

TÜKETİM ÇILGINLIĞINA KARŞI TASAVVUF

Tüketim ekonomilerinde kusursuz ürünlerden daha çok kısa ömürlü ürünler üretilir. İster yatırım, isterse tüketim malı olsun, bir ürünün ömrü ne kadar kısaltılırsa, satışları da o kadar artırılır. Tüketim toplumlarında her ürün bir kere kullanılıp, sonra da atılmak üzere üretilir. Tüketimi artırmak için, çok tüketenin çok mutlu olacağı söylenir.

Tüketim ekonomisinin dünyadaki öncüsü Amerika'dır. Bu yüzden, büyük alışveriş merkezleri ilk defa Amerika'da ortaya çıkmıştır. Alışveriş merkezlerinde pencere ve saat yoktur. Pencere ve saatin olmadığı marketlerde müşteriler zaman üzerindeki kontrollerini yitirirler. Çünkü alışverişin saati olmaz. Günün yirmi dört saati alışveriş yapılabilir.

Amerika'da alışveriş merkezleri sabaha kadar açıktır. Bu merkezlerden alınan ürünlerin çoğu bir kere işe yarar, sonra da çöpe atılır. Bunun için, Amerika büyük bir ürün mezarlığına benzer. Uzmanlar bir tüketim ürünü alacaksanız, Amerika'dan değil de Asya'dan almayı tavsiye ederler. Çünkü Amerika'dan aldığınızı bir kere kullanıldıktan sonra çoğu defa çöpe atmak zorunda kalırsınız.

Batı toplumlarındaki tüketim çılgınlığı, büyük ölçüde İbrahimi dinlerden kaynaklanan kutsal kültürün ekonomik, siyasal ve sosyal hayatın dışına itilmesinden kaynaklanır. Seküler kültür, dini kültürün yerini dolduramamıştır. Tüketim kültürünün baskısına karşı direnmede hem Doğu'da hem de Batı'da tasavvufun daha etkili bir zenginleşme ve derinleşme yolu yoktur.

Yalın ama derin yaşamının yolu olan tasavvufun İslam kültürü içinde oluşmuş köklü bir geleneği vardır. İnsanın iç dünyasının zenginleştirmeden onu, tüketimin çekim alanının dışına çıkarmak mümkün değildir. Tasavvuf iç dünyanın zenginliklerini dış dünyaya taşıyarak, üretimle tüketim arasındaki uyum ve düzeni sağlar. Yalın yaşama, derin düşünmenin yolunu açarak, rasyonel üretimi, irrasyonel tüketime dönüştürmez.

Dünyayı bir fırtına gibi kasıp, kavuran tüketim çılgınlığının önüne geçmek için, toplumun bütün kesimleriyle kendini öğrenme ve öğret-

meye adaması gerekir. Çünkü eğitimde sınır yoktur. Tüketimi baştacı edinen açgözlü insana karşı üretimi baştacı edinen tokgözlü insanın çıkarılması gerekir. Bunun için de varlığa sevinmeyen, yokluğa da yerinmeyen derviş gönüllere ihtiyaç vardır.

Onlar, irrasyonel tüketime karşı çıkmak ve rasyonel üretime hız ve yoğunluk kazandırabilmek için, herkese hayatının her döneminde öğrenmeyi öğretme yolunun gönüllüleridir. Artık öğretim faaliyetleri üniversite duvarlarının dışına taşmalıdır. Felsefe, sanat ve ticaretin dilini öğrenmek için, üniversite gerekli, ancak yeterli değildir.

Ülkeler yalnızca kaynak tükenmesiyle değil, misyon tükenmesiyle de iflasın eşiğine gelirler. Bugün Türkiye'deki ekonomik çöküntü kaynak yokluğundan daha çok misyon yokluğundan kaynaklanıyor.

Misyonsuz ülke, pilotsuz uçak gibi, ne zaman, nerede, nasıl yere çakılacağını kimse bilemez.

Misyonunu yitiren ülke vizyonunu da yitirir.

*İnsanın iç dünyasının zenginleştirmeden onu,
tüketimin çekim alanının dışına çıkarmak
mümkün değildir.*