

# GÖRÜŞLER

## SOSYAL DEĞERLER DEĞİŞİMİNİN ÇOCUKLAR VE GENÇLER ÜZERİN- DEKİ YANSIMALARI KONUSUNDA GÖZLEMLER VE DÜŞÜNCELER...

1. Toplumların değerleri bir çok değişkene bağlı olarak sürekli değişir. Ekonomideki değişmeler, kentleşme olgusu aile içi beklentilerin değişimi, bilimsel-teknolojik gelişmeler, haberleşme ve ulaşım sistemlerinin değişmesi, bilgi iletişiminin hızlanması, kültürel değişim gibi pek çok faktör "sosyal değerler sistemi"nde değişmelere yol açar. Bu değişimleri önceden verilmiş kararlarla "doğru" ya da "yanlış" diye nitelemek olayı anlamak bakımından olumsuz bir yaklaşımdır. Değişimin ne yönde olduğuna, neleri hedeflendiğine, bireysel ve sosyal hayatı nasıl etkilediğine bakarak değişimi anlamaya çalışmak doğru olacaktır.

2. Son on yıllarda (1970-1980, 1980-1990, 1990-2000) dünyada görülen eğilim, ekonomik değişim temelli olmaktadır. Bu eğilim, "bütün dünyayı tek bir pazar" olarak gören, bu hedefi gerçekleştirmeye çalışan "globalleşme-küreselleşme" eğilimidir. Bu eğilim, dünya çapında bir "tüketim anlayışı" nı benimsemekte ve yaygınlaştırmaktadır. "Daha çok tüketme, daha çeşitli tüketme, her yaşta tüketme" anlayışına dayanan bu hedef, tüketimi arttırarak üretimi arttırma ve refahı paylaşma yöntemine dayanmaktadır. Endüstri ve üretimin pazar hedefleri doğrultusunda yeniden organize edilmesinin de desteğiyle "sosyal değerler" bu hedef yönünde değiştirilmektedir.

Daha önceki on yılların (1930-1940, 1940-1950 gibi) "üretim ve biriktirme (tasarruf)" anlayışına dayalı "sosyal değerler" in önemini yitirdiği, onun yerine "tüketim toplumu" değerlerinin geldiğini görmek gerekiyor. "Üretim ve biriktirme" anlayışına dayalı sosyal değerler, kişisel ve toplumsal üretkenliği "yüksek sosyal değerler" olarak aktarmaktaydı.

"İşleyen demir pas tutmaz".

"Sakla samanı, gelir zamanı"

"Yamalı giymek ayıp değildir, kirli giymek ayıptır"

"Haydan gelen huya gider"

Bu atasözleri ve özdeyişler, "üretim ve biriktirme" anlayışına dayalı bir hayat biçiminin ölçütleriydi. Birbirinden çok farklı olmak eleştirilecek, kınanacak bir durum olarak görülürdü. İnsanlar pazara file ile değil, torba ile giderlerdi. Çünkü, fileden ne alındığı belli olurdu, belki başka insanlar bunları alamaz ve imrenirlerdi. Aşırılık, göze çarpmak, başkalarından üstün olmaya çalışmak ayıplanırdı. İnsanların birey olarak, aile olarak, topluluk olarak değerleri de "üretmek ve biriktirmek" üzerine kuruluydu.

3. Tüketim toplumunun "sosyal değerler" i ise "bireysel üstünlük, hırslı rekabet, buna dayalı daha çok kazanmak, daha çok harcamak" üzerine kurulmuştur. Artık, daha çok ve çeşitli tüketim araçlarını kullanmak, bunları da başkalarına göstermek, üstün olduğunu hissetmek, bu üstünlüğün devamını sağlamak için çalışmak bu anlayışın temel felsefesini oluşturmaktadır.

Bu felsefe içinde "bir ev", hayatın yorumu olarak sunulmaktadır.

Bir otomobil, sahibinin kişiliğinin simgesi olarak tanımlanmaktadır.

Tüketim araçları artık "sosyal değerler" olarak yorumlanmaktadır.

Böylece de, tüketim malları yaşamının amacı olmakta, onlar için çalışmak, kazanmak (ve ödemek) hayatın anlamını oluşturmaktadır.

Bu değerleri yerleştirmek için de "sahip olmak ve tüketmek" sosyal davranış olarak benimsetilmektedir. Daha önceki dönemlerin "üret, biriktir ve paylaş" diyen öğretisi, yerini "sahip ol, tüket, üstün ol" diyen yeni bir öğretiye bırakmaktadır.

Ekonomi bu yeni anlayışa göre düzenlenmekte, ödeme gücü olmayanlara kredi kartları ile ödeme olanakları sunulmakta, bunların nasıl ödeneceği konusu ise tüketicinin kendisine bağlı kalmaktadır.

4. Beş alanda belirlenen beş sosyal değer ölçütüne göre değişimi incelersek:

4.1 Kişilik değerleri:

4.1.1 Çalışmayı, üretmeyi, yaratmayı geliştirme

Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi : 5(2) 1998

4.1.2 Sorumluluk alabilme, taşıyabilme, kendi kararlarını verme

4.1.3 Dayanışma, paylaşma, sinerji yaratma

4.1.4 Hakettiğini kazanma, kazandığını hak etme

4.1.5 Özgüven kazanma, kendi değerini, sevgiyi, saygıyı bilme

4.2 İşlem değerleri:

4.2.1 Yararlı olma, işe yarama

4.2.2 Grup çalışması yapabilme

4.2.3 Neyi neden yaptığını anlama

4.2.4 Hedef koyabilme, geliştirebilme

4.2.5 Program yapabilme, uygulayabilme

4.3 Ait olma değerleri:

4.3.1 Aileye ait olma (etnik köken, yöre, din)

4.3.2 Kuruma ait olma (okul, işyeri)

4.3.3 Ulusa ait olma

4.3.4 İnsanlık ve uygarlığa ait olma

4.3.5 Geleceğe ait olma

4.4 Saygınlık (prestij) değerleri:

4.4.1 Güvenilir olma

4.4.2 Kararlı olma

4.4.3 Dürüst olma

4.4.4 Başkasına zararlı olmama

4.4.5 Kendi hakkını koruma, başkasının hakkını koruma

4.5 Statü değerleri:

4.5.1 Etiketlere değil, işlevlere değer verme

4.5.2 Kendi kazandığına önem verme

4.5.3 Üstünlük ya da aşağılık duymadan kendi değerini bilme

4.5.4 Başkalarının verdiği değeri ölçebilme

4.5.5 Kendi değerini doğru ölçebilme

Sosyal değer değişimini beş alanda seçilmiş beş ölçüt ile irdelemeliyiz.

5. Sosyal değişimi doğru algılayabilmek:

Tarım toplumlarının öğretisi "üret ve biriktir" olmuştur. Endüstri toplumu ise "üret ve kullan" dönemine geçti. Bu değişimi ekonomik ve sosyal güvenliğin değişimi sağlamıştır. İnsanlar artık

kullanmayı da öğrenmelidir. Bilimsel ve teknik gelişmeler de teknolojiyi hayatın her alanına sokarak yaşamayı kolaylaştırmış, insanlara daha çok zaman bırakmayı da sağlamıştır.

Ancak, son on yılların "tüketim toplumu anlayışı" ölçüleri elden geçirilerek insanları uluslararası şirketlerin karlarının arttırılması doğrultusunda zorlamaya başlamıştır.

Bu durumda şöyle bir değişim yaşanmaya başlamıştır:

Tarım toplumlarının öğretisi: Üret ve biriktir. Kazandığından daha azını harca.

Endüstri toplumlarının öğretisi: Üret ve kullan. Kazandığın kadar harca. Harcadığın kadar kazan.

Küreselleşme öğretisi: Tüket, sahip ol, üstün ol. Önce harca, sonra harcamana kazancını yetiştirmeye çalış. Yetişmezse borç al, sonra ödersin.

Öğretiler arasında bu denli nitelik farkları olmuştur. Bu farklar da insanlarda "sosyal değer" değişimine yol açmıştır. Daha önceleri, kullanılan mallar, sahip olunan araçlar, tüketimin getirdiği ürünler hayatı kolaylaştırmaya, güzelleştirmeye yarıyordu. Oysa artık kullanılan mallar, sahip olunan araçlar hayatın amacını oluşturmaktadır. İnsanlar araçlar ve mallar için çalışır duruma gelmişlerdir. Daha önceleri insanlar "gereksinmeleri için" alışveriş yapardı. Şimdi ise "alışveriş yapmak" bir gereksinmedir. Çünkü, insanın değeri, insanın konumu, insanın sosyal yeri bu araçlar ve mallarla belirlenmektedir.

6. Çocukların ve gençlerin değer kazanımı:

Çocukların "kendilik değeri" oluşumu küçük yaşlarında başlar. Bu yaşlarda "kendinin farkında olmaya başlayan" çocuk, çevresinin kendine verdiği değerle kendi değerini oluşturur. Çocuğun üretme ve yaratma becerileri kendilik değeri'nin en önemli alanıdır. Çocuğun çizdiği bir çizgi, tırmandığı yerde bulduğu bir kutu onun becerilerinin göstergesini oluşturur. Çocuk bunların farkedilmesini, değerlendirilmesini bekler. Çocuğun çabalarının amacı, içinde bulunduğu bağımlı durumdan kurtulmak, bağımsız olmak, becerilerini arttırarak erişkinlerin arasına katılmaktır.

Onun için de, çocuğun yapabileceği her şeyi ona yaptırarak kendilik değerini geliştirmek doğru bir çevre davranışıdır.

Ama "tüketim toplumu öğretisi" bu davranış yerine çocuğa "tüketerek ve sahip olarak" değer kazanmayı öğretmektedir. Tatlı yiyecekler yada fast-food yiyecekler (hamburger vb.) ile hazırlanmış içecekler (kola vb.) tüketimi çocuk için kendi başına değer olarak sunulmaktadır. Oyuncak sahibi olmak, bu oyuncakların prestijini paylaşmak da "sahip olma değeri" olarak çocuğa aktarılmaktadır. Böylece çocuklar da küçük yaşlardan başlayarak tüketim toplumunun "sosyal değer" sistemine ortak edilmektedir. Çocukların egoları bu öğretiyle beslenmekte, aşırı koruyucu bir aile kültürünün etkilerinin de eklenmesiyle "aşırı bencil, doyumsuz, sorumluluğu öğrenemeyen, ne yapılırsa hoşnut olmayan" çocuklar yetiştirilmektedir.

Bu biçimde yetiştirilen çocuğun gençlik döneminde kazanması beklenen "kimlik değerleri" de gene tüketim toplumunun öğretisi tarafından yönlendirilmektedir.

"Tüket-sahip ol- üstünlüğünü kanıtla" öğretisi altındaki genç, kimlik değerlerini "markalı mallar giymekte", "haketmeden kazanma ve kullanma", "kişiliğini üstün olmakta arama" yoluyla edinmektedir. Bu değerler içindeki genç, kendisini herhangi bir şeyden sorumlu tutmamakta, kendi dışındaki herkesi (anne-baba, öğretmen, arkadaş, toplum, devlet vb.) kendine karşı sorumlu tutmaktadır. Kendisi kimse için bir şey yapmak zorunda değildir, hatta kendisi için bile bir şey yapması gerekmemektedir. Çevresindeki herkes onun için her şeyi yapmak zorundadır. Bencil ve sorumsuz davranışları nedeniyle başarısız olan genç bunun sorumluluğunu da kendisinden başka herkese yüklemektedir. Düşünce ve duygularını oluşturamayan, paylaşamayan genç bir yandan yalnızlığın sıkıntılarını yaşamakta, öte yandan olan biteni anlayamamaktadır. Bunun sonucunda da boşvermişlik, aldırmaçlık, umursamazlık gibi sorumsuz tavırlar gelişmektedir.

Geçmişin "yokluk içinde kendini arayan" insanı, günümüzde "bolluk içinde kendini bulamayan" insanına dönüşmektedir. Üstelik de bu bolluk, insanı doyurmak şöyle dursun daha aç, daha açgözlü, daha doyumsuz yapmaktadır.

7. Doğru sosyal değerler sistemini kurmak zorundayız.

Endüstri gelişecek, toplumlar bunu da aşarak "bilgi toplumu" olma aşamasına geleceklerdir. Bilimsel-teknolojik gelişmeler hızlanacaktır. Elektronik dünyası, genetik ufuklar, iletişim hızı, ulaşım gücü sürekli artacaktır.

Ama, unutulmaması gereken gerçek, insanları da toplumları da "değerler sistemi'nin yönettiği"dir. Eğer 'insan olma değerleri'ne sahip olamazsak, bu değerleri geliştirerek yaşamayı öğrenemezsek, kendimizi başka değerler sistemine teslim ederiz. Tüketim toplumunun "tüket-sahip ol, üstünlüğünü kanıtla" öğretisinin değerleri insanın değil, insanın ürettiği ürünlerin, araçların, malların, paranın değerleridir. Bugün bu tehlikeye büyük ölçüde sürüklenmiş durumdayız. Kendimizi toparlamak, insanlık tarihinin acı tatlı deneyimleriyle kazanılmış, büyük düşünürlerin katkılarıyla zenginleştirilmiş "insanlık değerleri"ni yeniden önümüze koymak, bunlara sahip olmak, hayatımızın yönetimini bu değerlerle yapmak zorundayız.

Bu insanlık öğretisi de;

"İnsan için üret, insanla paylaş, yaşamak için kullan, hakettiğini kazan, kazandığını haket" diyen öğretilerdir.

Yetkin kişilikli bireyi, örgütlenmiş uygar toplumu yaratacak olan da bu öğretilerdir. Bu öğretinin hayata geçirilmesi için başta eğitim kurumları olmak üzere toplumun bütün kurumlarının görevleri ve sorumlulukları vardır. Bencil çıkarıcılığı, hakedilmemiş kazançları, üstün olduğunu kanıtlamaya dayalı hırslı rekabeti değil, "insan olmayı, insanca yaşamayı, insanca paylaşmayı" öğrenmeli ve öğretmeliyiz.

İnsanlığın başka bir kurtuluş yolu da görünmemektedir.

*Dr. Erdal ATABEK*