

Ernal Atabek

Zücketilen Değerler
ve
Gençlik

*İnsanlığın kalıcı değerlerini
üretenlere, paylaşanlara,
koruyanlara, geliştirenlere...*
E.A.

İçindekiler

Önsöz – <i>İlhan Selçuk</i>	9
Bizi Kim Yönetiyor?	13
İnsanlık Değerleri Ne Oldu?	16
Önce Değer Yargıları Değişir	19
İnsanın Değeri	22
CUMHURİYET DEĞERLERİ	
Cumhuriyetin Değerleri ve Günümüz Gençliği	27
Cumhuriyet Kültüründen Cemaat Kültürüne	51
Cumhuriyet Değerleri	54
Neden Cumhuriyet Değerleri?	69
ÜRETİM DEĞERLERİNDEN TÜKETİM DEĞERLERİNE KAYMA	
Tüketim Değerlerinin Hedefi Gençler	81
Otomobil Bağımlılığı	106
İnsanın Değeri mi, Paranın Değeri mi?	109
DEĞER KAYMASI VE KİMLİK KARMAŞASI	
Lolita İhtilali! – <i>Can Dünder</i>	117
İlişkilerde Kullan-At Kültürü	120
Benliğin Yok Oluşu – <i>Kemal Sayar</i>	122
Değişim Nereye?	134
Sporda Değer Kayması	135
Tribünlerde Alarm Çanları Çalıyor! – <i>Ali Sirmen</i>	138
Bir Tüketim Nesnesi Olarak: Süreyya Ayhan	141
Gençlerdeki Şiddet	144

DOĞAYA YAPTIĞINIZI DOĞA DA SİZE YAPAR

Doğaya Düşman Olunca	149
Zeytin Ağaçları	152
On Beş Bin Dolara Canlı Kaplan	155
Patentlenen Yaşam	158
İnsan Bedeni Özelleştiriliyor	162

KAYIP KUŞAK

Çocuklarınızı Tanıyor musunuz?	169
Kayıp Kuşak	172
Kayıp Kuşak Sorunu	175
Toplumsal Kimlik Bunalımı	178
Çocuk Oyuncaklarının Çocuklara Aktardığı Değerler	181

AHLAKSIZLIK VE AHLAK

Kurnazlık mı Zekâ mı?	189
Ahlaksızlık ve Ahlak	192
Ahlaki Değerler ve Toplumsal Değişme – <i>Yılmaz Esmer</i>	202
Biz Kimleri Örnek Alıyorduk?	223
Prof. Dr. Atalay Yörükoğlu Anlatıyor	226
Değerlerimiz Araştırması	227

Önsöz

Erdal Atabek doktordur...

Namı diğer hekimbaşı...

Edebiyat ve basın tarihimizde hekimlerin özel konuları var.

Sayıları da bir hayli...

Niçin, diye düşünülürse bu soruya bir yanıt da bulunabilir; bir sayrılığın tanısını koymak, tedavisini gündeme getirmek, iyileştirmeyi öngörmek yalnız tıba ilişkin bir yöntem değil...

İnsan gibi toplum da hastalanabilir; tarihsel süreçlerde kimi zaman ortaya çıkan budur; Hitler Almanyası'nı ya da Bush Amerikası'nı sağlıklı saymak doğru olabilir mi?

Günümüzün dünyasına ne demeli?

Yaşadığımız kürenin nabzı düzenli mi atıyor, tansiyonu kaç, ateşi normal mi, insanlık bir nöbet mi geçiriyor, bunalımın anlamı ne?

Modern dünyada değerleri ölçen hekimbaşının koyacağı tanı nasıl olabilir?



Atabek anlatıyor:

“Bir reklam görmüştüm bu çağın ideolojisini yansıtıyor. Yarım sayfalık, renkli ve yüksek tirajlı bir gazeteye verilmiş bir reklamdı. Okulun en gözde öğrencisi kimdir diye soruyordu reklam. Düşündüm... Bize göre en çalışkanı; sosyal aktivitesi en yüksek, lider, sporcu öğrenci olabilirdi. Ama reklam bunu söylemiyordu. Ona göre okulun en gözde öğrencisi Dexter marka ayakkabı giyen öğrenciydi. (...) Altında arabası varsa daha da gözde.”

Yaşadığımız dünya bu!..

“Eşitlik insanları ürkütüyor. İnsanlar eşit olmaktan korkutuluyor. Eşit olmak üstün olmayı ortadan kaldırıyor.

Ne korkunç bir şey herkes gibi olmak.”

Elinizdeki kitap yitirdiğiniz değerlerin dökümünü yapıyor ve tüketim çağında kendimize bir ayna tutuyor.

Modern dünyada değer kayması hangi yana?

Gençlik bu süreçte nasıl yetişiyor?

Dünyanın doğasını tüketen salgın, insanın geleceğini de yok mu edecek?

Gezegelimiz bir soru ve sorun karşısındadır; çoğu kişinin bilincine tam anlamında erişemediği bu konu, uygar dünya insanı için hızla güncelleşti.

Türkiye de, Atatürk Cumhuriyetinin değerlerini kemiren bu sürecin eğik düzeyinde kayıyor...

Erdal Atabek bu eğik düzeyin dış dünya ile örtüşen yazgı birliğini gözler önüne serinkanlı ve dengeli biçimde seriyor.

Dış ve iç dünyamızın değerler harmanında ortaya çıkan sorunları çözmek için önce neleri yitirdiğimizin bilincine sahip olmak gerekir...

Bilinçtir insanı insan yapan...



Bir şeyi aramak için önce o şeyi kaybetmek mi gerekiyor?

Ancak kimi zaman, bir kez yitirilince, artık bulunması olanaksız değerler vardır.

Atabek bir yazar olarak gerçek insanlık değerlerimize –kaybetmeden önce– sahip çıkmanın ne kadar yaşamsal olduğunu anlatmaya çalışıyor...

Türkiye Cumhuriyeti dünyada tektir; emperyalizme karşı ulusal kurtuluş savaşımız ilktir; İslam dünyasında, düşmanı ülkeden kovduktan sonra, uygarlık devrimine yönelerek insanlığın “Aydınlanma” kültürüne sahip çıkmak tarihte görülmemiş bir örnektir.

“Modern Dünya” da değer kaymalarını algılayabilecek tarih bilincine yakın bir toplum olmakta önde geliyoruz.

Elinizdeki kitapta bu bilincin sayfalara döküldüğünü görüyoruz; bir usta kalem sahibinin politikanın dar ufuklarını aşarak gerçekleştirdiğı bu uyarı, dileriz ki amacına ulaşır, hedefini bulur.

İlhan Selçuk

Bizi Kim Yönetiyor?..

Böyle bir soruyu tek tek hepimiz kendimize sormalıyız.

“Bizi kim yönetiyor?”

Gereksinmelerimiz mi? İlk yanıt bu olabilir.

Korunma, beslenme, çoğalma içgüdülerimizin gereksinmeleri.

Bütün canlılar için doğru ilk yanıt budur.

Ya sonrası?

İsteklerimiz, beklentilerimiz, hedeflerimiz mi?

Olabilir.

Peki, onları kim yönetiyor?

İsteklerimizi, beklentilerimizi, hedeflerimizi kim oluşturuyor,
kim yönetiyor?

Gerçekte ‘benim’ diyebileceğimiz neyiz var?

İsteklerimiz, beklentilerimiz, hedeflerimiz toplumsal güç kaynaklarının oluşturduğu etkilerin ürünü değil mi?

Neden ‘bir araba almak’ hedefimiz oluyor?

Neden ‘bir konuyu inceleyerek öğrenmek’ hedefimiz olmuyor?

Çünkü toplumsal güç kaynakları, ‘bir araba almamızı’ istiyor,
bir konuyu inceleyerek öğrenmekle ilgilenmiyor.

‘Bir araba almamız’ istendiği zaman, yeni bir süreç başlatılıyor.

Arabalı insanın arabasız insandan daha değerli olduğu,

Daha iyi arabanın öteki arabadan daha değerli olduğu,

Arabalı olmanın ‘bir yaşam kalitesi’ olduğu,

Sizin de yaşamınızı kaliteli kılmak için araba almanız gerektiği,

Arabanızın kaç saniyede 100 kilometreye çıktığı,

Koltuk renginden neleri seçebileceğiniz,
size birçok yolla anlatılıyor.

Böylece araba 'bir yaşam değeri' olarak size aktarılıyor.

* * *

Hepimizi tek tek yöneten 'yaşamın temel değerleri' dir.

Çok azımız 'toplumsal değerler' sistemini irdeler, süzgeçten geçirir, eleştirir, 'kendi değerler sistemi'ni oluşturur.

Büyük çoğunluk 'toplumsal değerler sistemi'ni farkına bile varmadan benimser, onu kendi değerleri sanır, onların güdümüne girer.

'Bir araba almak' isterler.

Çünkü araba artık kendi değer sistemlerinin içine girmiştir.

Ama önce bir ev almaları gerekir.

Çünkü ev arabadan daha öncelikli bir değerdir.

Ev ve arabadan sonra sıra yazlığa gelir.

Çünkü bu üçlü 'ev-araba-yazlık', toplumsal değer üçgenini oluşturur.

'Yaşamın temel değerleri' olarak nelere sahip isek bizi onlar yönetir.

Sokaktaki adamı da, başbakanı da, şirketin genel müdürünü de, işletmenin muhasebecisini de, bir çocuğu da, genci de 'yaşamın temel değerleri' yönetir.

Hepimiz, sahip olduğumuz değerlere bir nitelik buluruz, kimisi isteklerimizdir, kimisi ideallerimizdir, kimisi gereksinimlerimizdir.

Ama hangi değerlere sahipsek bizi yönetenin o olduğunu bilmemiz gerekir.

* * *

'Haklı olmak' toplumsal değer listesinde 'güçlü olmak'tan çok sonra geldiği için Türkiye bugün çeteleri, mafyayı tartışıyor.

'Güçlü olmak' üst değerler arasındadır.

Onun için de 'güçlüye itaat etmek', 'güçlüye tapmak' bir yaşama biçimidir.

'Demokrasi' bir yaşama biçimi olmamıştır, çünkü eşitlik ve adalet ilkelerine dayanır, özgür bir ortam ister.

Oysa, 'üstün olmak' eşitlikten çok daha yukarda bir değerdir, bu değer için adalet gözden çıkarılmıştır, kendi altındakilere özgürlük verilemez. Onun için de 'üstün olmak' değeri 'otokrası'nin varlığını zorunlu kılar.

Eğitimin hedeflerini belirleyen de 'geçerli değerler sistemi' dir. Onun için de eğitimin sonunda beklenen çok para kazanmak, toplumsal öneme sahip olmak, parlak bir kariyer yapmaktır.

Eğitimin hedefleri arasında 'kişiliğin gelişmesi', 'doğru davranışlar kazanmak', 'toplumsal sorumluluk sahibi olabilmek', 'düşünce gücünü geliştirmek' yer bile almamaktadır.

İnsanlara hedef olarak 'başarı' gösterilmektedir. Oysa 'başarı', herkesin isteğine, tanımına göre değişen bir hedeftir.

'Tutarlı bir yaşam' hedefinin değer sistemi olan bütün insanlık tarihinin evrensel değerleri 'yaşayan her şeye değer vermek, eşitlikçi davranış, hayatın paylaşımı, duyguların geliştirilmesi, akıl ve mantıkla bilinçlenme, bencillikten kurtulmak, kendisiyle barışık olmak' ne olduğu bile unutilan kavramlar olmaktadır.

Bütün bunları unutmak ise insanı unutmaktır.

İnsanlık Değerleri Ne Oldu?..

İnsanlar; değerleriyle yaşar, toplumlar değerleriyle var olurlar. İnsanlık tarihinin birikimi olan ‘uygarlık değerleri’ de ‘evrensel emanetler’ olarak kuşaktan kuşağa aktarılır. Bunlar ‘temel değerler’dir, özellikleri kalıcı olmalarıdır.

Elbette ‘toplumsal değerler’ de değişir. Kimisi gelişimin gerisinde kalır, kimisi içi boş bir kalıp olmuştur, kimisi de değişerek daha anlam kazanmıştır. Ancak ‘tüketim dünyası’nın koymaya çalıştığı değerler ‘yeni’ değil, çok eski ve içi boş görüntülerdir. ‘Tüketim dünyasının değerleri’ne göre:

- İnsan yoktur, müşteri vardır.
- Sevgi yoktur, şirin görünmek vardır.
- Saygı yoktur, sayar görünmek vardır.
- Dayanışma yoktur, üstün olmak vardır.
- Emeğe değer verme yoktur, paraya değer verme vardır.

Bu değer sistemini daha geniş planda irdeleyebiliriz. Ancak ‘modernleşme’ olarak bu ‘tüketim dünyası’nın değerleri sunulduğu zaman toplumlarda büyük bir değer yitimi olmaktadır. Bunun yarattığı düş kırıklığı çok büyüktür.

Türkiye’de iş dünyasının, politikanın, medyanın içine sürüklendiği kaosun arkasında ‘insanlık değerlerinin yitirilmesi’ yer almaktadır. Bu kaosun aşılması da bu değerlere yeniden sahip çıkılmasıyla, bu değerlerin yeniden tanıtılıp yaygınlaştırılmasıyla olacaktır.

Bakalım şu “10 insanlık değeri”nden hangisi içimizde yaşıyor?

- Güven, tümüyle yitirilmiş, yerini güvensizliğe bırakmış.
- Sevgi, yerini ya bağımlılığa ya nefrete bırakmış.
- Dürüstlük, yerini açıkgozlülüğe, yalana, kandırmaya bırakmış.
- Dayanışma, yerini hırslı bir rekabete bırakmış.
- Eşitlik, yerini her yolla üstün olma değerine bırakmış.
- İşe yararlılık, başkalarını kullanmayla yer değiştirmiş.
- Üreticilik, yerini tüketiciliğe bırakmış.
- Sosyal saygı, yerini gösterişçiliğe, ikiyüzlülüğe bırakmış.
- Yapıcılık, yerini göstermeciliğe bırakmış.
- Emeğe değer verme, yerini paraya ve mala değer vermeye bırakmış.

Toplumumuzda herkesin yakındığı ‘güvensizlik, sevgisizlik, yalancılık, birbirini ezme, üstün olma hırsı, insan kullanma, aşırı tüketicilik, ikiyüzlülük, göstermecilik, paraya ve mala tapmacılık’ bütünleriyle insanlık değerlerinin yitirilmesinin sonucunda oluşmuştur. Bu değer yitiminin arkasında da ‘dünyayı tek pazar’ yapmaya çalışan yeni kapitalizmin aktardığı ‘uluslararası şirketlerin çıkar değerleri’ yatmaktadır.

“Ama bütün bunlar gelişme değil mi?” diyenler olacaktır.

“Bütün dünya oraya gitmiş, biz nasıl dışında kalabiliriz?” denecektir.

“Gelişme bu yönde olunca kim karşı durabilir ki?” denecektir.

Bunların hiçbirisi doğru değildir. Bu görüşler yanlışla yandaşlık etmektedir.

* * *

Dünyanın bütün kaynakları gereksiz tüketimin sürdürülmesi için yağmalanmaktadır.

Bu kaynakların yağmalanması, kaynakların tüketim alanlarına kaydırılması uluslar arasındaki refah dağılımını bozmaktadır. Toklar daha tok olurken, açlar daha aç olmaktadır.

Tarihin en büyük çıkar savaşı kaynak tüketicilerinin dirençle karşılaşmayan saldırısıyla sürdürülmektedir.

Bütün toplumlara ‘insanlık değerleri’ni bırakmaları, ‘yeni tüketimin değerleri’ni benimsemeleri dayatılmaktadır.

Ayakkabılar, tişörtler, arabalar, parfümler, bütün bunların markaları ‘artık insandan daha değerli’dir. Bütün bu mallar, insanlara hizmet için üretilmemektedir. Bu çağ geride kalmıştır. Artık insanlar bütün bu mallara hizmet için çalışmakta, bunlar için yaşamaktadır.

Artık yaşamamanın amacı değişmiştir.

“İnsanın verimli ve mutlu yaşaması” amacı bir yana bırakılmıştır.

“Malların çok ve çeşitli yaşaması” amacı bunun yerine geçmiştir.

İnsanlar sadece daha çok tüketmek için yaşamaktadır.

Bunun için para kazanmaktadır.

Para kazanamazsa kredi almaktadır.

Sonra da bu krediyi ödemek için çalışmaktadır.

Uluslararası şirketler; insanların emeğini, hayatını ve ruhunu taksitlerle satın almaktadır.

Ve insanlar ‘çok iyi yaşadıklarını’ sanmaktadır.

‘Sanal dünya’ şimdiden gerçekleşmiştir.

Bunu gerçekleştirmek için de ‘önce değerler değiştirilir’, arkası kendiliğinden gelir.

Önce Değer Yargıları Değişir...

Sevgili Oktay Akbal'ın klasiği olan bir başlığı: Önce Ekmekler Bozuldu. Öykü adından çok durumu özetleyen bir saptamaya benzeyen bu başlık arkadan nelerin bozulduğunu çağrıştırıyordu. "Önce ekmekler bozulmuştu", artık her şey bozulabilirdi.

Toplumların değişiminde de 'önce değer yargıları değişir', sonra her şey değişmeye başlar, öyle ki bir süre sonra kendinizi bile tanıyamaz olursunuz.

Değer yargılarının çarpıcı bir değişim örneğini özel bir reklam sloganı veriyor: OKULUN EN GÖZDE ÖĞRENCİSİ OLMANIN ALTIN KURALI... Bu kural 'nedir' diye merak ediyorsunuz. Sahi, 'okulun en gözde öğrencisi olmanın altın kuralı' ne olabilir, ne olmalıdır? Çalışkanlık mı? Sporculuk mu? Sosyal aktivitelerde öncülük mü? Yakışıklılık mı, şirinlik mi, popülerlik mi, sosyal gelişkinlik mi? Hayır, bunların hiçbirisi değil. Reklam, bu sorunun yanıtını veriyor: "Bir Amerikan ayakkabısının sahibi olmak." İşin önemli yanı, sorunun yanıtında reklamın haklı olması. Nicedir öğrenciler arasındaki 'prestij değerleri', giysi markalarına bağlanmış durumda. Öyle ki, marka meraklılarının bulunduğu okula giden bir öğrenci şöyle yakınıyor: "Evet, saçma olduğunu biliyorum, ama dışlanmamak için ben de marka giymeye kendimi mecbur hissediyorum." 'Marka prestiji' sadece giysilerle sınırlı kalmıyor, fast-food yiyecek kafeleri, gezinti yerleri, birlikte zaman geçirme biçimi, bütünüyle 'yaşama, umut etme, sıkıntı duyma biçimi' bir markaya dönüşüyor.

Değer yargıları 'üretim değerleri'nden 'tüketim değerleri'ne ta-