlayan insan ve toplum bilimcileri de bu sebepten dolayı bugün insanı anlamak için parçacı yaklaşım yerine bütüncül bir yaklaşım sergilemektedir. Bu bakımdan bir toplumdaki temel kurumsal, psikolojik, sosyal, tarihî ve siyasî etkileri haricî olarak kabul etmeyen İbn Haldun, bunları dikkate alarak insanı ve toplumu etkilerini bütüncül bir şekilde analiz etmeyi benimseyen düşünürlerin başında gelmektedir (Chapra, 2006: 205-206; Ülken, 1941: 43).

Özellikle insanı tanıma/tanımlama çabaları içinde İbn Haldun'un yaklaşımı psiko-sosyo- kültürel bir yaklaşım olarak büyük bir öneme sahiptir. Genel olarak insan yaklaşımına göre insan beden ve bilinçten oluşan bir varlık olarak ihtiyaçları ve bunları giderme yolları için seçtiği yolları ile kendini ikame ve idame ettiren bir varlıktır. Bu sebeple bedeni istek ve ihtiyaçları itibarı ile doğayla; bilinç (tanıma, anlama, algılama ve hissetme) yapısıyla da psikolojik ve sosyolojik olgular özellikle değerlerle ilişki halindedir (Kösemihal, 2007: 21). Buradan yola çıkan İbn Haldun'a göre insan tabiatı diğer varlıklardan üstün vasıflarla donatılmış olsa da toplumsal yaşam insan için zorunlu bir ihtiyaçtır. Fiziksel ve bilişsel üst özelliklere sahip olması yalnız bir hayat sürmesine yetmemekte ve başkalarıyla ilişki kurmadan var olmayı bile başaramayacağı gerçeğini değiştirememektedir (Mukaddime I: 79; Şerif, 1991: 119). Çünkü insan başkalarıyla ilişki kurmak, beslenmek ve kendini savunmak için zorunlu olan sanatlar ve âletlerle sosyal organizasyonlar geliştirerek kendi doğasının zenginliğini göstermekte doğasının yasasını yaşamaktadır. Bu yüzden var olmanın ve varlığını sürdürmenin birey, grup ve kurumlar üzerinde birebir ilişkilerini ve onlardan doğan toplumları ve medeniyetleri en önemlisi de insanı anlamak için en büyük iki anahtar rolünü üstlendiği gerçeği ortaya çıkmaktadır. İbn Haldun'un önemi de tam burada başlamaktadır, çünkü o, insan bilmecesinin iki önemli ipucunu yakalamış ve bunun üzerine kendi toplum ve medeniyet nazariyesini kurmuştur.

İnsanın var olması/yaşamaları konusunda kilit işlevi gören “*ihtiyaç*” olgusunu birinci mesele olarak ele alan İbn Haldun'a göre, ihtiyaçlar insanın toplumsal yönüne ivme kazandıran toplumların kemale erme medeniyete ulaşma ya da yok olma sürecinde bir itici güç olarak ortaya çıkmaktadır. O'na göre insanın hayatta kalabilmesi için beslenme ve güvenlikle ilgili olarak “*zaruri (temel) ihtiyaçları*”, zaruret arz etmeyen ama varlığı insanı rahatlatıcak olan “*hâci ihtiyaçları*” ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılamış insanlarda ortaya çıkan fikir, estetik gibi kaygıları karşılamaya yönelik “*kemâli ihtiyaçları*” vardır. İhtiyaçlar sınıflamasıyla insanların hayat şartları ve yaşam çizgilerinin paralelliğine işaret eden İbn Haldun'a göre insanların ihtiyaçları değişebilir ve değiştikçe de toplumların yapısı ve gidişatı değişir. Aynı şekilde hayatı idame ettirecek zorunlu ihtiyaçlardan sonra hâci (normal) ihtiyaçların giderilmesine doğru işleyen süreç, toplumların gidişatının da bir göstergesi olarak kullanılabilir ki bu da artık hadari toplum seviyesine ulaşıldığının bir işareti olarak kabul edilmektedir. İnsanların ihtiyaç tanımlamaları ve neyi ihtiyaç olarak gördükleri o toplumun yapısını dolayısıyla insanının da profilini yansıtmaktadır (Görgün, 1999: 547; Pekcan, 2003: 525; Yanıklar, 2010: 26). Bugünkü sosyolojik açıklamalar da bunu destekler şekilde değişen maddi ve toplumsal koşulların bireysel deneyimleri değiştireceğini, dünya görüşünü etkileyeceğini savunmaktadır (Furseth, Repstad, 2011: 160).

İnsanı anlayabilmek için ihtiyaçlar olgusunun ne kadar önem arz ettiğinin idrakinde olan İbn Haldun, yaşamın gerekliliği için insanın kendi temel maddi

ihtiyaçlarını tek başına karşılayarak tüm sorunları halledilecek bir varlık olarak görmemektedir (Kozak, 1987:134). İbn Haldûn'a göre insan temel ihtiyaçlarını karşılayıp da sosyo-ekonomik düzeyi yükseldiğinde psiko-sosyal ihtiyaçların varlığı daha derinden hissedilir. Bunu geçmiş ve günümüz toplumlarına baktığımızda şehirlerdeki yerleşik hayatın gelişerek medeniyet düzeyi yükseldiğinde insanların yalnızca geçinmeleri için gerekli olan şeyleri ihtiyaç görmeyip, ilim ve estetiği de yaşam için karşılanması gerekli ihtiyaçlar listesine almalarından da anlayabiliriz (Wilson, 2003: 536).

İnsanı toplumdaki; toplumu içindeki insandan hareketle anlamaya çalışan İbn Haldun, toplum teorisini bedevî ve hadarî toplumlar olarak iki genel kategoride ele alır. İbn Haldûn'a göre bedevî toplum, hadarî toplumlardan daha önce ortaya çıkmış, göçebe veya yerleşik yaşasa da sanayileşmemiş, geçimlerini hayvancılık ve çiftçilikle sağlayan toplumdur. Hadarî toplum ise, bedevî toplumdaki sonradan ortaya çıkan bir aşamadır. Bu toplumda sanayi faaliyetleri gelişmiştir. İnsanlar geçimlerini sanat ve ticaretle sağlarlar ve lüks, bolluk, aşırı üretim-tüketim ve iş bölümü bu toplumlarda oldukça yoğundur (Mukaddime II: 523). Şehirde fikirler kök salar, bilgiler artar, düşünceler değişir, böylece insanlar hem bilgi hem de kültürle beslenirler. Şehir ve medeniyet burada birbirini büyütür (Haydar, 1991: 59-87; Demir, 2003: 156).

“İnsanları açlık değil, alışmış oldukları tokluk öldürür” diyen İbn Haldun'a göre medeniyetin çöküşü hadari toplumların görevlerini hakkıyla yapmaması, değerlerini kaybetmesiyle gerçekleşecektir. İbn Haldun'a göre şehirlielerin sorumluluğu büyüktür. Çünkü varlıklarını sürdürebilmek için gerekli olan zorunlu ihtiyaçlarını karşılama derecesini aşıp, daha ince ve estetik ihtiyaçlarını giderme imkânına kavuşmuş bir topluluk olarak medeniyete katkı sunmaları beklenmektedir (Mukaddime, I: 236). Ona göre medeniyetin çöküşü onların görevlerini hakkıyla yapmaması, şehirde yaşamalarına rağmen şehirli değerlerini yavaş yavaş kaybetmeleri ile hızlanmaktadır (Spickard, 2001: 105).

Bugün ise İbn Haldun'un söyleminden yüzyıllar sonra bu öngörüyü örnek olacak numuneler bulmak zor değildir. Onun hadari toplumu ve şehirli insan düzleminde gözlemlediği ve öngördüğü muhtemel problemler bugüne gelindiğinde gelişen ekonomi ve teknolojiyle birlikte daha çok kapitalist dünya düzeninin içinde doyumsuz liberal ekonomi felsefesini benimseyen bir toplum ve şehirli insanıyla bizi karşı karşıya getirmektedir (Albayrak, 2010; Mardin, 2006). Doğal görünen ihtiyaçların giderilmesi konusu aşındığı, ihtiyacın ne olduğu muğlâklaştığı, ihtiyaç gidermek değil; ihtiyaç oluşturma (Demirezen, 2010: 102) büyük bir soruna dönüştüğü bugünün toplumları tüketim toplumuna; bunu giderme yollarında aklını ve değerlerinin akışını bozan insanlar ise değerlerle ilişkisinin kopmasıyla hedonist ve bencil insanlara dönüşmeye başlamıştır. Üretimi temel alan toplumlardan, tüketimi esas alan ekonomilere ulaşıldığını; bir amaca araç olarak hizmet eden servetin “biz” olarak kabul edilen ilahi /ulvi

ve ya milli çerçevede değerlendirildiği geçişten, bugün daha çok kişilere ve kişisel amaca yönelik, araçtan çok amaca dönüştüğü bir tabloyla karşılaşmaktayız. Farklılaşan tüketim biçimlerinin bireysel kimliklerin birer unsuru haline geldiği yeni zamanda tüketilen ürünlerle hayat tarzlarının da değişmektedir. Fabrikasyon ürünler gibi güzelliğe önem veren, benlik duygusu gelişmiş, haz yönü ön plana çıkmış, kendisini tüketime adanmış hazır bir imajla yapılandırılarak standart birey kalıplarına dökülen insan modelleri giderek yaygınlaşmaktadır.

Onun öngördüğü düşünceleri ve bugün yaşananların izdeşimlerini takip etmek isteyen bu makalede de insanlığın refahı için toplumların yükselme ve çöküşünü etkileyen sosyo-ekonomik göstergelerin tamamını veya çoğunluğunu dikkate alarak İbn Haldun düşüncelerini yeniden etüt etme amacı vardır. Bu noktadan hareketle, insanın değişen iktisat anlayışı ve ihtiyaçlarını gidermedeki siyasetinin günümüz toplumuna ve insanına yansısı İbn Haldun gözüyle incelenmek, bugüne ve geleceğe dönük birçok fikirler bulunabilecek büyüklük ve derinlikte olan İbn Haldun'un "Umran İlmi"nden istifade etmek istenmiştir. Ayrıca bu tebliğde bir kesimde lüks ve israfın artmasıyla toplumlardaki iktisadi ve mali dengesizlikler, insanın refah ve bolluğa olan bağımlılığı, hayatın maddi ve manevi değer-amaç dengesini kaybeden bunun sonucunda da özünü harcamaya kadar varan narsist insan modeline de vurgu yapılmak istenmektedir. Özellikle fiziksel bir rahatsızlıktan çok psiko-kültürel bir rahatsızlık olan narsizm (Twenge, Campbell, 2010: 23) ele alınırken de popüler bir yafta olarak hoyratça kullanılmamış, klinik bir tanı koyacak kadar ileri gitmeyen ama bununla birlikte birey ve çevresindeki kişiler için yıkıcı olabilen davranış ve tutumları içine alan genel bir tanımlama olarak ele alınmıştır.

1. İbn Haldun'un Hadari Toplumu, Tüketim Toplumu mu Oldu?

İbn Haldun'a göre iktisadi faaliyet göstermek, insanı hayvanlardan ayıran en temel özelliklerden biridir. İnsanların hallerinde görülen farklılıklar da, bu geçim yollarındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Çünkü toplumsal hayat, insanların ekonomik ihtiyaçlarını karşılamada işbölümüne gitmelerini ve sosyal bir ilişki içerisine girmelerini gerektirmektedir (Ayengün, 2003: 649). İbn Haldun insanın varlığını devam ettirebilmesi için diğer insanlara ihtiyaç duyduğunu, en basit ve ilkel düzeyde de olsa ihtiyaçlarını tek başına karşılayamayacağını söylerken (Mukaddime, I: 70, 80) diğer taraftan insanların mal ve hizmetleri üretme ve tüketme konusundaki mecburiyetine ve bundan doğan iş bölümüne işaret ederek sosyolojik bir yaklaşım olduğu kadar psikolojik bir tespit de bulunmaktadır. Çünkü İbn Haldun'a göre, insanın bir dünyalı olarak asıl gayesi, doğası yaratılışı, yaşayışı üretmek/üretim yapmaktır. İnsan yaşamak için üretir, yine hayatta kalmak için tüketir, tabiatın sunduğu ile yetinerek sadece hazır nimetleri tüketmekle yetinir (Özkılıç, 2006: 2).

İnsanın kendi hayatlarının çerçevesini oluşturan bir üretim tarzı vardır. İbn Haldun, bu seçilen tercihlerle oluşan toplumsal hayatı bedeviler ve hadariler üzerinden iki toplum çeşidi üzerinden ele almaktadır. Çok eski zamanlardan bu yana bu iki toplum arasında mevcut olan ve İbn Haldun tarafından aktarılan sosyal ilişkiler, mücadeleler, tarih ve devlet bakımından son derece önemlidir (Nasr ve Leaman, 2011: 418). İbn Haldun'a göre insanın ilk yaşam şekli bir iktisadi ve sosyolojik sınıflama kategorisi olarak kabul edeceğimiz "bedevîlik"tir. Bedevî insan, sadece zaruri olan ihtiyaçların teminine çalışır, yaşam tarzı sadedir (Mukaddime, I: 157). İbn Haldun'a göre yeryüzünde hadari bir hayatın bulunmadığı zamanlarda insanın ve toplumun kökü/kaynağı olan bedevi hayatın var olmasından dolayı aslanan, bedevi hayattır (Mukaddime, I: 160-162). Çünkü bu toplum, Allah'ın kullarını ilk yarattığı hâldedir ve tabiatın insan tarafından bozulmamış/değiştirilmemiş hâli yaşatılmaktadır ve insanın en temel iktisadi faaliyetlerinin olduğu dönemdir.

Hadari toplum ise temel ihtiyaçlarını karşılamış insanların toplumsallaşma sürecinin bir sonraki ve son aşaması olan hâci ve kemâli ihtiyaçlarını karşılamak için çabalayan topluluğa verilen addır (Mukaddime, II: 471). "Hadari hayat", bedevi hayatın değişmesinden ve gelişmesinden meydana gelmiştir fakat bedevi hayat tamamen ortadan kalkmış değildir. Tersine, o da varlığını muhafaza etmekte ve hadari hayatla yan yana yaşamakta, bu suretle iki farklı beşerî hayat tarzı bir diğerini beslemektedir (Mukaddime, I: 163). Sonradan ortaya çıkan hadari hayatla insan bedevilikteki doğallıktan uzaklaşır. Toplumun iç gelişimi bedavet halinden hadaret hâline doğru olur ki bu da kaçınılmazdır. İbn Haldun'a göre, insanın tatminsizliği ihtiyaç tanımı ve ulaşımı sürecinde insanların ve toplumların gelişim seviyesini etkilemektedir. Nasıl ki beslenme ve güvenlik gibi temel ihtiyacı karşıladığında insan bir sonraki ihtiyaçlarını gaye edinmekteyse, insanların eğilimlerini bünyesinde barındıran toplumun ileri safhası olan hadari toplum da tıpkı insan gibi temel ihtiyaçlarını tedarik ettiği ölçüde kemâli ihtiyaçlarının peşine düşmektedir. İbn Haldun'a göre hadarilik ve medenilik az ya da çok insani fazilet ve meziyetleri zaafa uğratmakta, fıtratı değiştirmekte tabiliği bozmaktadır (Közlme, 2013: 370). İstenilen ölçüde refaha ve bolluğa ulaşmış toplumların bir istikrar ve yaşam alanı olan şehirlerle insan, bina ederek tabiata müdahale ve muhaliflik etmektedir. Çünkü yaşamını denge üzerine kuran insan, belirlediği ihtiyaçlar hiyerarşisiyle de yaşamın bütünlüğünü ve rengini belirlemektedir. Yaşamının ötesinde birikenler insana ayrıca bir yük, alan ve gidişat getirmektedir.

Tarım ve hayvancılıkla uğraşan bedevi topluluklardan, gelişmiş üretim araçlarının kullanıldığı hadari topluluğa geçen toplumlar, emeğin bir yerde yoğunlaşması ve iş bölümünün gelişmesiyle bir topluluğun ihtiyacından daha fazla miktarda üretim gerçekleştirebilmektedirler (Mukaddime, II: 491). Bu şekilde ortaya çıkan temel ihtiyaç fazlası üretim lüks, konfor, bolluk, aşırı üretim

ve tüketim bir hadari toplumun asli özelliklerini oluşturmaktadır. İbn Haldun'a göre bedeviler şehirliyle zorunlu ürünlerde, şehirli ise bedevilere tamamlayıcı ürünlerde ihtiyaç duyarlar (Mukaddime, I: 210; Wilson, 2003: 536).

Günümüze gelindiğinde bu durum yine geçerliliğini sürdürüyor gibi görünse de en büyük mesele üretim fazlası oluşan mal ve hizmetlerin tüketimi problemiyle baş göstermiştir. Şehirde yaşayan her üç kişiden ikisinin isteği küçük bir çiftlik sahibi olarak kendi sebze ve meyvelerini yetiştirmek, köyde olanlarınsa şehre yerleşip hazır bir şekilde tüketme olduğu düşünülürse zorunlu ihtiyaçlar ve tamamlayıcı ihtiyaçların karşılanması konusunda bedevi ve hadari toplumların rollerinde toptan kompleks değişimler olduğunu söylemek mümkündür.

Bir toplumun inşası ihtiyaçlarını giderme düzeylerine bağlı olarak değişirken aynı şekilde çöküşü ve yıkılışı da ihtiyaçlar konusundaki dengesizliğe bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Pekcan, 2003: 532). Üretimin tüketime araç olduğu günümüze gelindiğinde de ihtiyaçlar, üretim, tüketim, insan, mutluluk, toplum, medeniyet ve birlik kavramları önemli değişimler geçirmiştir. İbn Haldun'un ihtiyaç fazlasıyla izlenecek değişimlerin izlerini sürdüğü hadari toplum nazariyesinde öngördüğü bozulmalar da ilk bu yapılarda görülmeye başlaması tesadüf değildir. İbn Haldun'un yaşamak amacını güden ve her açıdan gelişmişlik hedefiyle ilişkilendirilen tüketim kavramı, hedonist, gösteriş maksatlı bir yaşam tarzı içinde bir gruba ya da kültüre ait olma gibi nedenlerle prestiji yüksek markaları, estetikleşmiş ürünleri ve hizmetleri satın alma statüsüne dönüşmüştür (Zorlu, 2006: 60). Toplumu ise maddi üretimden ve hizmet üretiminden ziyade, malların ve boş zamanın tüketimi çerçevesinde tüketimin temel bir yaşamsal faaliyet, gündelik hayatın odak kurumu olduğu tüketim toplumu haline gelmiştir (Marshall, 1999: 768; Baudrillard, 1997). Tüketim toplumunda insanlar, yaşamak için tüketmek yerine, tüketmek için yaşamaktadırlar. Tüketim, yaşamı devam ettirme yolunda bir araç olmaktan çıkmış, kendi başına bir amaç haline gelmiştir.

Bu toplumda, sınıf ve diğer sosyal hiyerarşiler, bireylerin tüketim/tüketimcilik performansı ile ölçülür, iktisadi ve sosyal yaşamda meydana gelen değişim/farklaşma, genelde tüketim etrafında gerçekleşmektedir. Bundan dolayı modern insan hemen hemen tüm doğal yeteneğini unutmaktadır (Şentürk, 2008: 238). Çünkü tüketim toplumunda ihtiyaçlar çoğunlukla biyolojik, gerçek, doğru, belirlenmiş ya da sabit ihtiyaçlara yönelik faydaların tüketimi olmaktan uzak, anlık ve yapısal geçiciliğe sahip olduğu için ihtiyaçlar sınırsız, bireyler sürekli olarak doyumsuzluk içindedir (Yanıklar, 2010: 31). Ekonomik zenginliğin herkese ulaşmaması ve yaşanan ekonomik krizler yüzünden, üretim toplumu meşruluğunu kaybetmekte ve üretim tüketilmeye bağlı olarak anlam kazanmaya başlamıştır. Üretim ve tüketim dengesi kaybolduğu için bugünün bedevi ve hadari toplumları hazırcılığa alıştırılmıştır. Şehirlerde yaşayan insanlar artık doğru beslenmek sağlıklı bir yaşam sağlamak üzere köylere ve kasabalara yer-

leşme arzusundadır. Daha organik beslenmek şehrin kirliliği ve gürültüsünden kurtulmak için kentlerden uzaklaşma düşüncesi çoğalmakta, sanal alemlerde kurdukları çiftlik hayatını gerçek hayata çevirme hayalini kuranların miktarı gün geçtikçe artmaktadır. Bununla birlikte bedevi hayatın izlerini göreceğimiz köylerden hadari toplum izlerini taşıyan şehir hayatına olan göçler de, dinamikleri farklı iki toplum yapısını birbirine karıştırmış, yer yer melez yapılar ama çoğunlukla kent içinde küçük köyler oluşturmuştur. Hatta dünya büyüyüp gezegenleşeceğine, küreselleşip bir küçük köy haline gelmiş, makineleşen dünya insan-sızlaşmış, kalabalıklaşan toplum ıssızlığa bürünmüştür. Medeniyetin zirvesini amaç edinen hadari toplum tanımı yerine bu yüzyılda tüketim toplumu kavramına bırakmıştır. Öyle ki medeniyete araç olan tüketim, amaçla karıştırılmaya, şehirler pazarlaştırılmaya, insanlar daha müreffeh insanların hayatlarında araç ya da figüran olmaya, fikri, ilmi ve estetik zenginliğin insanlığa katkı değil; gösteriş için malzeme edildiği bir toplumsal hayata doğru hızla yol alınmaktadır.

2. 20. Yüzyıl Asabiyeti, Tüketim Kültürü mü?

“İnsan geldiği soyun değil, yaşadığı ortamın ve alışkanlıklarının çocuğudur.”

-İbn Haldun-

İbn Haldun pek çok sosyal ve iktisadi olayın ortaya çıkma ve gelişme sürecini, o toplumu oluşturan kişilerin kendine has psikolojik yapıları ve bir araya geldiklerinde oluşturdıkları psikolojik güç (asabiyet duyguları) ile açıklamaktadır (Kozak,1987: 114). Özellikle en insani yapı olan üretim ve tüketim ilişkisinde bedevi hayatın zor şartları, kıt kaynakları, güvenlikten uzak hayatına rağmen, cesaret, kaynaşma ve dayanışmanın yeri olmasına vurgu yapan İbn Haldun, burada insanları bir arada tutan bir güç ve ruha dikkat çekmektedir: *Asabiye*. İbn Haldun’un terminolojisine ait bir yapı olan “asabiye”, kelime olarak dayanışma ruhu, cemaat ruhu, grup duygusu, kabilecilik kan bağı, sosyal dayanışma gibi kavramlarla anlatılan çok yönlü ve boyutlu bir kavramdır (Çağrı,1999: 454; Kozak, 1984: 21; 1987:113).

İbn Haldun “asabiye”yi, genel olarak bir topluluğun üyelerinin ortak bir değer, bir inanç sistemi ve ya ideolojinin üstünlüğünü benimsemeleri ve bu değer uğrunda gerektiğinde hayatlarını bile çekinmeden ortaya koyabilme duygusu ve davranışı olarak anlatmaktadır (Mukaddime, I: 171). Buna göre genel olarak asabiyeyi, topluma hayat veren, onu ayakta tutan, büyük ya da küçük toplumsal birimde onların üyelerini birbirlerine yaklaştıran ruh ve aidiyet duygusu toplumların hatta devletlerin ve milletlerin oluşumu sağlayan bir güç, (Spickard, 2001: 105-106) insanları bir arada tutan harç (Özel, 2006: 6); mensuplarına ‘biz’ bilinci veren, dolayısı ile toplumu mümkün kılan bir ilke olarak tanımlanmak mümkündür (Arslan,1999: 111).

İbn Haldun'un bir toplumun asabiyesinde en çok vurguladığı şey, salt var olma açısından değil; dayanışma ve ekonomik birikimler yönünden de bir müdafaanın gereği olarak ortaya çıktığı meselesidir. Temelde kan bağına dayanan biz şuurunu ifade eden "*nesp asabiyesi*" sayesinde insanlar bedevilikteki ziraat ve hayvancılık gibi emeğe dayalı işlerden ticaret ve zanaat gibi statü ve daha fazla ekonomik güç getiren işlere yönelerek hadariyete yükselirler. Hadariyete yükselen toplumlarda ise artık "*nesep asabiyesi*" değil, şehrin insana sağladığı sosyal hayat içinde edinilen lüks ve konfor birlikteliği "*sebeb asabiyesi*"ni öne çıkarır (Aslantürk, Amman, 2009: 399). Buradan hareket ederek günümüze geldiğinde toplumu bir arada tutan, amaç birlikteliğinin en üst oranlarda yapıldığı payda olarak görülen şeyin ne olduğu "*20. yy hadari toplumunun asabiyesi nedir?*" sorusuna bizleri götürmektedir. Özel'e (2006: 4) göre birleşen insanın üretim için sarfettiği emekler, herkesin ihtiyacından fazlasını ürettiğinde, bu hadari hayatın kaynağı oluşturan fazlalıklar medeniyetin trenine odun da olabilmekte insanlığın önüne yığılan taşlara da dönüşebilmektedir.

Burada bir tez iddia olarak değil de bir öneri yeniden düşünüş ve yeniden etüt etme olarak ele almak istiyoruz ki bu yüzyılın asabiyesi bir sebep asabiyesi olarak tüketim olabilir mi? Kitlelere sunulan hedef (belki asabiye) her zaman daha iyi yaşamak, daha çok üretmek ve daha çok tüketmektir. Daha iyi yaşamının formülü ihtiyaçların giderilmesi düşüncesinden hareketle kendilerine ihtiyaç olarak gösterilen ya da dayatılan metaları elde etmek adına daha çok çalışmaya ve böylelikle de üretim aygıtına daha bağımlı olmaya başlamaktadır (Atiker, 1998: 62). Üretim aygıtlarının çıkarları doğrultusunda aslında gereksiz olan tüketim biçimlerine güdülendirilerek çeşitli tüketim kalıplarını benimzediklerinde sisteme olan bağımlılıklarının artması da bizi bu kanıya yaklaştırmaktadır.

Genel bir kanı olarak zenginliğin ve bolluğun insanın daha gelişkin, üretken ve sağlıklı kılacağı düşüncesi yaygınsa da, İbn Haldun göre her şeyin fazlasının zarar olduğu gibi fazla bolluk, toplumun yapısını olumsuz anlamda bozabilmektedir (Közleme, 2013: 370-371). Aslında bu zenginlikler o ülkedeki üretken insanların emeklerinin, çalışmalarının sonucundan başka bir şey değildir. Fakat insanların harcama isteğinin üstün tutularak tüketimin öne çıkarıldığı 20. yüzyılda, insanlar otomatikleştirilmiş bir şekilde tüketime yönlendirilmektedir (Fromm, 1996: 14, 41; Fromm, 2002: 49-50). Özellikle sanayi devrimiyle birlikte 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarında bu toplumsal değişmeyi en iyi tespit eden düşünür ve kuramcılardan Adorno ve Horkheimer (1996) "*kültür endüstrisi*" kavramını kullanarak bu dönemde yükselmeye başlayan eğlence endüstrisinin kültürel biçimlerinin metalaşmasına dikkat çekmişlerdir. Onlara göre bu kültürde yaşayan her birey, yaşamına zenginlik getirdiği söylenen ürünler karşılığında tek emeğini değil, bütün imkânlarını, boş zamanlarını da satmaktadır. Tüketim kültürü üzerine sert eleştirileriyle tanınan Marcuse (1990) da tüketim

toplumu ve tüketim kültürünün, bireyleri tüketim odaklı yaşam biçimlerini dayattığını, satın almaya zorlayıcı insanın üzerinde psikolojik baskı kuran yanlış ve sahte ihtiyaçlar ürettiğini ileri sürmüştür (Marcuse'den akt. Avcı, 1990: 30). Buradan da anlaşılacağı üzere ilk dönemlerde son derece biyolojik ve hayati olan tüketim olgusu, modern toplumlarında sahip olduğu anlamı genişletmiş, fiziksel ihtiyaçları tatmin kadar duygusal içeriklerle yüklenerek açıklanmaya başlanmıştır (Özgül, 2011: 25). İnsanların tüketim biçimi, insani yaşamın gerektirdiği ihtiyaçlarının giderilmesinden çok, toplum içindeki yerlerini belirlemeye yarayan bir gösterge niteliği taşımaktadır. Tüketim olgusuna yüklenen sosyal ve kültürel anlam, tüketilen ürün ve hizmetin kullanım değerinden çıkıp “kültürel” ya da “psiko-sosyal değer” kazanmasıyla sonuçlanmıştır (Şentürk, 2012: 75). Kişinin toplum içindeki konumu, tüketebildikleriyle ölçülmektedir ve toplum içerisinde geçerli bir konumun tüketim yoluyla elde edilebileceği kanısı aşılanmaktadır.

Toplumu bir arada tutan tüketim faaliyetleri, merkezleri ve kültürü insan her kanaldan ulaşmayı başarmış, tüketim olgusunun şekillendirdiği tüketim toplumu, nesneleşmiş bir yapı ve pazara doğru hızlı bir geçiş yapmıştır (Altıntuğ, 2010: 117). Bu bağlamda, özellikle 1980 sonrası paranın gücü ve yeni tüketim kalıpları ile tanışan Türk toplumu, yeni davranış kodları aramaktadır. *“Türkiye'nin toplum yapısı hazır olmadığından, kapitalist düzene geçme deneyimi 1950'lerde başlamıştır”* diyen Göle'ye (1993: 16) göre, bugün Türk toplumu her alanda etik boşluğun yol açtığı sorunları, kargaşayı yaşamaktadır. Maddi gücü her şey olarak görmek paranın egemenliği her alana hâkim kılmak olarak anlaşıldığı için iş ahlâkı, ticaret ahlâkı ve tüm değerler erozyona uğramakta, dolayısıyla bu kargaşaya yol açmaktadır. Bu yüzden Bayhan (2011: 240) da tüketimi salt ekonominin dinamizmi için tetiklemenin ve toplumun bütün kesimlerine *“tüketiyorum o halde varım”* zihniyetini aşılayanın ne derece ahlâki olduğunu sorgulamaktadır.

İbn Haldun'a göre üretimin gerçekleşmesi için birtakım faktörlerin bir araya gelmesi/getirilmesi gerekiyorsa da, ana üretim faktörü, insanın kendi emeğidir (Mukaddime, II: 522; Özel, 2006: 3). Bugün ise gündelik yaşamın sürdürülmesi için sarf edilen ve bir saygınlığı olan kişisel emek ve gayretler üretken olmayan meşguliyetler olarak görülmektedir diyen Illich'e (1990) göre kişisel yeteneklerin, öykülerin ve duyguların azalmakta olduğu günümüzde insanların tepkileri ve eylemleri standartlaştırılmıştır. Endüstriyel bir sistem içinde istihdam edilmeyen emeğin verimsiz addedildiği yeni toplum aynı sistemin standart tüketicileri olmayanları da işe yaramaz, asosyal kişiler olarak damgalamaktadır. Eskiden kendi basit yaşam koşullarını kendi elleriyle oluşturan insan bugün güçsüz hale gelmiş, bir tür modern yoksulluk içinde yaşar olmuştur.

Kitle iletişim araçları vasıtalarıyla neyin sevilmesi, hangi rengin tercih edilmesi, nasıl davranılması, neyin iyi veya neyin kötü olduğuna ilişkin şekilsel bilgi-

ler bütün bireylere aktararak kitlesel bir bütünlük sağlanabilir (Güneri, Dündar, 2007: 21). Fakat teknoloji, modernite, sanal alem, avmler, kredi kartları, sosyal medya, marka ya da operatörlerin benzerliği ve birlikteliği mi insanların ortak yaşam noktaları ve tarzlarını belirlemektedir? Dünyanın her yerinde her toplum ve kültüründe son model bir bilgisayar ya da telefon için saatlerce önceden insanların mağaza önünde birikmeleri ve birbirlerini ezmeleri düşünülünce, bir telefon markasının en son modelini almak için insanların binlerce lirasını gözden çıkardığı ve bunun çok da anormal bir durum olarak algılanmadığı düşünülünce günümüz toplumunun asabiyesinin tüketim çılgınlığındaki birliktelik mi olduğu sorusu akla gelmektedir. *“A marka araba kullananlar, B operatöründe olanlar, C takımını tutanlar insanları motive eden ve bir arada tutan, kimlik ve kişilik simgesi haline dönüşen küçük asabiyeler mi oluşturmaktadır?”* ki insanlar derbi maçlarında birbirini öldürecek kadar tuttuğu takımı hayatının anlamı haline getirmektedir.

İbn Haldun'da esas olan bir toplumun asabiye tarafından bir 'sebepe' ya da onu da içeren nesep etrafında kurulduğu/kurulması gerektiği gerçeğidir. Dünya milletlerine bakıldığında nesepten çok sebepe asabiyesinin rağbet gördüğü, ekonominin ve para kaynaklarının mı sebepe asabiyesi olup bir toplumu besleyip ayakta tutmakta olduğu yoksa bir devletin ve toplumun mu o ekonomi ve para kaynağını yaşattığı konusu tam netliğe çıkarılamamaktadır. İnsanların insan gücünü aşan teknolojisiyle birlikte insanı da ekarte ederek oluşturduğu üretim, hayatta kalmaktan çok hayatı belli standartlarda yaşamaya devam etmek için yapılmakta, üretim ve tüketim bir toplumun içinde doğal bir işbölümüne göre değil, belli toplumların hatta birkaç zenginin üretim, belli toplumlarınsa tüketim yapması şeklinde bir işbölümüne dönüşmüştür. Öyle ki bugün küreselleşen dünyada Uzakdoğu o kadar da uzak bir yer değildir ve dünya milletleri kocaman bir toplum haline gelmiştir.

İnsan doğasını iyi gözlemleyen İbn Haldun'un hadari toplumun tamamen ahlaki üretim ve tüketim esasına sahip olmadığını da vurgularken, Mukaddimesi'nde bu düzeye gelinmeden önlemler alınması için birtakım değerlendirmelerde bulunmuştur. İbn Haldun'a göre toplumların da her fert ve organizma gibi bir ömrü, gelişimi, büyümesi ve çöküşü vardır ve her toplum zafer, mutlakiyet, refah, barış, israf gibi beş tavrı yaşar (Mukaddime, II, 866). Toplumların geçirdiği aşamaları betimleyen bu evreler bugünün tüketim toplumuna nasıl gelindiğini anlamak açısından önemli ipuçları içermektedir (Görgün, 1999: 551). İbn Haldun'a göre medeniyetin çöküşüne dair birçok işaret vardır ve bunların son derece dikkatle takip edilmesi gerekir. (Haldun Mukaddime, I: 239).

İbn Haldun'un 15. yy. da sadece üretimin fazlalığı ile anlatmaya çalıştığı zenginlik, 19. yy'a gelindiğinde sanayinin seri üretimle pazar ekonomisine geçtiği tüketimin esas alındığı toplum hayatına geçerken geçirdikleri değişimi

Fromm (1991: 237) insanları kendilerine ve dünyaya yönelik tutumlarına göre “sahip olmak” ya da “olmak” olarak adlandırdığı iki kişisel yönelimle anlatmaktadır. İbn Haldun’un da Fromm’un da birleştiği nokta bireylerin yaşam tarzının ve kişilik yapılarının iktisadi durum ve tutumlarıyla paralellik arz etmesidir. Dünya ile doğru bir ilişki biçimi sergileyen “olmak” yönelimindeki insanlar, her şeyi bir bütün içinde değerlendirdikleri için olduğu gibi kabul eder ve severler. “Sahip olmak” yönelimindeki kişiler ise tatminsizlik, şükürsüzlük, her şeyi kendinde toplama ve kontrol etme ihtiyacı yüksek olduğu için sahip olma hırsıyla tüketime yönelirler. Günümüz insanının da sahip olmak yönelimin etkisi altında kaldığını söyleyen Fromm (1991: 238)’a göre her şeyi elde etmeye çalışan ve elinde olanla yetinmeyen doyumsuz insanların mutsuzlukları arttıkça bunun sebebinin maddi sahipteliklerinin miktarında sanarak daha fazla daha fazla tüketmeye yönelmekte ama mutluluğu bulamamaktadırlar.

Mutsuzluk ve tüketim ortak paydasıyla davranan bu insanlar için amaç birlikteliğinin muğlâklaşması, dayanışma bilincinin silinmesi kentlerde kaosun odak noktasını oluşturmaktadır. Bugün tüketim kültüründe birleşen insanlar, tüketim sürecinde diğer tüketicilerle birlikte hareket etmektedir fakat bu bireysel özgürlük (yalnızlıkta) sağlanan bir birliktir. Çünkü tüketim faaliyetleri doğal işbirliği ve bütünleşmelerin düşmanıdır ve tüketim eylemi yalnızlığın üstesinden gelmeye çalışan her türlü çabaya alternatif sunuyor görünmesine rağmen gerçekte boş kılar (Özpolat, 2012:120; Güneri, Dünder, 2007: 19). Aynı zamanda tüketimin olduğu topluma şehirlerde herkes aynı sınıftan, aynı gelir düzeyinde olmasa da tüketim toplumunu tüketim haline getiren aslında kitle iletişim araçları insanları tek tipleştirmeye, tüketime hizmet ederek insanı kendine yabancılaştırmasına da sebebiyet verebilmektedir.

Toplumun bozulmasına yol açan iktisadi ve mali dengesizlik, lüks ve israfın artması toplumun çöküşü hızlandırırken (Günay, 2000: 113), maddi şartlar, iş meslek, çalışma şartları, iklim ve beslenme, gelir seviyesi ve toplumsal statü de insanın psikolojik dünyasında olumsuz etkiler oluşturabilmektedir. Örneğin insan kendini gerçekleştirememekte, üretemeyerek doğasıyla gerçek hayatın bağlarını koparmış, sanal bir hayat yaşamaktadır. Gerçekleştirilen her yeni üretim bir yandan boş zamanı arttırırken, diğer yandan da tüketim hırsını aşılarda ve sonuçta hırs savaşı dönüşmektedir. Modern zamanda tüketim faaliyetleri insana boşluk zaman bile tanımamaktadır. Sistem tarafından mutluluk-tüketmek ilişkisi gündelik yaşamın bir ideolojisi olarak yeniden kurulmakta, mutluluğun tüketimle sağlanacağı düşüncesi yerleştirilmeye çalışılmaktadır (Aytaç, 2006: 45). İnsanlar hayatları için ürünler tükettiğini düşünürken, aslında kendi anlam ve amaçlarını tüketmektedir (Binay, 2010: 21). İnsanın kendine has amaçları ve değer dediği sınırları ortadan kaldırılarak özne olan insan nesneleştirilmekte, insanı tüketmekte ve onu daha fazla bağımlılaştırmakta ve pasifleştirmektedir (Binay, 2010: 22; Aydoğan, 2009: 203).

İbn Haldun'a göre bütün zenginliklerin kaynağı temelde emek ve üretimdir (Özel, 2006: 3; Mukaddime I: 521). O'na göre her tür kazanç ve mal ancak emek sarfederek elde edilir. İnsanın tabîî kaynaklardan, tabiatla kendi kendine yetişen nimetlerden istifade edebilmesi, onları kendi mülkiyetine geçirebilmesi için mutlaka emek sarfetmesi gerekir. Esas itibarıyla insan için çalışmaktan başka bir geçim kaynağı yoktur (Mukaddime, II: 520-521). Oysa bugün insanlar emek harcamadan ekmek istemekte ve üretmeden bol tüketime hem yönlendirilmekte hem de bunu yaşam tarzı ve amacına dönüştürmektedirler. İbn Haldun'a göre birey tarımla, hayvan beslemekle, zanaat ve alışverişle emeğini eylem alanına aktarır, onun karşılığını alır (Mukaddime, II: 523-524). Bu karşılığın birikimiyle daha geniş bir nesneye dönüşür. Bu nesne taşınır ya da taşınmaz bir varlık olabilir fakat birey kendi hayatının aktörü, somut olarak yaşamının sahibidir ve kendi yaşama ortamında mutludur. Ancak, emeğin karşılığını aşan bir tüketimin uygulanması sosyal ve bireysel uyumu bozar ve mutsuzluklar her yerden baş verir. Bugünün hantal ve emeksiz yani herhangi bir hareket emek hak gerektirmeyen karşılıksız refah hayallerinin görüntüsü bu tahlilden çok farklı değildir. Aynı şekilde Fromm (1995) da insanın üreten ve üretirken emekleyen, emek veren ve bunun sonucunda mutluluğa ulaşmak üzere kurulmuş bir mekanizmaya sahip olduğuna, üretmek hakkı ve bununla oluşacak kendini bilme ve gerçekleştirme hakkının gasbedilmekte ve insani ilişkilerinin bozulmakta olduğuna dikkat çekmektedir.

Bütün bu resmin üzerindeki cümleye bakıldığında İbn Haldun için insan aslında yaratan değil, oluşturan olarak her şeyin kaynağı olan Allah'ı bilerek kendi maiyeti için emek harcayan bir varlıktan ötesi değildir. İbn Haldun, aslında lüks ve israfa düşkün hadarî insanların zenginliğin de etkisiyle hayatını idame etme olarak iktisadi, idame ettirme olarak siyasi açıdan zafiyete düşmesini mülkün gerçek sahibini unutmalarına ve dine olan ilginin de azalmasına bağlamaktadır (Uludağ, 1993: 69). Toplum içinde işlev gören ekonomi, siyaset, hukuk gibi toplumsal kurumlar içerisinde din; bireyleri, grupları ve toplulukları bir arada tutan en önemli yapılardan biridir (Taş ve Gürler, 2011: 12). Ve insan ve toplumun bozulmasına engel olacak bozulmuşsa ıslah edecek olan da dini yaşamla gelen manevi ahlaki ortamdır. İnsanı fesatlıktan, israftan, nesnelere nesne olmaktan alıkoyacak, dünyevi olanın üstünde duran ilahi normlardır.

Değerler ve iktisat ilk etapta birbiriyle çok ilintili iki kavram olarak gözükmesi de insanın üretim ve tüketimle ilgili yapısı, ekonomik boyutu olduğu kadar sosyal hatta manevi değerlerle yakından ilişkilidir (Erol, 2012: 62). İnsanlar bireysel farklılıklara sahiptir ve insanın iktisadi yaşam alanı içinde kişisel yararlarının çatışmasının muhtemel olduğu dünya yaşamında ahlaki değerlerin devreye girmemesi mümkün değildir (Ayengin, 2003: 650). Çünkü ekonomik ilişkilerin sadece maddi boyutunu öne çıkaran ya da buna anlayışa dayalı çözüm önerileri insanın ve toplumun mutluluğu ve huzuru için önemli riskler ta-

şır. Örneğin İbn Haldun göre emeksiz kazanç elde etme ya da emeksiz kazanç elde etme isteği hem dini hem ahlaki hem de insani açıdan insana zarar getirir (Haldun Mukaddime, II: 491; Arslan, 2003: 272).

Bugün değerlerin kaybolduğu dünyada dini hareketlerin ortaya çıkması ve yükselmesi şaşırtıcı görünmemektedir (Demirezen, 2010: 104). Çünkü din esas itibarıyla bir hayat suyu gibi, hem fertlerin hem grupların, hem insanların içinde yaşadıkları kurumların hayatına mana ve form verir. Din ve ahlâk varsa, insan için vicdanî anlamda bağlayıcı ve vazgeçirici bir faktör de var demektir. İnsanlara hayatın geçiciliğini, kanaatkârlığın, huzurun ve mutluluğun mimarı olduğunu anlatan dinin etkisinin azalması insanın iktisadi ve siyasi hırslarının frenleri üzerinde olumsuz yönde etkili olabilmektedir. Fakat tüketim yok ediciliği dinin sembol ve yaşantıları için dahi tehlike oluşturabilmektedir. *“Pazarlanamayacak şey tüketime sunulamayacak, maddiyata dönüştürülmeyecek şey yoktur”* gibi düşüncesinin dahi zikredilmesi dini duygu, yaşantı ve sembolleri de içine alarak (kullanarak) her şeyi tüketmeye hazır insan zihniyetinin insanlığın sonunu hızlandırması medeniyetin çöküşünü getirmesi bakımından ne kadar tehlike arz ettiğine yetecek bir örnektir.

3. İbn Haldun’un Gururlu İnsanı, Bugünün Tüketici ve Narsistik Kişiliği mi?

“İnsan, alışkanlıklarının çocuğudur”

-İbn Haldun-

Modernleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan ve gelişen şehir hayatı maddi açıdan birtakım imkânlar sağlamakla beraber, sosyal ve ahlaki anlamda da bazı sorunları beraberinde getirmektedir. Tüketiciliğin ortaya çıkması sadece kurumsal değişimlere değil, bireylerin tutum ve davranışlardaki değişimlere de neden olmuştur (Bayhan, 2011: 224-225). Şehir hayatı bir yandan uzmanlaşmayı ve farklılaşmayı getirilip insanları birbirlerine teknik anlamda daha bağımlı hale getirirken, diğer yandan insanı bireyselliğe ve yalnızlığa götürmüştür (Akdoğan, 2009: 4).

İnsanın medeniyetlerin yükselmesi ya da çökmesinde son derece etkili bir unsur olarak ele alan İbn Haldûn’a göre insanın olduğu yerde sadece iktisadi değişkenler değil, aynı ahlâkî, kurumsal, psikolojik, siyasî, sosyal ve demografik faktörlerin karşılıklı ilişkileri de söz konusu olmaktadır (Chapra, 2006: 210). Ona göre insan doğduğu gibi kalmaz, alışkanlıkları ve içinde yaşadığı toplumun şartlarından etkilenerek değişir ve gelişir. Geçmişte ve günümüzde *“insanın alışkanlıklarının değişimi mi toplumun karakter yapısını değiştirir, yoksa toplumların değişik karakterde olmaları mı insanın değişen alışkanlıklarının ve kazandıkları yaşam tarzlarının bir sebebidir?”* sorusu çok tartışılan bir mesele olmuştur. Fakat İbn Haldun’a göre insanların asli özelliği, değişimdir. İnsanın yaşam tarzını

tabiatı ve mizacından çok imkânları ve alışkanlıkları şekillendirmektedir. Ona göre insanın alıştığı bir durum giderek onun yapısı haline dönüşmektedir (Mukaddime I: 166).

İnsan ihtiyaç hissetmekte, ardından tatmin aramakta, daha sonra rahatlığa yönelmekte, daha sonra da giderek lüks içinde bozulmakta ve hayatın maddi manevi dengesini kaybetmektedir (Hassan, 1977: 22-23). Çünkü O'na göre refah ve bolluk ortamı insanın arzularını iyice kışkırttığı, hazcılığı ve bağımlılığı güçlendirdiği, ahlaki yozlaştırmalara neden olduğu için insanın değerleri ve karakteri üzerinde olumsuz etkiler oluşturabilmektedir (Mukaddime, I, 346-347). Hadari toplumlarda insanlar zenginleşip, tüketimi lüks seviyelere taşıdıklarında değişen yaşam alışkanlıkları dini ve dünyevi açıdan onlarda huzuru bozan faktörlere dönüşebilmektedir (Mukaddime, II: 507-508). Fertler birbirlerine meta olarak bakmakta ve menfaatsiz hiçbir şey alınıp-verilmemektedir (Bayhan, 1997: 53). Hatta insanların ve toplumların başlangıcından kemale erme noktasına kadarki sürecini ele aldıktan sonra gerçek ihtiyaçlar ve alışkanlıklardan doğan ihtiyaçlar konusuna dikkat çeken İbn Haldun, uygarlık ve medeniyetin nihai noktasına ulaşan toplumların inişe geçmesini de dolaylı olarak buna bağlamaktadır.

İbn Haldun, bu sebepten dolayı tüketmeye odaklanmış, yaşam alışkanlıklarının devamı için manevi değerlerinden vazgeçecek duruma gelen şehir insanına eleştiriler yönelterek yaşamakta oldukları uygarlık içinde insanî değerleri yozlaştırdıklarını söylemektedir (Aslan, 1997: 137-151). Onların haris, mağrur, korkak, tembel, rahatına düşkün, bencil, müsrif olduklarını ifade etmektedir. Tam da bu noktadan hareketle bugüne gelindiğinde günümüzün tüketim kültüründe zevk ve hazzı amaç edinmiş hayat tarzlarının arttığını, bunun reklam edilerek yeni nesillere iyi modeller olarak aktarıldığını ve narsistik ve bencil kişilik tiplerinin çoğaldığını (Featherstone, 1996:187) görmek, İbn Haldun'un o zamanlarda öngördüğü şehir insanıyla bugünün insanı arasındaki yaşam tarzı ve tutumu paralellliğini akla getirmektedir.

Bugün ruhsal rahatsızlıkların temelinde insanın maddi manevi tüm ihtiyaçlarının tatmin edilmemiş olmasını gören psikologlar kişilik bozukluklarının en önemli sebebini insanın ihtiyaçları ile değişen dış dünya arasındaki uyumsuzluğa bağlamaktadırlar (Güngör,1988: 20). Örneğin Fromm'a (1995: 66-70) göre de insan, yeni ihtiyaçlar oluşturarak kendi mutlu edememekte daha çok kendi mutsuzluğunu artırmaktadır. Çünkü tüketim kültürü genellikle hedonizmi, bencil kişilik ve yaşam tarzını yeşertmekte, insanların doyumsuzluğunu mutluluk arayışı çerçevesinde meşrulaştırarak ve tamamen mutsuz olmalarına neden olmaktadır (Featherstone, 1996:187,Özgül, 2011: 27; Ertoý, 2007).

Tüketim toplumunu karakterize eden insan tipinin narsisizm kültürü olduğunu söyleyen Lash (2006)'e göre de da niyet ve amacını "müşteri memnuni-

yeti” olarak ilan eden tüketici toplum için aslında en büyük tehdit, gerçekten memnun edilmiş bir müşteri olmasıdır. Tüketim toplumu, memnuniyetsizliği sürekli kılmayı örgütlediği sürece başarılıdır. Çünkü üretimin amacı mutlu kılmak değil insanı mutsuz kılarak buna çare olarak her seferinde öne sürdüğü şeyle insanı sürekli aktif bir şekilde tüketici olarak tutabilmektir (Bauman, 2010:143-145). Haz modern tüketiciliğin kalbinde yer almaktadır (Özcan, 2007: 53). Modern hedonist tüketici karakterinde temel olan şey, tüketiciye haz ve mutluluk sağlayan şeyin, arzulanan tüketim nesnesine erişememe hali olmasıdır. Ne zamanki bu nesneye erişilirse, nesnenin tüketiciye sağlayacağı haz da yok olmakta ve tüketici, yeni arzu nesnelerinin arayışı içine girmektedir. Modern tüketici, mutluluk ve hazzın sınırlarından kaçmamaktadır. Tüm gücünü ve enerjisini tüketim adına kullanmak için hazır tutmak zorundadır (Yiannis ve Lang, 1997: 100).

Haz ile birlikte gelen doyumsuzluk yanında bencilliği de getirmekte empati kurma yeteneğinden yoksun, kendi ben’i için diğer insanları istismar etme davranışından bir beceri olarak övgüyle bahseden, etrafındaki insanların kendisini övmek ve yüceltmek gayesiyle var olmasını isteyen, toplumsal statü, güzellik, zeka ve yaratıcılık gibi konularda başkalarından daha iyi olmadıkları halde iyi olduklarına inanan kişilerin sayısını artırmaktadır. Bunların toplumdaki sayısı herkesin kendi yaşamında zorluk çekmeden örnek vermesinden de anlaşılacağı üzere giderek artmaktadır (Twenge, Campbel, 2010: 44-45).

İnsanda ortaya çıkan güçlü olma, önde olma, her şeye sahip olma isteğinin insanın fitri bir özelliği olduğunu savunan İbn Haldun’a göre insan tabiatında- Kuran’ın da belirttiği üzere- ilahlaşma eğilimi vardır (Mukaddime II, 536; Hökelekli, 2006: 415). İbn Haldun’a göre kendini beğenme, her şeyden üstün görme, acziyetten uzak olma hissine karşılık gelen “gurur” insanı ahlaki ilkelerden geri bırakmakta ve ahlâkî açıdan değersizleştirmektedir. Gurur, kendisiyle barışık olmayan, özgüvenden yoksun insanların kalesidir. Aynı zamanda gurur, kişiliği belirginleşmemiş, olgunlaşma sürecinde yarı yolda kalmış, insanın kişiliksizliğini gizleme çabasıdır. Böylece insan, kendisini var olduğundan daha büyük gösterme ve bu amaç için eksikliklerini örtme gayretiyle hareket etmektedir. Şehirli insanın sonunu hazırlayan tehlikelerden bir olarak gördüğü gurura özellikle dikkat çeker.

Gurur, Türkçede iki farklı anlama sahip olan bir sözcük olarak olumsuz anlamda en basit tanımıyla “*kibir, kendini beğenme*”; olumlu anlamıyla ise “*övünme, övünç*” anlamına gelir. Diğer bir sınıflama ile gurur bir kişinin kendi gözündeki değeri ve diğerlerinin gözüyle olan değeri olmak üzere tanımlanmaktadır (Öner-Özkan, Gençöz, 2006: 19). Bu yüzden gurur, nedeni anlaşılmayan, kişinin davranışlarından bağımsız bir şekilde genel olarak hissettiği bir duygu olduğunda narsisizm gibi olumsuz sonuçlarla eşleşebildiği gibi; ortaya konan yararlı/ üretken bir davranışları takiben, yapılan bir işten duyulan memnuniyeti ifade

ettiğinde, kişinin motivasyonunu ve özgüvenini arttıran bir güç olarak değerlendirilebilir (Öner-Özkan, Gençöz, 2006: 21).

İbn Haldun'la insanın en kötü taraflarından kabul edilen gurur ve kibir sahibi insan tanımlamalarını özellikle maddi refahla bir arada ele almış, bolluk ve refahla gelen büyükleme, kendini beğenme, tatmininin sınırını kaybetme, hazzın içinde amaçsız kalma durumlarına değinmiş olması bizi tüketim kültürü ile bugünün gururlu ve kibirli insanlarını bize anımsatmaktadır. Aynı şekilde bugün de kendilerine fazlaca odaklanıp diğer insanların bakış açılarını anlamaya yanaşmayan, ayrıcalıklı olduklarını düşünüp ve diğer insanlardan üstün olduklarına inanan insan sayısının artmasıyla bu gerçeğe karşı karşıyadır (Twenge, 2009: 97).

Maddi gücün değil, maddi güçle ulaşılan manevi gücün insanları medeniyete ulaştıracağını söyleyen İbn Haldun, maddiyatın dış görünüşüne aldanarak yaşantılarını kendileri etrafında döndüren şehir insanlarının hem bizzat toplumu bozabileceklerini ifade etmektedir. İnsanın zayıflığından kaynaklanan güvensizlik duygusu, ihtiyacından daha fazlasına hatta her şeye sahip olma ve biriktirme ve yalnızca kendine olan yararı düşünme insanların paylaşım yapmasını, birbirlerine olan bağlılığın samimiyet ve dostluk üzerine olmasını engelse de gösterişli ve lüks yaşamı desteklemektedir. Psikologlar bugün insanın kendini beğenme, üstün görme düşüncesinin ilerlemiş safhalarında görülen bu psikolojiye narsisizm demektedir, bu düşünceyi benimseyen insan modelinin giderek artmasını bu "çağın vebası" olarak nitelendirerek endişeyle karşılamak tadır (Merter, 2011; Twenge, Campbell, 2010).

Kalıtsal bir kişilik bozukluğunun ötesinde psiko-sosyal bir hastalık olarak bilinen narsisizme geçmeden önce bu kavramı nasıl bir çerçevede kullandığımızı belirtmek yerinde olacaktır. Narsisizm her şeyden önce akademik anlamda psikanalitik bir kavram olarak Freud tarafından literatüre sokulmuş, diğer psikanalistlerce geliştirilmiş ve özellikle son yirmi- otuz yılda psikanaliz içinde en çok tartışılan, en çok önem verilen konulardan biri olmuştur. "Bireyleşme" kavramına Erikson'dan Jung'a kadar birçok modern psikoloji içindeki psikologda karşılaşsak da ilk kez 1910 yılında Freud "narsisizm" kavramından "*Cinsellik Üzerine Üç Makale*"de bir dipnot olarak kullanmış ve dört yıl sonra "*On Narcissism: An Introduction*" yazısını yayımlamıştır. Bir kişilik tipi olarak narsisizmden bahsetmesi ise ilk kez 1931'de gerçekleşmiştir. Bugün bu tanı psikoloji, felsefe, sosyoloji hatta edebiyat literatüründe kendine yer bulan bir kişilik tipi olarak yaygınca kullanılmaya başlanmış, psikanalizin patoloji ve sağlık ayrımını aşarak "zehri miktarı belirler" ilkesince tüm insanlarda var olan fitri bir özellik olmasına karşın bunun miktarını fazlaca aşan insanlarda patolojik bir kişilik tarzı olarak ele alınmıştır.

Toplumsal amaçların ve başkalarına duyulan ilginin körelerek, bunun yerini "ben"ciliğin alarak çağımıza egemen olması narsistik kişiliğin belirtilerine

dikkatimizi celbetmiştir. Modern düşüncenin bir ürünü olarak ortaya çıkan iki kavram bireyselleşme ile özgüven kavramlarının popüler olmasının aynı zamana denk gelmesi tesadüfî bir şey değildir. Emmons'a göre (1997: 11) narsisizm, ben merkezli olma, bencil olma, kendine yönelik amaçları olup sosyal amaçlara isteksiz/ uzak olma, sosyal çatışma potansiyeli yüksek olma özellikleriyle tanımlanmaktadır Birbirine sıkça karıştırılan narsisizm ve özgüven aynı kavramlar da değildirler. Narsisizm kendine güvenli bir tutum ya da sağlıklı bir kendine değer verme olan özgüvenle aynı şey değildir (Firestone, 2012; Campbell, Rudich ve Sedikides, 2002). Özellikle 1970'li yıllarla beraber başlayan psiko-kültürel menşelerden de beslenen kendine hayranlık duygusu modern zamanın daha çok ortaya çıkardığı yeni bir insan tipidir.

Narsisizm, psikolojide aşırı öz sevgi, kendini olduğundan büyük görme (kendine hayranlık) ve benmerkezcilik gibi anlamlara gelmektedir (Budak, 2005: 522). Narsisizm sözcüğü bir Yunan söylencesi olan, âşık olacağı birini bulmak üzere yola çıkan yakışıklı genç Narkisos'un suda gördüğü kendi suretine âşık olarak kendi kendine olan hayranlığı içinde eriyip yok olmasını anlatmaktadır (Twenge, Campbel, 2010: 44). Bugün tam da birçok kişisel gelişim kitabı kendini sevmenin her şeyin ilacı olduğunu savunur. Eğer yalnızca kendimize inanırsak diye devam eder bu tavsiye, her şey mümkündür. Çünkü narsistik kişilik bozukluğunda çok önemli, üstün ve eşi bulunmaz birisi olduğuna ilişkin yaygın bir duygu, beğenilme gereksinimi ve eşduyum yapamama (Ozan ve diğ., 2008: 1) vb. gibi özellikler öne çıkmaktadır.

Tüketim kültürüne göre hareket edebilecek yeni insan tipi, tükettikçe doymayan, kendine sunulan her şeyi elde etmeye çalışan, bu nedenle toplum kaynaklarını israf etmekten kaçınmayan, toplumsal ve dini değerlerini bile tüketim amacıyla gözden çıkaran, etrafına duyarsızlaşan ve kendisinden başkasını düşünmeyen bencil bir insandır (Torlak, 2000: 155). Fakat empati duygusunun yokluğu ve bencil tavırlarıyla öne çıkan narsist insan tipi yüzyıllar öncesinde de varolan ve İbn Haldun'un şehir insanında gözlemlediği bir kişilik tipidir denebilir. İbn Haldun bu kendini her şeyden büyük kendi dışındaki her şey ve herkesin küçük ve önemsiz olduğu düşüncesinin insanların tutum ve eğilimlerine yön verdiğinde ki bu kişiler özellikle üst görevlerde olduğunda diğer insanlarda tepki olarak öfke ve nefrete dönüştüğünü belirtmektedir (Mukaddime II, 536). İbn Haldun'a göre insan doğuştan bireysel değil, sosyal (medeni) bir varlıktır. Hiç kimse birbirleriyle yardımlaşma ve dayanışma içinde olmadan bütün ihtiyaçlarını karşılayamaz, fakat insanın toplumsal bir varlık olması narsist insanların algıladıkları gibi bir kişinin yüceltilmesi adına diğerlerinin oluşturduğu gruplaşmalarla değil; bireylerin birbirine olan karşılıklı ihtiyaçlarından kaynaklanmaktadır. Birey olarak değil, birlik olarak güçlü ve güvende olma tutumunun erdemli bir toplum ve mutlu insanlar için gerekli adımlar olarak gören İbn Haldun'un asabiyesi (Mukaddime, I, 191-130) varlık olarak hala vardır fakat bizim üzerinde

değil benin üzerinde durmaktadır. Kendini toplumsal değil, bireysel olarak ele alan modern insan (eğer toplumsal olarak ele alacaksa da o da toplumun onun için var olduğu şeklindedir) için değerler bireyin egosunu, varlığını, mülkünü ikame ettikçe ön plana çıkmaktadır.

İnsanın sahip olduğu iktisadi hayatın, sosyal hatta manevi-dini hayat üzerinde etkilerde bulunduğunu ifade eden İbn Haldun'a göre insanların maddeye karşı zaafının artması, servet biriktirme çabasına düşmesi, lüks yaşama isteği, ihtiyaçların çoğalması maddeye mahkûmiyetlerin somutlaşma sürecidir. Bu nokta da İbn Haldun'un vurguladığı en önemli şey, din ve ahlâktan gelen ilkelere insanın ve toplumun dönüşebileceği gerçeğidir. İbn Haldun düşüncesinde ekonomi, asabiyet, devlet, ahlâk ve din hep iç içedir. Hatta en önemli etken de dindir (Okumuş,2009: 52-58). İbn Haldun'a göre insanların karakterlerindeki kıskançlık ve rekabeti yasaklayan, gururun etkisini insanda zayıflatan din, insanı dönüştürmek için en büyük nimettir (Chapra, 2006: 221). Çünkü tüketim toplumunda maddi ihtiyaçlarını, hedonik isteklerini kolaylıkla karşılayabilen insan, manevi ihtiyaçlarını doyuramamaktadır (Demirezen, 2010:105).

Toplumsal ve ekonomik alanda insanın mutluluğu sadece kişisel çıkarlarla açıklanamaz. İnsanı mutlu kılan pek çok unsur vardır ve bu unsurlar, doğrudan veya dolaylı olarak birbirlerini etkilerler. Pekcan'a (2003: 531) göre insanın varlık olarak gereksinim hissettiği şeylerin kişinin yaşam boyunca bütün eylem ve davranışlarının itici gücünü oluşturmaktadır. Bundan dolayı Chapra'ya göre (2006: 237) ferdin daha insancıl bir varlığa dönüştürülmesi için insanları ve toplumları bir anlam ve amaca kanaliz ederek hayata bakışlarını değiştirme gücüne sahip olan din, böylece toplumun iyi ya da kötüye evrilmesinde hayati öneme sahiptir.¹ Buradan da anlaşılmaktadır ki İbn Haldun hadari toplumların yaşam terazisinin tüketim, haz, lüks, bencilik gibi maddiyatın ağır bastığı kefesini dengelemek için diğer kefeye maneviyatı, dini ve değerleri koymakla bu sorunun çözümüne işaret etmektedir. Sorun nerdeyse çözüm de aynı yerde bulunmaktadır.

Sonuç

İnsan üreten bir varlık olarak kalacağından onun üretmemesi mümkün değildir. Burada asıl sorun insanların üretme yönlerinin daraltılması ve sadece tüketime yönlendirilerek insanın sahip olduğu dengenin bozulması meselesidir. İbn Haldun'un hadari toplumu bugün gelişen ekonomi ve teknolojiyle birlikte sınırsız bir pazar ortamına dönüşmüştür. Bu ortam içinde insanların ve toplumların ihtiyaç algıları değiştikçe yaşam tarzları ve insan ilişkileri de kökten farklılaşmaktadır. İhtiyacı olmadığı halde neden satın aldığını bilmediği şeyleri satın alan insan içindeki boşluğu tüketme hazzı ile doldurmak isterken doyurulan her ihtiyacın arkasından bir yenisi ortaya çıkmakta ve bu da bireyi "arzu-

tüketim-arzu" şeklindeki kısır döngünün içine hapsetmektedir. İbn Haldun'un geleneksel dönem yaşamsal ekonomik tüketici imajı, yerini modern hedonist tüketici anlayışına bırakmaktadır.

İbn Haldun'un bedevi ve hadari toplumunu üretim ve tüketim ilişkisini belirleyen sınırlar bugünkü dünyada kaybolmakta, bedevi denen toplumlarda dahi sebzeler pazardan alınmakta, bedevilikten hadariliğe geçmiş toplumlarda İbn Haldun'un kaybolur dediği asabiyet, köy dernekleri ve kahveleri etrafında yeni mahalleler şeklinde oluşmakta, sıra sıra dizilen beton yığını bloklardan oluşan şehirlerde hadari toplumdan beklenen ilim ve estetik kaybolarak, bireysel zenginliğin, mülk refah ve lüks sevgisi, isteği ve gayretinin teşhir alanlarına dönüşebilmektedir.

İbn Haldun'un bir amaç için her rengin birleşmesi olarak gördüğü asabiyet kavramı, bugün kaynağını toplumdan değil, bireyden alan, mutluluğun ve huzurun sahip olunanlarla ilintili olduğunu düşünen insanların sayısının çok olduğu toplum evriminin son aşaması tüketim toplumunda kendine yeni mecralar bulduğunu söylemek mümkündür. İnsan olmanın başlı başına bir kutsiyet, bir anlam ve amaç içerdiği bilgisinden uzaklaştıkça, kendini mekanik bir hayatın içinde değerli kılacak başka nesneler ararken bulmakta olduğunu yüzyıllar öncesinden ifade eden İbn Haldun'un önemi de burada başlamaktadır. Bundan dolayı insanın mutluluğu medeniyetin inşası toplumların huzuru için İbn Haldun'un düşünceleri ve teorilerinin hem ihtiyaca binaen hem de geleceği öngörme maksadıyla bugünün diliyle yeniden değerlendirilmesi gereklidir. Çünkü buradaki asıl mesele İbn Haldun'un tekrar etmek değil, bunu kavrayıp; hatta onun ötesine geçmek gibi gözükmektedir.

Notlar

- (*) Dr., Mobil İmam Hatip Ortaokulu Meslek Dersleri Öğretmeni, Bayrampaşa/İstanbul, gulusangocen@gmail.com.
- (**) Bu makale, 2013 Kasım'da Çorum'da gerçekleştirilen Uluslararası İbn Haldun Sempozyumu'nda sunulan "İbn Haldun'un Hadari Toplumu, Tüketim Toplumu, Şehir İnsanı Narsist mi Oldu?" adlı tebliğ genişletilerek hazırlanmıştır.
- 1 Örneğin Kur'an, insanın bencil (Mearic, 70/19; Tegabün, 64/16) ve mal/mülk edinmeye karşı hırslı bir yapıya sahip olduğunu (Şura 42/36; Nahl 16/30), maddi ve manevi zenginliğin dengesiyle sınanacağı bir hayatının olacağını (Tegabün, 64/15; Enfal, 8/28), zenginliğin kalıcı ve geçici olan kısmıyla ilgili seçimde bulunacağını bildirerek ahlâkî niteliğin iyileştirilmesi, gelişmenin artırılması, toplumun huzuru, mutluluğu ve insanlığın salâhiyeti için gerekli olan dürüstlük, güvenilirlik ve vicdanlılık gibi vasıfların da ortaya çıkmasına yardım etmektedir.

Kaynaklar

- Akdoğan, A. (2009). Şehirleşme Sürecinde Komşuluk İlişkileri ve İslam, *Diyanet İlmî Dergi*, 53, 103-124.
- Albayrak, A. (2010). İbn Haldun'un Medeniyet Tasarımı ve İnsan, *Journal of Islamic Research*, 21(1), 7-20.
- Altuntuğ, N. (2010). Geleneksel Tüketim Olgusunun Kırılma Noktası: Yeni Bir Tüketim Paradigmasına ve Tüketici Kimliğine Doğru, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2: 2, 111-118.
- Arslan, A. (1997). *İbn-i Haldun*, Vadi Yayınları, Ankara.
- Arslan, G. (2004). İbn Haldun'un Mukaddime'sinde Tabi Tefsir Realitesi, *İslami Araştırmalar Dergisi*, 17: 4, 264- 280.
- Aslantürk, Z., Amman,T. (2009). *Sosyoloji -Kavramlar, Kurumlar, Süreçler, Teoriler-*, Çamlıca Yayınları, İstanbul.
- Atiker, E. (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumu*, Vadi, Ankara.
- Aydoğan, F. (2009). Tüketim Kültürünün Gölgesinde Kentler, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, XXVII:2, 203-215.
- Ayengin, T. (2003), İslam'da İktisadi Hayatın Ahlaki Boyutu, *İslami Araştırmalar Dergisi*, 16: 4, 533-539.
- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacında Boş Zaman, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11: 1, 27-53.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu*, Çev. H.Deliçaylı-F.Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bayhan, V. (1997). *Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: Tüketiyorum Öyleyse Varım, *Sosyoloji Konferansları Dergisi (Mustafa Erkal Özel Sayısı)*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayını, 43, 221-248.
- Binay, A. (2010). Tüketim Vasıtasıyla Oluşturulan Postmodern Kimlikler. *Global Media Journal Turkish Edition*,1:1, 17-29.
- Bolay, S. H. (1990). *Filozofların Tarihi Görüşleri, Tarih Metodolojisi ve Türk Tarihinin Meseleleri Kollokyumu: Bildiriler*, Fırat Üniversitesi Yayınları, Elazığ.
- Budak, S. (2005). *Psikoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Bursaloğlu, S. (2007). İbn Haldun Sosyolojisinde Asabiyet Bağları, Devlet ve Kamu Maliyesi, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5: 2, 43-56.
- Campbell, W. K., Rudich, E. A., Sedikides, C., (2002). Narcissism, Self-Esteem, and the Positivity of Self-Views: Two Portraits of Self-Love, *Personality Social Psychology Bulletin*, 28: 358-368.
- Chapra, M. U. (2006). İbn Haldun'un Gelişme Teorisi Günümüz İslâm Dünyasının Düşük Performansını İzahta Yardımcı Olur mu?, Çev. T. Özcan, *İslâm Araştırmaları Dergisi*, 16, 205-243.
- Coşkun, K. (1997). İbn Haldun'da Mülk Kavramı, *Bilim ve Sanat Vakfı Mecmua*, 2, 3-10.
- Çağrı, M. (1991). "Asabiyet", *DİA (Diyanet İslam Ansiklopedisi)*, 3, 453- 454.
- Demir, M. (2003). Türk-İslam Medeniyetinde Şehirleşme, *İslami Araştırmalar Dergisi*,16: 1, 156-165.
- Demir, Ö., Acar, M.(1993). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, 2.Baskı, Ağaç Yayınları, İstanbul.

- Demirezen, İ. (2010). Tüketim Toplumunun Oluşumu ve Din İle Etkileşimi, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10: 3, 97 -109.
- Dönmez, S. (2002). İbn Haldun'un Tarih ve Umran Anlayışına Felsefi-Eleştirel Bir Yaklaşım, Ç. Ü. *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2: 1, 136-154.
- el-Husrî, S. (1991). İbn Haldun Sosyolojisi, Çev. Mehmet Bayyığıt, *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4, 223-230.
- Emmons, R.A. (1987). Narcissism: Theory and Measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1): 11-17.
- Erol S., I. (2012). İktisadi Kalkınmada Değerlerin Rolü, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3: 2, 49-65.
- Ertoý, M. (2007). *Yabancılaşma Kader mi, Tercih mi?*, Lotus Yayınevi, Ankara.
- Featherstone, M. (1996): *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev. M. Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Firestone, L., (2012). Self-Esteem Versus Narcissism, The Value of Self-Esteem and the Dangers of Narcissism, <http://www.psychologytoday.com/blog/compassion-matters/201206/self-esteem-versus-narcissism.26.11.2013>.
- Fromm, E., (1991). *Sahip Olmak ya da Olmak*, çev. A. Arıtan, Arıtan Yayınları, İstanbul.
- Fromm, E. (1996). *Çağdaş Toplumların Geleceği*, Bütün Eserleri:8, Çev. G. Kaya, K. H. Ökten, Arıtan Yayınları, İstanbul.
- Fromm, E. (2002). *Yeni Bir İnsan Yeni Bir Toplum*, Çev.: N. Arat, Say Yayınları, İstanbul.
- Göle, N. (1993). "Liberal Yanılgı", *Türkiye Günlüğü*, 24, Ankara.
- Görgün, T. (1999). İbn Haldun'un Görüşleri, Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, İstanbul, 19, 543-555.
- Görgün, T. (1999). İbn Haldun, Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, XIX, İstanbul, 543-555.
- Günay, Ü. (1986). İslâm Dünyasında Bir Din Sosyolojisi Öncüsü: İbn Haldun, *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6, 63-104.
- Günay, Ü. (2000). *Din Sosyolojisi*, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Güneri F. B., DüNDAR. İ. P. (2007). Gazete Reklamlarının Gençler Üzerindeki Etkisi, *Bilgi*, 40, 17-33.
- Hassan, Ü. (1977). *İbn Haldun'un Metodu ve Siyaset Teorisi*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Haydar, G., (1991). *Şehirlerin Ruhu*, Çev. G. Sekmen, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Horkheimer, M., Adorno, T. W., (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği II*, Çev. O. Özgül, Kabalcı Yayınları, İstanbul.
- Horkheimer, M. (1990). Akıl Tutulması, Çev. Orhan Koçak, Metis Yayınları, İstanbul.
- Hökelekli, H., (2006). İslam Geleneğinde Psikoloji Kültürü, *İslâmî Araştırmalar Dergisi*, 19: 3, 409-421..
- Illich, I. (1990). *Tüketim Köleliği*, Çev. M. Karasahan, Pınar Yayınları, İstanbul.
- I. Furseth, P. Repstad (2011). *Din Sosyolojisine Giriş: Klasik ve Çağdaş Kuramlar*, Çev. İ. Çapcıoğlu, H. Aydınalp, Birleşik Yayınları, Ankara.
- İbn-i Haldun, (2004). *Mukaddime*, Çev. H. Kendir, Yeni Şafak Kültür Armağanı, İstanbul.
- İbn Haldun (1988). *Mukaddime*, Çev. S. Uludağ, Dergâh Yayınları, İstanbul.
- Lasch, C. (2006). *Narsisizm Kültürü*, Çev. S. Öztürk-Ü.H.Yolsal, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Karacoşkun, M. D. (2013). Gazali'ye Göre Kibirli İnsan, *Somuncu Baba Dergisi*, 20: 152, 80-81.

- Kayapınar, A., (2006). İbn Haldun'un Asabiyet Kavramı: Siyaset Teorisinde Yeni Bir Açılım, *İslâm Araştırmaları Dergisi*, 15, [İbn Haldun Özel Sayısı-I], 83-114.
- Kozak, İ. E. (1984). İbn Haldun ve Tarihî Materyalizm, *Yönelişler Dergisi*, 28, 17-22.
- Kozak, İ. E. (1987). İbn Haldun'un İktisadi Gelişmede Psikolojik Faktörlere Verdiği Yer, *İslami İlimler Araştırma Vakfı Yayınları*, İstanbul, 113-139.
- Kösemihal, N., Ş., (2007). *Sosyoloji Tarihi*, 9. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Közleme, O. (2013). İbn Haldun Düşüncesi'nde Geçim ve Zenginliğin Psiko-Sosyal Boyutları, *Toplumbilimleri Dergisi*, 7: 13, 363-376.
- Marcuse, H.(1975). *Tek Boyutlu İnsan*, Çev. A. Timuçin, T. Tunçdoğan, May Yayınları, İstanbul.
- Mardin, Ş. (2006). İbn Haldun. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 15, 3-4.
- Marshall, G.(1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, Çev. O. Akinhay, D. Kömürçü. Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Maslow, A., (2001). *İnsan Olmanın Psikolojisi*, Kuraldışı Yayınları, İstanbul.
- Merter, M. (2011). Gençlik İçin Endişe Verici Araştırma. <http://www.haber7.com/kisisel-gelisim/haber/786601-genclik-icin-endise-verici-arastirma>
- Nasr, S. H, Leaman, O., (2011). *İslam Felsefesi Tarihi*, Çev. Ş. Öcalan- H. T. Başoğlu, Açılım Kitap, İstanbul.
- Öner-Özkan, B., Gençöz, T. (2006). Gurur Toplumu Bakışı Açısıyla Türk Kültürünün İncelenmesinin Önemi, *Kriz Dergisi*, 14 (3): 19-25.
- Özcan, B. (2007). Rasyonel Satın Alma ve Boş Zaman Sürecine Ait Alışveriş Eylemlerinin Birlikte Sergilendikleri Mekânlar: Alışveriş Merkezleri, *Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, IX: 2, 39-68.
- Özel, M. (2006). Bir İktisat Klasığı Olarak İbn Haldun'un Mukaddime'si, *Dîvân İlmi Araştırmalar*, 2: 21, 1-8.
- Özgül, E. (2011). Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Açısından Değerlendirilmesi, *Ege Akademik Bakış*, 11: 1, 25 -38.
- Özkılıç, İ. (2006). İbn Haldun'da İktisadî Kalkınmanın Dinamikleri ve Girişimcilik, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 10, 1-14.
- Özpolat, A. (2012). Postmodern Perspektifte Tüketimin Toplumsal Anlamına Sosyolojik Bir Yaklaşım, *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17: 1, 117-129.
- Pekcan, A. (2003). İhtiyaç Kavramı ve İbn Haldun'un Umran Teorisine Etkileri, *İslami Araştırmalar Dergisi*, 16: 4, 524-532.
- Ritter, H. (1948). Irrational Solidarity Groups: A Socio-Psychological Study in Connection with İbn Khaldun, *Oriens* 1, 1-44.
- Spickard, J. V. (2001). Tribes and Cities: Towards an Islamic, Sociology of Religion, *Social Compass* 48: 1, 103-116.
- Şentürk, Ü. (2008). Modern Kontrol: Tüketim, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 32:2, 221-239.
- Şentürk, Ü. (2008). Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştırdığı Bir Mekân: Alışveriş Merkezleri (Avm), *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 63 -77.
- Şerif, M. M., (1991). *İslâm Düşünce Tarihi*, Çev. Mustafa Armağan, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Taş, K., Gürlü, A., (2011). Din ve Suç İlişkisi Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma, *Journal of Islamic Research*, 22(1), 12-25.
- Timuroğlu, K., Işcan, Ö. F. (2008). İşyerinde Narsisizm ve İş Tatmini İlişkisi, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22:2, 239-164.

Torlak, Ö. (2000). *Tüketim*, İnkılâb Yayınları, İstanbul.

Twenge, J. M., (2009). *Ben Nesli*, Çev. E. Öztürk, Kaknüs Yayınları, İstanbul.

Twenge, J. M., Campbell, W. K. (2010). *Asrın Vebasısı Narsisizm İleti*, Kaknüs Yayınları, İstanbul.

Uludağ, S. (1993). *İbn Haldun, Hayatı, Eserleri, Fikirleri*, Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara.

Ülken, H. Z., Ziyaeddin, F. (1940). *İbn Haldun*, Kanaat Kitabevi, İstanbul.

Wilson, R. (2003). İslam Ekonomisinin Bir Öncüsü Olarak İbn Haldun, Çev. İ. H. İnal, *İslami Araştırmalar Dergisi*, 16: 4, 533-539.

Yanıklar, C. (2010). Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 34: 1, 25-32.