

**TC
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM
DALI
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER YÜKSEK
LİSANS PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**YENİ KAPİTALİZM VE İNSAN: TÜKETİM
TOPLUMUNDA YAŞAM PRATİKLERİ**

**NERMİN KILIÇ
12716020**

**TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. ESTER RUBEN**

**İSTANBUL
2014**

TC
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER ANABİLİM DALI
SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

YENİ KAPİTALİZM VE İNSAN: TÜKETİM
TOPLUMUNDA YAŞAM PRATİKLERİ

NERMİN KILIÇ

12716020

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: ...27.06.2014

Tezin Savunulduğu Tarih: ...23.07.2014

Tez Oy birliği/oy çokluğu ile başarılı bulunmuştur.

Unvan Ad Soyad

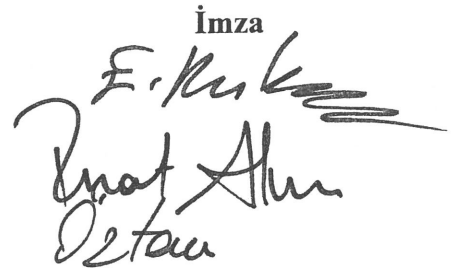
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ester Ruben

Jüri Üyeleri: Doç. Dr. Fuat Aksu

Yrd. Doç. Dr. Esra Öztaman

İSTANBUL

07/2014

İmza


ÖZ

YENİ KAPİTALİZM VE İNSAN: TÜKETİM TOPLUMUNDA YAŞAM PRATİKLERİ

Nermin Kılıç

Haziran, 2014

1970’lerden itibaren kapitalist üretim tarzındaki değişimlerin yalnızca ekonomik değil, toplumsal ve kültürel alanlar üzerindeki etkileri sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinde de üzerine yoğunlaşılın konulardan olmuştur. Esnek üretim tarzının yanında teknolojinin gelişiminin de etkisiyle ürünlerin nasıl üretileceğinden ziyade, nasıl pazarlanacağı kapitalist sistem için asıl sorun haline gelmiştir. Buna bağlı olarak kapitalist sistemin odak noktası üretimden satışa yani tüketime kaymıştır. Çeşitli adlandırmalarla karşımıza çıkan; çalışmada kapitalizmin yeni bir evresi olarak ele aldığımız ve yeni kapitalizm, esnek kapitalizm, yeni ekonomi, post-modern ekonomi olarak ifade edilen dönemde belirgin olan husus, esneklik ve tüketimin önemli bir rol almış olmasıdır. Üretimin her şeyden daha çok pazarlama imkânlarına göre gerçekleştirildiği ve çeşitli araçlar vasıtasıyla tüketimin teşvik edildiği bu toplum yapısı tüketim toplumu olarak adlandırılmaktadır.

Çalışmada yeni kapitalizm ve tüketim toplumu tartışmalarına yer veren literatürden hareketle, kapitalist üretim tarzının dönüşümlerinin etkisinden yola çıkarak ve esnek üretim tarzının yeni normlarının sonuçlarıyla birlikte toplumun bir tüketim toplumuna dönüşümü ve tüketim toplumunda yaşayan insanların yaşam pratikleri araştırılmıştır. Bu anlamda kapitalizm ve insan ilişkisi ekseninde çalışmada, esnek üretim tarzının ön plana çıkardığı tüketim odaklı düzenlemelerin insanı hem üretim hem de tüketim alanında nasıl etkilediği konusu üzerine yoğunlaşmıştır. Çalışmada tüketim kültürünün hâkim olduğu bir toplumda yaşayan insanın hayatının her anında tüketim yönlendirmesi ile karşılaştığı tespit edilmiştir. Tüketim araçlarının aynı zamanda bireylerin denetlenmesinin bir aracı olduğu iddia edilmiştir. Kapitalist sistemin kendini yeniden gerçekleştirmesi adına bir zorunluluk olan tüketimin devamlılığının sağlanması için, sistemin tüketiciler olarak ele aldığı insanlar için de tüketimin en önemli amaç haline getirilmekte olduğu görülmektedir. Kapitalist sistemin tüketimi arttırmak kaygısı ile kullanıma soktuğu çeşitli araçların insanların yaşamını derinden etkileyen sonuçlara sebebiyet verdiği ve bunun yanında tüketim toplumunun giderek bir borçlular toplumuna dönüştüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Kapitalizm, Esneklik, Tüketim, Tüketim Toplumu, Borçlular Toplumu

ABSTRACT

NEW-CAPITALISM AND HUMAN: EVERDAY LIFE PRATICS IN CONSUMPTION SOCIETY

Nermin Kılıç

June, 2014

The after effects of the changing way of the capitalist production mode in 1970s, in economics as well as in social and cultural spheres, created an academic interest mostly in different branches of social sciences. The question of how to sell a product and how to market it became the most prominent issue due to the flexible production that boosted by the novel technological developments. This shifted the focus of the capitalism from production to consumption. In what way someone names it, whether new-capitalism, flexible capitalism, new-economy or post-modern economy, it is a new phase on the history of the capitalism and flexibility and consumption are the most distinctive characteristics of it. The contemporary society, in which the production is being made more than anything by the opportunities of the marketing and fostered by immensely varied mechanisms, is called the consumption society.

Moving onward from the literature over capitalism in the working and debates over consumption society, starting from the impact of the shifting of the capitalist mode of production, the transformation into the consumption society and everyday life practices of the people who lives in the consumption society has been investigated. Deriving from that, the consumption-based designs which are featured by the flexible mode of production has been given the importance in this study. It is stated that a human, who experiences the consumption culture in his/her daily life repeatedly, confronts manipulations to consume. Also it is claimed that the consumption tools are the controlling devices of individuals at the same time. For the sake of the necessity for the continuity of the consumption, so for the reproduction of the capitalism, the consumption becomes exclusively the most important end in everyday life. It is emphasized that the miscellaneous devices which are introduced for increasing the consumption by the capitalist system have caused results which affected the individuals life deeply and adding to that, have shifted the consumption society into the society of the indebted.

Key Words: New-capitalism, Flexibility, Consumption, Consumption Society, Society of the Indebted

ÖNSÖZ

Yaşadığımız dünyayı anlama çabası içerisinde, harekete geçmemizi sağlayan en önemli kaynak sanırım kendi deneyimlerimizdir. Bunun yanında içine doğduğumuz dünyanın karmaşık yapısı itibariyle, olup biteni anlamlandırabilmek için her zamankinden daha çok faktör üzerinde düşünmemiz gerekir. Sorgulayıcı bakış açısının gerekliliği düşüncesinden hareketle ve içinde yaşadığımız ve deneyimlerimizi şekillendiren toplumsal sistem bağlamında, günlük yaşamımızın gerçekliklerini anlama çabasının bir sonucu olarak ortaya çıkan bu çalışmaya birçok kişinin yardımı dokundu.

Öncelikle, tezin taslaklarını incelediği görüşmelerimizde güler yüzüyle beni karşılayan, bütün çalışma süreci boyunca olumlu ve motive edici yorumlarıyla katkıda bulunan tez danışmanım Prof. Dr. Ester Ruben'e saygılarımı sunarım.

Tüm eğitim hayatım boyunca beni destekleyen, yüreklendiren, hep uzakta ama hep yanımda olan aileme sonsuz minnet ve teşekkürlerimi sunuyorum. İyi kötü tüm zamanlarımda yanımda olan, tez süreci boyunca kahrımı çeken Fatih Mehmet Akoğlan'a teşekkür ederim.

Çalışma süreci boyunca hem kaynak ihtiyacımı karşılayan hem de rahat çalışma ortamını sağlayan İSAM Kütüphanesi ve bütün çalışanlarına teşekkürlerimi sunarım. Burayı olduğundan daha güzel kılan tüm arkadaşlarıma, özellikle çalışma süreci boyunca beni motive eden dostlarım Merve, Ayşe ve Canan'a teşekkür ederim.

Eğitim hayatım boyunca bana özveriyle yaklaşan ve üzerimde emeği olan bütün hocalarıma, özellikle lisans ve yüksek lisans hocalarıma saygılarımı sunuyorum. Bu çalışmanın tasarım aşamasından itibaren yapıcı eleştirileri ile bana destek olan Olkan Senemoğlu'na ve tercümelelerdeki yardımlarından ötürü Sarp Solakoğlu'na teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	x
1. GİRİŞ	1
2. YENİ KAPİTALİZM.....	5
2. 1. Tarihsel Bir Bakış.....	5
2. 1. 1. Feodalizmden Kapitalizme	5
2. 1. 2. Kapitalist Üretimin Ortaya Çıkışı: Fabrika.....	6
2. 2. Kapitalist Üretim Tarzı.....	8
2. 2. 1. Üretim Tarzı.....	8
2. 2. 2. Kapitalist Üretim Tarzı	8
2. 3. Fordist Üretim Tarzı	10
2. 3. 1. İşin Bilimsel Örgütlenmesi: Taylorizm	10
2. 3. 2. Üretim Bandı ve Üretici Tercihi Egemenliği: Fordizm	10
2. 4. Fordizmden Esnek Üretim Tarzına Geçiş	13
2. 4. 1. Fordizmin Krizi.....	13
2. 4. 2. Esnek Üretim Tarzı (Post-Fordizm)	14
2. 5. Yeni Kapitalizm ve Özellikleri.....	17
2. 5. 1. Yeni Kapitalizm	17
2. 5. 2. Yeni Kapitalizmin Özellikleri.....	18
3. YENİ KAPİTALİZM VE İNSAN	21
3. 1. Kapitalizm ve İnsan.....	21
3. 1. 1. Max Weber’de İnsan Faktörü: Kapitalizm, Püritan Etik ve Demir Kafes	22
3. 1. 2. Karl Marx’da İnsan Faktörü: Kapitalizm, Emek ve Yabancılaşma.....	24
3. 1. 3. Adam Smith’de İnsan Faktörü	25
3. 2. İktisadın İnsan Anlayışı	26

3. 2. 1. Kapitalizmin İnsan Anlayışı	27
3. 3. Yeni Kapitalizm ve Kültürü	30
3. 3. 1. Sermaye ve Emek İlişkisi	30
3. 3. 2. Yeni Kapitalizmin Kültürü	30
3. 4. İş, Çalışma ve İnsan.....	32
3. 4. 1. Yeni Kapitalizmde Çalışmanın Anlamı.....	32
3. 4. 2. Yeni Kapitalizmin Temsilleri: Esnek Şirket, Esnek İnsan	33
3. 4. 2. 1. Esnek Şirket	33
3. 4. 2. 2. Esnek İnsan	35
3. 5. Yeni Kapitalizmin Etkileri	37
3. 5. 1. Toplum-Birey, Kültür-Kişilik Arasındaki İlişki	37
3. 5. 2. Yeni Kapitalizmde İnsan	38
3. 5. 2. 1. Yeni Kapitalizmin Karakter Üzerindeki Etkisi	39
3. 5. 2. 2. Yeni Kapitalizmin Meslek ve Çalışma Hayatı Üzerine Etkisi.....	42
4. YENİ KAPİTALİZM VE TÜKETİM TOPLUMU	45
4. 1. Kavramsal Çerçeve.....	46
4. 1. 1. Tüketim.....	46
4. 1. 2. Tüketim Kültürü	47
4. 1. 3. Tüketim Toplumu	48
4. 2. Tüketim Toplununun Tarihsel Gelişimi	49
4. 2. 1. Tüketim Kültürünün Doğuşu	49
4. 2. 1. 1. Tüketicinin Doğuşu	49
4. 2. 1. 2. Tüketim Kültürünün Gelişimi	50
4. 2. 2. Tüketim Toplununun Gelişimi	51
4. 2. 2. 1. Tüketim Topluma Giden Yolda Yeni Etik Anlayışı	52
4. 3. Kuramsal Yaklaşımlar	53
4. 3. 1. Tüketim Kuramlarına Genel Bakış	53
4. 3. 2. Modern Dönemde Tüketime Yönelik Değerlendirmeler.....	53
4. 3. 3. Post-modern Dönemde Tüketime Yönelik Değerlendirmeler	55
4. 4. Postmodernizm ve Tüketim Toplumu	56
5. TÜKETİM TOPLUMUNUN BETİMLENMESİ	60
5. 1. Vurgular.....	60
5. 1. 1. İhtiyaçlar ve İstekler	60

5. 1. 1. 1. İhtiyaçların Yaratılması.....	62
5. 1. 2. Tüketici Yaşam Tarzı.....	63
5.1.3. Statü	65
5.1. 4. Kimlik.....	67
5. 1. 5. Özgürlük	69
5. 1. 6. Mutluluk.....	70
5. 2. Araçlar	72
5. 2. 1. Tüketimcilik İdeolojisi.....	72
5.2. 2. Devlet: Toplumsal Hizmet Olarak Tüketim	73
5.2. 3. İşletme: Tüketici Odaklı Üretim	75
5. 2. 3. 1. Müşteri Memnuniyeti.....	77
5. 2. 4. Reklam: Tüketime İkna	78
5. 2. 4. 1. Medya, Gösterge ve Semboller	80
5. 2. 5. Kredi ve Kredi Kartı	81
5. 2. 6. Boş Zaman Olgusu ve Tüketim	83
5. 2. 6. 1. Yeni Kapitalizm, Tüketim ve Boş Zaman.....	84
5. 2. 6. 2. Boş Zaman Özgür Zaman Mı?	85
5. 2. 7. Tüketim Mekânları: Büyülü Tüketim	86
6. TÜKETİM TOPLUMUNDA YAŞAM PRATİKLERİ	89
6. 1. Tüketim Toplumunda İnsan	90
6. 1. 1. Gündelik Yaşam	91
6. 1. 1. 1. Gündelik Yaşamda Parçalanma	93
6. 2. Tüketim Toplumunda Aranan Eleman: Üretici.....	93
6. 2. 1. Hızlı Yaşam, Hızlı Değişim.....	95
6. 2. 2. Esnek Çalışma.....	97
6. 3. Tüketim Toplumunda İdeal İnsan: Tüketici	98
6. 3. 1. Sahip Olma.....	101
6. 3. 2. Tüketim ve Yabancılaşma	102
6. 3. 3. Tüketim ve Bireyin Denetlenmesi	104
6. 3. 4. Tüketim Çılgınlığı	106
6. 3. 5. Alışveriş Bağımlılığı.....	107
6. 3. 6. Borçlular Toplumu.....	108
7. SONUÇ.....	111

KAYNAKÇA	115
ÖZGEÇMİŞ.....	122

KISALTMALAR

age	: Adı Geçen Eser
bs	: Basım
bkz	: Bakınız
c	: Cilt
çev	: Çeviren
der	: Derleyen
diğ	: Diğerleri
ed	: Editör
haz	: Hazırlayan
s	: Sayı

1. GİRİŞ

İnsan öznesi bütün toplumsal sistemler için belirleyici bir öneme sahiptir. Bunun sebebi sistemlerin insanı ele alış biçimlerinin, sistemin hâkim olduğu toplumların düzenlenmesinde etkili olmasıdır. Kapitalizm de sosyo-ekonomik bir sistem olarak, günlük yaşamımızın şekillenmesinde ve düzenlenmesinde etkili olmaktadır. Kapitalizmin insan anlayış(lar)ı ve uygulama şekilleri karşılıklı olarak birbirlerini etkilemektedir. Kavramsal yapılarımız kapitalizmin tanımladığı şekillerden etkilenmekte ve bu da kapitalist toplumda yaşayan insanların yaşamlarında izler bırakmaktadır. Bu anlamda kapitalizm, toplumu sosyo-psikolojik olarak da etkilemektedir.

Kapitalist sistemin insanı ele alış biçimi ve insan tanımlaması sistemin işleyişini sürdürmesi için varoluşsal bir konudur. Günümüzde kapitalizm yeni bir evreye girmiştir. Kapitalizmin bu yeni evresi “yeni kapitalizm” olarak adlandırılmaktadır. Yeni kapitalizmde vurgu esneklik üzerinedir. Kapitalist üretim tarzlarının değişimleri ekseninde her bir aşama, farklı üretim- tüketim tarzları ve farklı toplumsal yapılar üretmektedir. Bu bağlamda, hem üretici hem de tüketici olarak birey temelinde oluşan farklılıklar da önem kazanmaktadır.

Literatürde yeni kapitalizmi konu alan çalışmalarda iktisadi faktörleri merkeze alan yaklaşımlardan ziyade, insanı ve kapitalist toplumsal sistem içindeki deneyimlerini temel alan bir yaklaşımla kapitalizmin mevcut durumu incelenmiştir.20. yüzyılın ortalarından itibaren tüketim kavramı da ekonomik anlamından ziyade daha çok sosyal bir olgu olarak literatürdeki yerini almıştır. Üretim ve tüketim biçimlerinin değişmesi kişinin günlük yaşamını etkileyen alanlarda -kültür, meslek, çalışma hayatı, tüketim alışkanlıkları gibi- da bir takım değişikliklere yol açmıştır.

Günümüzdeki haliyle kapitalist üretimin devamlılığını sağlayan en önemli unsur tüketimdir. Tüketim insanlık halinin vazgeçilmez bir ögesi olarak her zaman için var olmuştur. Ancak kapitalizmin tüketim aracılığıyla kendini yeniden üreten yapısı nedeniyle, günümüzde tüketim ve tüketimcilik yeni kapitalizmin ideolojileri olarak yüceltilmekte ve ayrıca daha fazla tüketim daha çok üretim, daha çok üretimde daha

fazla refah demektir düşüncelerini de kapsayarak kendini dayatır hale gelmektedir. Böylece bireyler tüketici rolleriyle toplumla eklemlenmekte, yaşamlarını tüketim çerçevesinde düzenlemektedirler. Bu da “tüketim toplumu” nitelemesinin sebebini oluşturmaktadır. Tüketim toplumu kapitalist toplumlarda söz konusu olduğundan dolayı kapitalist sistem ekseninde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Yeni kapitalizmin normlarının hâkimiyetinde şekillenen ve çeşitli araçların kullanımıyla genelleşen tüketim toplumu ortamında yaşam pratiklerimiz de tüketimcilikten etkilenmektedir. Kapitalizm ve insan konusu sistemin işleyişi süre giderken, insanın bunu ne şekilde deneyimlediği sorusu üzerine düşünmeyi gerektirir. Bu düşünceden hareketle ve günümüz kapitalist toplumunu anlama çabası içerisinde tüketim toplumunun izi sürülürken, toplumsal değişimin hızlı temposunda insanın yaşam pratiklerinin nasıl olduğu sorusu bu çalışma konusunun seçilmesinin nedenini oluşturmaktadır.

Çalışmanın amacı, literatürdeki yeni kapitalizm ve tüketim toplumu tartışmalarından hareketle tüketim toplumunda insanın karşılaştığı sorunları ve nedenlerini de içerecek şekilde günlük yaşam pratiklerini anlama çabasıdır. Kapitalizmin tasarımılanmış şekli ile yaşantılarımıza etkisi bağlamında yaşayan kapitalizm olarak adlandırabileceğimiz şekli arasındaki ilişki önemlidir. Bu anlamda günlük yaşam pratiklerimiz içerisinde tüketimcilik düşüncesinin varlığının, alınan kararlara etkisinin ve bunun yanında araçlarının ve etkilerinin araştırılması çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Çalışma boyunca üretim ve tüketim alanları birbiri ile ilişkili bir biçimde ele alınacaktır. Çalışmada odak noktamız yaşam pratikleri olduğu için kapitalist sistem içinde üretimden başlayarak, çalışma hayatını da içerecek şekilde tüketime kadar tüm aşamalar bütünsel bir şekilde değerlendirilecektir. Burada yeni ekonominin teorisi ile yaşam pratiği arasındaki ilişkiyi kavramak hedeflenmektedir. Bunu gerçekleştirmek adına tez beş ana bölüme ayrılmıştır.

Birinci bölümde kapitalizmin günümüzdeki evresi olarak ifade edilen yeni kapitalizm, kapitalist üretim tarzlarının değişimleri bağlamında ele alınacaktır. Gündelik yaşam pratiklerinde tüketimin üretim karşısında ayrıcalıklı hale geldiği kültür esnek üretim tarzı ile yakından ilişkilidir. Dolayısıyla tüketim konusu ele alınırken, kapitalist sistemdeki gelişmelerden biri olan fordizmden esnek üretim

tarzına geçişi incelemeden ve iki üretim tarzı arasında karşılaştırma yapılmadan geçilemez. Burada ayrıca yeni kapitalizmin ayırt edici özelliğini oluşturan “esneklik” kavramı üzerinde durulacaktır.

Yeni kapitalizmin özelliklerinden hareketle, kurumsal düzenlemeler bağlamında ortaya çıkan yeni normların insanı nasıl etkilediği ikinci bölümün konusunu oluşturacaktır. Burada kapitalizmin insan anlayışı açıklanmaya çalışılacaktır. Bunun yanında, esnek üretim sisteminin çalışma ortamı içinde bireylerin deneyimleri ve yeni kapitalizmin normlarından etkilenme biçimleri konu edilecektir.

Satışları garanti altına almak ürünü ya da niteliklerini sürekli olarak değiştirmekle mümkün olmaktadır. Esnek üretim tarzı ile sürekli ürün değişimi gerçekleştirilebilmektedir. Bu da tüketim toplumu ve yeni kapitalizm arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Buradan hareketle üçüncü bölümde tüketim, tüketim kültürü ve tüketim toplumu tanımlamalarından hareketle tüketim toplumu, bu tür bir toplumun ortaya çıktığı yeni kapitalizm ekseninde tartışılacaktır.

Tüketim toplumu, kapitalist sistemin karşılaştığı krizleri aşmak için kullandığı ve çeşitli toplumsal formasyonlarda gerçekleştirilen bir politikası olarak ele alınacaktır. Bunun yanında konumuz ile ilgili olduğu kadarıyla kuramsal tartışmalara yer verilecektir. Yeni kapitalizmin ulaşmayı hedeflediği kitle tüketimi bunun gerçekleşmesini sağlayacak olan tüketim kültürünün yaratılmasını gerektirmiştir. Bu noktada tarihsel olarak tüketimciliğin gelişimi de ele alınacak konular arasındadır.

Tüketim toplumunu anlama çabası içerisinde dördüncü bölümde bir tüketim toplumu betimlemesi yapılmaya çalışılacaktır. Burada tüketim toplumu nitelemesinin nedenleri, vurgulanan özellikleri ve tüketimciliğin yerleşmesini sağlayan araçlar konu edilecektir. Bu bölümde insanın hem üretici hem de tüketici olarak yaşam pratiklerinin belirleyicileri üzerinde durularak beşinci bölümün hazırlayıcısı olması hedeflenmiştir.

Çalışmanın son bölümünde, gündelik yaşam pratiklerimizi etkilediğini iddia edeceğimiz tüketimciliğin etkisi altındaki insan ele alınacaktır. Kapitalizmin hem üretici hem de tüketici olarak idealleştirip farklı nitelikler beklediği tüketim toplumunda yaşamını sürdüren bir insanın, üretim ve tüketim süreci içerisindeki pratikleri ve tüketici kültürü egemenliği içindeki yaşamın söz konusu ettiği sonuçlar tartışılacaktır. Burada tüketim toplumunun insanlar üzerindeki etkisi, hem üretim

sürecinde yer alan insanlar ve bu süreç içindeki yaşantılar hem de tüketici olarak insanların gündelik yaşamlarındaki deneyimleri bağlamında iki yönden ele alınacaktır.

2. YENİ KAPİTALİZM

Bu bölümde genel olarak, kapitalist üretim tarzının hâkim hale gelişi özetlenecektir. Buradaki amaç, günümüzün dünyasını geçmişle bağlantılı bir bütünsellik içinde anlamlandırma çabasıdır. Yeni kapitalizmi anlamak için kapitalist üretim tarzının tarihsel gelişimine bakmak gerekmektedir. Bu amaçla esnek üretim tarzından önceki üretim modelleri irdelenecektir. Kapitalizmin tarihsel gelişimi ve üretim tarzlarının değişimi bağlamında tüketimin kitleselleşmesinin izi sürülecektir, çünkü tüketim toplumu adı verilen gelişimi anlamak için böyle bir toplumun ortaya çıktığı kapitalizmi anlamak gerekmektedir. Bu düşünceden hareketle bu bölümde esnek üretim tarzından önceki üretim modelleri ele alındıktan sonra, yeni kapitalizm kavramsallaştırması ve esnek üretim tarzı açıklanmaya çalışılacaktır.

2. 1. Tarihsel Bir Bakış

Burada kapitalist sistemi önceleyen tarihsel durum ve yapılara değinilecektir. Kapitalist üretim tarzlarına geçmeden önce kapitalist üretimin ortaya çıkışına neden olan tarihsel ortam ele alınacaktır. Buradaki amacımız kapitalist üretim sisteminin gelişimini tarihsel bağlamı içinde açıklamaktır.

2. 1. 1. Feodalizmden Kapitalizme

Kapitalist toplumdan bir önceki toplum olan feodal toplum yapısında hâkim olan üretim tarzı, kapitalizmin gelişimini mümkün kılan hususları sağlaması açısından önemlidir. Feodal üretim tarzında toprakların mülkiyeti feodal beye aittir ancak, köylülerin(serfler) bazı topraklar üzerinde yerleşme ve kullanım hakları vardır. Bu üretim tarzında toprak ya da feodaller üzerinde başka bir güç(devlet) yoktur. Serfler toprak üzerinde çalıştığı sürece feodale artık olan ürünün bir kısmını vermekle yükümlüdür.¹

¹Sencer Divitçioğlu, **Marksist “Üretim Tarzı” Kavramı: Devlet ve Artık-Değer(İki Deneme)**, (İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, 1971), 38.

15. yüzyıl feodalizmden kapitalizme geçişin dönemini oluşturur.² Kapitalist üretim tarzını ortaya çıkaran ve bu üretim tarzının uygulanmasını mümkün kılan iki gelişme; köylü emeğine çitlemeyle birlikte el konulması ve kolonyal sömürüdür. Bu dönemde topraklar büyük ölçüde koyun beslemeye yönelik olarak tahsis edilmiştir. Ticaretteki gelişmelerin sonucu olarak ürünlere talebin artmasıyla birlikte çitleme hareketi, kapitalizmin kurumlarından biri olan özel mülkiyetin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Çitlemeyle birlikte özel mülkiyet haline gelen toprak eskisinden daha değerli hale gelmiştir. Köylülerin çitleme masraflarını karşılayamaması sonucu, topraktan uzaklaştırılan ve mülksüzleştirilen köylüler kapitalist üretimin geliştiği ve yayıldığı mekânsal odak olan fabrika için gerekli olan emek gücünü oluşturmuşlardır. Ayrıca çitlemeyle birlikte üretim piyasaya yönelik yapılmaya başlanmıştır.

Kapitalizmin ortaya çıkışını hazırlayan iktisadi düşünceler ve iktisat politikaları da kapitalist düşüncenin gelişimi için önem arz eder. Bu anlamda *merkantalizm* ve *fizyokrasiden* kısaca bahsetmek gerekmektedir. Kapitalizmin doğuşunu hazırlayan bir iktisat politikası olarak merkantalizm, feodalizmden kapitalizme geçişte ara bir dönem olarak adlandırılabilir. Merkantalizmin hedefi ihracatı teşvik yoluyla altın birikimini arttırmak ve serveti büyütmektir.

Artan sermaye birikimiyle birlikte yeni üretim tarzları geliştirilmiştir. Zanaatkâr sınıfın yerini ticaretle uğraşan kapitalist sınıf almaya başlamıştır. Bu sınıf zanaatkârlara hammadde sağlayarak kendi hesabına çalıştırmış ve böylece önceden bağımsız çalışanlar ücretli işçi olmuşlardır.³ Fizyokrasi doğal düzen anlamına gelir. Buna göre insanın doğal düzene uyumu için yönlendirilmeye ihtiyacı yoktur. Böylece fizyokrasi, kapitalist sistemin özünü ifade eden “bırakınız yapınlar, bırakınız geçsinler” felsefesinin öncülüğünü yapmıştır.⁴ Sonuç olarak merkantalizm ve fizyokrasinin kapitalizmin gelişmesi ve yerleşmesi için gerekli olan düşünsel altyapıyı sağladıkları söylenebilir.

2. 1. 2. Kapitalist Üretimin Ortaya Çıkışı: Fabrika

Kapitalizmin sanayi alt yapısı 16. ve 18. yüzyıl arasında hazırlanmaya başlamıştır.⁵ Sanayi devriminden sonra tarım dışı alandaki kapitalist üretimin ürünleri hala kitlesel

² Georg Fülberth, **Kapitalizmin Kısa Tarihi**, çev. Sadık Usta, (İstanbul: Yordam Kitap, 2010), 86-87.

³ Nur Serter, **Giydirilmiş İnsan Kimliği**, (İstanbul: Der Yayınları, 1996), 41-44.

⁴ **age**, 45.

⁵ Divitçioğlu, **age**, 99.

tüketime yönelik değildir.⁶ Bu dönemde teknik buluşlar alanındaki iyileşmeler, yerleşmekte olan yeni üretim mantığı temelinde gelişen üretimi arttırma kaygısına dayanmıştır. Teknolojiler vasıtasıyla çeşitli makinelerin kullanıma geçtiği bir ortamda, yeni bir üretim biçimi olan fabrika faaliyete geçmiştir. Fabrikalarda makinelerin kullanılması sonucu, zorunlu olarak üretim organizasyonu ve çalışma düzeni de değişmiştir. Böylece “üretimin kapitalist dönüşümü başlamıştır.”⁷

Fabrikaların kurulmasıyla birlikte 18. yüzyıl kendine uygun üretim tarzıyla kapitalizmin yerleştiği yüzyıl olmuştur. Pazarların ve ticaretin genişlemesi önce imalat ve evde çalışma yoluyla, daha sonra yeni teknikler ve enerji kaynaklarının kullanımına dayalı olan fabrikalarla üretimin artışı getirmiştir.⁸ Fabrikalarla birlikte sermaye birikimi de giderek üretici sermaye biçimini almaya başlamıştır: Bir miktar paraya sahip bir kişi bu parayla üretim için gerekli olan malları alır ve bunları üretim amacıyla yeniden düzenler ve sonuçta yüksek değerli bir mal üretir. Bu malların satışı ona bir miktar para(kâr) sağlar.⁹

19. yüzyıl boyunca kapitalist üretim tarzının gelişmesi makineleşmiş üretimin yaygınlaşması şeklinde tezahür etmiştir. 18. yüzyılda İngiltere’de ortaya çıkan fabrika zamanla diğer ülkelerde de yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Fabrikayla birlikte kapitalist üretim mantığı giderek genelleşmiştir.¹⁰

Georg Fülberth’e göre kapitalizmin ana aşaması 1873 krizi ile başlar. Üretimin fazla talebin az olmasından dolayı ortaya çıkan bu krizle birlikte piyasalar büyük bir yıkıma uğramıştır. Bu tarihten sonra kapitalizmin alt yapısının gelişmesi konusunda Amerika öncü bir rol oynamaya başlamıştır.¹¹

Kapitalizm 1873 krizinden başkalaşmış olarak çıkmıştır. Kapitalizmin aldığı bu yeni biçim “örgütlenmiş kapitalizm” olarak, -hem sermaye hem de işgücünün örgütlendiğini ifade eden kavramla- adlandırılmaktadır. 19. yüzyıldan itibaren kapitalizm genişlemiş, merkezileşmiş ve büyük bir güçle kendini dayatmıştır. Bu sebeple 1873 tarihi kapitalizmin ana aşamasının başlangıcı olarak anılmaktadır. Bu ilk büyük krizden sonra emperyalizme, dünyanın paylaşılmasına ve sonunda da

⁶age, 151.

⁷Michel Beaud, **Kapitalizmin Tarihi**, çev. Fikret Başkaya, (Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2003), 85.

⁸age, 93.

⁹age, 93.

¹⁰age, 142.

¹¹Georg Fülberth, **Kapitalizmin Kısa Tarihi**, çev. Sadık Usta, (İstanbul: Yordam Kitap, 2010), 175.

dünya savaşına neden olmuştur.¹² Şimdi kapitalizmin tarihsel olarak gelişimini ve yeniden yapılandırılmalarını anlamlandırabilmek için kapitalist üretim tarzını ve değişimlerini ele alacağız.

2. 2. Kapitalist Üretim Tarzı

2. 2. 1. Üretim Tarzı

Bu çalışmada ele alındığı şekliyle üretim tarzı; toplumların üretim, değişim ve tüketim ilişkileri düzenleyen çeşitli unsurların birleşimidir. Üretim, değişim, bölüşüm ve tüketim, üretim tarzını belirleyen unsurları oluşturur. Üretim tarzı toplumların kurumlarını, bilincini belirleyen ve toplumu bütünüyle saran belirleyici etkidir. Dolayısıyla üretim tarzı kavramı durağan ve değişmez bir kavram değildir.¹³ Üretim tarzı kavramı, üretim güçleri ve üretim ilişkileri gibi kurucu öğelerin içeriklerinin meydana getirdiği karmaşık bir birleşimi ifade eder.¹⁴

2. 2. 2. Kapitalist Üretim Tarzı

Kapitalizm toplumsal formasyon tiplerinden biridir. Kapitalizmde her şey pazarda işlem görebilecek olan bir metadır ve bu sistemde her şey bir başkasına devredilebilir hale gelir. Her şeye parasal bir değer verilmiştir. Bireysel özel mülkiyet ve ücretli emek kapitalizmin merkezi özelliklerini oluşturur. Kapitalizm üreticilerin dolayimsız ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade satış, mübadele ve kar amacı güden bir ücretli emek ve meta üretim sistemidir. Kapitalizmi tanımlayan özellikler Karl Marx ve Max Weber'in yazılarında geniş anlamda yer almaktadır. Robert Bocock'un dile getirdiği gibi Marx ve Weber'in çalışmaları kapitalizmin temel kavramsal çerçevesini oluşturmaktadır.¹⁵ Marx kapitalizmin en asli özelliği olarak onun üretim ilişkilerini görür, Weber ise kapitalizmin tanımlayıcı özelliği olarak pazardaki değişimi(değişim değeri) görür.¹⁶

Eğer bir toplumda büyük bir çoğunluk yaşamını devam ettirmek ve kâr sağlamak için üretilmiş olan mal ve hizmete ihtiyaç duyuyorsa bu toplumda kapitalist üretim

¹² Beaud, **age**, 148-149.

¹³ Divitçioğlu, **age**, 6-7.

¹⁴ **age**, 12-13.

¹⁵ Robert Bocock, **Tüketim**, çev. İrem Kutluk, (Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1997), 41.

¹⁶ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, çev. Osman Akınhay, Derya Kömürcü, (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999), 382.

ilişkileri hâkim hale gelmiş demektir.¹⁷ Kapitalist sistemde üretimin, satmanın ve satın almanın iki işlevi vardır: kâr elde etmek ve sermaye birikimi sağlamak.¹⁸ Kapitalizmin dinamizminin değişmez unsuru sürekli birikimdir. Bu kapitalizmin ayırıcı özelliğini oluşturur. Bir mal kazanç sağlamak ve birikim yaratmak amacıyla kullanıldığında sermaye haline gelir.¹⁹

Kapitalizm bir üretim tarzı aracılığıyla var olan ve mal üretimine dayalı bir sermaye birikim mantığıdır. Kullanım değeri, sonuçta sermayeye dönecek olan artı-değer üretiminin bir aracıdır. Bu değerın gerçekleşebilmesi için de üretilenlerin satılması gerekir yoksa büyüme durur ve krizle sonuçlanır. Ana hatlarıyla özetlenen bu mantık, önce İngiltere’de sonra Avrupa’nın diğer ülkeleri ve Amerika’da gelişmiştir.²⁰

Kapitalist üretim tarzı, değişim değeri ve artık değer üretiminin hâkim olduğu bir üretim tarzıdır. Kapitalist sermaye birikimi üretim araçları mülkiyetinin bazı ellerde toplandığı bir ortamda ortaya çıkabilir. Kapitalist üretim tarzında üretim sürecinde emek gücü de meta niteliği almıştır. Sencer Divitçioğlu’nun özetlediği gibi bu üretim tarzı şu şekilde işler: Üretim araçlarının mülkiyetini kapitalist sınıfa aittir ve üretim araçlarının mülkiyetini sahip olan bu sınıf, emeğin yarattığı artık değere el koyar. Kapitalist üretim tarzında toprak asli üretim aracı olmaktan çıkmıştır ve toprağın yerini sermaye almıştır. Burada üretim sadece artık değer üretimine yönelir.²¹

Yukarıda bahsedildiği gibi sistemin gerektirdiği yoğun sermaye birikimi arayışı ve üretimin fabrikalarda yoğunlaşması üretim modelinde yeni yapılanmalar gerektirmiş, bu da fordist üretim tarzının uygulanmasına neden olmuştur.

¹⁷ Fülberth, **age**, 24.

¹⁸ **age**, 37.

¹⁹ **age**, 23.

²⁰ Beaud, **age**, 147.

²¹ Divitçioğlu, **age**, 30-38.

2. 3. Fordist Üretim Tarzı

2. 3. 1. İşin Bilimsel Örgütlenmesi: Taylorizm

Frederick W. Taylor tarafından formüle edilen ve onun adıyla anılan *taylorizm* işin bilimsel örgütlenmesini ifade eder. Taylorizm yeni bir emek örgütlenme şekli olarak Amerika’da ortaya çıkmıştır. Amerika’da teknolojilerin endüstriyel kullanıma geçtiği 19. yüzyılın son çeyreğinde üretim süreçlerinin küçük birimlere bölüldüğü Taylor yönetimi geçerlidir.

Taylor’un bilimsel yönetim anlayışı temelde insanın doğası gereği çalışmayı sevmediği ve sorumluluklarından kaçındığı varsayımına dayanmaktadır. Taylor’un bilimsel yönetim anlayışının temel özellikleri şu şekilde özetlenebilir: Kurumlarda eski yönetim anlayışının yerine bilimsel yönetim ilkelerine uygun bir yönetim anlayışının yerleştirilmesi, uyumun vurgulanması, bireycilik yerine işbirliğinin öne çıkarılması, sınırlı üretim yerine en yüksek düzeyde üretimin hedeflenmesi ve her çalışanın verimliliğinin maksimum düzeyde artırılması.²²

Bu özellikleri ile birlikte taylorizm, emek sürecinde bütün kontrolün yönetime geçmesi gerektiğini savunur. İşin her aşaması yöneticiler tarafından planlanır, emek gücü bilimsel yöntemlerle seçilir, işin her aşaması parçalanılarak standartlaştırılır ve basitleştirilir. Taylorizm aynı zamanda işçiler üzerinde sıkı bir kontrol mekanizması öngörür. İşin parçalara ayrılması ve çalışanların sadece belirli bir işi yapması taylorizmin temel özelliklerini oluşturur.²³

Verimliliğin artırılması ve zaman kaybını engelleme amacıyla geliştirilen taylorizm, makinelerin sabit oluşu ve işçilerin makineler arasında hareketliliğinden kaynaklanan zaman kaybı gibi sorunlarla karşılaşmıştır. Bu sorunlar taylorizmden etkilenen ve *fordizm* adı verilen yeni bir üretim tarzına geçilerek çözülmeye çalışılmıştır.

2. 3. 2. Üretim Bandı ve Üretici Tercihi Egemenliği: Fordizm

Fordizm kavramı kapitalist endüstriyel üretim sürecinde uygulanan ilkeleri tanımlamak için kullanılmıştır. Fordizm, Taylor’un ayrıntılı iş bölümü esasına dayalı üretim tarzı ile şekillenmiş, bant sistemi üzerinde çalışanların standartlaştırılmış bir

²² Veynel Bozkurt, **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel Dönüşüm: Bilgi, Ekonomi, Kültür**, (Bursa: Aktüel Yayınları, 2005), 117.

²³ Umut Çakmak, “Esnek Üretim Sistemi: İstihdama Etkisi ve Toyota Örneği”, **Ekonomik Yaklaşım**, Gazi Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, c. 15, s. 52-53, (2004):236.

dizi basit işlemler yaptığı bir üretim tarzıdır. Yani sektörlerdeki emek süreçlerinin fordist olarak tanımlanmasını mümkün kılan husus, “üretim sürecinde montaj hattı ya da seri üretim hattının kullanılmasıdır.”²⁴

Üretim bandı ilk kez ot ürünlerinin üretimini verimli hale getirmek için kullanılmıştır. Elektriğin kullanımının artmasıyla birlikte, bant sistemi otomobilin kitlesel üretimi için kullanılmıştır. Üretimin en sistematik örgütlenmesinin asıl örneğini veren Henry Ford’dur.²⁵ İlk olarak Ford 1908’de T modelini kitlesel olarak üretmiştir.²⁶ Kitle tüketimine dayalı bu yoğun sermaye birikimi üretim sürecinin kökten bir değişikliğe uğratmıştır. Fordizmle devreye sokulan sadece işin örgütlenmesi değildir. Fordizm de yeni bir kapitalist mal üretim modelinin uygulanması da söz konusudur. İşçi sınıfının bir bölümü için görece yüksek ücretler, rasyonalizasyon ve kitlesel üretim aracılığıyla verimliliğin artması bunun sonucunda da yaratılan değerin gerçekleşmesi yani ürünün satılması ve kitle tüketiminin artması fordizmin mantığını oluşturur.

Fordizm kavramı Gramsci’nin, Amerikan endüstriyel yaşam biçimini belirtmek için kullandığı bir kavramdır. Gramsci’nin analizi Detroit’deki Ford Motor Şirketiyle ilgili üretimin örgütlenmesi(kitlesel üretim-seri üretim) ve emek sürecine odaklanır: İşin basit bir rutin haline gelmesi işgücünün niteliksizleşmesine neden olmuştur.²⁷ Fordizmde tasarım, mühendislik ve iş örgütlenmesi, üretimin montajıyla son ürünü çıkarmak herhangi bir beceri istemeyen bir düzeye indirgenmiştir.²⁸ Bu sistem çalışma hayatında niteliği ortadan kaldırmış ve görevleri bir dizi tekrarlanan hareketler şeklinde parçalamıştır. Ayrıca fordist kitle üretiminde işçi karar alma süreçlerinin dışında tutulmuş ve işçiler birbirlerinin yerine ikame edilebilecek şekilde örgütlenmiştir.²⁹

Fordizm, standartlaştırılmış bir tasarımla büyük miktarda mal üretilmesini, tüm üretimin bir fabrikada yoğunlaşmasını, montaj işlemlerinin mekanize edilmesini, yüksek düzeyde iş bölümünü ve işçilerin görevlerinin basit birer rutine indirgenmesini içerir. Gramsci’nin gözlemlediği gibi fordizm, üretim sistemi ve iş

²⁴ Erol Taymaz, “Kriz ve Teknoloji”, **Toplum ve Bilim**, s.56-61, (1993): 28.

²⁵ Beaud, **age**, 202.

²⁶ Fülberth, **age**, 176.

²⁷ Yusuf Yüksel, “Esnek Kapitalizm ve Maddi Olmayan Emek Üreticileri”, (Doktora Tezi, MSGSÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008), 21.

²⁸ Coşkun Adalı, **Günümüz Kapitalizmi ve Devleti Üzerine**, (İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1997), 41.

²⁹ Veysel Bozkurt, **Değişen Dünyada Sosyoloji: Temeller, Kavramlar, Kurumlar**, 6.bs, (Bursa: Ekin Yayınevi, 2011), 308-309.

örgütlenmesini etkilemiş, bunun yanı sıra sosyal hayatta ve bireylerin günlük yaşamlarına da etkisi olmuştur. Yapılan düzenlemeler aynı zamanda bir kontrol aracı olarak da kullanılmıştır. Bu yeni çalışma metotlarının içerimlerinden biri işçilerin özel yaşamlarının soruşturulması ve çalışma zamanının dışında da işçilerin yaşamlarının gözetlenmesidir.³⁰

Ücretlerin arttırılmasından sonra işçinin bu parayı ussal bir biçimde- alkol gibi verimliliği düşürecek şeylerden kaçınarak- harcaması beklenir. Örneğin Ford bunu gerçekleştirmek için çalışanlarının özel yaşamlarına müdahale etme ve maaşlarını nasıl harcadıklarını denetleme yönünde girişimlerde bulunmuştur.³¹ Ücretlerin arttırılması alım gücüne sahip olan işçilerin tüketime katılmasını sağlamış ve Ford için pazara imkân sağlamıştır. Böylece ücretlerin arttırılması ürünlere talebin artmasıyla sonuçlanmıştır.

Fordist model “ücretli-tüketicinin yararına kitlesel bir üretim”³²i ifade eder. Fordizm temelini seri üretim sistemlerinin oluşturduğu bir sanayi dönemidir ve seri üretim kitlesel tüketimi önceden varsayar. Burada ürünlerin niteliği üreticinin tercihinine göre belirlenmekte, standartlaştırılmakta ve üretim de bu ekseninde yapılmaktadır. Tüketiciler de standartlaştırılmış malları almakta ısrarlı olmalıdır. Bu noktada da kitlesel reklam devreye girer. Seri üretim talepteki ani düşüşler karşısında oldukça duyarlıdır. Yukarıda bahsedilen sebeplerden dolayı tüketimde meydana gelebilecek herhangi bir değişim bu üretim sistemi için tehlike oluşturur. Fordizm geniş ve istikrarlı pazarlara ve standart tüketim kalıplarına ihtiyaç duyar ve bu sürekli olmalıdır.

Fordist yapılanmanın getirdiği kültür; standart ürüne bağlılık, maliyet düşürmeye dayalı bir rekabet stratejisi, otoriter ilişkiler, merkezi planlama ve detaylı iş betimlemeleri etrafında inşa edilmiş olan katı bir örgütlenmeyi ifade eder.³³ Fordist dönem kısaca şu şekilde özetlenebilir: kitle üretimi, rasyonel iş örgütlenmesi ve işçi sınıfının bir bölümünün kitle tüketimine katılması. Fordist model 1920’li yılların sonunda sistem içi ve sistem dışı sorunlardan dolayı gücünü kaybetmeye

³⁰ David Forgacs, **Gramsci Kitabı: Seçme Yazılar 1916-1935**, çev. İbrahim Yıldız, (Ankara: Dipnot Yayınları, 2012), 341-359.

³¹ *age*, 362.

³² Vincent de Gaulejac, **İşletme Hastalığına Tutulmuş Toplum: İşletme İdeolojisi, Yönetmelik İktidar ve Toplumsal Taciz**, çev. Özge Erbek, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2013), 35.

³³ Robin Murray, “Fordizm ve Post-Fordizm”, **Yeni Zamanlar: 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi**, der. Stuart Hall, Martin Jacques, çev. Abdullah Yılmaz, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995): 48-49.

başlamıştır.³⁴ Kısa bir süre sonra da fordist anlayış krize girmiştir. Şimdi fordizmin bu krizini ve sonrasında da esnek üretim tarzına geçişi ele alacağız.

2. 4. Fordizmden Esnek Üretim Tarzına Geçiş

2. 4. 1. Fordizmin Krizi

Fordizmin ilerleyen dönemlerinde üretim alanındaki ileri derecede iş bölümü verimliliği azaltmaya başlamıştır. İşçilerin bilimsel yönetime -taylorist ilkelerle biçimlendirilmiş iş örgütlenmesine- karşı dirençleri artmış ve gittikçe artan sayıda işten çıkarmalar yaşanmaya başlamıştır. Bununla beraber küreselleşmenin de etkisiyle ekonomiler arası rekabet hızlanmış ve ekonominin ulus-devlet düzeyinde yönetimi zorlaşmıştır. Fordizmin seri üretim mantığı sosyal harcamalar dışındaki alanlarda geçerli olmadığı için bu harcamaların maliyeti artarak enflasyona sebep olmuştur. Belirli bir refah düzeyine ulaşan işçilerin tüketim kalıplarının değişmesiyle standart ürünler pazarı tatmin edememeye başlamış ve talep belirsizleşmiştir.³⁵

Daha önce de dile getirildiği gibi geliri artan tüketicinin daha çeşitli mallar talep etmesi fordist sistem için önemli bir sorundur. Çünkü bu üretim tarzında tüketici tercihleri kısmen veri alınır, sistemde önemli olan arzdır. Fordizm standartlaşmış ürünlerin üretimi sonrasında standartlaşmış bir kitle tüketimini gerektirir. Bu özellikleri ile fordizm hem bir üretim tarzı hem de bir tüketim tarzıdır.

1970’lerde genel ekonomik krizle birlikte kitle üretimi de krize girmiştir. Kitle üretiminin sürdürülebilmesi standart tüketim kalıpları ve istikrarlı pazarların varlığına bağlıdır. Giderek ucuzlayan teknolojinin de etkisiyle piyasalardaki rekabet şiddetlenmiş ve kitlesel üretimin krizi derinleşmiştir. Ayrıca seçeneklerin artması sonucunda tüketici kalıpları da değişime uğramıştır. Dolayısıyla “esnekliği olmayan, büyük stoklarla çalışan dev firmalar, talepleri kısa sürede değişen oldukça nazlı tüketicilerden oluşan istikrarsız piyasalarda eski avantajlarını kaybederek yaşam mücadelesi vermeye başlamıştır.”³⁶ Ayrıca katı bürokratik yapılanmalar da yeni ekonomi ve toplumun gereksinmelerine cevap veremez olmuştur.

David Harvey’in dile getirdiği üzere, “kapitalist dünyayı 1970’lerden beri yakından inceleyen araştırmacıların çoğu kapitalist üretim örgütlenmesi, tüketim ve birikimde

³⁴Beaud, **age**, 203-204.

³⁵ Yüksel, **age**, 23.

³⁶ Bozkurt, **age**, 312-313.

önemli bazı şeylerin oluştuğunu belirtmektedir.”³⁷ Söz konusu değişikliklerle birlikte 1970’ler fordizmin etkisini yitirdiği, “yeni olanınsa henüz tutarlı bir şekilde ortaya çıkmadığı bir ara dönemdir.”³⁸

Özellikle 1973 krizinden - gelişmiş kapitalist ekonomilerde üretim ve üretkenlik artış oranlarının düşmesi³⁹ - sonra fordist sisteme tepkiler artmış, işin örgütlenmesinde yeni arayışlar başlamış ve daha esnek bir birikim tarzından söz edilmeye başlanmıştır. “Ortaya çıkan bu üretim biçimi Lash ve Urry gibi bazı sosyologlar tarafından çok net bir görünüm sergilemediğinden sermayenin düzensiz yeniden örgütlenmesi ya da ‘örgütsüz kapitalizm’ olarak tanımlanmaktadır.”⁴⁰

Harvey’e göre fordist sistem 1973’den itibaren çökmüştür ancak, daha esnek emek süreçleri ve piyasalara, esnek tüketim kalıplarında hızlı değişikliklere dayanan yeni üretim ve pazarlama sistemlerinin bir *yeni birikim rejimi* nitelemesini hak edip etmediği net değildir. Yine de geçen süre içinde daha esnek bir birikim rejimine geçişi ifade etmek adına belirgin kanıtlar da mevcuttur.⁴¹

Scott Lash ve John Urry, fordizmden esnek üretime geçişi çerçevelemek amacıyla getirdikleri yorumda ekonomi ve kültüre oranla güç ilişkilerini ve politikayı öne çıkarırlar. Lash ve Urry yaşanan değişimi güçlü bir kolektif işçi politikasının maddi koşullarının çöküşe uğraması olarak görürler. Harvey’e göre Lash ve Urry geçişi nitelemek için *örgütlenmemiş* terimini kullanarak aynı zamanda günümüz kapitalizminin çözülüşünü de vurgulamaktadırlar.⁴²

2. 4. 2. Esnek Üretim Tarzı (Post-Fordizm)

Üretim sürecindeki değişimler tek bir doğrultuda gelişmediğinden eski iş örgütlenme biçimleri de kullanılmaya devam edebilmektedir. Bu nedenle “post-fordizmden bahsederken kavramın çerçevesini iyi tanımlamak gerekir.”⁴³ Yani, post-fordist örgütlenme biçimlerinin egemen hale gelişi, fordist uygulamalardan tamamen vazgeçildiğini ve fordizmin yerini post-fordizme bıraktığı anlamına gelmez.

³⁷ David Harvey, “Esneklik: Tehdit mi Yoksa Fırsat mı?”, **Toplum ve Bilim**, s.56-61, (1993): 86.

³⁸ Ronaldo Munck, **Emeğin Yeni Dünyası: Küresel Mücadele, Küresel Dayanışma**, çev. Mahmut Tekçe, (İstanbul: Kitap Yayınevi, 2003), 66.

³⁹ Taymaz, **age**, 6.

⁴⁰ Bozkurt, **age**, 316.

⁴¹ David Harvey, **Postmodernliğin Durumu**, çev. Sungur Savran, (İstanbul: Metis Yayınları, 1997), 143-146.

⁴² **age**, 197-198.

⁴³ Taymaz, **age**, 36.

Yukarıda ele alınan etkenler bağlamında fordist üretim tarzından esnek üretim tarzına geçilmekte ve özelleşmiş tüketim ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında taleplerde nitelik değiştirmektedir, “kullanım değerli olmaktan çok kültürel-anlam ve işaret değerli olarak belirlemektedir.”⁴⁴

Günümüzde yeni üretim tarzını tanımlamada kullanılan kavram esnek üretim kavramıdır. Esnek üretim tarzı, 1970’li yıllarda Fordist modelin “toplumsal ve kültürel eleştirisinin metabolize edilmesinden”⁴⁵ ortaya çıkmıştır. Fordizmin katılıklarını esnetmek için yeni teknoloji ve yeni üretim ilişkileri kullanılmıştır. Esnek üretim tarzı fordizme alternatif olarak Toyota firmasındaki uygulamalardan esinlenilerek geliştirilmiştir. Esnek üretim tarzında işin örgütlenmesinde çok köklü bir dönüşüm yaşanmaktadır. Bu üretim tarzında tek amaç için üretilen makinelerin yerini esnek makineler almıştır. Esnek üretim sürecinde ayrıca çatışma yerine iş birliği vurgulanır. Stok fazlalığı kaldırılır, kalite ve etkinlik doğru orantılı olarak kabul edilir, ürünlerin hızla değişebilme yeteneğine önem verilir, statü engelleri azaltılır.⁴⁶

Yeni sistem için çalışmalar imalat sektöründe değil perakende satış alanında yapılmıştır. Şirketlerin talebe uygun sipariş vermelerini sağlayacak enformasyon ve arz sistemleri geliştirilmiştir. Böylece mal akışına göre sipariş sistemi fordist stok sorununa bir çözüm getirmiştir.⁴⁷ Bu yeni perakendeciliğin en önemli parçasını tasarım oluşturur. Tasarımcılar yenilik üreterek yaşam tarzlarını biçimlendirmektedirler. Perakende sektöründeki bu değişiklikler üretimin yeni ilkelerini ve *yenileşmenin* yeni önemini yansıtır. “Esnek üretim tarzında kilit sözcük *esnekliktir*. İşletmenin ve makinenin aynı zamanda ürünün ve emeğin esnekliği... Vurgu ölçekten hedef kitleye, maliyetten kaliteye kaymıştır. Hiyerarşiler daha düz ve yapılanmalar daha açıktır.”⁴⁸

Esnek çalışma, esnek üretim ve esnek uzmanlaşma terimleri değişen iş örgütlenmesinde söz konusu olan tartışmalarda kullanırlar. Esnek uzmanlaşma, merkeziyetçi olmayan firmaları beraberinde getirir. İşlevsel esneklik ya da post-

⁴⁴ Aytekin Yılmaz, **Modernden Postmoderne Siyasal Arayışlar**, (Ankara: Vadi Yayınları, 1996), 105.

⁴⁵ Christian Marazzi, **Sermaye ve Dil: Yeni Ekonomi’den Savaş Ekonomisi’ne**, çev. Ahmet Ergenç, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2010), 36.

⁴⁶ Bozkurt, **age**, 316-319.

⁴⁷ Murray, **age**, 51-52.

⁴⁸ **age**, 53-56.

fordizm iş düzenlemesinin, vasıfların ve makinelerin, devamlı değişen piyasa koşulları ile teknolojik ortamın gerekliliklerini karşılayacak şekilde adapte edilmesini ifade eder.⁴⁹

Yeni teknolojilerin kullanıma geçmesi ve yeni iş-örgütlenme tarzıyla birlikte yeni yaşam tarzları ve yeni kitle tüketim biçimleri de ortaya çıkmaktadır. Örneğin elektronik ürünlerin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte yaşam tarzların da derin bir değişim ortaya çıkmıştır: “Otomobil, telefon, televizyon, bilgisayar gibi tüketim malları stoğunun yenilenmesi ve yeni ürünlerin hızla yaygınlık kazanması.”⁵⁰

Esnek birikim, artık kapitalizmin bir biçimidir. Harvey herhangi bir kapitalist üretim tarzının üç ana özelliğini özetler: Bunlar büyümenin zorunluluğu ve hem kaçınılmaz hem de iyi bir şey olduğu iddiası, hem üretim de hem de piyasada emek üzerindeki denetimin hayati öneme sahip olması ve sistemin teknolojik ve kurumsal bakımdan zorunlu olarak dinamik olmasıdır.⁵¹ Harvey’e göre 1970’lerde değişimler yaşanmıştır ancak kapitalist üretim tarzının temel kuralları tarihsel gelişmede biçimlendirici güç olarak işleyişini değiştirmeden sürmektedir. İşçinin kapitalist sisteme toplumsal entegrasyonu, fiziksel ve zihinsel kapasitenin toplumsal denetimi anlamına gelir. Kapitalizm açısından emek gücü üzerindeki denetimin sadece işyerinde değil, toplum çapında örgütlenmesi gerekir.

Jameson ve Harvey’e göre modernizm ve post-modernizm kapitalizmin iki ayrı görünümünü belirtir. Buna göre birinden diğerine geçiş kapitalizmden post-kapitalizme ya da sanayi sonrası topluma geçiş anlamına gelmemektedir. Kapitalist üretim tarzının mantığı etkisini hala sürdürmektedir ancak kapitalizm kendi doğasında yeniden yapılanma yaşamıştır. Jameson’a göre post-modernizm, *yeni kapitalizm* kavramı veya *tüketim odaklı kapitalizm* görüşü ile paraleldir. “Postmodernlik kavramı standart malların seri üretimi yerini esnek üretime bıraktığı durumlarda kapitalizm sürecine paralel düşer.”⁵² Bu görüşlerden hareketle çalışmada post-modernizm kavramı bu bağlam içinde kullanılacaktır. Burada esnek üretimin hâkim olduğu yeni kapitalizm ve kültürü ele alınacaktır.

⁴⁹ Marshall, **age**, 207-208.

⁵⁰ Beaud, **age**, 272-273.

⁵¹ Harvey, **age**, 199-206.

⁵² Perry Anderson, Ellen Meiksins Wood, **Modernizm Postmodernizm ya da Kapitalizm**, çev. Ali Türker Erdağı, Çağla Ünal, (İstanbul: Bilim Yayınları), 33-35.

2. 5. Yeni Kapitalizm ve Özellikleri

2. 5. 1. Yeni Kapitalizm

Örgütlü kapitalizmin katı, sabit ilişkilerinin son bulması ve toplumsal, ekonomik, kültürel ve politik gerçekliğin yeniden şekillenmesi organize kapitalizmin sonunu işaret eder. Kapitalizmi yeniden yapılanmaya götüren koşullar bütün bir çalışma dünyasının ve buna bağlı olarak da genel toplumsal gerçekliğin radikal dönüşümüne karşılık gelmektedir. Fordizmin yani standartlaştırılmış ürünlerin seri üretiminin terk edilmesi, büyük fabrikaların yerini giderek küçük işletmelere bırakması ve esnek çalışma tarzının yaygınlaşması, yerel örgütlenmeden küresel alana geçiş, yeni örgütsel anlayışın benimsenerek işletmelerin alt birimlere bölünebilmesi, işçilerin kendi aralarında rekabete zorlayacak koşulların yaratılması, şirket içi emek piyasasının kariyer şansı sunması, çalışanların da hisse sahibi olabilmeleri imkanı, genel anlamda küreselleşmenin çeşitli içerimleri ve bireyselliği vurgulayan kültürel değişimler kapitalizmin yeniden yapılanma koşullarını ifade etmektedir.⁵³

Örgütsüzleşmiş kapitalizm/yeni kapitalizm (disorganized capitalism), John Urry, Scott Lash ve Claus Offe gibi siyaset sosyologlarının ileri kapitalizmde sosyo-ekonomik gruplarda gözlemlenen parçalanmayı belirtmek üzere kullandıkları bir terimdir. Buna göre ekonomik yeniden yapılanmanın sonucunda sermaye ile emeğin örgütlü etkileşimi dağılmış durumdadır.⁵⁴ Yeni kapitalizm, örgütlü kapitalizmin ortaya çıkan yeni koşullar temelinde inşa olunmuş halini ifade eder. Bu kapitalizm tarzı hızlı ve maksimum kâr için işlevsel olan esnek örgütlenme anlayışına dayanır.⁵⁵

“Yeni kapitalizm”, kapitalizmin yeni bir evresini ifade eder ve kapitalizmin yeni koşullar altında sistematik bir yeniden yapılanmasıdır. Tarihsel olarak kapitalizmin yeni bir evreye girdiğine atıfta bulunan “yeni kapitalizm”, temel olarak sermayenin birikim ve örgütlenme biçimlerinde meydana gelen, endüstriyel üretim süreçlerindeki farklılaşmayı ifade etmektedir.⁵⁶ Aynı zamanda bu terim yukarıda da değinildiği üzere, günümüz kapitalist toplumlarında sosyo-ekonomik gruplarda gözlemlenen parçalanmayı ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Urry ve Lash’e göre fordizmden

⁵³ Süleyman İlhan, “Yeni Kapitalizmin Karanlık Yüzü: İnsanlık ve Ahlakilik Söylemlerinin Sahiciliği Üzerine”, **FÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, c. 17, s. 2, (2007): 284.

⁵⁴ Marshall, **age**, 564.

⁵⁵ İlhan, **age**, 283-284.

⁵⁶ Burak Faik Emirgil, “Yeni Kapitalizmde Emeği Sorunsallaştırmak: Emeğin Maddi Olmayan Görünümleri”, **Çalışma ve Toplum**, s. 24, c. 1, (2010):224.

kopuşlar ve 1970’lerdeki değişimler işçi sınıfının kolektif kimliğinin parçalanmasına neden olmuştur. Burada örgütsüz kapitalizmin dönüşen kültürel hegemonyasını kurmakta hizmet sınıfı önemlidir. Ayrıca kapitalizmin örgütsüzleşmesinin nedenini de hizmet sektörünün yükselişinde görürler.⁵⁷

Esnek üretim tarzı ile birlikte, küçük ve esnek üretimin ağırlık kazanmasına paralel olarak örgütlü emeğin gücü azalmıştır. Uzun süreli ve güvenceli işlerin sona erdiği esnek üretim tarzı ile birlikte sözleşmeli, geçici, dönemsel ve yarı zamanlı işler yaygınlık kazanmıştır. Yeni kapitalizmde kriz süreksizleştirilmiş, gündelikleştirilmiş ve düşük yoğunluklu hale getirilmiştir: “Bugün krizin muhatabı olarak ne örgütlü kitlesel bir emek gücü vardır ne de yeri yurdu belli bir sermaye.”⁵⁸

Harvey’e göre kapitalizmde iktisadi gücün merkezileşmesi ile âdemi merkezileşmesi arasında var olan gerilim yeni biçimler almaktadır. Ancak bu Lash ve Urry’nin öne sürdükleri gibi bir örgütsüzleşme anlamına gelmez. Harvey’e göre içinde yaşadığımız durumun en ilginç yönü, kapitalizmin esneklik ve teknolojik yenilikler aracılığıyla daha da sıkı bir biçimde örgütlenmiş hale gelmesidir.⁵⁹ Çalışmada yeni kapitalizm kavramı –aşağıda yer verilecek olan- Richard Sennett’in değerlendirmesine yakın bir bağlamda ve esnekliğe yapılan vurguyla birlikte ele alınarak günümüz kapitalizmini adlandırmak için kullanılmaktadır.

2. 5. 2.Yeni Kapitalizmin Özellikleri

Richard Sennett “Yeni Kapitalizmin Kültürü” adlı kitabında yeni çalışma hayatını ve yeni kültürü içerecek şekilde yeni kapitalizmin niteliklerini ele alır. Sennett burada, “yeni” nitelemesinin doğru olup olmadığı konusunu tartışmaz, çünkü ona göre kurumlar, beceriler ve tüketim kalıpları gerçekten değişmiştir. Sennett’in iddiası bu değişimlerin insanları özgürlüğe kavuşturmadığıdır. Sennett’e göre yeni kapitalizm kavramıyla nitelenen sistem kapitalizmin yeni bir versiyonundan ibaret değildir. Yeni kapitalizmde esneklik vurgulanır. Katı bürokrasi biçimleri ve rutinin zararları eleştirilir. Aynı şekilde işçilerden de değişime her an hazır olmaları ve seri hareket etmeleri istenir.

⁵⁷ John Urry, Scott Lash, **The End Of Organized Capitalism**, (Cambridge: University of Winsconsin Press, 1987), 287.

⁵⁸ Yaşar Çabuklu, **Postmodern Toplumda Kriz ve Siyaset**, (İstanbul: Kanat Kitap, 2004), 28-29.

⁵⁹ Harvey, **age**, 183.

Esnekliğin insanları kendi yaşamlarını şekillendirme konusunda daha fazla özgürlük sağladığı iddiasına karşılık Sennett'e göre -Harvey'in görüşlerine de paralel olarak- yeni kapitalizmde, geçmiş kuralların yerini yeni kontrol biçimleri almıştır. Bu kontrol biçimlerini anlamak zordur ve “yeni kapitalizm, genelde okunaksız bir iktidar rejimidir”.⁶⁰

Sennett'e göre bürokratik rutine karşı gelişen esneklik anlayışı, insanları özgür kılacak koşulları yaratmak yerine yeni iktidar ve kontrol yapıları üretir. Esneklik biçimlerinde iktidar sistemi üç öğeden oluşur. Bunlar kurumları kökten dönüşümü, üretimde esnek uzmanlaşma ve iktidarın merkezileşme olmadan yoğunlaşmasıdır.⁶¹ Sennett'e göre kapitalizmin kurumsal düzenlemeler bağlamında değişimleri iktisat ve siyasetle ilgili olduğu kadar kültürle de ilgilidir. Sennett örgütlü kapitalizmle yeni kapitalizm arasında kültürel bir bölünme olduğu iddiasındadır. Buna ek olarak yeni kapitalizmin kültürü insanların düşünce yapılarını da değiştirmektedir. İnsanlar yalıtılmış bir halde ve bir yaşam anlatısından yoksundurlar.⁶²

Yeni kapitalizmde yukarıdan aşağı hiyerarşinin yerini bir takım toplumsal ilişki ağları almıştır. Örgüt yapıları esneklik üzerinden organize edilmektedir. Yeni kapitalizm sürekli ve hızlı değişim, kısa vadeli, geçicilik, mevcut ana odaklılık, yersizlik gibi özelliklerle tanımlanabilir. Esnek kapitalizm devamlı kendini yenileyebilen genç ve dinamik emek gücüne ihtiyaç duymaktadır. Hızlı ekonomik ve teknolojik gelişmelerin ve kurumsal yapılardaki değişikliklerin bir anlamda gerekli kıldığı bu ihtiyaç tecrübeli iş gücü ile ikame edilmektedir.⁶³

Yeni kurumsal yapı aşırı hareketlidir ve bu özelliğinden dolayı zanaatçılığa izin vermez.⁶⁴ Yeni kapitalist sistem emek gücünden bir takım özelliklere sahip olmalarını beklemektedir. Esnek kapitalizm deneyimden ziyade yeni beceriler öğrenebilen insanlara ihtiyaç duyar. Esnek kapitalizmde şirketler dinamizmlerine cevap verebilecek genç insanlarla çalışmayı tercih ettiklerinden dolayı yaşlı ve

⁶⁰ Richard Sennett, **Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri**, çev: Barış Yıldırım, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011), 9-10.

⁶¹ **age**, 48-49.

⁶² Richard Sennett, **Yeni Kapitalizmin Kültürü**, çev: Aylin Onacak, 2. bs, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011), 18-24.

⁶³ Aytül Kasapoğlu ve diğ., **Değişen Toplumsal Yapıda Karakter** (Ankara: Ütopya Yayınevi, 2005), 26.

⁶⁴ Sennett, **age**, 120.

deneyimli olanlar bu sistem dışına çıkarılmaktadır. Bu durum işten çıkarmaları meşrulaştırma aracı olarak da kullanılabilir. ⁶⁵

Yeni kapitalizm, her alanda uzun vadeli zihniyetin yerine kısa vadeli zihniyeti ikame etmektedir. Yeni kapitalizm çalışma hayatını da kökten dönüştürmektedir. Önceki dönem olan fordizmin temel özelliklerinden olan ömür boyu iş ve istikrarlı istihdam artık geçerli normlar değildir. Teknolojik ve kurumsal yapılardaki değişimler iş piyasası kalıplarını değiştirmiştir. Yeni emek piyasasında seyyar ve esnek olmak esastır. Çalışanlar sürekli talep çeşitlenmesi ve gelişen teknolojinin etkisiyle bilgi ve becerilerinin hızlı bir şekilde demode olmasına maruz kalmaktadırlar. Günümüz esnek emek piyasasında mesleği ile zayıf bağlara sahip bir işçi tipi ortaya çıkmaktadır. Yeni kapitalizm ayrıca, maksimum tüketimi birey için varoluşsal kılmaktadır. Yeni tüketim kültüründen kaynaklı olarak talep çeşitliliğinin artması ve zamanında karşılanması zorunluluğu esnek çalışma anlayışını ve buna yönelik teknoloji kullanımını zorunlu kılmaktadır. Böylece çalışma hayatında makineler insanların yerlerini almaktadır.

Sennett'in dile getirdiği gibi bir iktidar rejimi olarak yeni kapitalizmin en önemli unsurlarından biri de, iktidarın merkezileşme olmadan yaygınlaşabilmesidir. Yeni kapitalizm ayrıca iş hayatını, evi de içine alacak biçimde örgütlemiştir. Evden çalışma kapitalizmin örgütsüz emeğe yönelerek, hiç bir sosyal güvence maliyetini karşılamadan emeği ucuza getirmesinin etkili bir yolu olmaktadır. ⁶⁶ Esnek kapitalizm “kazanan hepsini alır” piyasası aracılığıyla eşitsizliği arttırmaktadır. Sennett'in de ifade ettiği gibi sınırların belirsiz olduğu yeni kapitalist ortamın kurumlarında ödüller en güçlü olanda toplanmaktadır. ⁶⁷ Kültürel ortamın ana hatlarının bu şekilde olduğu yeni kapitalizmde, ikinci bölümün konusu genel itibariyle yeni kapitalizm- insan ilişkisi ve yeni kapitalizmin insan ve toplum üzerindeki etkileridir.

⁶⁵ Kasapoğlu, **age**, 27.

⁶⁶ İlhan, **age**, 290–302.

⁶⁷ Sennett, **Karakter Aşınması**, 94.

3. YENİ KAPİTALİZM VE İNSAN

Birinci bölümde de değinildiği üzere yeni kapitalizmin kültürü sadece çalışma ortamında etkili olmakla kalmaz, bunun yanında eksenini genişleterek tüm sosyal yaşantıyı etkisi altına alır. Bu gelişimi/yayılmı nasıl sağladığı ve etkisini sürdürüş biçimleri bu bölümde değinilecek olan konular arasındadır. Ayrıca yukarıda yeni kapitalizmin özellikleri içinde kısaca değinilmiş olan, yeni kapitalizmin karakter üzerine etkisi ve meslek hayatı üzerindeki etkileri de tartışılacaktır. Bu noktada yeni kapitalizm ve insan ilişkisine geçmeden önce, kapitalist sistemin insanı tanımlama biçimini anlamak için kapitalizm ve insan ilişkisi üzerinden yürütülen tartışmalara yer vermek gerekmektedir.

3. 1. Kapitalizm ve İnsan

Bu bölümde kapitalizmin sosyal ve psikolojik alanla olan bağı ve kapitalizmin insanı nasıl ve ne şekilde etkilediği ortaya konmaya çalışılacaktır. Bu anlamda öncelikle Max Weber, Karl Marx ve Adam Smith'in kapitalizm ve insan ilişkisi ile ilgili geliştirdikleri düşüncelere değinilecektir.

Adam Smith'in düşünceleri kapitalist sistemin insanı nasıl tanımladığı konusunda bilgi verirken, Weber ve Marx'ın düşünceleri daha çok kapitalist sistemin sonuçlarının insan üzerindeki etkilerine yoğunlaşmıştır. Weber, rasyonelleşme ve demir kafes kavramını kapitalist gelişmenin beraberinde getirdiği sonuçları vurgulamak için kullanır. Marx kapitalist gelişmenin sonuçlarına değinirken “yabancılaşma” kavramını kullanır. Bu kavramların ortak özelliği “kapitalist gelişme ve modernleşme sonucunda ortaya çıktığı düşünülen ve hem bireyi hem de toplumu etkileyen olumsuz süreçlerin açıklanmasında kullanılmasıdır.”⁶⁸ Sonrasında da klasik ve modern iktisadın insan anlayışlarından başlayarak genel olarak kapitalizmin insan anlayışı konu alınacaktır. Kapitalizmin kültürü ve kapitalizmin günümüzdeki temsilleri, ayrıca bunların insanı etkileme biçimleri ve yöntemleri konusu ele

⁶⁸ Cengiz Yanıklar, **Tüketimin Sosyolojisi**, (İstanbul: Birey Yayıncılık, 2006), 171.

alınacaktır. Buradaki amacımız günümüzdeki haliyle kapitalizmin –yeni kapitalizm- insanı etkileme biçimlerini ve kapitalizm-insan ilişkisini anlamlandırma çabasıdır.

3. 1. 1. Max Weber’de İnsan Faktörü: Kapitalizm, Püritan Etik ve Demir Kafes

Weber düşüncesinin temel noktası, insanı sınırsız kazancının takibine yönlendiren kalvinist* doktrinin kendine has mantığı ile kapitalist tipi hal ve harekete uygun bireysel, ekonomik bir ahlak meydana getirmesidir. Kalvinistçi dini dünya görüşü, ifadesini asetizm**’de bulmaktadır. Asetizm bazı zorunluluklar içerir. Çalışmak, zenginlikleri tasarruf etmek, lüksten ve israftan kaçınmak bu zorunlulukları oluşturur. Bu şekilde Protestanlık kapitalizmi gerçekleştiren bir girişimci tipi yaratmıştır.⁶⁹

Weber’e göre “bir özdisiplin ve kendinden vazgeçme tutumu olan, harcamayıp tasarruf etme isteği Protestandan kapitaliste geçmiştir. Bu geçişle birlikte yeni bir karakter doğmuştur: ahlaki değerini çalışarak ispat etmeye çalışan, ‘amaçlı insan’”.⁷⁰ Weber egoizm ile asetizmde ifade edilen dünyevi çileciliği karşı karşıya getirmiştir. Dünyevi çilecilik benliği geçerli kılmak amacıyla doyumun yadsınması anlamına gelmektedir.⁷¹

Kapitalizmin ilk ortaya çıkışında Protestan erdemleri hâkimdir. Protestan erdemleri çalışkanlık, tutumluluk ve ölçülülük olarak ifade edilir. Protestan iş etiğinin hâkim olduğu kapitalist girişim söyleminde “tutumluluk ile çalışkanlık maddi başarıya ve ruhsal doyuma açılan kapının anahtarıydılar.”⁷² Püritan etikte hedonist yaşam tarzı ve gösteriş tüketimine karşı çıkmıştır. “Yaşama zevkini bırakıp, kendisini çalışmaya vermiş olan, akılcı püritan kişilik tipi”⁷³ modern sanayi toplumunun prototipini oluşturmaktadır. Püritanların asketizmi daha çok çalışmak sonuç olarak da daha fazla üretmek ve buna karşılık daha az tüketmek biçiminde kendini göstermektedir. Ayrıca

* Calvinizm, Protestan mezhepleri arasında en yaygın olanıdır. Çoğunlukla Püritanizm ile aynı anlamda kullanır. Genel anlamıyla Protestanlık öğretisine Püritanizm de denmektedir. Bu çalışmada birbirini yerine ikame edilebilir nitelikte bu adlandırmalar eserlerde kullanıldıkları şekilde alıntılanmıştır.

* Dünyevi çilecilik.

⁶⁹ Önal Sayın, **İnsan Faktörünün Sosyal ve Ekonomik Gelişmelerdeki Yeri, Önemi**, (İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, 1983), 38-39.

⁷⁰ Sennett, **Karakter Aşınması**, 111.

⁷¹ Richard Sennett, **Kamusal İnsanın Çöküşü**, çev. Serpil Durak, Abdullah Yılmaz, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996), 413.

⁷² Christopher Lash, **Narsisizm Kültürü: Umutların Azaldığı Bir Çağda Amerikan Yaşamı**, çev. Suzan Öztürk, Ü. Hüsrev Yolsal, (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2006), 95.

⁷³ Veysel Bozkurt, **Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği**, (Bursa: Alesta Yayınevi, 2000), 29.

“meslek kavramı tanrı buyruğu olarak kabul edilir ve çok çalışmak kutsallaştırılır.”⁷⁴ Püritan kişilik tipi bu özelliklerinden dolayı kapitalizmin gelişimi için son derece uygun olan bir temel anlayış geliştirmiştir.

Sanayi toplumunun kişilik tipini temsil eden püritan, ilerleyen süreçlerde farklı bir kişilik tipine dönüşmeye başlamıştır. Protestan etiği kapitalizmin dönüşümleriyle birlikte farklılaşmıştır. Christopher Lash’in ifadesiyle:

“...bürokrasinin büyümesi, sunduğu doğrudan doyumlarla tüketim kültürü, ama hepsinden önemlisi tarihsel süreklilik duygusunun kesintiye uğraması, kapitalist toplumun temel ilkelerini mantıksal sonuçlarına ulaştırarak Protestan ahlakını dönüştürdü. Eskiden ussal yoldan kazanç ve servet edinme peşinde koşmayla özdeşleştirilen kendi çıkarının peşinde koşma, bir haz ve ruhsal varkalım arayışı haline geldi.”⁷⁵

İktisadi süreçlerin birey üzerindeki etkileri veya bireysel eylemlerin iktisadi alan üzerindeki etkileri, iktisadi ve sosyal etkinliğe bir bütünlük kazandırmaktadır. Weber *demir kafes* metaforu ile kapitalizmin birey üzerindeki olumsuz etkisini ele almıştır. Demir kafes otomasyonun bir sonucu olarak üretilen malların birey üzerindeki iktidarı sonucu ortaya çıkmaktadır.⁷⁶

Weber rasyonelleşme kavramını da kapitalist gelişmenin sonuçlarını vurgulamada kullanır. Kapitalizmin gelişimi içinde dünyanın büyümesi bozulmakta ve gizem, duygu, geleneğin yerini akılcı hesaplama almaktadır. Rasyonelleşme böylelikle kapitalizmin, bürokrasinin ve hukuk devletinin ortaya çıkışının temelini oluşturur.⁷⁷ Weber’e göre her türlü şahsiliği rasyonel kurum(bürokrasi) sonucunda kaybeden birey, kapitalist gelişme sürecinde demir bir kafese hapsolmuş gibidir.⁷⁸ Weber’e göre rasyonelleştirme sadece ekonomik alanla sınırlı kalmaz ve insan hayatının her alanında uygulanır. Araçsal akıl verimlilik ilkesinden hareket ederek bütün toplumsal eylemleri fayda-maliyet hesabına indirgemıştır.⁷⁹

Weber kapitalizm kavramını kâr amacıyla yapılan faaliyetlerin etkisi altındaki toplumsal yapının esas karakterinin göstermek için kullanmaktadır. Bu anlamda kapitalist davranış tarzından bahseder. Weber’e göre kapitalizmin merkezi özelliği

⁷⁴ Bozkurt, **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel**, 61.

⁷⁵ Lash, **age**, 118-119.

⁷⁶ Derya Güler Aydın, “Kapitalizmde Bireyin Sorgulanması: Yabancılaşma ve Demir Kafes”, **Amme İdaresi Dergisi**, c. 43, s. 2, (2010): 25.

⁷⁷ Yanıklar, **age**, 171.

⁷⁸ Aydın, **age**, 30.

⁷⁹ Bozkurt, **age**, 60.

zihinsel tavidir yani bir işlemde kâr olasılığını hesaplama isteğidir. Bir amaç olarak sonsuz biriktirme ahlakı kapitalizmin merkezi ayırıcı özelliğidir.⁸⁰

3. 1. 2. Karl Marx'da İnsan Faktörü: Kapitalizm, Emek ve Yabancılaşma

Marx genel insan doğası ve kültür çerçevesinde değişik bir biçim bulan insan doğası arasında bir ayrım yapar. Kültür tarafından biçimlendirilen insan doğası göreceli olan güdü ve hırslardan oluşur. Erich Fromm'un aktardığı gibi Marx'a göre bunlar "belirli bazı toplumsal yapılara ya da bir takım üretim ve alış veriş koşullarına bağlı"⁸¹ olarak ortaya çıkar.

Marx'a göre insan nesnel dünyayı üretkenliği ve eylemleri ile kavrar. Fromm'a göre Marx'ın insanlık tasarımını kavrayabilmek için *yabancılaşma* olgusunu anlamak gerekir. Felsefi anlamda yabancılaşma terimi ilk olarak 19. yüzyılda Hegel ve Fichte tarafından kullanılmıştır. Marx'la birlikte bu kavram sosyoloji kuramına girmiştir.⁸² Marx'a göre yabancılaşma insanın dünya ile olan ilişkisi sırasında ortaya çıkmaktadır. Yabancılaşma insanın kendisini dünyaya ve kendine karşı edilgen kabul etmesi anlamına gelir.⁸³ Marx için yabancılaşma olgusunun en belirgin şekilde yaşandığı yer emektir.⁸⁴

Marx insan faktörünü emek üzerinden ele alır. Marx'a göre emek ve insan doğası arasındaki ilişki -insan emeğini diğer canlılarınkinden farklı kılan husus- insanın üretiminin amacını yansıtmıştır. Buna göre insan üretirken aslında hayalindeki bir şeyi yaratmaktadır. Marx bunu *nesneleştirme* olarak adlandırır. Marx'a göre emek sadece doğayı değil aynı zamanda insan gereksinmelerini, bilincini ve doğasını da dönüştürür.⁸⁵

Marx yabancılaşma kavramını kapitalizmin insan ve toplum üzerindeki yıkıcı etkisini ortaya çıkarmak için kullanmıştır. Marx'a göre emek ve insan doğası arasındaki doğal ilişki kapitalizm tarafından engellenmiştir. Marx bunu yabancılaşma olarak adlandırır. Kapitalizmle birlikte artık emeğimizi, amacımızın bir dışa vurumu olarak görmeyiz. Yani burada bir nesneleştirme yoktur. Amaç insanın kendi amacı

⁸⁰ Alan Macfarlane, **Kapitalizm Kültürü**, çev. Remzi Hakan Kır, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1993), 263.

⁸¹ Erich Fromm, **Marx'ın İnsan Anlayışı**, çev. Kaan H. Ökten, (İstanbul: Arıtan Yayınevi, 1993), 73.

⁸² Fritz Pappenheim, **Modern İnsanın Yabancılaşması: Marx'a ve Tönnies'e Dayalı Bir Yorum**, çev. Salih Ak, (Ankara: Phoenix Yayınevi, 2002), 4.

⁸³ Fromm, **age**, 105-106.

⁸⁴ **age**, 111.

⁸⁵ George Ritzer, **Sosyoloji Kuramları**, çev. Himmet Hülür, (Ankara: De Ki Yayınları, 2013), 53.

olmaktan çıkıp kapitalistin amacı haline gelmiştir çünkü kapitalistin amacını gerçekleştirmek için çalışırız. Kapitalizmde emek kendi içinde bir amaç değil, “bir amaca ulaşmak için kullanılan bir araca indirgenir: para kazanmak.” Emek insanın kendine ait olmaktan çıktığı için artık insanı dönüştürmez. Buna göre emeğine yabancılaşan insan, insani doğasından da yabancılaşmış olur.⁸⁶ Sonuç olarak Marx’a göre kapitalist toplumda emek insani niteliklerinden koparılmakta ve bir nesne haline gelmektedir. Ayrıca “kapitalist toplumun bireyi insani değerlerinden uzaklaştırıyor olması, insanları kendi kapitalist değerleri çerçevesinde dönüştürmesi anlamına gelir.”⁸⁷

3. 1. 3. Adam Smith’de İnsan Faktörü

Kapitalizmin insan anlayışı klasik iktisadın insanı tanımlama biçimine paralel bir şekilde gelişmiştir. Bu anlamda Adam Smith’in görüşlerine yer vermek kapitalizmin insan anlayışını açıklamada işlevseldir. Klasik iktisadi düşüncenin ilk en büyük düşünürü olan Adam Smith’e göre insan, bir takım belirli ve doğal davranış ilkelerine uygun hareket eden bir varlıktır.⁸⁸ Bu ilkeler şu şekilde özetlenebilir: ilk olarak “bencilik ve sempati ilkesi”, ikinci olarak “özgürlük ve mülkiyet ilkesi” son olarak da “çalışma ve değişim ilkesi”⁸⁹.

Smith insanların bencilliği konusunu ele alırken insanların daima başkalarına ihtiyaç duyduğunu kabul eder. Ancak insandan sadece iyiliksever olduğu için yardım beklenmez, insanın bencilliği karşısındakine de fayda sağlar. Yani insan bencil davranarak karşısındakine de iyilik etmiş olur. Smith düşüncesinde “birey, kendi çıkarı peşinde koşmakla, topluluğun çıkarını, çoğu zaman, onu kollamaya gerçekten niyet ettiği zamankinden daha etkili şekilde gözetmiş olur.”⁹⁰ Ayşe Buğra’ya göre Smith “insanların bencil yaratıklar olduklarını değil, insanların bencilliklerine rağmen herkesin çıkarı doğrultusunda işleyebilecek bir sistemin olabilirliğini

⁸⁶ age, 53-54.

⁸⁷ Aydın, age, 24.

⁸⁸ Mehmet Selik, 100 Soruda İktisadi Doktrinler Tarihi, 3. bs, (İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1980), 165.

⁸⁹ age, 177.

⁹⁰ age, 178.

göstermeye”⁹¹ çalışır. Smith’e göre insan, yalnızca kişisel çıkar dürtüsüyle hareket etmez, “aynı zamanda istediğini değişim ilişkilerine girerek elde eden bir varlıktır”⁹².

3. 2. İktisadın İnsan Anlayışı

Sanayi devrimi sonrasında ortaya çıkan kapitalist toplumların insanı “*homo-economicus*”tur; yani akılcı-ussal(rasyonel) insandır”⁹³. Homo-economicus üretim faaliyetlerinde bulunmasının yanında ihtiyaçlarının fazlasını tasarruf eden insandır. Tasarruf ettiklerini yatırıma dönüştürerek ekonomik büyümeyi gerçekleştirir⁹⁴. Homo-economicus’un davranışlarını belirleyen şey kişisel çıkar dürtüsüdür. İktisadın homo-economicustan yola çıkan rasyonel ekonomik birey tipi, kişisel çıkar peşinde koşan, ekonomik faaliyetlerinde yalnızca çıkar dürtüsüyle hareket eden rasyonel bireyi ifade eder.

Homo-economicus kavramı klasik iktisat okulu tarafından ortaya konulmuştur. Bu kavramın iki farklı boyutu bulunmaktadır. Bunlar maksimum kar peşinde koşan üretici insan ve faydasını maksimize etmeye çalışan tüketici insandır. “Piyasa bu iki ana dürtüyle yönlendirilen üretici ve tüketicilerin karşı karşıya geldiği yerdir.”⁹⁵ Klasik iktisat anlayışında insan kavrayışı atomize olmuş bireydir. Bu anlayış bireylerin mekanik birimler gibi birbirinden bağımsız şekilde davranabildikleri bir modeli ifade eder. Burada birey-toplum arasındaki karmaşık ilişkiler göz ardı edilir.⁹⁶

“Çıkarı peşinde koşan insan” tanımı geleneksel iktisat teorisinin temelini oluşturur.⁹⁷ İktisat anlayışında insanın iki özelliği üzerinde durulur. Bunlar insanın doğuştan bencil bir varlık olduğunu ifade eden *bencillik* ve insanın her durumda kendi çıkarını maksimize edecek tercihi yapacağını ifade eden *akılcılıktır*. İktisat, bu iki özelliği insanın en belirgin doğal özellikleri olarak kabul eder.⁹⁸ İktisat bilimi insanı bencil kabul etmenin bir gerçeklik olduğunu savunur. Modern iktisat bireyci bir yöntemle sahiptir. Bu piyasa toplumunun bireyci bir toplum olduğunu yansıtır. Piyasa

⁹¹ Ayşe Buğra, **İktisatçılar ve İnsanlar: Bir Yöntem Çalışması**, (İstanbul: İletişim Yayınları, 1995), 94.

⁹² *age*, 100-101.

⁹³ Sayın, *age*, 37.

⁹⁴ *age*, 38.

⁹⁵ Umit Erol, **Eleştirel Bir Gözle Serbest Piyasa**, (İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 1997), 23.

⁹⁶ *age*, 33.

⁹⁷ Ester Biton Ruben, **İktisadın Unuttuğu İnsan**, 2. bs, (İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2013), 18.

⁹⁸ *age*, 24.

toplumunda bireyin ekonomik davranışlarının kısıtlayıcıları diğer toplumlarda olduğu kadar büyük bir ağırlık taşımaz.⁹⁹

Faydacı paradigmaya göre her birey faydasını maksimize etmeye çalışır. Rekabet toplumsal etkileşim tiplerinden biridir. “Aynı ödülü elde etmek için, iki ve ya daha fazla kişi arasındaki mücadele” anlamına gelir.¹⁰⁰ İktisat teorisinde rekabet “uyum sağlanması gereken doğal bir veri” olarak kabul edilir ve buna göre hayatta kalmak için her zaman etkili ve verimli olmak gerekir.¹⁰¹

Ümit Erol’a göre kapitalist toplumda insanlar sınırlı kaynaklarla “genelde bu kaynakları aşan ihtiyaçlarını gidermeye çalışırlar.” İnsanların tüketim yapabilmesi için ilk önce üretim yapmaları gerekir. Neyin ve ne kadar üretileceğini de merkezi bir otorite ya da piyasa düzenler. Serbest piyasa düzeninde arz ve talep birlikte fiyatı belirler. Kişilerin taleplerine göre de fiyatlar artar ya da düşer. Kapitalist sistemin bu işleyişi içerisinde iktisat teorileri bu sistemin iç mantığını yansıtır. Yani bu teoriler kapitalizmin bir sistem olarak kendini nasıl kavradığını belirlerler.¹⁰²

Douglas ve Isherwood’a göre İktisadın rasyonel insan fikri toplumsal hayattan yapılan suni ve imkansız bir soyutlamadır. Ayrıca “insanlığından soyundurulmuş birey, insan toplumunun resminin çekileceği kavramsal bir temel olarak yarırsızdır. İçinde bulunduğu zamanın ve yerin kültürüne bulanmamış insan yoktur.”¹⁰³

3. 2. 1. Kapitalizmin İnsan Anlayışı

İktisadi alan toplumsal yapının bir ögesi olduğu için ekonomik alana ait sorunların toplumsal alandan ayrılmadan araştırılması gerekir.¹⁰⁴ İnsan ve yaşadığı toplumsal ve ekonomik sistem arasındaki ilişki konusunda Cornelius Castoriadis şöyle der: “İnsan ancak toplumda ve toplumla vardır – toplum da her zaman tarihseldir. Böylesi toplum bir biçimdir ve ele aldığımız her toplum özgül hatta tekil bir biçimdir. Biçim örgütlenmeyi ya da başka bir deyişle, düzeni içerir.”¹⁰⁵ Bu açıklamadan yola çıkarsak, sistemin toplumu etkilediğini ve örgütlediğini söyleyebiliriz. İçinde yaşadığımız

⁹⁹ Buğra, **age**, 61.

¹⁰⁰ Bozkurt, **Değişen Dünyada Sosyoloji**, 145.

¹⁰¹ Gaulejac, **age**, 63.

¹⁰² Erol, **age**, 213.

¹⁰³ Mary Douglas, Baron Isherwood, **Tüketimin Antropolojisi**, çev. Erden Atilla Aytekin, (Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1999), 79.

¹⁰⁴ Aydın, **age**, 17.

¹⁰⁵ Cornelius Castoriadis, **Dünyaya, İnsana ve Tabiata Dair**, çev. Hülya Tufan, (İstanbul: İletişim Yayınları, 1993), 10-11.

toplumsal ve ekonomik sistem olan kapitalizm de toplumu örgütlemektedir. Kapitalizmin insan anlayışı burada önem kazanmaktadır. Çünkü bu anlayış ekseninde toplumsal düzen şekillenmekte ve kendini dayatmaktadır.

Kapitalizm belirlenmiş hedeflere ulaşmak amacıyla kurulup geliştirilmiş olan bir sistemdir. Ekonomik, siyasal ve kültürel bütün sistemler insan içindir. Kapitalizm kendi tanımlamış olduğu insan profili üzerine kurulu olan bir sistemdir. Bencil, birbiriyle devamlı rekabet halinde olan ve çıkarı peşinde koşan insan tipi kapitalizmin tanımladığı insan tipidir.¹⁰⁶ Bir ekonomik sistemin insanı nasıl tahayyül ettiği önemlidir çünkü sistemin araçları da hedefi de insandır.¹⁰⁷

Kapitalizm bir ekonomik yapı olduğu kadar insanı da değiştirip şekillendiren bir sistemdir.¹⁰⁸ Kapitalizmin en önemli özelliği insan ile ilgili peşin hükmüdür. *Homo-economicus* nitelemesiyle kapitalizm yeni bir model yaratmıştır. Kapitalist sistem insanın bencil olduğunu kabul ederek yola çıkar. Buna göre bencillik toplumun refahını arttıran bir şeydir. Kapitalizme göre insan ayrıca talebi sonsuz olan ve hep daha fazlasını arzulayan doyumsuz bir varlıktır. Elindeki ile yetinen insan sistem için tehlike unsurudur. Kapitalizm bu esaslardan yola çıkarak yeni bir insan modeli yaratmış ve sistemin devamlılığını sağlamıştır.¹⁰⁹

Joel Kovel'e göre:

“Diğer üretim biçimlerinden büyük bir netlikle ayrılan kapitalizm öznel olana temel bir atılımı gerektirir. Kapitalizmde, işçi efendisine, kölenin olduğu gibi kayıtsız şartsız ya da serfin olduğu gibi toprakla bağlı değildir. Bireysel olarak özgür bırakılmıştır ve ona bireyselliğini geliştirme potansiyeli verilmiştir.”¹¹⁰

Yine Kovel'in ifadesiyle:

“Kapitalizm, saf bir üretim sistemi –yani üretim için üretim ve bir sınıfın ayrıcalıklarının diğerlerine göre artması- olarak kimliğini üretim noktasında –ücretli emek olarak bildiğimiz çalışma sürecinde- kazanır. Dünyayı bir pazar haline getiren kapitalizm insan faaliyetlerini sonuçlarından ayırarak ekonomik olanın alanını evrenselleştirme girişiminde bulunur. Bu, onun

¹⁰⁶İ. Özer Ertuna, **Kapitalizmin Son Direnişi**, (İstanbul: Alfa Yayınları, 2005), 4-6.

¹⁰⁷**age**, 48-49.

¹⁰⁸Serter, **age**, 46.

¹⁰⁹**age**, 46-48.

¹¹⁰Joel Kovel, **Arzu Çağı: Radikal Bir Psikanalistin Gözlemleri**, çev. Ferma Lekesizalın, Abdullah Yılmaz, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2000), 87.

özel tahakküm biçimidir ve hem insani ögeyi vurgulayan hem de insanlıktan çıkaran çift anlamlı bir süreçte açığa vurulmaktadır.”¹¹¹

Kovel bu süreci insanın hem etkilenen hem de etkilendiği sistemi düzenleyen özne olması açısından değerlendirir: “Kapitalist üretimin duygusallıktan yoksun dünyası insan hayatıyla ilişki kuramayacak kadar kurak ve soğuktur. Ancak öte yandan bu sistem, iş yerinde tahakkümü ve meta tüketiminde baştan çıkarmayı içeren insan yapısı bir sistem”¹¹²dir.

Sistemin isteklerini yerine getirmek için yüklendiği toplumsal rollerle birlikte insan, doğasından uzaklaşmıştır.¹¹³ Yukarıda dile getirildiği gibi insanlıktan çıkma süreci Marx’da yabancılaşma Weber’de demir kafes olarak kavramsallaştırılır. Weber’de rasyonel davranışların istenmeyen sonuçları ve Marx’da yabancılaşma probleminden dolayı, bireyin insanlıktan çıkma süreci kapitalist gelişmenin bir ürünü olarak yaşanmaktadır.¹¹⁴

Kovel’in de dile getirdiği gibi “kapitalizmde üretim ve tüketim birbirinden ayrılmıştır ve ikisi de bireyin radikal ve tarihsel olarak özgün bölünmesini içerir.”¹¹⁵ Kapitalist sistemde insan, hem üretimde hem de tüketimde ekonominin baş öznesidir. Kapitalizm çeşitli varsayımlarla üreten ve tüketen insanı ayrı ayrı tanımlar. Bu tanımlamalarda üreten ve tüketen insanları farklı insanlarmış gibi ele alır. İktisada göre ‘üreten insan’ üretime emeği ile katılan üretim araçlarından biridir. Bir maliyet unsuru olduğu için ve diğer üretim araçlarıyla rekabet halinde olduğundan, üreten insan devamlı bir şekilde verimli çalışmanın yollarını aramaktadır/aramalıdır. Kapitalizm tüketici olarak tanımladığı insana harcayacak parası olduğu sürece değer verir. “Günümüz kapitalist sistemi mutluluğa giden yolun tüketimden geçtiğine inanmaktadır.”¹¹⁶ Bu anlamda tüketici insan yüceltilir. İlerleyen bölümlerde ve özellikle 5. bölümde bu konular üzerinde derinlikli olarak durulacağından tüketime ve tüketici insana burada kısaca değinmekle yetinilecektir.

¹¹¹ age, 86.

¹¹² age, 84-85.

¹¹³ Bruce Brown, **Marx, Freud ve Günlük Hayatın Eleştirisi: Sürekli Kültür Devrimine Doğru**, çev. Yavuz Alogan, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1989), 11.

¹¹⁴ Aydın, age, 18.

¹¹⁵ Kovel, age, 89.

¹¹⁶ Ertuna, age, 53-61.

3. 3. Yeni Kapitalizm ve Kültürü

3. 3. 1. Sermaye ve Emek İlişkisi

George Ritzer'in tanımladığı şekliyle, “sermaye, daha fazla para üreten paradır, sermaye, insan gereksinimlerini veya arzularını tatmin etmek için kullanılan değil yatırım yapılan paradır.” Ritzer'in belirttiği üzere Marx'a göre sermaye bundan daha fazlasıdır, “o aynı zamanda belirli bir toplumsal ilişki”¹¹⁷yi de ifade eder.

Marazzi, “Sermaye ve Dil” adlı eserinde sermaye ile emek arasındaki ilişkinin yeniden ifade edildiğini şu şekilde analiz eder:

“Modernizasyondan üretici güçlerin esnekleştirilmesine, işgücü segmentlerinin dışsallaştırılmasından(taşeronluk, *dış kaynak kullanımı*); üretimin dünya çapında gayri yerelleşmesinden iletişim teknolojilerinin genel olarak uygulamaya konmasına(sanallaşma); yerel bölgenin karmaşık bir toplumsal kaynak olarak evrilmesinden(sanayi bölgeleri) finansal küreselleşmeye kadar çok sayıda ve çok çeşitli değişimler olmuştur.”¹¹⁸

1980'lerde gelişen uluslararasılaşma ve finanssallaşma sermaye ile emek arasındaki ilişkileri de değiştirmiştir. Finansal mantığın üretimin önüne geçmesi, şirket içi iktidar ilişkilerini de dönüşüme uğratmıştır. Üretim mantığı üzerine kurulu olan yönetim ve örgütlenme biçimleri de değişmiştir. Ayrıca personel yönetiminin yerini insan kaynakları almıştır. Gaulejac'ın belirttiği gibi, “uyum sağlayabilirlik, esneklik, karşılık verme kabiliyeti” insan kaynakları yönetiminde kullanılan temel söz kalıpları haline gelmiştir. İnsan kaynakları politikaları emek piyasasında maksimum esneklik sağlamaya çalışır. Çalışanları karlılık zorunluluğunu içselleştirmeye yönelten işletme teknikleri aracılığıyla şirket işlevleri finansal bir mantığa bağlanmıştır.¹¹⁹ Ayrıca insan kaynakları yönetimi anlayışı ücret ilişkilerinde bireyselleşme yaratmakta ve somut dayanışmaları zayıflatmaktadır.¹²⁰

3. 3. 2. Yeni Kapitalizmin Kültürü

Yeni kapitalizmde iş yaşamının talepleri yerleşmek değil hareket etmek üzerine kuruludur, hareket etmek ve göç küresel çağın ikonu haline gelmiştir. Var olan kurumlar da yeniden biçimlendirilmektedir. Sennett'e göre tam bu noktada - antropolojik anlamda- kültür söz konusu olmaktadır. “Bu içinde yaşadıkları kurumlar

¹¹⁷ Ritzer, **Sosyoloji Kuramları**, 60.

¹¹⁸ Marazzi, **age**, 42.

¹¹⁹ Gaulejac, **age**, 36-39.

¹²⁰ **age**, 44.

parçalanırken insanları hangi değer ve pratiklerin bir arada tutacağı ile ilgili bir sorundur.”¹²¹ Kapitalizmin kurumsal yapı(düzenlemeler) bağlamında değişimleri iktisat ve siyasetle ilgili olduğu kadar kültürle de ilgilidir. Sennett eski ile yeni arasında kültürel bir bölünme olduğu iddiasındadır. Castoriadis’e göre “kapitalizm, yalnızca, birikime yönelik bitmez tükenmez bir birikim değil, aynı zamanda da, birikim koşul ve yöntemlerinin göz ardı edilemeyecek biçimde dönüşümü, üretim, ticaret, maliye ve tüketim alanlarında sürekli bir devrimdir.”¹²²

Kapitalist topluma özgü olan kültür “bir dil, düşünce biçimi, zamanın ve mekanın düzenlenmesi”¹²³dir. Kapitalist kültür içindeki insanlar çalışma aracılığıyla kapitalist toplumu yeniden üretir. Joel Kovel’e göre:

“Kapitalizm içinde çalışan ve onu sağlamlaştıran birey, işlevsel bir robot değil içsel olarak parçalanmış bir nevrotiktir.” “Bölünme içsel olduğu ve bir bütün olarak toplumun gidişatıyla özdeş olmadığı için, onun performansı ve tüketimi asla dinginlik ve huzur getirmez. Tersine, sürekli yeni projelere, ürünlere, nesnelere yönelir... ve sistemin işlemesine yardımcı olur.”¹²⁴

Kovel’e göre ayrıca “kişiler, hayatlarıyla birer unsuru oldukları toplumu yeniden üreten birer bütünlük olduklarından, bu tarihi bireysel yaşamla kesiştiği çizgiler boyunca anlamak olanaklı olmalıdır.”¹²⁵ Bu anlamda kapitalizm gündelik hayata sızdığı ölçüde kişisel yaşamı yönetebilir hale gelmektedir.

Kapitalist toplumun kültürü ekonomik açıdan bireysel rekabet ilkesine dayanmaktadır. Bu sadece ekonomik alanla sınırlı kalmaz. Soyutlanmış bir rekabetçi birey anlayışıyla, bireyler diğer bireylerle yarışmak ve onları geçmek zorundadır. Rekabet ilkesi gereği birinin çıkarına olan diğeri için sakıncalıdır. Karen Horney’e göre “bu durumun ruhsal sonucu, bireyler arasında yaygın, düşmanca bir gerilimdir”¹²⁶. Bireyler arasındaki olası düşmanca eğilim sürekli bir korkuya neden olabilir ve bunun öncelikli kaynağı başarısız olma korkusudur. Rekabet ortamının hâkim olduğu bir toplumda başarısızlıklar büyük hayal kırıklıklarına neden olmaktadır.¹²⁷

¹²¹ Sennett, **Yeni Kapitalizmin Kültürü**, 10.

¹²² Castoriadis, **age**, 145.

¹²³ Kovel, **age**, 90.

¹²⁴ **age**, 90-91.

¹²⁵ **age**, 124.

¹²⁶ Karen Horney, **Çağımızın Nevrotik Kişiliği**, çev. Selma Koçak, (İstanbul: Doruk Yayıncılık, 2003), 247.

¹²⁷ **age**, 248.

Eski ekonomi ile yeni kapitalizm arasındaki farklardan biri de kültürlerinin yanında, -birinci bölümde genel nitelikleri belirtilmiş olan- iş yapma biçimlerinin farklı olmasıdır. Yeni kapitalizmle birlikte işlere verilen isimlerde değişmektedir. Bu yeni görev adlandırmaları dahi bize yeni kapitalizm hakkında ipuçları vermektedir: Düşünce geliştirme direktörü, gerçekleri yönetmek, nosyon yaratmak... Bunların ortak yanı “yeni” fikir geliştirmektir.¹²⁸

3. 4. İş, Çalışma ve İnsan

İş tarihin çeşitli dönemlerinde farklı anlamlar kazanmıştır. İş bireysel anlamdan öte toplumsal bir anlam da taşır. Tarihsel olarak değişen işin farklı anlamları konusuna kısaca değinecek olursak; “Antik Yunan’da iş, insanı aptallaştıran ve fazilet yaratmasını engelleyen” bir faaliyet olarak görülmüştür. Hristiyanlıkta iş günahın cezası olarak ele alınmıştır. İşin hayatın temeli ve anahtarı olduğu konusu Luther’le birlikte ortaya çıkmış ve iş dini bir kurtuluş yolu halini almıştır. İş gerçek manasını sanayi devriminden sonra kazanmıştır.¹²⁹ Sanayi devrimi “çalışma disiplini bir zorunluluk haline getirmiştir”.¹³⁰

Çalışma bir kullanım değeri olan mal ve hizmet üreten her türlü etkinlik anlamına gelir.¹³¹ Çalışma, modern çağda sanayileşme sürecine paralel bir şekilde toplumsal hayatta merkezi bir önem kazanmıştır.¹³² Kovel’e göre çalışma “bir bütün anlamında kişinin faaliyetine eşit değildir. Çalışma “mübadelenin olabilmesi için bölünmek zorunda kalan benliğin bir kısmının sahası”dır.¹³³ Burada Kovel çalışma süreci ve boş zaman arasındaki bölünmenin -genel itibariyle gündelik yaşamın- yanında, benliğin de parçalandığına vurgulamıştır.

3. 4. 1. Yeni Kapitalizmde Çalışmanın Anlamı

Esnek üretim tarzında çalışmanın doğası yeniden tanımlanmıştır. Fordist modelin temel özelliklerinden biri olan iş ve işçi arasındaki ayrımı esnek kapitalizm ortadan kaldırmayı, “iş ve işçiyi iç içe geçirmeyi, işçilerin bütün hayatlarını işe sürmeyi hedeflemektedir.” Esnek kapitalizmde profesyonel niteliklerden çok yetenekler ve

¹²⁸ Yaprak Özer, **Küreselleşme ve Yeni Ekonomi: En Büyük Benim**, (İstanbul: Hayat Yayıncılık, 2002), 30-32.

¹²⁹ Sayın, **age**, 45-46.

¹³⁰ Bozkurt, **Püritanizmden Hedonizme**, 22.

¹³¹ **age**, 16.

¹³² **age**, 19.

¹³³ Kovel, **age**, 87.

bunların yanında da çalışanların bütün duyguları, çalışma zamanı dışındaki yaşamları işe sürülmektedir.¹³⁴ Daha önce de bahsedildiği üzere, fordizm sonrası çalışma pratiklerinin temel itici gücü esnekliktir. Esneklik burada emeğin tanımlayıcı özelliklerinden birini oluşturur. Ronaldo Munck’a göre:

“emek esnekliği yönündeki gidiş, her ne kadar farklı ülkelerde uluslara özgü farklı görünümlere bürünse de küresel çapta bir eğilimdir ve daha küçük iş gücü topluluklarına, işyerlerinde daha az kurallara, daha zayıf sendikalara ve ekonomik dalgalanmalara bağlı olan ücretlere doğru bir gidiştir.”¹³⁵

Şimdi yukarıda bahsedilen iş ve çalışmanın değişen anlamları ekseninde, yeni kapitalizmin niteliklerine göre hareket eden ve yeni düzenlemeleri sergileyen, mekânsal odak ve kurumsal değişiklikler ele alınacaktır.

3. 4. 2. Yeni Kapitalizmin Temsilleri: Esnek Şirket, Esnek İnsan

3. 4. 2. 1. Esnek Şirket

Günümüz kurumlarında yeni organizasyon modelleri arayışı başlamıştır. Yeni organizasyon biçimleri birçok farklı alanda söz konusudur ancak “yeni organizasyon biçimlerinin en çok aşama yaptığı kesim şirketler”¹³⁶ dir. Sennett’e göre eski kurumsal yapı esnek kurumlar alanında yıkılmıştır. Burada yeni bir iktidar rejimi ortaya çıkmıştır. “Bürokrasinin ara katmanlarının durmadan azaldığı kurumlarda iktidarın merkezi çevreyi kontrol eder hale” gelmiştir. Bu iktidar biçimine sahip kurumlar “sadakat, enformel güven ve birikmiş kurumsal bilgi eksiklikleri” yaratmaktadır. Yeni şirketler “çalışma etiğinin iki kilit unsurunu yerinden çıkarıyor: sonraya bırakılmış doyum ve uzun vadeli stratejik düşünme”.¹³⁷

Şirket son iki yüz yılda dünyanın egemen ekonomik kurumu durumundadır. Joel Bakan’ a göre bir kurum olarak şirket, “içindeki insanların eylemlerini yönlendiren emsalsiz bir yapı ve bir zorunluluklar kümesi”¹³⁸ dir. Ayrıca şirket kuruluşu ve işleyişi bakımında yasal olan hukuki bir kurumdur. Bakan, şirketin bir *patolojik kurum* olduğunu ve insanlar ve toplum üzerinde *tehlikeli* bir güce sahip olduğunu

¹³⁴ Marazzi, **age**, 43.

¹³⁵ Munck, **age**, 95.

¹³⁶ Alvin Toffler, **Yeni Güçler Yeni Şoklar**, çev. Belkıs Çorakçı, (İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1992), 178.

¹³⁷ Sennett, **Yeni Kapitalizmin Kültürü**, 55.

¹³⁸ Joel Bakan, **Şirket: Kar ve Güç Peşindeki Patolojik Kurum**, çev. Rahmi G. Ögdül, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2007), 12.

iddia eder. Bakan şirketin egemen konuma yükselişini ve güçlenişini ele alır. Bakan'a göre şirket yasal yapısı gereği "bencil amaçlarının peşinde koşarken başkalarına yapabilecekleri konusunda sınır tanımaz ve zarar vermenin yararı maliyetten fazla olduğunda zarar vermeye mecburdur."¹³⁹ Şirketlerin yol açtıkları zararlar sistem tarafından "dışsallıklar"* olarak ele alınır.

Bilindiği üzere şirket her şeyden önce servet yaratımıyla ilgilenen bir kurumdur.¹⁴⁰ Şirket topluma egemen olmaya başlayınca şirketin ideal insan kavramı da egemen hale gelmeye başlamıştır. Şirketin planlanışı göz önüne alındığında, bu bakış açısıyla kurgulanan insan modelinin de şirketle benzerlik taşıması olasıdır: "tamamen öz çıkara dayalı, ötekiler konusunda kaygı taşımayan", "birbirinden tamamen kopmuş" ve "başkalarıyla ilgilenmeyen" insan.¹⁴¹

Toffler 21. yüzyılın yeni ekonomisini *süper-sembolik ekonomi* olarak adlandırır. Esnek şirket kavramı kullanılırken dikkat edilmesi gereken husus esnek şirket kavramının yapısızlık anlamına gelmediğidir. Toffler'a göre esnek şirket kavramını anlayabilmek için "bürokrasinin, insanları ve enformasyonu düzenleme konusundaki sayısız türlerden yalnızca bir tanesi olduğu"¹⁴² hatırlamak gerekmektedir. Yani esnek şirket organizasyon biçimlerinden yalnızca birini ifade etmektedir.

İşletme terimi, idare etmek, çekip çevirmek ve yürütmek anlamlarına gelir. Ayrıca Gaulejac'ın belirttiği gibi bu terim insanın dünyayla, çevresiyle ve kendisiyle olan bir tür ilişki biçimine gönderme yapar.¹⁴³ Gaulejac'a göre şirket sadece bir üretim aracı değildir. Ekonomik, toplumsal ve sembolik boyutlar arasında bir denge bulmak zorunda olan mikro düzeyde bir toplumdur. İşletme bir iktidar örgütlenmesi olarak zaman içinde temelleri, özellikleri ve uygulama biçimleri açısından dönüşüme uğramıştır. İşletme, insani faaliyetleri performans göstergeleriyle ölçen ve bu performansları da maliyet-kazanç olarak ifade eden bir ideoloji haline gelmiştir.¹⁴⁴

Bu anlamda şirketler kapitalizmi temsil eder. *İşletme ideolojisi* her bireyin toplumsal bir varoluşa sahip olmak için rekabet etmek zorunda olduğunu belirten, genelleşmiş

¹³⁹ **age**, 79.

* Joel Bakan bu terimi "bir işin ya da olayın gerçekleştirilmesinde herhangi bir rol oynamayan üçüncü şahıs üzerindeki etkisi" olarak tanımlamaktadır.

¹⁴⁰ **age**, 139.

¹⁴¹ **age**, 166.

¹⁴² Toffler, **age**, 199.

¹⁴³ Gaulejac, **age**, 28.

¹⁴⁴ **age**, 32.

bir rekabet ilkesiyle yönetilen toplumsal ilişkiler ortaya çıkarmaktadır. Burada bireysel başarı, mesleki kariyerlerin ve finansal piyasaların koşullarına teslim edilir. İşletme ideolojisi böylece her bireyi beşeri sermayeye dönüştürür.¹⁴⁵

Gaulejac’a göre işletme, yönetim araçları örgütsel ve toplumsal sonuçları göz ardı edilerek, bu araçları kullananların bakış açıları dikkate alınmadan, toplum üzerindeki etkileri analiz edilmeden kullanıldığında zararlı hale gelir. İşletme bireyin eylemlerine anlam verme ihtiyacına sahip olduğunu ayrıca “belleğindeki simgesel kayıtların da ekonomik ve finansal ihtiyaçları kadar temel önem arz ettiğini, bir insanın uyumlu bir toplum yaşamı için gerekli insaniyet payından ödün verilmeden bir nesneye, bir değişken üretim faktörüne indirgenemeyeceğini unutarak bireyi ‘insan kaynağına’ dönüştürdüğünde bir iktidar aracı” haline gelir.¹⁴⁶

Yeni sistemde şirketler üç temel hedef üzerinde odaklanır: pazara hükmetmek, piyasa değerini arttırmak ve heyecan yaratmak.¹⁴⁷ Teknoloji kullanımının yaygınlık kazandığı ve ulaşılabilir olduğu yeni kapitalist sistemde şirketler arası üstünlük sağlama yarışı büyük ölçüde insan unsuruna dayanmaktadır.¹⁴⁸ “Kapitalizmin özünde yer alan kurumun, yani işletmenin geliştirilmesi aracılığıyla, yeni bir bürokratik hiyerarşik örgütlenme biçimi içinde somutlaşır; dereceli bir biçimde, giderek, işletmeciler-teknik bürokrasi, kapitalist tasarımın bir taşıyıcısı haline gelir.”¹⁴⁹ Gaulejac’a göre hareketlilik ve esnekliğe olan vurgusuyla işletme ideolojisi sadece şirketlerin örgütlenme şeklini değil, toplumun tamamını değişime uğratmaktadır. İstikrarsızlık, güvensizlik, parçalanma ve belirsizlik toplumun tamamına yayılmaktadır.¹⁵⁰

3. 4. 2. 2. Esnek İnsan

Yeni kapitalizmin esneklik normuna bağlı olarak hem yöneticiler hem de diğer çalışanlardan çeşitli niteliklere sahip olmasını beklemektedir. Bauman’a göre yöneticilerin davranış biçimleri değişmektedir ve bu mevcut küresel durumla alakalıdır. Yeni yönetsel felsefe kapsamlı bir serbestleştirme üzerine kuruludur. Serbestleştirme, sabit davranış kalıplarını parçalamak anlamına gelir. Burada anlık

¹⁴⁵ age, 125-126.

¹⁴⁶ age, 13.

¹⁴⁷ Ertuna, age, 98.

¹⁴⁸ age, 126.

¹⁴⁹ Castoriadis, age, 146.

¹⁵⁰ Gaulejac, age, 212.

hareketler uzun vadeli planlamanın üzerinde tutulur. Bu felsefeden yola çıkan uygulamalar, belirsizliği dönüştürerek insanlık halinin hoş karşılanan bir niteliği haline getirir.¹⁵¹ “Belirsiz bir şeyden yeterince söz edildi mi, çoğunluk artık ona anlaşılan bir şeymiş gibi alışır.”¹⁵²

Yöneticilerin kullandıkları kavramlar da değişmektedir. Kùltürler, ağlar ve takımlardan bahsedilir. Bütün bu yeni terimler hareketlilik, akışkanlık, esneklik ve kısa ömürlülük mesajları verir. Bauman’a göre bu akıcı hayat tarzı onların dünyayı algılama biçimine en uygun olanıdır:

“ ‘Bu algı’ çoklu, karışık ve hızla hareket eden, dolayısıyla ‘belirsiz’, ‘bulanık’ ve ‘şekil verilebilir’, kesin olmayan, paradoksal ve hatta ‘kaotik’dir. Günümüzün iş kurumları yapılarına bilinçli olarak eklenmiş bir miktar düzensizlik etkenine sahip olma eğilimindedir.”¹⁵³

Kovel iş yerindeki insan ilişkilerini “rekabet, entrika ve iktidar oyunları”¹⁵⁴ olarak özetlemektedir. Lash’in ifadesiyle, “kişisel yarar peşinde koşan şirket yönetici için iktidar para ve nüfuzdan değil, ‘devingenlik’ten, ‘kazanma görüntüsü’nden ve bir kazanan olarak nam salmaktan geçmektedir.”¹⁵⁵ Dolayısıyla şirket yöneticisi şirkete hizmet etmekten çok iş arkadaşlarını kendinin “bir kazananın niteliklerine sahip olduğunu ikna ederek ilerler”¹⁵⁶.

Sadece çalışmanın teknik örgütlenmesindeki değişimler değil, bu değişimleri insanın toplumda nasıl deneyimlediği de önemlidir. Yeni kapitalizmin hakim olduğu toplumda çalışma, zenginleştirici ve canlandırıcı bir deneyim olarak sunulmaktadır. Esas olan hedefleri gerçekleştirmek için sürekli bir ilerleme arayışı içinde olmaktır. Bunun içinde çalışanların hedeflerini gerçekleştirmesi için daima motive edilmeleri gerekir. Gauljejac’ın belirttiği gibi başarı arzusu, meydan okuma hazzı ve tanınma ihtiyacı devamlı olarak talep edildiğinden, şirket kendini gerçekleştirmenin mekânı haline gelir.¹⁵⁷ Birinci bölümde de ele alındığı gibi yeni kapitalizmde esnek şirketler eski yeterliliklerle yetinmeyip sürekli yeni beceriler öğrenebilen insanlara ihtiyaç duyar. Burada değişen bilgi ve uygulamaları yorumlama ve işleme kabiliyeti

¹⁵¹ Zygmunt Bauman, **Modernizm, Kapitalizm, Sosyalizm**, çev. F. Doruk Ergün, (İstanbul: Say Yayınları, 2013), 65-67.

¹⁵² E.A. Rauter, **Düzene Uygun Kafalar Nasıl Oluşturulur**, çev. Merlin Ecer, 3. bs, (İstanbul: Gözlem Yayınları, 1978), 27.

¹⁵³ Bauman, **age**, 64.

¹⁵⁴ Kovel, **age**, 84.

¹⁵⁵ Lash, **age**, 88.

¹⁵⁶ **age**, 108.

¹⁵⁷ Gaulejac, **age**, 93.

vurgulanır.¹⁵⁸ Yönetmel iktidar yoğun bir şekilde bireyci olduğundan dolayı kolektiflerin oluşmasını engeller. Ekip çalışması sadece şirketin belirlemiş olduğu hedeflere ulaşmayı amaçlaması halinde övölür.¹⁵⁹

Esnek kapitalizme geçişin etkisini en çok hissettirdiği alan çalışma hayatı olmuştur.¹⁶⁰ Esnek şirketlerin eski tarz şirketlerden farkı sabit işlevli değil görev yönelimli emektir. Esneklikle birlikte emek gücü geçicileşir. Sennett'in vurguladığı gibi bu tip kurumsal yapılarda çalışanlar kötü tanımlanmış koşullarla karşılaştıklarında proaktif olmak zorundadır. Esnek bir şirkette iktidar merkezde yoğunlaşır. Bu sistem aynı zamanda çalışanlar arasında yüksek düzeyde kaygı üretir. Çünkü rakip ile iş arkadaşı arasındaki çizgi belirsiz hale gelmiştir. Aynı zamanda yeni kurumlar işe yaramazlık konusunda da yüksek düzeyde kaygı üretirler. Kurumsal yapıdaki değişim düşük kurumsal sadakat, çalışanlar arasında güven kaybı ve kurumsal bilginin zayıflamasıdır.¹⁶¹

3. 5. Yeni Kapitalizmin Etkileri

3. 5. 1. Toplum-Birey, Kültür-Kişilik Arasındaki İlişki

İnsanların maddi yaşamdaki değişiklikleri nasıl yorumladıkları kültüre bağlı olan bir konudur. Burada kültür ve kişilik arasındaki ilişki anlam kazanır. Lash'e göre "yeni toplumsal biçimler yeni kişilik biçimlerini, yeni toplumsallaşma tarzlarını, deneyimi örgütlemenin yeni yollarını gerektirir."¹⁶² Bununla birlikte "her toplum kendi kültürünü –kurallarını temel varsayımlarını, deneyimi örgütleme tarzlarını- kişilik biçimi içerisinde bireyde yeniden üretir." Toplumun kültürü bunu şu şekilde gerçekleştirir: "Öncelikle aile, ikincil olarak da okul ve diğer karakter oluşturma araçlarınınca yürütülen toplumsallaşma süreci, egemen toplumsal kurallara uyması için insan doğasını değiştirir."¹⁶³ Burada Lash kültürün kişiliği ve karakteri değiştirme gücüne vurgu yapmaktadır.

¹⁵⁸ Sennett, **Yeni Kapitalizmin Kültürü**, 74.

¹⁵⁹ **age**, 119.

¹⁶⁰ Bozkurt, **Prütanizmden Hedonizme**, 313.

¹⁶¹ Sennett, **age**, 36-44.

¹⁶² Lash, **age**, 92.

¹⁶³ **age**, 69.

3. 5. 2. Yeni Kapitalizmde İnsan

Gaulejac kapitalizmin yeni zihniyetini şu şekilde özetlemektedir: “sürekli bir kriz haline yol açan örgütsüzlük, iyi performans göstermeyenlerin ayıklanması, ‘hep daha fazla yarış’, paradoksal yönetim, taciz, stres, anlam kaybı hissi”.¹⁶⁴ Burada yeni kapitalizmin ortamı ve bu sistemde ayakta kalmak için gerekli olduğu vurgulanan özelliklerin kazanılmaya çalışılması ya da edinilmesi sonucunda psikolojik zararların ortaya çıktığı vurgulanmaktadır.

Sennett’e göre istikrarsız, parçalanmış toplumsal koşulların hâkim olduğu yeni kapitalizmde ancak belirli türden bir insan başarıya ulaşabilir. Bu ideal insanın başa çıkması gereken üç konu vardır: Birey hızın hâkim norm olduğu bir ortama ayak uydurmak zorunda kaldığından süre giden bir benlik duygusundan yoksun yaşamak zorunda kalabilir. Kapitalizmde ayrıca zanaatçılık* yerini meritokrasiye bırakmıştır. Yeni kapitalizmde yeni olan ise yeteneğin bir kültür meselesi haline gelmesi ve devamlı yenilenmesi gereken “potansiyel yeteneği öven” bir meritokrasi fikridir. Diğer bir zorlukta hızlı ve devamlı değişimin getirdiği “deneyimleri hesaba katmayan” bir kişilik özelliğine sahip olma gerekliliğidir. Sennett’e göre bu bir tüketici bulunabilecek olan kişilik özelliğine benzemektedir. Ayrıca Sennett’e göre yukarıda bahseden özelliklere sahip olan insan yani, “kısa vadeye yönelmiş, potansiyel yeteneğe odaklanmış, geçmiş deneyimleri terk etmeye razı olan bir kişi alışılmadık türden bir insandır”.¹⁶⁵ Sennett’e göre yeni kapitalizmin ideal insanı böyle olmasına rağmen çoğu insan böyle değildir ve “yeni kurumların uyulmasını talep ettiği kültürel ideal, bu kurumların içinde yaşayan insanların pek çoğuna zarar verir”¹⁶⁶.

Yeni kapitalizmin kültürü insanların düşünce yapılarını da değiştirmektedir. İnsanlar yalıtılmış bir halde ve kısa vadeli düşüncenin sonucu olarak bir yaşam anlatısından yoksundurlar.¹⁶⁷ Sennett yeni sistemi birey adına şu şekilde özetler: “...bir numara olup sürekli cazibe merkezi halinde dolaşmak; hayatı bir sahne gibi algılayıp, asla

¹⁶⁴ Gaulejac, **age**, 11-12.

*Sennett burada zanaatçılığı çoğunlukla el işçiliği için kullanılan ve bir keman, saat ya da çömlek yapılırken “kalitenin amaçlandığını gösteren” bir terim anlamında kullanmaktadır.

¹⁶⁵ Sennett, **age**, 11.

¹⁶⁶ **age**, 11-12.

¹⁶⁷ **age**, 18-24.

kötü gözükmemek; sürekli yaratmak, yarattığı her şeyin çok yakın bir zamanda taklit edileceğini bilerek diken üstünde yaşamak.”¹⁶⁸

Günlük yaşantımızda kapitalist yaşam tarzının özellikle ön plana çıkardığı korku, kaygı, bencillik, güvensizlik, hırs, huzursuzluk ve öfkedir. Ancak kısa vadeliğin giderek egemen olduğu iş anlayışı ve yüksek belirsizlik düzeyi görüntüsünün altında günümüz kapitalizminde “egemenlik ve zor ilişkileri, kapitalizmin önceki dönemlerinde olduğu kadar açık ve net yaşanmıyor.”¹⁶⁹ Bunun sebebi bireye ve özgürlüğe yapılan vurgudur. Bireyci vurgudan dolayı kişi kapitalist yaşam tarzının yukarıda bahsedilen semptomlarının sorumlusu olarak çoğunlukla yine kendini görmektedir.

Esneklik çalışanlardan yeni nitelikler beklemektedir. Her bireyin üretim ve üretimin düzenlemesiyle ilgili kaygıyı paylaşması beklenir. Bunun yanında “esnekliğin kişisel etkileri, hareketliliği, serbest vakte sahip olmayı, belirsizliği kabullenmeyi, işe kendini vermeyi, zorluktan haz almayı, zihinsel ve psişik seferberliği, uyum sağlayabilme yeteneğini, yeni koşullara ayak uydurma kapasitesini”¹⁷⁰ gerektirmektedir. Gaulejac’a göre yeni yönetsel sistem, “narsistik, saldırgan, pragmatik, ruhsuz, düşünceden ziyade eyleme odaklanmış, başarmak için her şeye hazır bir kişilik” modeline zemin hazırlamaktadır.¹⁷¹ Toplumsal yaşamın egemen biçimleri birçok narsist davranış biçimini özendirmektedir.¹⁷² Lash’e göre, “anlık yaşamak günümüzün yaygın tutkusudur: Geçmiş ya da gelecek kuşaklar için değil, kendin için yaşamak.”¹⁷³

3. 5. 2. 1. Yeni Kapitalizmin Karakter Üzerindeki Etkisi

Sennett esnek kapitalizmin karakter konusunda ortaya çıkardığı sorunları şu şekilde özetler: “mevcut ana odaklı bir toplumda, hangi özelliğimizin kalıcı eğer taşıdığımıza nasıl karar verebiliriz? Kısa vadeye kilitlenmiş bir ekonomide nasıl uzun vadeli hedeflere sahip olabiliriz? Her an parçalanın veya sürekli olarak yeniden şekillendirilen kurumlarda, karşılıklı sadakat ve bağlılık nasıl sürdürülebilir?”¹⁷⁴. Bu

¹⁶⁸ **age**, 34-35.

¹⁶⁹ Ruben, **age**, 55.

¹⁷⁰ Gaulejac, **age**, 180.

¹⁷¹ **age**, 188-189.

¹⁷² Lash, **age**, 156.

¹⁷³ **age**, 24.

¹⁷⁴ Sennett, **Karakter Aşınması**, 11.

sorular esnekliğin karakter üzerindeki etkilerini kavramak ve esnekliğin sonuçlarına dair düşünmek için bir başlangıç noktası oluşturmaktadır.

Sennett'e göre yeni kapitalizmde esnekliğin bireyin karakteri üzerindeki etkisi onun en karmaşık yönünü oluşturur. "Karakter, kendi arzularımıza ve diğer insanlarla aramızdaki ilişkilere yüklediğimiz etik değer"¹⁷⁵ anlamına gelmektedir. Sennett'e göre karakter duygusal deneyimlerin uzun vadeli boyutu üzerine odaklanmaktadır. Karakter insanın kendi içinde değerli bulduğu ve başkalarının da buna değer vermesini beklentisi içinde olduğu kişisel özelliklerini ifade eder. Karakter kendini çeşitli biçimlerde gösterir. Bunun için uzun vadeli hedeflere ve bu hedeflere ulaşmak için yaşanan zaman içinde çeşitli mükâfatları erteleme gibi gösterimlere sahiptir.¹⁷⁶

Sennett'e göre yeni kapitalizmin zaman boyutu, insanın karakteri ile bu hareketin bir anlatıya dönüşmesini engelleyen "çılgın zaman deneyimi arasında bir çatışma"¹⁷⁷ yaratmıştır. Yeni kapitalizmde belirsizlik kapitalizmin gündelik işleyişine hâkimdir. Burada belirsizlik ve istikrarsızlık normal bir durum haline gelmiştir. Bundan dolayı Sennett'e göre *karakter aşınması* normal bir durumdur. Böyle bir sistemde kendi yaşam hikayesini ve deneyimlerini şekillendiremeyen insanın karakteri aşınır. Bu da yeni kapitalizmin yaşam üzerindeki etkilerinin derinliklerini göstermesi açısından önemlidir. "Çelişkili bir durumla karşılaşan bir bireyin dikkati, uzun vadeye değil, o anki koşullara odaklanır."¹⁷⁸ Ayrıca "belirsizliklerle başa çıkmanın tek pratik yolu, üzerinde fazla durmamaktır."¹⁷⁹ Bu kişinin belirsizliğe karşı verdiği tepkiyi oluşturur.

Sennett'e göre kapitalizm rutinden kaynaklanan kötülükleri yok etmek için esnek kurumlar oluşturma yoluna gitmiştir. Ancak esneklik uygulamaları çoğunlukla insanı zor durumda bırakan güçler üzerinde yoğunlaşmaktadır.¹⁸⁰ Sennett'e göre kişiye çevresindeki insanların ihtiyaç duyması meselesi insan karakterini ilgilendirir ve ihtiyaç duyulma hali yeni kapitalizmde yoğun saldırı altındadır. Organizasyonel uygulamalarla yeni kapitalizm karşılıklı ihtiyaç duygusunu ortadan kaldırarak güvensizlik aşılamaaktadır. Kurumların yeniden tasarlanması ve çalışanların her an vazgeçilebilir kılınması da insanın önemli ve başkalarına yararlı olduğu duygusunu

¹⁷⁵ **age**, 10.

¹⁷⁶ **age**, 10-11.

¹⁷⁷ **age**, 30.

¹⁷⁸ **age**, 95.

¹⁷⁹ Sennett, **Yeni Kapitalizmin Kültürü**, 77.

¹⁸⁰ Sennett, **Karakter Aşınması**, 47.

baltalayan şeylerdir. Ayrıca “esnek kapitalizm, daha az bütüncül, daha okunaksız bir sistem olduğu için çevreye yaydığı kayıtsızlık daha kişiseldir.”¹⁸¹

Gauleaj yeni kapitalizmde denetim hususunda Sennett’in okunaksız iktidar nitelemesini şu şekilde derinleştirir:

“Yönetmelik iktidar, bedenleri denetlemekten çok, libidinal enerjiyi işgücüne çevirmekle ilgilenir. Yönlendirilmiş ihtiyaç ekonomisinin karşısına yüceltilmiş arzu ekonomisi çıkar. Bedenlerin kılı kırk yaran denetiminden firma hizmetindeki psikik seferberliğe geçiş yaparız. Baskının yerini baştan çıkarma, dayatmanın yerini katılım, itaatın yerini minnettarlık alır.”¹⁸²

Yeni kapitalizmde, “gözetim artık fiziksel değil, iletişimseldir. Gözetim manyetik kartlar, cep telefonları, bilgisayarlar, çağrı cihazları sayesinde bazı açılardan aralıksız sürüyorsa da artık doğrudan gerçekleşmez; çalışmanın biçimlerinden ziyade sonuçlarına yönelmiştir.”¹⁸³ Şirketlerdeki yönetmelik iktidar esnek, uyumlu şirket projesini gerçekleştirmek için uygun olan davranış biçimlerini ortaya çıkaran bir talep sistemi gibi işlemektedir¹⁸⁴. Şirkete en fazla yararı sağlamak adına “birey, benliği ile benlik ideali arasında bir gerilim hattında yaşar.”¹⁸⁵

Şirket, stresi uyum sağlanması gereken bir veri olarak kabul eder. Çalışanlardan strese karşı dirençli olması beklenir. Stresin nedenlerini sorgulamak yerine – gazetelerde ya da internet ortamındaki iş ilanlarında aranan kriterler arasında sıklıkla gördüğümüz- onu yönetme kabiliyetine önem atfedilir.¹⁸⁶ Dolayısıyla nedenlere yoğunlaşmak yerine ortaya çıkan sorunlarla baş edebilme yetisi çalışanlardan beklenen öncelikli nitelik haline gelmiştir.

Yeni kapitalizmin normlarının egemen olduğu toplumlarda yaşayan kişilerin karakterindeki bir diğer değişimin de narsisizm olduğu iddia edilmektedir. Narsisizm hedonizmin ön plana çıktığı kapitalist toplumunun temel özelliklerinden biri haline gelmiştir. Psikalaniz alanına ait olan narsisizm kavramı Lash’in narsisizmin kültür boyutunu vurguladığı çalışmasında günümüz toplumlarının kişilik tipini açıklayıcı bir kavram olarak kullanılmıştır.¹⁸⁷

¹⁸¹ age, 154.

¹⁸² Gaulejac, age, 93.

¹⁸³ age, 94.

¹⁸⁴ age, 97.

¹⁸⁵ age, 102.

¹⁸⁶ age, 192.

¹⁸⁷ Bozkurt, Endüstriyel ve Post-Endüstriyel, 77.

Lash' göre günümüzde gündelik yaşamda sık karşılaşılan karakter özellikleri; “bağımlılık korkusuyla ortaya çıkan başkalarının sağladığı ikame sıcaklığa duyulan bağımlılık, içsel bir boşluk duygusu, sınırsız bastırılmış öfke”¹⁸⁸ dir. Narsisizm kavramı yani, -bir psikiyatrik yönelim olarak “kendi içine gömülme”¹⁸⁹ - popüler toplum eleştirilerinde kullanılmaktadır. Narsisizm modern yaşamın gerilimleri ve kaygılarıyla başa çıkmanın bir yolunu temsil eder. Narsisizm kavramı günümüzdeki “toplumsal değişimlerin psikolojik etkisini anlamının bir yolunu sağlar.”¹⁹⁰ Günümüz kapitalist toplumunda egemen kişilik türü içsel olarak güçsüzleştirilmiştir. “Abartılı bir şekilde kendini sevmeye ve kendinden nefret etme uçları arasında gidip gelmektedir.”¹⁹¹

Kapitalist üretimden tüketime doğru yaşanan geçiş insanları yeni toplumsal davranış biçimleri geliştirmek zorunda bırakmaktadır. Narsisizm, kaybetmekten korkan bireyler için gündelik hayatta yaşanan endişelerle başa çıkmanın bir yolu olarak görülmektedir.¹⁹² Lash'e göre narsistik kişi kimi zaman her şeye gücünün yeteceği yanılsamasına kapılsa da “özsaygısını kazanmak için başkalarına bağımlıdır. Ona hayran olan bir izler kitle olmadan yaşayamaz.”¹⁹³ Sennett'e göre narsisizm bir karakter bozukluğu olarak “güçlü bir benlik sevgisinin tam zıttıdır”. Çünkü kendine kapanma doyum sağlamaz ve benliğe zarar verir.¹⁹⁴

3. 5. 2. 2. Yeni Kapitalizmin Meslek ve Çalışma Hayatı Üzerine Etkisi

Çalışmanın yeni örgütlenme biçimleri çalışanlarda çeşitli rahatsızlıklar meydana getirmektedir. Yeni kapitalizmin hareketlilik ilkesine göre bireyler iş, mekân ve yaşam tarzı değiştirmeye daima hazır olmalıdır. Hareketlilik norm haline gelmektedir. Mesleki kimliğin kalıcı bir unsuru olan meslek, kariyerin kalıcı bir unsuru olmaktan uzaklaşmaktadır. Dönüşüm zorunlu bir aşama haline gelirken, uyum sağlama becerisi de dayatılan bir norm haline gelmektedir.¹⁹⁵

¹⁸⁸ Lash, **age**, 68.

¹⁸⁹ **age**, 56.

¹⁹⁰ **age**, 92.

¹⁹¹ Bozkurt, **age**, 79.

¹⁹² **age**, 80-81.

¹⁹³ Lash, **age**, 32.

¹⁹⁴ Sennett, **Kamusal İnsanın**, 402.

¹⁹⁵ **age**, 210-211.

Engin Geçtan yeni meslek algısını ve sonuçlarını şu şekilde ele alır:

“Geçmiş kuşakların ustası gönlünü vererek yarattığı üründen ötürü gurur duyar, sanatını yakın ilişki içinde bulunduğu çırağına en az birkaç yıllık bir sürede öğretir, bireyleşmiş olmaktan ötürü kendine saygı duyardı. Günümüz çalışanıysa, sistemi oluşturan mozağin yalnızca küçük bir parçası. Üstelik çoğu kez sistemin bütününden ya da sistemin içerisindeki yerinden haberdar değil. Bireyin sistem içindeki yerini hiçe indirgeyen böylesi bir dünyanın insanda yarattığı kopukluk bazen davranış bozukluklarına neden olmaktadır.”¹⁹⁶

Ayrıca endişe kültürü de norm haline gelmektedir. Bu kendini “asla yeterince iş yapamama, gerektiğinde iyi olamama, hedeflerini gerçekleştirememeye, saf dışı bırakılma, işini kaybetme korkusu”¹⁹⁷ olarak göstermektedir. Uyum sağlama ve esneklik tek taraflı bir beklentidir. Çalışan şirketin zamanına uyum göstermek zorundadır tersi ise geçerli değildir.¹⁹⁸ Yüksek performans kültürü kendini etkililik modeli olarak dayatır ve bunun sonucu olarak da mesleki tükenmişlik, stres sıradanlaşır.¹⁹⁹

Yeni kapitalizmde çalışmanın yeni örgütlenme biçimleri ve bunların işletme yöntemleri sonucu çeşitli semptomlar ortaya çıkmaktadır. Gaulejac’a göre değişkenlik, hızlı uyum sağlayabilme ve esneklik zorunlulukları karşısında ortaya çıkan çalışma hayatındaki rahatsızlık belirtileri, çalışmanın yeni örgütlenme tarzının sorgulanmasından ziyade ciddiye alınmaması gereken ‘marjinal’ olgular olarak değerlendirilmektedir. Çalışanlar da işten kaynaklanan sorunlar karşısında hissettikleri zorlukları kendilerinin ortadan kaldıracabilecekleri duygusuna kapılırlar.²⁰⁰

Çalışma hayatında “piyasa kanunu ve genelleşmiş rekabet, herkesin kabullenmek zorunda kaldığı veriler”²⁰¹dir. İşyerindeki zorunluluklar karşısında etik ve hümanistik görüşlere yer yoktur. Rekabet ortamı sadece işyerleriyle sınırlı değildir. İşyerinde edinilen alışkanlıklar diğer alanlarda da sürdürülür. Günümüz toplumunda her birey sistemin hem üreticisi hem ürünü olabilir “ona maruz kaldığı kadar onun işlemlerini de sağlayabilir”²⁰².

Yeni kapitalizmde “toplum, deneyime değer vermeyerek, fiziksel gücü, becerikliliği, uyum sağlamayı ve yeni düşünceler geliştirme yeteneğini daha çok ön plana

¹⁹⁶ Engin Geçtan, **İnsan Olmak**, 7. bs, (İstanbul: Metis Yayınları, 2008), 29.

¹⁹⁷ Gaulejac, **age**, 267.

¹⁹⁸ **age**, 67.

¹⁹⁹ **age**, 24.

²⁰⁰ **age**, 15-16.

²⁰¹ **age**, 20.

²⁰² **age**, 21.

çıkarak, üretkenliği yaşça büyükleri kendiliğinden dışlayacak bir biçimde tanımlar.”²⁰³ Sennett bu durumu şöyle tespit eder: Yeni kapitalizmde “esneklik eşittir gençlik, katılık eşittir yaşlılık”²⁰⁴.

Yeni kapitalizmde başarının anlamı da değişmektedir. Lash’e göre, günümüzde başarı yalnızca öne geçmek anlamına değil, diğer herkesin önüne geçmek anlamına gelmektedir.²⁰⁵ Başarı tanımının ve başarıyı desteklediğine inanılan niteliklerin dönüşümü, toplum yapısındaki genel değişmelerden –vurgunun kapitalist üretimden tüketime kayması- gibi koşullardan kaynaklanan bir gelişmedir.²⁰⁶ “Başarı düşünün kendi düz anlamının dışındaki bütün anlamlarının tükendiği bir toplumda insanların başarılarını ölçmek için başkalarının başarıları dışında ellerinde hiçbir şey yoktur.”²⁰⁷

İşin toplumsal hayattaki etkilerini ve günlük hayatın tamamını etkisi altına alışını Lash şu şekilde özetler:

“Rekabette duygusal güdüleme aracılığıyla üstünlük sağlama çabası, yalnızca kişisel ilişkileri değil, iş ilişkilerini de giderek daha çok biçimlendirmektedir; işte bu nedenledir ki bugün sosyal hayat başka araçlar yoluyla işin bir uzantısı olarak işlev görmektedir. Artık iş yaşamında çekilen sıkıntılardan kaçıp sığınılacak bir yer olmaktan çıkan kişisel yaşam, tıpkı pazarın kendisi gibi karmaşa, çatışma ve gerilim dolu”²⁰⁸ bir hale gelmiştir.

²⁰³ Lash, **age**, 326.

²⁰⁴ Sennett, **Yeni Kapitalizmin Kültürü**, 98.

²⁰⁵ Lash, **age**, 84.

²⁰⁶ **age**, 111.

²⁰⁷ **age**, 105.

²⁰⁸ **age**, 114.

4. YENİ KAPİTALİZM VE TÜKETİM TOPLUMU

Bu bölümde tüketim toplumu adı verilen gelişim, bu tür bir toplumunun ortaya çıktığı kapitalizm, yani yeni kapitalizm ekseninde tartışılacaktır. Yeni kapitalizmde tüketim olgusunun rolü ve önemi ve esnek üretim tarzının tüketim faaliyetlerine etkisi üzerinde durulacaktır. Kapitalizm günümüzde dünyanın birçok bölgesinde ekonomik ve kültürel açılardan egemen toplumsal düzenleme biçimi haline gelmiştir. Bocock'un işaret ettiği gibi, kapitalist üretim endüstrisine sahip olmayan ülkelerde dahi insanlar kapitalizmin mallarını tüketmek için arzu duymaktadır.²⁰⁹

Kitle tüketimi halkın yaşama düzeylerinin yükselmesiyle, beyaz yakalıların ve işçi sayısının artmasıyla ve toplumsal refaha, maddi konfora yapılan harcamaların artmasıyla betimlenmektedir.²¹⁰ Yeni kapitalizmde egemen yapı kitle üretimi biçimindedir ve bu biçimin sürdürülebilmesi belirli bir tarz kitle tüketimine dayalıdır: “alabildiğin kadar şeyi al, kullan ve at” mantığının hâkim olduğu bir tüketim olarak tanımlanabilecek olan bu tarz, kitle üretimi mantığının bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kitle üretimi de kitlelerin daimi tüketimine bağlıdır. Kitle tüketiminin gerçekleşmesi de dinamik bir tüketim kültürünün yaratılmasını ve teşvik edilmesini gerektirmektedir. Bu kitle iletişim araçları ve reklamlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.²¹¹

Bu bölümde yeni kapitalizm ve tüketim ilişkisi, tüketim kültürünün ve toplumunun oluşumu ve yayılmasını içerecek şekilde ele alınacaktır. Bu ilişkiyi anlamlandırmak açısından tüketim, tüketim kültürü ve tüketim toplumu kuramlarına da değinilecektir. Kısaca ifade etmek gerekirse, bu bölümde 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaşanan ve tüketici çevresinde gelişen kapitalizm ortamı tartışılacaktır.

²⁰⁹Bocock, **age**, 60.

²¹⁰ Sayın, **age**, 19.

²¹¹ İrfan Erdoğan, **İnsanın Zincire Vuruluşu: 21. Yüzyılda Ne Olduğumuzu Anlayalım, Köleliğin İdeolojik ve Ekonomik İletişimi**, (Ankara: Doruk Yayıncılık, 1997), 46-47.

4. 1. Kavramsal Çerçeve

4. 1. 1. Tüketim

Tüketim, “iktisadi mal ve hizmetlerin belirli bir bedel ödenerek insan ihtiyaç veya istekleri doğrultusunda kullanılması” anlamına gelmektedir.²¹² İstek, ihtiyaç ve arzu tüketimi şekillendiren ve yönlendiren temel faktörleri oluşturmaktadır.²¹³ Tüketim, sosyologlar tarafından “faydanın(konfor ve güvenlik), zevkin(tatmin, zevke yönelik tüketim), ve anlamlandırmanın(yaşam tarzı, farklılık, bir gruba aidiyet işaretleri) bir birleşimi olarak” açıklanmıştır.²¹⁴

Tüketim kavramı ihtiyaçlar, arzular ve bu arzuların karşılanması için gerekli olan mal ve hizmetlere, paraya ya da başka herhangi bir değere dayalı, zaman ve mekâna bağlı olan toplumsal ve ekonomik bir ilişki biçimini ifade etmektedir. Bununla birlikte tüketim yalnızca ekonomik değil, sosyal ve kültürel bir olgu olduğu için daha geniş bir çerçevede ele alınması gereken bir konudur.²¹⁵ Nitekim 20. yüzyılın başlarından itibaren tüketim kavramı, ekonomik anlamından daha çok sosyal bir olgu olarak literatürdeki yerini almıştır. Cengiz Yanıklar tüketim olgusunu “insanların sosyal yaşamlarını yeniden inşa etmelerinde farklı seçenekler sunan gündelik bir faaliyet olarak” ele almıştır.²¹⁶ Bu çalışmada da tüketim olgusu bireylerin gündelik yaşam pratikleri ekseninde tartışılacaktır.

Tüketim, kapitalist toplumun temel araçlarından birini oluşturmakta ve kapitalist sistemde merkezi bir rol oynamaktadır. Bilindiği üzere tüketim, sermayenin maddi üretim süreci yoluyla meta sermayesine dönüştürüldüğü ekonomik faaliyet zincirinin son halkasını oluşturur. Ancak bu çalışmada ele alındığı şekliyle “tüketim, bir sürecin sonu değil, diğerinin başlangıcıdır ve bizzat kendisi bir üretim biçimidir.”²¹⁷ Tüketim ayrıca, “insanlar arasındaki ilişkinin kurulabilmesine aracılık etmesi nedeniyle çalışma güdüsünü açıklayan, sosyal davranış ve etkileşim biçimleri yaratan ve bireylere belirli yaşam tarzlarını sürdürmeleri ya da sergilemeleri için simgesel

²¹² Ömer Demir, Mustafa Acar, **Sosyal Bilimler Sözlüğü**, (İstanbul: Ağaç Yayıncılık, 1992), 361.

²¹³ Burcu Özcan, “Hedonizm ve Kimlik Temeline Dayalı Postmodern Tüketim Yaklaşımı”, **Sosyoloji Konferansları Dergisi**, s. 35, (2007):139.

²¹⁴ Massimo Borlandi ve diğ., **Sosyolojik Düşünce Sözlüğü**, çev. Bülent Arıbaş, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2011), 852.

²¹⁵ Yanıklar, **age**, 204.

²¹⁶ **age**, 16.

²¹⁷ Yavuz Odabaşı, **Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma**, 2. bs, (İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2013), 19.

araçları sağlayan bir olgudur.”²¹⁸ Douglas ve Isherwood’a göre tüketim konusu sadece çalışmanın amacı ya da sonucu olarak görülmemeli ve tüketim, toplumsal sürecin içine yerleştirilmelidir. “Tüketim, başka insanlarla ilişki kurmaya ve bu ilişkinin kurulabilmesi için dolayım kuran malzemelere sahip olmaya dönük toplumsal sistemin bütüncül parçası olarak görülmeli”dir.²¹⁹

4. 1. 2. Tüketim Kültürü

Yukarıda da bahsedildiği üzere, tüketim “tüketicinin satın alınan nesne üzerinde yoğunlaştığı ve onu yeniden anlamlandırdığı sosyal ve kültürel içeriklere sahip karmaşık bir süreçtir.”²²⁰ Yanıklar’ın ifade ettiği gibi, kapitalizmin gelişmesi içerisinde yapısal değişimler, tüketim standartlarının giderek artması ve yakın geçmişten bu yana karşılaşılan türden tüketim olgusu, emek ve üretim üzerine yoğunlaşan yaklaşımlara meydan okumuştur. Bu yaklaşımlar göstergelerin egemen olduğu ve ihtiyaçlara değil de arzulara dayalı olan bir tüketim kültürünün çıkışına işaret etmişlerdir.²²¹

Tüketim kültürü tüketici ihtiyaçlarının sınırsız ve doyurulamaz olduğu düşüncesine dayalıdır. Literatürde tüketim kültürü genel olarak, gerçekte olan ihtiyaçlardan fazla bir harcama yapma ve gösterişçi tüketimle ilişkilendirilmektedir. Tüketim kültürünün en önemli özelliklerinden biri de serbest piyasa ilişkilerine dayalı olan kapitalist toplumun bir ürünü olmasıdır. Bu anlamda tüketim kültürü kapitalizmin temel kültürel formlarından birini oluşturur ve kapitalizmin kültürel olarak yeniden üretilmesi konusunda bir araçtır.²²² Modern üreticiler kitleleri tüketim kültürü içinde eğitirler, çünkü “metaların giderek artan bolluktaki kitlesel üretimi, metaları yutacak kitlesel bir pazarı talep eder.”²²³

Tüketim kültürü genel ve özel olmak üzere iki anlama sahiptir. Genel anlamda tüketim kültürü, her toplumun tüketim geleneği ve tarzı olarak ifade edilmektedir. Özel anlamda ise tüketim kültürü, kapitalizmin egemen olduğu ve post-modern

²¹⁸ **age**, 203-204.

²¹⁹ Douglas, Isherwood, **age**, 8.

²²⁰ **age**, 24.

²²¹ **age**, 26.

²²² **age**, 52-53.

²²³ Lash, **age**, 124.

dönemde yaşayan toplumlarda var olan bir olgudur. Bu anlamda tüketim kültürü post-modern toplumların kültürünü ifade etmek için kullanılmaktadır.²²⁴

Mike Featherstone tüketim kültürü üzerine geliştirilen perspektifleri üç başlık altında ele alır. Bunlardan ilki tüketimin üretilmesi yaklaşımıdır. Bu perspektif tüketim kültürünün kapitalist meta üretiminin genişlemesine yaslandığını belirtir. İkinci perspektif, tüketim tarzları yaklaşımını ifade eder. Bu yorumda insanların toplum içinde kendilerini farklı kılma amacıyla ürünleri kullanırken izledikleri farklı yollar üzerinde odaklanılır. Üçüncü perspektif ise hayallerin, imajların ve hazların tüketilmesi yaklaşımıdır. Bu perpektif tüketimin duygusal hazları, rüyalar ve arzular sorununu ortaya koyan yaklaşımlardan oluşur.²²⁵

Tüketim kültürü terimi, tüketim toplumunun kültürüne bir gönderme yapmaktadır. Featherstone'un belirttiği üzere tüketim kültürü terimi, “simgesel üretim, gündelik tecrübeler ve pratiklerin genel bir yeniden örgütlenişinin kitlesel tüketime yönelik hamleye eşlik ettiği varsayımına yaslanır.”²²⁶

4. 1. 3. Tüketim Toplumu

İçinde yaşanılan toplumu tanımlamak adına teorisyenler birbirinden farklı odak noktalarına sahiptirler. *Gösteri toplumu, sanayi sonrası toplum ve post-modern toplum* tanımlamaları ile beraber dile getirilen toplum tanımlamalarından biri de; “insanların tüketim yoluyla denetlendiği ve tüketim olgusunun tüm toplumsal kimliklerin önüne geçtiği *tüketim toplumu* tanımlaması olarak karşımıza çıkmaktadır.”²²⁷ Tüketim toplumu, toplumun üretimden ziyade malların ve boş zamanın tüketimi etrafında örgütlenmesini ifade eden bir terimdir. Tüketim toplumunun temelinde kapitalizm bulunur.²²⁸

Üretimin insanların ihtiyaçlarına göre değil de pazarlanabilme imkânlarına göre ayarlanıp yapıldığı; reklam gibi çeşitli araçlar vasıtasıyla da tüketimin teşvik edildiği

²²⁴ Fatih Mehmet Öcal, Bülent Darıcı, Mete Cüneyt Okyar, **Düş Toplumu- Tüketim İlişkisi: Şırnak Fenomeni**, (Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2010), 13.

²²⁵ Mike Featherstone, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, çev. Mehmet Küçük, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996), 36-49.

²²⁶ **age**, 187.

²²⁷ Mustafa Kemal Şan, İsmail Hira, “Modernlik ve Postmodernlik Bağlamında Tüketim Toplumu Kuramları”, **Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi**, s. 8, c. 1 , (2004): 1.

²²⁸ Vehbi Bayhan, “Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: ‘Tüketiyorum Öyleyse Varım’”, **Sosyoloji Konferansları Dergisi**, s. 43, (2011): 223.

toplum yapısı “tüketim toplumu” olarak adlandırılmaktadır.²²⁹ Tüketim toplumu rasyonalite, çilecilik ve ilerleme inancına dayalı olan kapitalist üretim toplumundan, bireyin kapitalist sisteme sadece emeği ölçüsünde değil arzu ve ihtiyaçlarıyla da dâhil olduğu bir topluma geçişi ifade etmektedir. Ayrıca modern dönemin üretime dayalı olan yapısı post-modern dönemde yerini tüketime bırakmıştır.²³⁰ Ritzer’e göre “postmodern toplum kuramı, bu kuram içinde tüketimin merkezi bir rol oynaması ölçüsünde, postmodern toplumu bir tüketim toplumu olarak tanımlamaya eğilim göstermiştir.”²³¹ Bauman’a göre de üreticiler toplumundan tüketiciler toplumuna geçilmektedir. Bu çalışma etiğinin yol gösterdiği bir toplumdan, tüketim estetiğiyle yönetilen bir topluma geçişi ifade etmektedir. Burada günümüz toplumunu anlamak adına tarihsel olarak tüketim toplumunun gelişimine bakmak gerekmektedir.

4. 2. Tüketim Toplumunun Tarihsel Gelişimi

4. 2. 1. Tüketim Kültürünün Doğuşu

Bocock 18. yüzyılın ilk yarısı içinde bir tüketim devrimi yaşandığını iddia eder. Buna göre fabrikaların doğuşu ve sanayinin gelişimi “insanların evlerini ve bedenlerini süsleyebilecekleri mal çeşitlerinin farkına varması ve bunları satın alabilme güçlerinin artması”²³² na neden olmuştur. İlerleyen dönemlerde sanayi kapitalizminin gelişmesiyle birlikte, tüketimin yaşamlarında önemli bir rol oynadığı ve diğer gruplardan ayırt edilebilme olanağı sağladığı tüketim gruplarının oluşmasına neden olmuştur.²³³ Tüketim kültürünü içeren modern tüketim kalıpları 19. yüzyılın sonlarında belirginleşmeye başlamıştır.²³⁴

4. 2. 1. 1. Tüketicinin Doğuşu

Yanıklar’ın ifade ettiği gibi 17. ve 19. yüzyıllar arasında püritanizmin hâkim olduğu ülkelerde tüketim, “yok etmek, boşa harcamak, kullanıp bitirmek, israf etmek olarak değerlendirilmiştir.” 20. yüzyıldan itibaren ise bahsi geçen “bazı kınayıcı temalardan arınan tüketim, herhangi bir ürün ya da hizmetin seçilmesi, satın alınması,

²²⁹ Demir, *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, 361.

²³⁰ Özcan, *age*, 143.

²³¹ Ritzer, *Sosyoloji Kuramları*, 231.

²³² Bocock, *age*, 24.

²³³ *age*, 25.

²³⁴ Yanıklar, *age*, 32.

kullanılması, onarılması, atılması” şeklinde tanımlanmıştır.²³⁵ Burada fordizmde tüketim sürecinin önemi üzerinde durmak gerekmektedir. Birinci bölümde de ele alındığı üzere, fordist uygulamalar içerisinde tüketicilerle ilgili olduğu kadarıyla en önemli ilkelerden biri, “kişiye tüketim mallarını satın alabileceği bir artığın sağlanması zorunluluğudur.”²³⁶ Fordizm aynı zamanda işçi-üreticinin işçi tüketiciye dönüşümünü ifade eden bir dönemdir. “Fordist düzenlemelerin bir yanı özellikle ihtiyaçların, zevklerin ve tatminlerin parasallaştırılmasıdır.”²³⁷ Fordist seri üretim ve kitle tüketimi döneminde yeni tüketici grupları oluşmuştur ve bu gruplar satın alırken mallar arasında seçim yapmaya başlamışlardır. Reklamlar aracılığıyla da marka imajları yerleşmeye başlamıştır.²³⁸

Fromm’un dile getirdiği gibi kapitalizm bir ekonomik sistem olarak insan davranışlarını etkileyerek insana uyması gereken ödevler vermektedir. 19. yüzyıl kapitalizmi çalışmayı, tasarrufu ve biriktirmeyi överken, 20. yüzyıl sonrası kapitalizm harcamayı ve tüketimi yüceltmektedir.²³⁹ Dolayısıyla insanlar her şeyden daha çok tüketici özellikleri ile ön plana çıkarılmıştır.

4. 2. 1. 2. Tüketim Kültürünün Gelişimi

Tüketimin toplumsal ilişkiler içerisinde önemli bir yer edinmesi ve tüketimin sosyal bir değer olarak algılanması ikinci dünya savaşı yıllarına dayanmaktadır. 1929 krizinin tekrar yaşanmaması adına sosyal refah uygulamaları ve talebin arttırılması gerektiğini öneren Keynesyen ekonomi politikaları ve fordist üretim tarzı sonucu meydana gelen üretim düzeyindeki artış, insanların yaşamlarında tüketimin öncelendiği tüketim kültürünü yaratmıştır. 20. yüzyıldan itibaren tüketim sadece ekonomik bir olgu olmaktan çıkarak, gösterge ve sembolleri de içeren bir sosyal ve kültürel süreç haline gelmiştir. Gösterge ve sembollerin içeriği ve tüketim ile arzular arasında kurulan ilişki, tüketim olgusuna kapitalizmin yeni şekliyle birlikte sembolik ve kültürel bir içerik kazandırmaktadır.²⁴⁰

²³⁵ age, 22-23.

²³⁶ age, 45.

²³⁷ André Gorz, **İktisadi Akılın Eleştirisi**, çev. Işık Ergüden, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995), 64.

²³⁸ Bocock, age, 31.

²³⁹ Erich Fromm, **Yeni Bir İnsan Yeni Bir Toplum: Yanılsama Zincirlerinin Ötesinde**, çev. Necla Arat, (İstanbul: Say Yayınları, 1981), 49-50.

²⁴⁰ Ünal Şentürk, “Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştırıldığı Bir Mekan: Alışveriş Merkezleri(AVM), **PÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, s. 13, (2012): 68.

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaşanan sosyal, siyasal ve kültürel değişmelerle birlikte, bireylerin yaşamlarının yalnızca üretim ilişkileriyle olan ilişkileri tarafından belirlenmediği argümanı temelinde, “tüketim olgusunun bireylerin sosyal yaşam deneyimlerinde, aktif ve önemli bir rol oynadığına işaret eden sosyolojinin yanı sıra siyaset bilimi, antropoloji, kültürel çalışmalar ve sosyal politika gibi farklı alanlarda yeni yaklaşımlar ortaya çıkmaya başlamıştır.”²⁴¹

4. 2. 2. Tüketim Toplumunun Gelişimi

Her toplumsal aşama önceki süreçlerin ortaya çıkarmış olduğu ekonomik, kültürel ve toplumsal özelliklere dayalı olarak biçimlenmektedir. Bu da toplumsal aşamaların içinden çıkmış oldukları önceki koşulların sonucu olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca belirli bir toplumsal aşama kendine has olan yapılanmasını, önceki aşamalarından farklı olan özellikleriyle kazanmaktadır. Tüketim toplumu adı verilen toplumsal aşama da kendinden önceki süreç olan sanayi toplumunun bir sonucu olarak yaşanmakta olan bir aşama olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda modernleşme, sanayileşme ve kentleşme süreçleri tüketim toplumunun hazırlayıcıları olmuşlardır. Modernleşme ve sanayileşme ile birlikte üretimi ve tüketimi içeren bir ekonomi olgusu yani kapitalist ekonomik sistem, diğer yaşam alanları üzerinde de belirleyicilik kazanmaya başlamıştır.²⁴² Bu bağlamda tüketim toplumunun ortaya çıkışı ve yaygınlaşması modernleşme ve sanayileşme süreçlerine bağlıdır.

Tüketim toplumuna giden aşamalara tarihsel olarak bakıldığında üretimin bireyden bağımsızlaşması olgusu karşımıza çıkar. Daha önce de bahsedildiği üzere, seri halinde kitlesel üretim kitle tüketimini gerektirmektedir. Ford kitlesel tüketimin sağlanması için işçilerin ürettiklerini malları satın alabilmeleri için ücret artırımına gitmiştir. Fordizmin krizi de kitlesel üretimin kitlesel tüketimle karşılanması çabalarının sonuç vermemeye başlamasından doğmuştur. Bu açıdan kitlesel tüketim ancak yakın geçmişten başlayarak ve günümüzde söz konusu olmuştur. 20. yüzyıl başlarındaki kapitalizmle bu yüzyılın ikinci yarısındaki kapitalizm arasındaki farklılık da burada yatmaktadır. Fordizmin krizine çözüm olarak da önceliği emeğin yerine tüketicinin aldığı bir kapitalizm karşımıza çıkmaktadır. Teknolojinin de artan bir hızla gelişme göstermesi sonucunda üretimin bireyden uzaklaştırılması derinleşmiş ve otomasyon da el emeğinin yerini almıştır. Bu sermayenin emekten

²⁴¹ Yanıklar, **age**, 13.

²⁴² Şentürk, **age**, 64.

bağımsızlaştırılmasını ifade eder ve bu süreçte üretim de merkezi konumunu tüketime bırakmaktadır. Yine bu süreçte kapitalist sistem için insanlar; üretici özellikleri ile değil de tüketici özellikleri ile önemli hale gelmişlerdir.²⁴³ Şirketlerin kâr maksimizasyonu peşinde koşması ve tüm alanlarda sınırsız üretim ve bu üretimi karşılayacak ve devamını sağlayacak sınırsız tüketim mantığıyla şekillenen tüketim toplumuna giden yolda yeni bir etik anlayışının ortaya çıktığı iddia edilmektedir.

4. 2. 2. 1. Tüketim Toplumuna Giden Yolda Yeni Etik Anlayışı

Daha öncede dile getirildiği üzere, kapitalist sanayi toplumunda Weber'in tespit ettiği püritan etik değerler öne çıkmaktaydı. Bunun bir sonucu olarak da çok çalışmak, israf etmemek ve lüks tüketime para harcamamak yüceltilen konular arasındaydı. Bu şekildeki bir üretici toplum yapısından tüketime özendirilen bir topluma geçişte, özellikle çalışma ve kazanılan paranın harcama şekilleri konusunda etik değerlerin değiştirilmesini gerektirmiştir. Yani tüketimin toplumunun oluşumu için sanayi kapitalizminin talep ettiği çalışma etiğinin aşılması gerekmiştir.

1950'li yıllara kadar toplumun çeşitli kurumlarında çok çalışıp az tüketme yüceltilirken, bu tarihten sonra gelişen refah toplumu pratiklerinde çok çalışıp az tüketme konusunda yapılan telkinler işlevselliklerini yitirmeye başlamıştır. Böylece Veysel Bozkurt'un da ifade ettiği gibi var olan kitle üretimini kitle tüketimi ile karşılayacak şekilde bir tüketim kültürü ve küresel düzeyde bir tüketim toplumu oluşmaya başlamıştır.²⁴⁴

Tüketim toplumunda bireylerin öncelikli görevi tüketmektir ve toplum üyelerinin şekillendirilme biçimi tüketici rolleriyle belirlenmektedir. Tüketim toplumunda ekonomik durumun iyi olup olmaması üretim kapasitesi ile değil, toplumun üyelerinin tüketim kapasitelerine bağlıdır. Sonuç olarak; tüketim toplumu, rasyonalite, asketizm ve ilerleme inancına dayalı olan üretim toplumundan, insanların kapitalist sistemin işleyişine yalnızca emekleri ile değil arzu ve gereksinimleriyle katıldığı bir topluma geçişi ifade etmektedir.²⁴⁵

²⁴³ Şan, **age**, 2.

²⁴⁴ Bozkurt, **Endüstriyel ve Pos-Endüstriyel**, 74.

²⁴⁵ Şan, **age**, 4-5.

4. 3. Kuramsal Yaklaşımlar

4. 3. 1. Tüketim Kuramlarına Genel Bakış

Tüketim olgusu düşünürler tarafından tüketimin farklı yönlerine odaklanılarak değerlendirilmiştir. Yanıklar'ın çalışmasından hareketle özetleyecek olursak: Veblen, Bourdieu, Simmel kimlik ve statünün göstergesi olarak; Douglass, Isherwood, Bourdieu farklı kültürler arasında ve içerisinde iletişim aracı olarak; Simmel, Baudrillard, Featherstone, estetik değerlerin taşıyıcıları olarak; Adorno, Horkheimer, Marcuse bir yönlendirme aracı olarak; Baudrillard, Featherstone yaşam tarzı ve kimliğin göstergeleri olarak ele almışlardır.²⁴⁶

Bocock'a göre kapitalist sistemde tüketim ile ilgili genel kuramsal bakış açısı en iyi şekilde Gramscici yaklaşım olarak betimlenebilir:

“Bu terimin burada çağrıştırdığı şey, kapitalist sistemin üretim biçimlerinin incelenmesini esas alan kuramsal bir bakış açısıdır. Ama bu bakış açısı, toplumun politik, kültürel ve dini yaşantısında ve ya tüketimle ilgili alanlarında gelişen olayların ekonomik üretim tarafından saptandığı şeklinde bir yaklaşımdan yani, ekonomizmden kaçınır.”²⁴⁷

Bocock tüketimi kapitalizmin üretim tarzları içinde yer alan bir olgu olarak ele alırburada tüketimin sermayenin döngüsünün ve sistemin devamlılığının sağlanması için merkezi öneme sahip olduğu vurgulanmaktadır:

“Tüketim, modern kapitalizmin şimdiye kadar olduğu şekilde devam edebilmesinde önemli bir bütünlüleyici unsur olmuştur. Bunun basit ve açık nedeni, üretilen mallar para karşılığında satılmadıkça kar elde edilemeyeceği gerçeğidir. Üretim endüstrisine yatırılan kapitalin, yatırım üzerinden bir getiri sağlaması gerekir. Bu getiri ancak mal ve hizmetlerinde belli bir karla satılmasıyla sağlanabilir. Bir mal tüketilip onun üzerinden kar elde edilmedikçe, o malın üretimine devam edilmesinin anlamı olmadığı çok açıktır.”²⁴⁸

4. 3. 2. Modern Dönemde Tüketime Yönelik Değerlendirmeler

Modern dönemde düşünürler daha çok üretim üzerinde yoğunlaşmışlardır. Yine de tüketim; *Aylak Sınıf Teorisi* ile Veblen, *Süzülme Teorisi* ile Simmel, *Yaşam Biçimi ve Protestan Asketik Tüketim Biçimi* ile Weber ve *Meta Fetişizmi* ile Marx tarafından incelenen bir konudur.²⁴⁹

²⁴⁶ Yanıklar, **age**, 27.

²⁴⁷ Bocock, **age**, 16.

²⁴⁸ **age**, 43.

²⁴⁹ Özcan, **age**, 131.

Tarihsel olarak bakıldığında tüketim kuramları içinde karşımıza ilk olarak Veblen'in gösterişli tüketim kuramı çıkmaktadır. Veblen bu kuram ile toplumsal sınıflar ile tüketim olgusu arasında bağlantı kurmuştur.²⁵⁰ Veblen'in odak noktası statülerini belirlemek için tüketimi kullanan sınıflar olmuştur. Yine 20. yüzyıl başlarında tüketim olgusuyla ilgilenen bir diğer kuramcı Simmel'dir. Her iki kuramcı da 20. yüzyıl başlarında ortaya çıkan yeni bir yaşam tarzının ayırıcı özelliği olarak beliren tüketim olgusunu ele almışlardır.²⁵¹

Tüketim olgusunun toplumsal analizi konusunda Marksist kurama göre, kapitalizmin egemen toplumsal formasyon olmasıyla birlikte tüketim, ihtiyaçları giderme konumundan çıkartılarak insan faaliyetlerinin önemli bir parçası haline gelmiştir. Bilindiği gibi kapitalist toplumda işçiler yaptıkları işin karşılığında belirli bir miktar ücret almak için üretim faaliyetine katılırlar. İşçiler ürettikleri malların sahibi olmadıklarından dolayı malları elde edebilmek için satın almak zorunda kalarak tüketici olurlar. İşte tüketim toplumunun ortaya çıkması da bu süreçlerin sonucunda olmuştur. Bu süreç ayrıca, *tüketim ideolojisi* yani, hayatın anlamını tüketilen şeylerde bulunacağı iddiası şeklinde özetlenebilecek olan kapitalist düşünce tarafından desteklenmektedir.²⁵²

Eleştirel kuram düşünürlerine göre insan geçmiş dönemlerden daha fazla ve etkin bir şekilde baskı altında tutulmaktadır ve bu durum kendini en fazla tüketim alanında göstermektedir. Eleştirel kuramcılar göre tüketim toplumu ve tüketim kültürü, insanları tüketime dayalı olan yaşam tarzlarını satın almaya zorlayan sahte ihtiyaçlar üretmektedir.²⁵³ Ancak içinde yaşanılan kapitalist sistem tarafından tasarlanmış olan tüketim toplumunda manipülasyonlardan sıyrılıp gerçek ihtiyaçlar konusunda karar verebilmenin de oldukça zor olduğu ortadadır.²⁵⁴ Tüketim toplumu insanların ihtiyaçları ile sınırlı olmayan ve daha çok arzuların tüketimi belirlediği bir toplum yapısını ifade eder. Ayrıca arzular insanın kendisi dışında uyarılmakta ve beslenmektedir.

²⁵⁰ Torstein Veblen, **Aylak Sınıfın Teorisi**, çev. Zeynep Gültekin, Cumhur Atay, (İstanbul: Babil Yayınları, 2005).

²⁵¹ Şan, **age**, 6-7.

²⁵² **age**, 8-9.

²⁵³ **age**, 10.

²⁵⁴ **age**, 12.

4. 3. 3. Post-modern Dönemde Tüketime Yönelik Değerlendirmeler

Tüketime üzerinde önemle durulan bir konu haline gelmesi post-modern döneme rastlamaktadır. Kapitalist sistemin son evresinde tüketim, sosyoloji alanında Baudrillard, Bauman, Bocoock, Colin Campbell, Don Slater, Featherstone, Peter Corrigan, Steven Miles; psikoloji alanında Lung ve Livingstone, Yiannis ve Lang; antropoloji alanında ise Douglas ve Isherwood tarafından incelenmiştir.²⁵⁵

Post-modern kuramcılarının birbirlerinden ayrıldıkları noktalar olmasının yanında hem fikir oldukları konulardan biri post-modernlik ile tarif ettikleri tüketim toplumdur.²⁵⁶ Post-modern kurama göre, tüketim toplumu malların kullanım değerlerinin ortadan kalkması ve gösterge işlevinin öne çıkışını ima eder. Bundan dolayı tüketim toplumunda tüketilen mallara biçilen sembolik anlamlar öne çıkar.²⁵⁷

Baudrillard’a göre nesne kendi ilk anlamı dışında yan anlamları vasıtasıyla gösterge değerini kazanmaktadır. Baudrillard’ın bu savını örneklendirmek gerekirse; otomobil bir ulaşım aracı olarak hizmet eder ve prestij rolü oynar. Tüketime alanı da otomobilin kazandığı ikinci anlamındadır. Bu alanda her tür nesne anlam verici öge olarak kullanılabilir.²⁵⁸

Baudrillard tüketime işlevini şu şekilde ele alır:

“Tüketime hakikati bir haz işlevi değil, ama bir *üretim işlevi* olmasıdır; dolayısıyla tıpkı maddi üretim gibi bireysel değil, ama *doğrudan doğruya ve tümüyle toplumsal* bir işlevdir. “Tüketim, göstergelerin düzenlenmesini ve grubun bütünleşmesini güvence altına alan bir sistemdir. Dolayısıyla tüketim her bir ahlak(bir ideolojik değerler sistemi) hem de bir iletişim sistemi, bir değiş tokuş yapısıdır.”²⁵⁹

Çalışma ve işten ziyade tüketim yoluyla haz elde etmek tüketim toplumunda en önde gelen görev konumundadır. Baudrillard’a göre tüketici kültürü post-modern bir kültürdür ve bu kültürde popülarite ve farklılık yüceltilmektedir.²⁶⁰ Klasik iktisat kuramında ihtiyaçların sınırsız olduğunun vurgulanmasına benzer bir şekilde tüketim toplumunda da ihtiyaçların tatmininin bir sınırı yoktur. Bourdieu’ya göre tüketim toplumunda yaşayan insanlar baskı altında tutulmaktan çok baştan çıkarılan,

²⁵⁵ Özcan, **age**, 131.

²⁵⁶ Şan, **age**, 14.

²⁵⁷ **age**, 15.

²⁵⁸ Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu: Söylenceleri, Yapıları**, çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, 3. bs, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2008), 89.

²⁵⁹ **age**, 91.

²⁶⁰ **age**, 16.

kurallarla baskılanmaktan çok gereksinimlerce yönlendirilir, “polis ile ideolojinin yerini halkla ilişkiler teknikleri ve reklamcılık almıştır.”²⁶¹

4. 4. Postmodernizm ve Tüketim Toplumu

1980’lerden itibaren tüketim sosyal kuram içinde önemli bir kavram haline gelmiştir. Bu konu post-modernizm tartışmalarının bir parçasını oluşturmaktadır.²⁶² Çeşitli adlandırmalarla karşımıza çıkan ve çalışmada kapitalizmin bir aşaması olarak ele aldığımız ve yeni kapitalizm ya da post-modernizm olarak ifade edilen dönemde belirgin olan husus, tüketimin önemli bir rol almış olmasıdır.

Bauman’a göre modernlik ve post-modernlik arasındaki fark vurgu değişikliğidir. Ancak tüketime olan bu vurgu değişikliği, toplumun kültürü ve insanların bireysel hayatlarının hemen bütün veçhelerinde büyük değişikliklere neden olmuştur. Sanayi toplumlarında sorulan soru çalışmak için mi yaşanıldığı yoksa yaşamak için mi çalışıldığıyken, tüketim toplumunda ise soru yaşamak için mi tüketildiği yoksa tüketmek için mi yaşandığıdır.²⁶³ Sorular arasındaki bu farklılık, farklı toplum yapılarının insanların yaşamlarını anlamlandırma konusundaki büyük etkisini göstermesi açısından önem arz etmektedir. Çünkü burada sorulan asıl soru yaşamak ve tüketmeyi birbirinden hala ayırabiliyor ve ayırmak ihtiyacı duyup duymadığımız sorusudur. Bu da bize tüketimin insan hayatının her alanını etkilediği ve kapsamı içine aldığını göstermektedir.

Sanayi devriminden bu yana hâkim üretim ve tüketim modeli olan kapitalist sistem içinde, yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan bazı önemli değişiklikler, yeni bir evre olarak ifade edilen post-modernizme geçişi oluşturmaktadırlar. Jameson, post-modernizmi kapitalizmin gelişimi sırasında yaşanan bir aşama olarak ele alır, “ama bu aşamanın tamamen yeni bir üretim ve tüketim modeline sıçrama olduğunu düşünmemek gerekir”.²⁶⁴

Post-modernizm kavramı, özellikle 1980’lerden sonraki tüketim olgusunun dinamiğini vurgulamak için kullanılmaktadır. Post-modernizm şu anda yaşadığımız dünyanın niteliksel olarak modern dünyadan farklı olduğu savına dayanmaktadır.

²⁶¹ age, 17.

²⁶² Bocock, age, 13.

²⁶³ Zygmunt Bauman, **Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları**, çev. Abdullah Yılmaz, 3. bs., (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2010), 93.

²⁶⁴ Yanıklar, age, 189.

Buna göre günümüzde esneklik, farklılık, çeşitlilik ve hareketlilik baskın normlar haline gelmiştir. Bu süreç içinde “bireylerin kimlikleri, benlik duyguları ve öznellikleri” de değişmektedir.²⁶⁵ Bocock’a göre “‘Post-modern’, bazı trendleri ve bir dönemle ilgili diğeri arasındaki bazı farklılıkları vurgulamaya yarayan, analitik kuramsal bir kavramdır.”²⁶⁶

Jameson, post-modernizmin ekonomik sistem içinde konumlanması ve post-modernizmin tüketim toplumunun kültürel alanına olan etkisi arasında temel bir ilişki olduğunu öne sürer.²⁶⁷ Jameson’un argümanı şu şekilde özetlenebilir: Kültürel üretim meta üretime dâhil edilmiştir ve bu anlamda post-modernizm geç/tüketim kapitalizmine eşdeğerdir:

“Kapitalizmin bu son aşaması içerisinde yeni mal türleri ve tüketim tarzları, yeniden oluşturulmuş kimlik formları ve yaşam kalıpları, daha büyük çaplı sosyal hareketlilik ve değişen demografiler, yeni politik yapılar ve bunlara eşlik eden ideolojiler ve daha yoğun iletişim ve piyasa faaliyetlerini kapsayan değişimlerin hepsi, gündelik sosyal yaşama ilişkin deneyim ve algılamalar üzerinde önemli etkilere sahiptir.”²⁶⁸

Yukarıda da dile getirildiği üzere, post-modern kuramlara göre tüketim toplumu geç kapitalizmin bir aşaması olarak ele alınır. Bunun yanında tüketim toplumu “uzun dönemli tarihsel değişmelerin bir ürünü ve kapitalizmin her aşamasına içkin olan bir süreç”i ifade eder.²⁶⁹ Ancak tüketimin günümüzde kazandığı kapsayıcı özelliği ve derinliği önceki dönemlere göre fazladır. Bu açıdan düşünüldüğünde tüketim toplumunu geç/yeni kapitalist toplumun ayırıcı bir özelliği olarak görmek mümkündür.

Tüketim sadece ihtiyaçlara değil, artan bir şekilde arzulara dayanan bir süreci ifade eder. Gösterge ve semboller kullanılarak üretilmiş olan malların tüketiciye satılması tüketim ile arzular arasında bir bağlantı oluşturur.²⁷⁰ Post-modern dönemde tüketimin en belirgin özelliklerinden biri artan kitle iletişim araçları ve medyanın etkisiyle birlikte gösterge ve sembollerin tüketiminin ön plana çıkmasıdır. Post-modern tüketim kuramlarında gösterge ve sembollerin kullanımı da önemle üzerinde durulan bir konuyu oluşturmaktadır.

²⁶⁵ **age**, 187-188.

²⁶⁶ Bocock, **age**, 85.

²⁶⁷ Fredric Jameson, **Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı**, çev. Nuri Plümer, (İstanbul: Yapı ve Kredi Bankası, 1992).

²⁶⁸ Yanıklar, **age**, 191-192.

²⁶⁹ **age**, 29.

²⁷⁰ Bocock, **age**, 13.

Bocock’a göre post-modernizmde daha önceki durağan statü, yerini değişkenliğe bırakmıştır. Ayrıca Bocock’a göre:

“1970’li ve 1980’li yıllarda ne tür değişiklikler olmuş olursa olsun, bu değişimler özel sermayenin egemen olduğu bir ekonomik sistem içinde oluşmuştur.” Dolayısıyla “postmodern olarak tanımlanabilecek yeni bir kapitalist gelişim dönemine girilmesine karşılık, sermaye gerekli bir kavram olarak geçerliliğini korumaya devam etmektedir.”²⁷¹

Bocock’a göre kapitalizmin ürünlerinin tüketicisi olmak bazı özel “kültürel değer ve sembolün de öğrenilmesini de gerektirmektedir.” Bocock bu görüşünü kapitalizmde doğal olan hiçbir şeyin olmadığını, süreç içinde insanlar tarafından öğrenildiğini ve toplumsal olarak eğitildikleri fikriyle destekler.²⁷² Buradan tüketimin ve tüketim biçimlerinin de kapitalist toplumda öğrenilen bir şey olduğu sonucu çıkarılabilir. Bocock’a göre tüketimcilik “kendine has bir dizi değer yeterli sayıda insan grubu arasında geçerli ve anlaşılabilir hale gelmesine ve böylece tüketim ürünlerinin satışının yapılabilmesine bağlıdır.”²⁷³ Yani sembollerin tüketiciler için anlaşılır kılınması gerekir. Bu semboller sadece reklamlar aracılığıyla tüketiciye kabul ettirilmezler, sembollerin etkin olabilmesi için tüketicilerin yaşam tarzlarına da uymaları gerekmektedir.²⁷⁴ Tüketimde arzu önemli bir yere sahiptir. Çünkü Bocock’a göre, tüketiciler toplumsal olarak eğitilmedikleri sürece kapitalizmin ekonomik sistemini destekleyen sosyal ve kültürel ilişkiler bozulur.²⁷⁵ Tüketim üretilen malların arzu yaratacak ve uyandıracak bir şekilde sergilenmesine ve reklamının yapılmasına bağlıdır.²⁷⁶

Bocock’a göre tüketim “postmodern kapitalizmin tipik özelliklerini sergileyen bir süreç haline gelmiştir. Artık çoğu insanın kimlik duygusu bu insanların iş rollerinden çok, izledikleri tüketim kalıplarıyla ilgili olduğuna göre, yeni bir kapitalizm döneminin ortaya çıktığı söylenebilir.” Artık insanların kimliklerini mesleklerinden daha çok hedeflemiş oldukları tüketici yaşam tarzını da içermektedir.²⁷⁷ Tüketim ayrıca insanların hayatlarını etkileyen bir süreç olarak kapitalizmin meşrulaşmasını sağlayan şey olmaktadır.²⁷⁸ “Tüketimcilik, batılı ve diğer toplumsal oluşumlarda

²⁷¹ age, 40.

²⁷² age, 61.

²⁷³ age, 61.

²⁷⁴ age, 62.

²⁷⁵ age, 80.

²⁷⁶ age, 98.

²⁷⁷ age, 112.

²⁷⁸ age, 114.

yaşayan milyonlarca kişinin günlük yaşamında ve günlük uygulamalarında kapitalizmi meşrulaştıran, sağlam bir kapitalizm ideolojisi haline gelmiştir. Batıda ve her yerde, varlığının ve yoksulun bilinçdışı arzularına seslenmektedir.”²⁷⁹ Tüketim toplumu, “üretilen her mal için kitleler arasında tüketim yapmaya ilişkin derin bir arzu uyandırmakta ve tatmin ettiği -ya da etmediği- her ihtiyaç karşılığında bir yenisini yaratmaktadır.”²⁸⁰ Bu noktada genel nitelikleri konusunda açıklamalar yapılan tüketim toplumunun tanımlayıcı ve betimleyici unsurlarına yer vermek, tüketim toplumunda yaşam pratiklerini anlamlandırma açısından önemlidir.

²⁷⁹ **age**, 120.

²⁸⁰ Yanıklar, **age**, 50.

5. TÜKETİM TOPLUMUNUN BETİMLENMESİ

“Tüketim esas olarak tüketici nesnelerini, tüketim sürecini ve tüketim mekânlarını içermesi itibariyle son derece karmaşıktır.”²⁸¹ Bu karmaşık olguyu anlamak açısından burada tüketim toplumu ve genel olarak tüketim konusu “vurgular” ve “araçlar” başlıkları altında toplanarak açıklanmaya çalışılacaktır. Bu bölümde günümüz toplumunu betimleyen tüketimin işleyiş biçimi, tüketim faaliyetlerinin amaçları ve sonuçları, tüketimin somut/soyut araçları gibi konular üzerinde yoğunlaşan kuramsal çözümlemeler ele alınacaktır. Bu bağlamda günümüz kapitalist toplumunun tüketim toplumu olarak adlandırılmasının sebepleri nelerdir? Yani toplumumuzu bir tüketim toplumu yapan unsurlar nelerdir? gibi soruların yanıtları - tarihsel olarak üretim tarzındaki değişimle de bağlantı olarak- aranacaktır. Tüketim toplumunu betimlenmesinde amaç, gündelik hayatımız içinde sıkça karşılaştığımız deneyimler ve tüketimin ve tüketiciliğin yüceltildiği yaşam pratiklerini açıklama/anlamlandırma çabasıdır.

5. 1. Vurgular

Tüketim olgusunu ve tüketim toplumunu konu alan literatürde tüketim olgusunun yüceltilmesi ve insanların tüketme arzusu çeşitli şekillerde açıklanır. Burada bir toplumsal sistem olarak kapitalizmin iddiaları ve bunlara getirilen eleştiriler, tüketim olgusunu açıklayıcı olduğu ve tüketim toplumunu betimlediği kadarıyla çerçevelendirilerek incelenecektir. Ayrıca tüketim faaliyetlerinin amaçlarını oluşturan faktörler üzerinde durulacaktır.

5. 1. 1. İhtiyaçlar ve İstekler

Kapitalist toplumda insan ihtiyaçlarını karşılamak için üretim yapıldığı vurgusu/iddiası ve günümüzün tüketim/tüketici odaklı üretim tarzı, insan ihtiyaçları konusunda çeşitli yaklaşımlardan yola çıkmaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında, kapitalist sistem için üretimin sebebi olarak dillendirilen insan ihtiyaçları çeşitli

²⁸¹ George Ritzer, **Küresel Dünya**, çev. Melih Pekdemir, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011), 252.

dönüşümlerden geçmiştir. Burada ihtiyaç ve istek kavramları arasındaki farklar anlam kazanmaktadır. Çünkü ihtiyaç kategorilerinin genişlemesi sistemin sürekliliği için büyük önem arz etmektedir.

Bilindiği gibi geleneksel iktisat bilimine göre; istekler ve ihtiyaçlar sonsuz, buna karşın bu istek ve ihtiyaçların karşılanması için gereken kaynaklar ise sınırlıdır. Yine iktisat söyleminde ihtiyaç ve istek kavramlarının arasındaki niteliksel ayrımlar vurgulanmaz. İhtiyaç ve istek kavramlarının sözlük anlamlarına bakacak olursak; ihtiyaç “yaşamı sürdürmek için gerekli olan şeyler” olarak tanımlanır. Bu tanımdan hareket edersek yaşamı sürdürmek için gerekenler dışında kalanlar ise istekleri oluşturur.

İktisat ihtiyaç dışı istekleri de ihtiyaçlarla aynı gruba koyarak iki kavram arasındaki önemli kavramsal ayrımı belirsizleştirmiştir. Bu durum yaşamsal fonksiyonlarımız için gerekli olmayan şeylerin de ihtiyaçlar içinde ele alınmasına sebep olmaktadır. Yani ihtiyaç ve isteklerin aynı grupta toplanması kavramsal yapılarımızı da etkilemektedir. Buna bir örnek vermek gerekirse, değişen yaşam biçimlerine bağlı olarak otomobil aslında bir istekken, kavramsal düzeyde ihtiyaç olarak algılanabilmektedir. Ayrıca yaşam için olmazsa olmazlarımız olan ihtiyaçlar açık ki evrensel niteliktedir. Buna karşın otomobil bir istektir, ihtiyaç değil. İhtiyaç dışı olan ürünleri tüketme isteği ve arzusu toplumda geçerli norm ve değerlere bağlı bir şeydir. Dahası, süreç içerisinde tüketilebilir metallerden yoksunluk, yoksulluk olarak kavranmaya başlar. Kısaca ifade etmek gerekirse, toplumda ortalama zenginlik arttıkça ve toplum yapısı da tüketim toplumuna evrildikçe, “ gerçek anlamda ihtiyaç olmayan şeyler de giderek ihtiyaç şeklinde kavranmaya başlar.”²⁸²

Kapitalizmin gelişim süreci içerisinde isteklerin de ihtiyaç haline gelişi, ihtiyaçların yaratılması olgusu ile yakından ilişkilidir. Tüketim ekonomisinde ürünler üretildikten sonra kendilerine bir kullanım alanı aramaktadırlar. Bauman’ın dile getirdiği bu kural göz önüne alındığında ihtiyaçların yaratılması yaklaşımı anlam kazanmaktadır.

²⁸² Erol, *age*, 209–210.

5. 1. 1. 1. İhtiyaçların Yaratılması

Daha öncede dile getirildiği üzere ihtiyaç kavramı, zamana, mekâna ve kavramı tanımlayana bağlı olarak değişik anlamlara gelebilmektedir.²⁸³ Her durumda kapitalizmin gelişimi ile paralel olarak ihtiyaçların da artmış ve çeşitlenmiş olduğu açıktır. Çünkü üretilmiş olan metaların satılması gerekir ve bunun için de sistem tarafından yeni ihtiyaçların yaratılması zorunludur. Burada bizim için önemli olan husus *ihtiyaçların yaratılması* durumudur. Bundan dolayı ihtiyaç kategorilerinin birbirleri arasında derecelendirdiği ihtiyaç kuramları burada konu edilmeyecektir.

Yukarıda da dile getirildiği üzere, tüketim toplumunda bireylerin ihtiyaçları üretim sistemi tarafından belirlenmektedir. Sistemin devamlılığı kaygısı yaratılan ihtiyaçların da çok sayıda çeşitlendirilmesini sistem için varoluşsal kılmaktadır. Bauman'a göre cezbetme üretimine dayalı günümüz kapitalizminde “arzuları doyurma değil de yeni arzular peşinde koşmanın görünür bir bitiş çizgisi yoktur”.²⁸⁴ Bunun gerçekleşmesi için zamansal ve mekânsal anlamda bir sınırlandırmanın olması gerekmektedir. Bu limitsizlik sonucunda da Bauman'a göre, ihtiyaçları gidermek için bekleme gerekliliği ortadan kalkmış ve aslında ihtiyaç da ortadan kalkmıştır. Bauman ihtiyaçlar ve ihtiyaçların giderilmesi arasındaki ilişkinin de tersine çevrildiğini söyler: “Tatmin vaadi ve umudu, tatmin edileceği vaat edilen ihtiyaçtan önce gelir ve her zaman, mevcut ihtiyaçtan daha yoğun ve çekici olacaktır.”²⁸⁵

Kapitalizm malların ve hizmetlerin tüketimini sonsuz biçimde artırmayı hedefleyen bir sistemdir. Kapitalist üretimin sunmuş olduğu bolluk insanlara yaşamak için gerekli olan ihtiyaçlarından daha fazlasını sunmaktadır.²⁸⁶ Esnek üretim tarzının ifadesi olan tüketici odaklı üretimde tüketicinin arzu, istek ve beğenilerinin ön planda tutulması da sunulan mal ve hizmetlerinin tüketimini etkileyen önemli bir faktördür.

İhtiyaçların ortaya çıkışı konusunda Baudrillard'ın yaklaşımına göre tüketim alanı yapılandırılmış bir toplumsal alanı ifade etmektedir. Bu alanda sadece mallar değil ihtiyaçlar da bir seçkinler grubundan diğerlerine geçerler. Yani hiç bir ihtiyaç

²⁸³ Çağatay Edgücan Şahin, “Tüketim Toplumu: Mükemmele Evrilen Politika”, https://www.academia.edu/5260293/Tuketim_Toplumu_Mukemmele_Evrilen_Politika, 2. [14. 02. 2014].

²⁸⁴ Bauman, *Küreselleşme*, 91.

²⁸⁵ *age*, 95.

²⁸⁶ Borlandi, *age*, 850.

doğrudan ve kendiliğinden tüketici tabanından doğmaz: “İhtiyacın, ‘standart ihtiyaçlar paketi’nde yerini alması, daha önce ‘seçkin paket’ten geçmesine bağlıdır.”²⁸⁷ Baudrillard tüketim toplumunda ihtiyaçların yüceltilmesi konusunu şu şekilde ele alır:

“Gelir, prestij satın alma ve aşırı çalışma kısır ve şaşkın bir döngü, cehennemi tüketim çemberini oluşturur. Bu çember, görünüşte ‘sınırsız gelir’e ve seçme özgürlüğüne dayanmaları nedeniyle fizyolojik ihtiyaçlardan ayrılan ve bu yüzden de istenildiği gibi güdümlenebilir hale gelen ‘psikolojik’ denilen ihtiyaçların yüceltilmesi üzerine kuruludur.”²⁸⁸

Tüketimi merkeze alan kapitalist sistem bir yaşam tarzıvurgusuyla ve insanları bu yaşam tarzına ulaşma baskısı altına alarak da tüketimi etkilemektedir. Şimdi tüketici yaşam tarzının gelişimi ekseninde tüketim toplumunun betimleyici unsurlarından biri olan yaşam tarzı vurgusu ele alınacaktır.

5. 1. 2. Tüketici Yaşam Tarzı

Tarihsel olarak bakıldığında tüketici yaşam tarzı Amerika’da doğan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada yaratılan yaşam tarzı diğer ülkelere de hızla yayılmıştır. George Ritzer Amerikan yaşam tarzının küreselleşmesini betimlemek için “toplumun McDonalddlaştırılması” kavramını kullanır.²⁸⁹ Teknolojik gelişmelerin yardımıyla birlikte üretim tarzında değişikliğe gidilmesi ve bunun sonucunda da üretimdeki verimliliğin ve hızın artması, üretilen malların aynı hızla satılmasını gerektirdiğinden *bir yaşam tarzı olarak tüketim* olgusu ortaya çıkmıştır. Kapitalist sistem “çok fazla eşyanın ama çok az zamanın olduğu tüketici yaşam tarzını sağlamak üzere düzenlenmektedir.”²⁹⁰

Tüketici yaşam tarzının özünü göstermesi açısından, ikinci dünya savaşı sonrası dönemde Amerikalı bir satış analizcisinin şu sözleri çarpıcıdır:

“Aşırı derecede üretken olan ekonomimiz... tüketimi yaşam tarzı haline getirmemizi, malların satın alınmasını ve kullanılmasını bir aine dönüştürmemizi, tüketimde manevi tatmini, egomuzun tatminini aramamızı istemektedir... Bir şeylerin giderek artan bir hızla

²⁸⁷ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 70.

²⁸⁸ **age**, 82-83.

²⁸⁹ George Ritzer, **Toplunun Mcdonalddlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme**, çev. Şen Sürer Kaya, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998).

²⁹⁰ Alan Durning, **Ne Kadarı Yeterli?: Tüketim Toplumu ve Dünyanın Geleceği**, çev. Sinem Çağlayan, (Ankara: Tübitak-Tema Vakfı Yayınları, 1998), 105.

tüketilmesine, yıpratılmasına ve yenisiyle değiştirilmesine ve hurdaya çevrilmesine ihtiyacımız var.”²⁹¹

Satış analistinin bu sözlerinde de açıkça görüldüğü üzere, kapitalist sistem tüketimi odak noktası olarak alan bir yaşam tarzı vurgusuyla insanları tüketim faaliyetlerinde bulunmaları için manipüle etmektedir. Dolayısıyla, tüketim toplumunda yaşam tarzı kavramının işlevi, belirli bir yaşam tarzını idealleştirerek, yani ideal bir yaşam tarzı yaratarak ve idealleştirilen bu yaşam tarzına ulaşma isteğini kullanarak insanların tüketim faaliyetlerinde bulunmasını sağlamaktadır. Yani ideal yaşam tarzı vurgusu insanların tüketim faaliyetlerinde bulunmasının önemli sebeplerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaşam tarzları “insanları birbirinden farklı kılan davranış kalıplarıdır.”²⁹² David Chaney’e göre yaşam tarzları daha geniş bir kavram olan tüketimcilik kültürü içinde yer alır. Bununla birlikte yaşam tarzı kavramının anlamı belirsizdir. Ancak anlaşılması zor bir kavram olarak, günlük söylem içinde sıkça kullanılan bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Chaney’in belirttiği üzere, yaşam tarzları davranış kalıplarının yanında farklı bir sosyal gruplaşma gibi bazı özellikler taşır; bu anlamda yaşam tarzları aslında onları uygulayanların kategorileridir. Ayrıca yaşam tarzları bir statü gruplaşması biçimidir. Yaşam tarzlarının genel olarak tüketim ile ilgili toplumsal düzenlemelere dayandığı varsayılmaktadır.²⁹³ Chaney’in tanımladığı şekliyle yaşam tarzları, günlük hayatın belirli özelliklerini toplumsal ya da simgesel değerlerle donatılmış olan kalıplaşmış biçimlerdir, “bu, yaşam biçimlerinin aynı zamanda kimliklerle oynamanın yolları olduğu anlamına da gelir.”²⁹⁴

Tüketimcilikte ideolojik süreklilik vardır ve bu yaşam tarzı söylemine de yansımaktadır. Yaşam tarzlarının öneminin giderek artmasının sebebi, nesnelerin parasal değerlerinden uzaklaşılarak bunun yerine toplumsal ve kültürel değerlerinin önem kazanmasıdır.²⁹⁵ Douglass ve Isherwood’a göre talep, malların yalnızca fiziksel özelliklerine bakılarak anlaşılamaz, “insan mallara, başkalarıyla iletişim kurma ve etrafında olanları anlamlandırmak için ihtiyaç duyar.”²⁹⁶ Çünkü tüketim artık zorunlu ihtiyaçların karşılanmasından ibaret değildir, modern tüketim sembolik

²⁹¹ *age*, 5.

²⁹² David Chaney, **Yaşam Tarzları**, çev. İrem Kutluk, (Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1999), 14.

²⁹³ *age*, 24.

²⁹⁴ *age*, 54.

²⁹⁵ *age*, 53.

²⁹⁶ Douglas, Isherwood, *age*, 108.

anlam sistemleri üzerine kuruludur.²⁹⁷ Bu sembolik anlam sistemlerinden biri de statü olgusudur. Tüketici kapitalizminde, tüketim pratikleri statü göstergesi işlevi görmektedir.

5.1.3. Statü

Chaney'e göre 'üretici statü'nün toplumsal kimliğin temeli olarak görülmesi kanısından uzaklaşmaktadır bunun sebeplerinden biri "giderek artan sayıda insanın kendi çalışma biçimini seçmesi ve bunun yaşam biçimi değerleriyle uyumlu olacak şekilde düzenlenmesini sağlamasıdır."²⁹⁸ Bunu yeni kapitalizmin esnek üretim tarzının bir sonucu olarak okumak mümkündür. Çünkü esnek kapitalizm daha esnek ve çoğulcu yaşam biçimlerine de izin vermektedir.²⁹⁹ Çalışma biçimlerinin esnekleşmesi ve çeşitlenmesi, bunun yanında yaşam tarzı ideallerinin baskısı altında çalışanların toplumsal kimliği daha çok tüketim ekseninde tanımlanmaya başlanmıştır.

Kişinin toplumsal konumunu ifade eden statü, geniş anlamıyla kişinin dış dünyanın gözündeki değeri anlamına gelmektedir. Statü, aynı zamanda kapitalist toplumda bir endişe kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Alain De Botton'a göre *statü endişesi*, kapitalist toplumun dayattığı başarı anlayışını karşılayamadığımız zaman toplum içinde sahip olduğumuz itibarımızı kaybetmekten duyduğumuz korkudur. Statü endişesi sistem içi çeşitli faktörler tarafından tetiklenir. Bunlar güç kaybetme korkusu, üretim süreci içinde kendini işlevsiz hissetme, ideal yaşam ve başarı öyküsü örneklerinin devamlı olarak sergilenmesi gibi unsurlardır.³⁰⁰ Dolayısıyla, kapitalist sistem üretim süreci içerisinde rekabet duygusunu sürekli tutarak ve toplumsal konumumuzu kaybetme riskinin daimi olduğunu çeşitli araçlar vasıtasıyla işleyerek, bulunduğumuz konumların elimizden kayıp gideceğini ve felakete sürükleneceğimiz korkusunu yayarak, statü üzerinden insanları manipüle etmekte ve aslında kendi sürekliliğini de garanti altına almaya çalışmaktadır. Alain de Botton'a göre tüketim toplumunun oluşturduğu bolluk yani gerçek anlamda mahrumiyetin azalması

²⁹⁷ Erdal Dağtaş, Banu Dağtaş, "Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması", **Eğitim Bilim Toplum**, c.4, s.14, (2006): 7.

²⁹⁸ Chaney, **age.**, 25.

²⁹⁹ Kevin Robins, **İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası**, çev. Nurçay Türkoğlu, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999), 175.

³⁰⁰ Alain de Botton, **Statü Endişesi**, çev. Ahu Sıla Bayer, (İstanbul: Sel Yayıncılık, 2005), 7-8.

paradoksal bir şekilde artan bir mahrumiyet hissi ve mahrum bırakılma tehlikesinden duyulan bir korkuya yol açmaktadır.³⁰¹

Kapitalizmin tüketim alanında gelişmeler aracılığıyla yaydığı herkesin her şeye ulaşabilmesinin mümkün olduğu ve herkesin bunu gerçekleştirmek için sınırsız bir güç taşıdığı inancı başarı konusunda insanların psikolojik olarak zorlanmalarına neden olmaktadır. Sistemin bütün insanlar için hayallerinin peşinde gitme fırsatını sunduğu iddiası çeşitli başarı öyküleri aracılığıyla herkes için örnek gösterilmektedir. Kitap, dergi ve televizyon programları gibi çeşitli araçlar vasıtasıyla ‘kişisel başarı hikayeleri’ toplumla paylaşmakta ve eğer böyle bir toplumsal konum elde edilmek isteniyorsa bunun nasıl gerçekleştirileceğinin örnekleri verilmektedir.

Tüketim toplumunda tüketim ve statü olgusu arasındaki ilişkiye baktığımızda, tüketimin asıl işlevlerinden birinin satın alınan ürünün tüketicinin sosyal statü simgesi olduğu görülmektedir. Bu da bir ürün henüz eskimiş ya da bozulmuş olmasa da yenisiyle değiştirilmesinin en önemli sebeplerinden biridir. Veblen’e göre de mallar bazı temel ihtiyaçların giderilmesi için gerekli olan nesneler değil, daha çok boş zamana dayalı olan bir yaşam tarzını ve parasal gücü göstermek için kullanılan statü işaretleridir.³⁰² Statü “kişinin üretken emekten kendini alıkoymasıyla ya da ona olan mesafesi ile ölçülmektedir. Üretken emeğe olan mesafeye işaret eden en önemli gösterge ise, kişinin parasal gücünü kanıtlayacak şekilde zamanını tüketebilmesidir.”³⁰³

İçinde bulunulan toplumun statüye olan yaklaşımı süreç içerisinde değişmektedir. Günümüz toplumunda ise bireylerin toplumsal konumları bireysel/maddi başarılarına göre belirlenir. Bu toplumda “statü artık nesilden nesile aktarılan değiştirilemez bir kimliğe dayanmaz, kişinin hızla değişen ve kaygan bir zeminde yükselen bir ekonomik düzenle ne derece başa çıkabildiğine göre belirlenir.”³⁰⁴ Bu bağlamda tüketimin işlevlerinden bir diğeri de tüketimin kimlik oluşturma aracı haline gelişidir. Tüketim toplumunda tükettikleri nesneler aracılığıyla bireyler kimliklerini tanımlamaktadır.

³⁰¹ **age**, 63.

³⁰² Yanıklar, **age**, 142.

³⁰³ **age**, 144.

³⁰⁴ De Botton, **age**, 109.

5.1. 4. Kimlik

Büyük ölçekli fordist üretim tarzından küçük ölçekli esnek üretime geçilmesiyle birlikte üretici kimliğinin de önemi azalmıştır. Esnek üretim tarzı ile birlikte iş kalifiye olmayan bir hale geldiğinden iş temelli kimliklerle tatmin sağlama azalmıştır. Esnekleşme süreci içerisinde odağı işten yani üretimden tüketime kaydıran değişimler yaşanmıştır. Yeni kapitalizm ortamında kimlik, kişinin üretim sürecindeki rolünden ziyade tüketimine göre oluşmaktadır.

Tüketim, kapitalizmin yeniden üretimi konusunda merkezi bir konumdur. Tüketicinin önemli olmasının sebeplerinden biri post-modern dönemde kimliğimizi oluşturduğumuz temel araçlardan biri olarak görülmesidir.³⁰⁵ Post-modern kapitalizm farklılaşmış ve çeşitlenmiş gündelik hayat içinde kişiye özel kimlikler yaratarak bu alanı sonsuzca tüketime açmak ve ticarileştirmektedir. Post-modern toplumda birey kendisine sunulan çok sayıda kimlik nesnesi arasında kendine uygun kombinasyonu bulmak ve seçmek zorundadır. Post-modernliğin kendi yaratmış olduğu belirsizlik, boşluk, gelip geçicilik, uçuculuk koşullarında bireylere çözüm olarak ‘uzman’ları sunulmaktadır. Bu koşullar altında “birey hem toplumla arasında bir fark yaratarak kendi özerk kimliğini oluşturmak hem de bunu toplumun onaylayacağı bir biçimde yapmak gibi çelişkili bir durum içindedir.”³⁰⁶

Kişiselleştirilmiş hayat tarzı ve kişiye özel kimlik sembolleri piyasada satılmakta ve gerekli olan sosyal onay da farklılaştırılmış olan mal ve hizmetlerin içine başından yerleştirilmektedir. Mesleki uzmanlıkların ve ürünlerin sürekli ve hızlı bir biçimde değiştiği yeni kapitalizmin ortamında çoğu kez arz talepten önce yaratılmakta, belirsizlik de piyasanın derinleştirilmesi amacıyla yaygınlaştırılmaktadır. “Farkın özelleştirilmesi post-modernliğin yol açtığı belirsizliklerin, gerginliklerin kolektif çözümlere yönelebilecek biçimde birikmesini engellemekte, muhalifleşebilecek hoşnutsuzluğun bireyselleştirilmiş tüketim kanallarında absorbe edilmesine imkan sağlamaktadır.”³⁰⁷

Tüketici kimliğinin cisimleştiği post-modern birey kendini her an yeniden yaratmak zorundadır. “Yeni esnek yüzergezer kimlik bireyin geçmiş yaşamından ve

³⁰⁵ Condrad Lodziak, **İhtiyaçların Manipülasyonu: Kapitalizm ve Kültür**, çev: Berna Kurt, (İstanbul: Çitlenbik Yayınları, 2003), 8.

³⁰⁶ Çabuklu, **age**, 10.

³⁰⁷ **age**, 11-12.

geleceğinden kopuk, rastgele bir araya getirilmiş öğelerden oluşan bir vakalar toplamı görüntüsü sergilemektedir.”³⁰⁸ Kendi kimliğinin inşasından sorumlu olan post-modern birey bir anlamda kendi fonksiyonları ve performansının kölesi olmuş durumdadır.

Bocock’a göre, tüketim, insanların kim oldukları ve kim olmak istedikleriyle ilgili duyarlılıklarını, ayrıca bu duyarlılıkları korumalarını sağlayan yöntemleri etkilemektedir. Bunun yanında kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen olgularla çok iç içe geçmiş bir durumdadır. “Bu nedenle tüketim, ekonomik olduğu kadar, aynı zamanda toplumsal, psikolojik ve kültürel bir olgu olmaya da devam edecektir.”³⁰⁹ Tüketim ayrıca kapitalizmi geçerli ve saygın hale getirmeye de yardımcı olabilmektedir. Çünkü bu sistem “insanların sahip olmayı arzu ettikleri tüketim maddelerini, onlara sunuyor”³¹⁰ gözükmektedir.

Tüketiciilik açıklamalarında kullanılan kavramlardan biri de ürünlerin kültürel önemine dair bir anlayışa sahip olan bir tüketicinin bir kimlik yaratmak için malları kullandığı sembolik bir etkinlik olarak tüketiciliktir. Tüketici motivasyonları malların kimlik oluşturmadaki sembolik değeri bağlamında anlaşılmaktadır.³¹¹ Lodziak, tüketicilik ve kimlik arasındaki ilişkiyi kaynağının sembolik olması noktasında eleştirir. Tüketiciilik tatmin edilme vaadiyle birlikte tatminsizlik yaratan kendi iç dinamiği ile geliştirilen bir etkinliktir. Bu yüzden satın alınan bir mal geçici bir zevk sağlar. Eğer kimliklerimiz tüketiciliğe bağlıysa, her zaman geçiş halinde olacak ve böylece de istikrarsız olacaktır.³¹² Bauman’a göre günümüzde kimlikler sürekli bir yeniden müzakere sürecinde var olmaktadır. Bulunduğumuz noktada kimliğin yeniden oluşumu asla tamamlanmaz ve sürekli devam eden bir işe dönüşmüştür. Bu nihayetsizlik de endişeye sebep olmaktadır.³¹³

Tüketim toplumunu betimleyici bir diğer husus özgürlük vaadi olarak karşımıza çıkmaktadır. Sennett’in dile getirdiği üzere yeni kapitalizm iş, yetenek ve tüketim konusunu kendi ele alış biçimlerinin topluma daha fazla özgürlük kattığı iddiasındadır. Bauman’a göre kullanılıp atılmaya hazır bireysel kimliklerin ve kişiler

³⁰⁸ age, 120.

³⁰⁹ Bocock, age, 10.

³¹⁰ age, 12.

³¹¹ Lodziak, age, 42-43.

³¹² age, 44-45.

³¹³ Zygmunt Bauman, **Etğın Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var Mı?**, çev. Funda Çoban, İnci Katırcı, (Ankara: De Ki Yayınları, 2010), 16-17.

arası bağların tüketim toplumunda bireysel özgürlüğün özü olarak sunulmaktadır.³¹⁴ Şimdi yaşanan değişimlerin insanlara daha fazla özgürlük katıp katmadığı ve tüketim toplumunda özgürlüğün niteliği konusu irdelenecektir.

5. 1. 5. Özgürlük

Tüketim toplumunda vurgulanan bir değer olarak karşımıza çıkan özgürlük anlamını tüketim alanında bulmaktadır. Özgürlük tüketim özgürlüğüne indirgenmiştir. Çalışma hayatının zorunlu bir çile, boş vakitlerin özgürlük alanı olduğu öne sürülmektedir. Tüketicinin sahip olduğu varsayılan niteliklerden biri sahiplenme ve seçme özgürlüğüdür. Tüketim toplumu eleştirisini konu alan literatürde özgürlük bir yanılsama olarak nitelendirilir. Çünkü özgürlük sunulan mal ve hizmetler arasında seçim yapma gibi dar bir kalıp içine sokulmuş durumdadır ve farklılaştırılmış esnek üretim de bunu bir özgürlük biçimi gibi sunmaktadır. Bu anlamda tüketim toplumunda özgürlük tüketim özgürlüğüne indirgenmiştir ve çalışma hayatı zorunluluklar kümesi olarak algılanırken, boş zamanların ise özgürlük alanı olduğu öne sürülmektedir.

Baudrillard’a göre kapitalizmin altın kuralı olarak bilinen rekabet özgürlüğü günümüzde tüketim evrenine aktarılmıştır.³¹⁵ Baudrillard’a göre ayrıca tüketicinin özgürlüğü ve bağımsızlığı aldatmacadan başka bir şey değildir. Ancak, “tüketici kendi ayırt edici davranışlarını özgürlük olarak, talep olarak, tercih olarak yaşar, *farklılaşma* ve bir koda boyun eğme *zorlaması* olarak yaşamaz.”³¹⁶ Özgürlüğün, “güç merkezlerince lanse edilen şıklardan birini özgürce seçmekle sınırlı”³¹⁷ tüketim toplumunda çeşitli araçlar vasıtasıyla seçim yapmaya kısıktırılıyor. Gündüz Vassaf seçme özgürlüğünü yüzümüze örtülen bir tüle benzetir: “onun arasından kendimizi, bize baskı yapan bir sistemin denetleyicileri gibi görüyoruz.”³¹⁸

Baudrillard’a göre kapitalist toplumda “fikriniz sorulmadan size tanınmış olan bir hak varsa o da kolektif bir lütuf ve biçimsel bir özgürlük göstergesi şeklinde sunulan

³¹⁴ **age**, 138.

³¹⁵ Jean Baudrillard, **Nesneler Sistemi**, çev. Oğuz Adanır, Aslı Karamollaoğlu, 2. bs, (İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2011), 222-223.

³¹⁶ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 68.

³¹⁷ Gündüz Vassaf, **Cehenneme Övgü: Gündelik Hayatta Totalitarizm**, 5.bs., (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996), 55.

³¹⁸ **age**, 107.

seçme hakkıdır.”³¹⁹ Baudrillard’ın belirttiği üzere, günümüzde neredeyse hiç bir nesne sadece kullanım amacıyla sunulmamaktadır. Bu anlamda seçme özgürlüğü de bizleri ister istemez kültürel bir sistemin içine sokmaktadır. Baudrillard’a göre seçme özgürlüğü bir aldatmacadır ve “seçim yapmayı bir özgürlük biçimi olarak algılamamızın nedeni dayatılmış bir süreç olarak hissetmemiz ve genelde toplumun kendini bu süreç aracılığıyla dayatmasıdır.”³²⁰ Dolayısıyla seçme eyleminin kendisi insanları ekonomik bir düzene eklemlenmeye mecbur bırakmaktadır.

Fromm’un dile getirdiği kapitalist toplumun yapay özgürlük anlayışı tüketim alanında yatmaktadır. Tüketiciler çeşitli tüketim mekânlarında sergilenen ve reklamlar aracılığıyla tanıtılan malları satın alırken seçme özgürlüğüne sahip olduğunu düşünür. Fromm’a göre bu yapay bir özgürlüktür. İnsan tüketim süreci içerisinde seçimlerini yaparken “kendi dışında gelişen güçlerin oluşturduğu etkilerin bilinçsiz baskısı” ile hareket etmektedir. Burada asıl önemli olan insanların tüketim faaliyetinde bulunmasıdır ve ürünler arasında seçim yaparken de özgürlüğün tadına varmalarıdır. Fromm’a göre “özgürlüğün bu türü, kişilerin gelir düzeyine bağlı değildir. Çünkü bir süper markette fazla harcama yapmadan da ‘özgür bir seçim’ yapılabilir. Bu yeni özgürlük keyfini yaşama imkânı, herkese tanınmaktadır, bu da, önemli bir ayrıntıdır.”³²¹ Buradaki ayrıntı insanların her şekilde tüketim mallarını satın aldığı gerçeği ve günümüzde tüketimin gerçekleşmesi için gelir düzeyi arasındaki farklılıkların engel oluşturmayacak şekilde ürün ve kalite çeşitliliğine gidilmiş olmasıdır. Zira esnek kapitalizm zihinsel ağırlıklı farklılaşmış üretim sistemi olarak da tanımlanmaktadır. Fromm’un yaklaşımını benzer bir şekilde Bauman’a göre tüketim toplumunda insanların tercihlerinde özgür oldukları savına rağmen aslında insanların -özellikle alışveriş mekânlarında- reddedemeyecekleri tek şey sunulan mal ve hizmetlerden birini seçmeyi seçmektir.³²²

5. 1. 6. Mutluluk

Kitlesel üretimdeki artış ve farklılaştırılmış üretim malları tüketime ekonomik anlamının dışında psikolojik, sosyal ve kültürel bir anlam katmıştır. Kapitalizmin krizlerinin tüketimle aşılabileceği düşüncesinin egemenliği altında tüketim

³¹⁹Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, 173.

³²⁰age, 174.

³²¹Erich Fromm, *Çağdaş Toplamların Geleceği*, çev. Gülnur Kaya, Kaan H. Ökten, (İstanbul: Arıtan Yayınevi, 1996), 89.

³²²Bauman, *Küreselleşme*, 97.

özgürlüğün yanında mutluluğa ulaştıran bir şey olarak görülmüş/gösterilmiştir.³²³ Arendt'e göre tüketim toplumu hayali, klasik iktisadın nihai amacın zenginliği, bolluğu ve kitlelerin mutluluğunu arttırmak olduğu varsayımında dile getirilmiştir.³²⁴ Peki, tüketim ve mutluluk arasındaki ilişki nasıldır? Bauman mutluluğun tüketim düzeyinin artışı ile doğru orantılı olduğuna dair herhangi bir kanıtın olmadığını öne sürmektedir. Bunun yanında tüketimin mutluluğu artırma kapasitesi sınırlıdır.³²⁵

Fromm'un da dile getirdiği üzere tüketim toplumunda mutluluk tüketimle ilişkilendirilir.³²⁶ Dolayısıyla, günümüz tüketim toplumunda varlıklı olmak yalnızca yüksek statüye ulaşmanın gereklerinden biri değil mutluluğa da ulaşabilmek için gerekli olarak görülür. Varlıklı olmanın sürekli ve hızlı bir şekilde değişen tüketim mallarına erişebilmemiz yoluyla bizi mutluluğa ulaştırdığı iddia edilir. Günümüzde kapitalist sistem insanların daha fazla tüketerek mutlu olabildiklerini savunur.³²⁷ Bauman bu durumu şu şekilde özetler:

“Tüketim toplumunun en karakteristik değeri, gerçekten değer ötesi olan, diğer tüm değerlerle ilişki içindeki ve diğer tüm değerlerin buna dayandığı en üst sırada yer alan *mutlu yaşamdır*. İnsanlık tarihinde, dünyevi mutluluğu, ‘burada ve şimdide’ mutluluğu, birbirini takip eden ‘şimdilerdeki’ mutluluğu –ertelenmeyen ve kesintisiz bir mutluluğu- vaat eden tek toplum, belki de bizim tüketim toplumumuzdur.”³²⁸

Baudrillard'a göre mutluluk tüketim toplumunun mutlak göstergesidir. Tüketim toplumunda mutluluk kurtuluşun eş değerlisi bir anlama gelir. Mutluluk kavramının bu gücü “toplumsal ve tarihsel olarak modern toplumlarda mutluluk söyleninin *Eşitlik söylenini* devşiren ve canlandıran söylen olmasından ileri gelir.”³²⁹ Eşitlik söyleninin sahip olduğu siyasal ve ideolojik güç tüketim toplumunda mutluluğa devredilmiştir. Bu durum mutluluğun içeriğini de değiştirmiştir. “*Eşitlikçi* söylenin aracı olabilmesi için mutluluğun *ölçülebilir* olması gerekir... bu mutluluğun nesneler, göstergeler, ‘konfor’ aracılığıyla ölçülebilir refah olması gerekir.” Mutluluğun tüketimle ilişkilendirilmesi de bu noktada anlam kazanmaktadır.

³²³ Durning, *age*, 5.

³²⁴ Hannah Arendt, *İnsanlık Durumu*, çev. Bahadır Sina Şener, (İstanbul: İletişim Yayınları, 1994), 182.

³²⁵ Bauman, *Etiğin Tüketiciler*, 144.

³²⁶ Fromm, *age*, 90.

³²⁷ Ertuna, *age*, 48.

³²⁸ Bauman, *age*, 143.

³²⁹ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 52.

Tüketimin mutluluk getireceği vurgusu Baudrillard’a göre bir mutluluk ve haz zorlaması haline gelmiştir:

“Tüketici için, modern yurttaş için yeni etikte geleneksel çalışma ve üretim zorlamasının eş değeri olan bu mutluluk ve haz zorlamasının elinden kaçıp kurtulmak mümkün değildir. Modern insan hayatını giderek daha az emek içinde üretimle, ama giderek daha fazla kendi ihtiyaçlarının ve refahının üretimi ve sürekli yenilenmesiyle geçirir. Modern insan tüketimci potansiyelliklerinin ve kapasitelerinin tamamını seferber etmeye odaklanmalıdır. Eğer bunu unutsa, kendisine mutlu olmama hakkına sahip olmadığı kibarca ve ısrarla hatırlatılır. Dolayısıyla modern insanın edilgen olduğu doğru değildir: modern insanın sergilediği ve sergilemek zorunda olduğu sürekli bir etkinliktir. Aksi halde modern insan sahip olduğuyla yetinme ve toplum dışı olma riskiyle karşı karşıya kalacaktır.”³³⁰

Tüketimin özgürlük ve mutluluğun aracı olduğu iddiası kendini çeşitli tüketim araçları vasıtasıyla göstermektedir. Şimdi tüketim araçları, tüketimcilik ideolojisini yayma ve insanları tüketime ikna etme konusundaki işlevleri çerçevesinde irdelenecektir.

5. 2. Araçlar

5. 2. 1. Tüketimcilik İdeolojisi

Bauman’a göre çalışma etiğinin yol gösterdiği üreticiler toplumundan, tüketim estetiğiyle yönetilen tüketiciler toplumuna geçilmektedir.³³¹ Bu toplumda çok farklı alanlara yayılan tüketim ideolojisi etkindir. Günümüzde tüketimin kazandığı önem ve hayatın farklı alanlarını etkileme biçimleri onu bir ideoloji haline getirmiştir. Tüketimcilik ideolojisi yaşamın anlamının tüketmek ve önceden düzenlenmiş olan deneyimleri yaşamak olduğunu iddia eden ideoloji olarak tanımlanmaktadır. Baudrillard tüketim ideolojisinin mantıksal yapısını şu şekilde açıklar:

“Tüketim de okul gibi bir sınıf kurumudur. Sadece ekonomik anlamda nesneler önünde eşitsizlik yoktur –kısaca, tıpkı herkesin benzer eğitim fırsatına sahip olmaması gibi, herkes aynı nesnelere sahip değildir-; ama daha derin bir şekilde yalnızca bazılarının çevre öğelerinin özerk, rasyonel bir mantığına ulaşabilmesi anlamında radikal bir ayrımcılık vardır: Bu kişilerin nesnelerle ilgisi yoktur ve doğrusunu söylemek gerekirse bunlar ‘tüketmezler’. Diğerleri ise sihirli bir ekonomiye, nesnelerin nesne olarak ve diğer her şeyin de nesne olarak değer taşımasına mahkum edilir.”³³²

³³⁰ age, 94.

³³¹ Bozkurt, *Endüstriyel ve Post-Endüstriyel*, 75.

³³² Baudrillard, age, 65-66.

Bocock’a göre tüketimcilik ideolojisi kapitalizm için etkili bir şekilde işler, öyle ki ekonominin durgun olduğu dönemlerde dahi tüketimcilik ideolojisi insanların tüketim faaliyetlerinde bulunmasını sağlamaktadır:

“Tüketimcilik, yani yaşamın anlamının bir şeyler satın alma, önceden düzenlenmiş deneyimler yaşamak olduğunu öne süren etkin ideoloji, modern kapitalizmi egemenliği altına almıştır. Bu tüketim ideolojisi hem kapitalizmi yasallaştırmaya, hem insanları fantezilerinde olduğu kadar, gerçekte de tüketici olmak için güdülendirmeye yaramaktadır.”³³³

Baudrillard’a göre kapitalizm demokratik bir ideoloji ile desteklenerek, kendini toplumsal ilerleme modeli olarak sunar ve tüm toplumsal tabakaların zamanla en lüks olana ulaşabileceği bir sisteme benzemeye çalışır. Fakat “bu biçimsel demokratikleşme, çok ciddi boyutlara ulaşan eşitsizliklerin fark edilmesini engellemektedir.”³³⁴

Tüketim toplumunda tüketim ideolojisinin etkin bir şekilde işlemesini ve yayılmasını sağlayan araçlardan biri de devlettir. Şimdi büyük bir kurumsal etkinliğe sahip olan devletin bu süreçteki rolü üzerinde durmak gerekmektedir.

5.2. 2. Devlet: Toplumsal Hizmet Olarak Tüketim

Kapitalist bir toplumsal sistemde devletin rolü kısaca; sermayenin sorunsuz akışı için gerekli alt yapıyı hazırlamak ve böylece de büyümeyi teşvik etmek, yani sermayeyi teşvik edici bir rol olarak özetlenebilir. Bilindiği gibi sermaye birikiminde akışın sürekliliği önemlidir. Sermaye dolaşımında kesintiler yaşanması yatırılmış sermayenin kaybedilmesi anlamına gelir. Kapitalist toplumsal sistemde devlet kalkınma hedeflerini gerçekleştirmek için ekonomik büyümeyi sağlayacak faktörleri harekete geçirir. Bu açıdan devlet kapitalist hedeflerini gerçekleştirebilmesi için ve vatandaşların tüketime yönlendirilmesi, var olan tüketim düzeyinin arttırılması gibi konularda önemli bir işlerliğe sahiptir. Günümüzde ülke içinde tüketimin arttırılması ekonomik büyüme hedefi ile yakından ilişkilidir. Günümüzde nüfus artışı ve ekolojik sorunlar insanlığın karşı karşıya kaldığı ‘sorun’lar olarak görülürken, buna karşılık tüketimi arttırmak kapitalist ekonomilerin birinci hedefi durumundadır.³³⁵

Tüketim toplumunun sebep olduğu en önemli ve en görülür nitelikteki zararlardan birini çevrenin tahrip edilmesini oluşturur. Doğal kaynakların artan üretim ve

³³³ Bocock, **age**, 57.

³³⁴ Baudrillard, **Nesneler Sistemi**, 189-190.

³³⁵ Durning, **age**, 5.

tüketime paralel olarak artan şekilde tahribata uğraması, bunun yol açtığı hava ve sudaki kirlilik artışı, yerleşim bölgelerinin ulaşım yolları açmak amacıyla bozulması çevrenin yüksek düzeyde tahrip edilmesine neden olmaktadır. Baudrillard'a göre, ekonomik büyüme hedefinin sebep olduğu insani ve çevresel zararlar “alt yapı donanımının zorunlu artışı, benzin için yapılan ek harcamalar, kazazedelerin tedavi harcamaları vb, bunların hepsi tüketim olarak muhasebeleştirilebileceklerine göre, yani gayrisafi milli hasıla ve istatistikler maskesi altında büyümenin ve zenginliğin sergileyicisi”³³⁶ olacaklarından dolayı sistem için önemsiz görülmektedir.

Devletin tüketimin arttırılmasındaki işlevi konusunda çeşitli örnekler vermek mümkündür. Bugün, gelecekte refah içinde yaşamının ön koşulu olarak vatandaşlardan tüketim faaliyetleri vasıtasıyla kalkınmaya katkıda bulunması talep edilmektedir: “Bugün kalkınmaya katkıda bulunursan yarın refah içinde yaşayabilirsin.” Ayrıca bireyden kendi sıkıntılarına çare olması için tüketimde bulunması gerektiği vurgulanır: “Bugün bir şey satın alırsanız bir işsiz iş sahibi yapabilirsiniz.”

Sistemin krize girdiği yani sermaye akışının kesintilere uğradığı dönemler de devlet vatandaşları tüketim yapmaya davet etmektedir. Örneğin David Harvey 11 Eylülde alışveriş yaparak ekonomiyi rayına sokmanın yurtseverlik olarak görüldüğüne dikkat çekmektedir.³³⁷ Buna benzer bir örneği Türkiye’den de vermek mümkündür. 2009 yılında “Alın Verin, Ekonomiye Can Verin” sloganıyla yürütülen reklam kampanyasında da vatandaşlar tüketime yönlendirilmişlerdir. Kapitalist sistem(şirketler, kurumlar ve devlet ekseninde) gittikçe artan bir biçimde bireylerin eylemlerini örgütler hale gelmiştir.³³⁸ Bauman’ın dile getirdiği gibi, ihtiyaçları tatmin etmektense talebi desteklemek refahın birincil amacı ve ekonomik çarkı döndüren şeydir: “Tüketim toplumunda...ekonominin devamını sağlayan doğru iktisadi döngü ‘satın al, kullan ve çöpe at’ döngüsüdür.”³³⁹

Kitlesel üretimin satılmadan elde kalacağı endişesi kapitalist bir ekonomi için büyük bir sorundur. Bu sorunun çözümü *tüketimin demokratikleştirilmesi* yani kitlesel tüketim ile sağlanmıştır. Tüketimin kazandığı önem, tüketimin bir yurtseverlik görevi

³³⁶ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 35.

³³⁷ David Harvey, **Sermaye Muamması: Kapitalizmin Krizleri**, çev. Sungur Savran, (İstanbul: Sel Yayınları, 2012).

³³⁸ Lodziak, **age**, 19.

³³⁹ Bauman, **age**, 127.

olarak resmedilmesine neden olmuştur.³⁴⁰ Tüketim toplumunda devletin bütünün çıkarlarına gönderme yaparak tüketim konusundaki açıkça sergilediği tutumun yanında, çalışmanın ikinci bölümünde ele alınan nitelikleriyle şirketler, “bir açık fiil ya da örtülü dayatma veya ona uygun davranış modellerinin kazınması yoluyla çaprazlama olarak”³⁴¹ tüketimi harekete geçirebilir.

5.2. 3. İşletme: Tüketici Odaklı Üretim

Tüketimin yüceltildiği ve deyim yerindeyse en yüksek hedef haline getirildiği bir topluma giden yolda şirketlerin rolü önemlidir. Kapitalist toplumda işletme düzeni tüketme mantığına göre hareket eder. Gauleaj’a göre sistem hep daha fazla ve farklı şeyler üretme adına üretmiş olduğunu devamlı yok eder: “İnsan faaliyetinin nihai hedefi, artık ‘toplum oluşturmak’ yani toplumsal bağ yaratmak değil, firmaların başındaki işletmeci yöneticilere en büyük faydayı sağlamak için maddi yahut insani kaynakları işletmektir.”³⁴² Bir çalışanın işletmeye sağladığı ya da sağlayabileceği en büyük fayda da -işinin devamlılığını sağlaması için- mal ve hizmetlerin tüketimini maksimum seviyede sağlamaktır.

Tarihsel bağlamı içinde kapitalist üretim sistemine baktığımızda fordist üretim tarzından başlayarak aşamalı olarak tüketici odaklı üretime geçişi görmekteyiz. Fordist üretim tarzında malların ekonomik ömrü kullanım sürelerine oldukça yakındır ve kitlesel olarak üretilen türdeş malların en üst gelir grubundan en alt gelir grubuna kadar satılması hedeflenmiştir. Birinci bölümde de değinildiği üzere tüketimin sürekliliğinin garantilenmesi için şirketlerin öncelikle çalışanlardan başlayarak tüm toplumu düzenlemesi denemeleri yaşanmıştır.

1970’lerden itibaren üretim sisteminde teknolojinin gelişimi ile birlikte iş dünyası açısından ürünlerin nasıl üretileceğinden ziyade ürünün nasıl pazarlanacağı ve satışının gerçekleştirileceği asıl sorun haline gelmiştir. Bundan dolayı da kapitalist sistemin odak noktası üretimden satışa yani tüketime kaymıştır.³⁴³

Yeni kapitalizmde şirketler büyük oranda tüketim odaklı çalışmaktadır. Ağırlık üretimden tüketime kaydığından dolayı dünyanın en büyük şirketleri artık üretim

³⁴⁰ Durning, *age*, 14.

³⁴¹ *age*, 129.

³⁴² Gaulejac, *age*, 66.

³⁴³ Şahin, *age*, 15.

yönelimli şirketler değil de tüketim yönelimli şirketlerdir.³⁴⁴ Böyle bir ortamda üretilen mal ve hizmetlerin tüketici tarafından satın alınmasını sağlamak adına satış ve pazarlama en önemli alanlar haline gelmiştir. Baudrillard’a göre, günümüz kapitalizminde temel sorun artık kârın azamileştirilmesiyle üretimin rasyonelleştirilmesi arasındaki çelişki değil, sınırsız bir üretkenlikle üretilmiş ürünlerin satılması zorunluluğu arasındaki çelişkidir.³⁴⁵ Dolayısıyla, sadece üretim sürecinin değil tüketim sürecinin de denetlenmesi kapitalizm için yaşamsal hale gelmiştir. Bunun sonucunda da üretim aşamasından önce çeşitli piyasa araştırmaları ve bir sonraki süreç olan ürünün satılması sürecinde çeşitli araçların kullanılmasıyla, karar gücü tüketiciden alınıp işletmeciye verilmektedir.³⁴⁶

Şirketler artan rekabet ve mal bolluğu ortamında tüketicilere farklılaştırılmış mallar sunarak tüketim düzeyini arttırmayı hedeflerler. Şirketlerin tüketimi özendirme ve tüketim devamlılığını sağlamak için kullandıkları yöntemlerden biri de nesnelerin kişiselleştirilmesidir. Çeşitlenen mal ve hizmetlerin daha fazla kişiye satılabilmesi için üretim sistemi paket şeklinde üretim yapmaktadır. Tüketici tercihleri şirket tarafından tespit edilerek buna göre üretimde bulunulur. İnsan amaçlarına yönelik davranışların kestirilebilir oluşu şirketler için son derece önemlidir. Hakkımızda sahip oldukları bilgiler aracılığıyla şirketler tüketim davranışı kalıplarımızı ve zevklerimizi tahlil etmektedirler. Mal ve hizmetlerin kişiselleştirilmesi bu aşamada önem kazanmaktadır. Tüketim toplumunda çeşitli şekillerde farklılığa yapılan vurgu da kişiselleştirilmiş ürünlerin satın alınmasını sağlamaktadır.

Baudrillard’a göre tüketim toplumunda insanlar artık mal sahibi olma konusunda rekabete girmemekte ve başarısını gerçekleştirdiği tüketim miktarına bakarak belirlemektedir. Bu açıdan tüketim toplumunun itici gücü herkesi kişiselleştirmektedir.³⁴⁷ Tüketim toplumu ayrıca, “şirket logolarını üzerlerinde taşıyan insanlar üretmiştir.”³⁴⁸ Buna göre markayı bildiren şirket logoları kişiler için prestij unsuru rolü görmektedir.

³⁴⁴ Ritzer, **Küresel Dünya**, 107.

³⁴⁵ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 81.

³⁴⁶ **age**, 82.

³⁴⁷ Baudrillard, **Nesneler Sistemi**, 225.

³⁴⁸ Susan Willis, **Gündelik Hayat Kılavuzu**, çev. Aksu Bora, Asuman Emre, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1993), 130-131.

5. 2. 3. 1. Müşteri Memnuniyeti

Günümüzde şirketlerin iddiası mal ya da hizmet şeklindeki ürünlerini üretir ve satışa sunarken müşteri memnuniyetini sağlamayı hedefledikleridir. Müşteri memnuniyetinin sağlanma amacına eleştirel bakan görüşler de mevcuttur. Bunlar tüketim toplumunda şirketlerin rolü ve bireyleri tüketime ikna aşamalarının mantığını ve işleyişini anlamamız açısından işlevseldir. Örneğin Bauman’a göre tüketici yaşamın etik ilkesi “*memnun kalmanın/tatmin edilmiş olmanın aldatıcılığıdır*. Niyet ve amacını ‘müşteri memnuniyeti’ olarak ilan eden bir topluma en büyük tehdit, memnun edilmiş bir müşteridir.”³⁴⁹ Çünkü tüketimin devamlılığını sağlamak adına satın alınan malların özellikleri hızla yenilenir ve eldeki mallar yetersizleştirilerek tüketiciye bildirilir. Yani aslında müşteri hiçbir zaman tam anlamıyla memnun edilmez.

Bauman’a göre tüketim merkezli ekonominin işleyişini sağlayan temel husus, isteklerin tatmin edilemeyeceğine ve her bir tatmin düzeyinin yükseltilebileceğine olan sağlam ve sürekli bir inançtır. Üretilen malların devamlı olarak daha iyi niteliklere sahip yenilerinin üretilmesi ve özellikle reklamlar aracılığıyla iyi yaşamın farklı şekillerde sunuluyor olması sistemin devamlılığını sağlamaktadır. İsteklerin sınırlarına dair inanç ise tüketim odaklı ekonominin düşmanı olmaktadır. Bu anlamda tüketim toplumu memnuniyetsizliği sürekli kılmayı örgütlediği ölçüde başarılı olacaktır:

“Eğer sözlerin yerine getirilmesi için arayış devam etmek ve insanları yakalayan yeni vaatler sunulmak zorundaysa, henüz verilen vaatler rutin olarak bertaraf edilmeli ve umutların gerçekleşmesinin düzenli olarak önüne geçilmelidir.”³⁵⁰

Şirketler piyasa olanakları, risk analizleri ve yaşam tarzlarının yaratımıyla, yaşamlarını yeniden düşünmeye teşvik edilen bireylerin istek ve ihtiyaçlarını yeniden şekillendirirler. Şirketlerin üretmiş oldukları mal ve hizmetleri topluma sunmaları ve tüketicileri yönlendirmeleri, daha geniş anlamda da tüketici kültürünün kitlelere ulaştırılması aşamasında reklamcılık önemli ve etkili bir araç olarak gelişim göstermiştir. Satışların yüceltildiği yeni kapitalizm ortamında ürünler arasındaki çoğunlukla biçimsel olan farklılıkları anlam kazandırmada reklamlar oldukça önemli bir yer tutar. Bunun yanında Baudrillard’a göre günümüz tüketim toplumunda

³⁴⁹ Bauman, *age*, 128.

³⁵⁰ *age*, 145-146.

üretileen her şey öngörülebilir kullanım süresine göre değil yok yeni bir versiyonun çıkışına göre üretilmektedir. Yani malların kullanım değerini azaltmak amaçlanır. Bunu gerçekleştirmek için de reklamlar kullanılır.³⁵¹

5. 2. 4. Reklam: Tüketime İkna

Tüketici kültürünün yerleşmesi için önkoşul, üretilen malların fark gözetmeden tüm pazarlara ulaşabilmesidir. Tüketici kültürü düşüncesinin gücü pazarlama ve onunla ilişkili olan kitlesel reklamcılığa dayanmaktadır.³⁵² Üretilen mal ve hizmetlerin sunulması, tüketime özendirme ve tüketimin toplum içinde yer edinmesi konusunda reklam olgusu önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani reklam hem pazarlama aracı olarak hem de tüketim kültürünün kitlelere ulaştırılmasının bir aracı olarak ele alınabilir. Günümüzde tüketim yönelimli yaşam tarzları ve paketlenmiş iyi yaşam reklam aracılığıyla sunulmaktadır. Reklamcılık ürünlerin tanıtımından çok bir yaşam tarzı olarak tüketimi özendirme işlevini yerine getirir. Reklamlar aracılığıyla insanların özlemleri ve hayalleri tüketim merkezli hale dönüşmektedir.

Daha öncede dile getirildiği üzere 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren tüketicilerin kapitalist sistem içindeki rolleri çok daha fazla önem kazanmıştır. Bu rolün öneminden dolayı da tüketicilerin kararlarını etkilemek üzere tasarlanmış olan reklamcılık gelişmiştir. Ritzer'e göre "bu aşama, üretim toplumundan tüketim toplumuna geçişte bir ilk aşama"³⁵³yı temsil etmiştir.

Reklamın amacı ürünlerin özellikleri konusunda bilgi vermek ve satışını arttırabilmektir. Baudrillard'ın belirttiği üzere reklam "bilgilendirme, ikna etme ve tüketimi yönlendirme"yi amaçlayan "dolaylı ikna" aşamalarına sahiptir.³⁵⁴ Bu aşamaların bir sonucu olarak reklamlar insanların daha çok şeye ihtiyaç duyduğuna ikna olmalarını sağlar. Reklam vasıtasıyla ikna sürecine daha yakından bakıldığında; Baudrillard'a göre reklam, sunulan ürüne güven duyulmasını sağlamaz, burada sunulan ürünü satın alma konusunda ikna etmeye çalışan reklamın kendisine inanılır. Yani ürünün sahip olduğu özelliklerin gösterilmesi kimseyi ikna etmez, ancak reklam "akılcı amaçların dışına taşan satın alma eylemini akılcılaştırma gibi bir amaca

³⁵¹ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 46-47.

³⁵² **age**, 27.

³⁵³ George Ritzer, **Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek: Tüketim Araçlarının Devrimleştirilmesi**, çev. Şen Süer Kaya, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2000), 51.

³⁵⁴ Baudrillard, **Nesneler Sistemi**, 202.

hizmet eder.”³⁵⁵ Reklamların bizden söz etme, tanıtmaya biçimi ve gösterdiği ilgi bizim reklama inanmamızı sağlamaktadır. Baudrillard’a göre “reklam, tüketimi yönlendirmekten çok, tüketilen bir şey demektir.”: “Bir an için tüm reklamların ortadan kaldırıldığını varsayacak olursak, bomboş duvarlar karşısında insanlar bir şeylerden mahrum bırakıldıkları gibi bir düşünceye kapılabilirler.”³⁵⁶

Günümüzde reklamcılık ürünlerin sunulma aracı olmaktan daha öte bir anlama sahiptir. Reklamcılık kendi ürününü imal eder: “her daim doyumsuz, kaygılı, huzursuz ve sıkılmış tüketici”. Lash’a göre reklamcılık, ürünlerin reklamını yapmaktan çok, bir yaşam biçimi olarak tüketimi özendirme hizmeti vermektedir. Reklamcılık çeşitli hoşnutsuzluklara tüketimi bir çare olarak sunmasının yanında günümüze özgü yeni hoşnutsuzluk biçimleri de üretir: “Mesleğiniz sıkıcı ve anlamsız mı? Sizde bir işe yaramazlık ve bitkinlik duygusu mu uyandırıyor? Yaşantınız bomboş mu?” Tüketim bu boşluğu doldurma sözü verir.³⁵⁷ Bu açıdan bakıldığında reklamcılığın tüketim kültürünü ulaştırma aracı olduğunu söyleyebiliriz.

Baudrillard’a göre sistem “insana bir kişilik kazandırmaktan çok ona bir kişilik biçip sınıflandırır.” “İçinde yaşamakta olduğumuz toplumun bir özelliği varsa o da tüm diğer ayırmaya sistemlerinin yavaş yavaş ‘yaşam düzeyi’(toplumsal statü) denilen temel kurala boyun eğmesidir.” Bu kural kapitalist sistem tarafından dayatılmaktadır ve reklam da insanları bu kurala uyma konusunda ikna etmek konusunda oldukça işlevseldir.³⁵⁸ Kapitalist sistem reklam aracılığıyla toplumsal amaçları kendi yararına çevirir ve kendi amaçlarını toplumsal amaçlarmış gibi dayatır. Schwartz bunu “kamu hizmeti duyurusu kılığına sokulmuş reklamlar” olarak görmektedir.

Tüketicinin ürün reklamında yer alan ünlüyle kendisini özdeşleştirme durumu da söz konusudur. Bir ürünün tanınmış biri tarafından kullanılıyor oluşu anlatımının odak noktasına alındığı bu tür reklamları izleyen tüketici de ürünün maddi değerinin ötesinde -bir sporcu, oyuncu ya da müzisyen olan- ünlünün yaşam tarzı ile bağlantı kurmaktadır.

³⁵⁵ age, 203.

³⁵⁶ age, 212.

³⁵⁷ Lash, age, 125.

³⁵⁸ Baudrillard, age, 236-237.

5. 2. 4. 1. Medya, Gösterge ve Semboller

Günümüzde medya iyi yaşamın anlamını eğlenmesini bilmek olarak tanımlamaktadır. Günümüzde medyanın işlevlerinden biri bizlere ulaşamayacağımız lüks yaşamları göstererek görelî yoksunluk, yetersizlik duygularımızı arttırılması yoluyla içimizde yaratılan ‘yapay’ boşluğu, daha fazla tüketim yoluyla doldurabileceğimiz yanılsaması yaratmasıdır.³⁵⁹ Baudrillard’ın analizine göre, tüketime toplumsal olgu niteliğini kazandıran tatmin ve hazzı vurgulaması değil, bunlardan koparken izlediği yoldur. Tüketim sistemi “son kertede ihtiyaca ve haza değil, bir göstergeler(nesneler/göstergeler) ve farklar koduna yaslanır.” Tüketimin ilkesinin haz olmadığının en iyi kanıtlarından biri günümüzde hazzın bir zorlama niteliğine sahip olması ve “hak ya da zevk olarak değil, ama yurttaşlık görevi olarak kurumsallaşmış olmasıdır.”³⁶⁰

Yapısalcı bir bakış açısından ele alındığında:

“...sosyal yapının yaşam tarzları içerisinde bölünmesi, gündelik yaşamda tüketimin üretime karşı genel bir önceliğe sahip olması ve kimliklerin oluşturulması gibi yönelimleri kapsayan postmodern kültürde, bireyler ürünleri değil, reklamlar aracılığıyla inşa edilen, göstergeleri ve göstergeler sistemini tüketir.”³⁶¹

Yapısalcılık işaret ve sembollerin önemini vurgulayan bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumda işaret ve sembollerin rolü tüketim konusundaki çalışmalarda işlevsel olmuştur. Bocoock’a göre bu nedenle “tüketim olgusuna yalnızca yararcılık açısından ve ekonomik bir süreç olarak değil, gösterge ve sembollerin de içinde olduğu bir sosyal ve kültürel süreç olarak bakmak mümkündür.”³⁶² Tüketim konusunda esas odak noktamız tüketim sürecinin sosyal ve kültürel yönleridir. Günümüzde medya gösterge ve sembollerin tüketilmesine yönelik öncü bir rol üstlenmektedir. Bu da tüketime sunulmuş olan malların gerçek işlevlerinden çok toplumsal bir işlev taşıyor gibi gözükmesine ve bir simülasyon içinde gösterilmesine neden olur.³⁶³

Baudrillard tüketimi gereksinimleri tatmin etme süreci olarak görmez, tüketimi kapitalist topluma özgü bir biçim olarak ele alır. Tüketimi nesneler ve toplumla aktif

³⁵⁹ Yıldız Silier, **Özgürlük Yanılsaması: Rousseau ve Marx**, 3. bs, (İstanbul: Yordam Kitap, 2010), 68.

³⁶⁰ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 92-93.

³⁶¹ Yanıklar, **age**, 198.

³⁶² Bocoock, **age**, 12-13.

³⁶³ Dağtaş, **age**, 5.

bir ilişki kurma biçimi olarak görmek gerekmektedir. Ona göre sahip olunan malların miktarının artmış olması ya da ihtiyaçların karşılanması tüketim kavramının tanımlanması konusunda yeterli olmamaktadır. Tüketim “göstergeleri sistemli bir biçimde güdümlene biçimi”dir. Burada tüketilen, nesnelerden ziyade bir ilişki biçimidir. “İlişki, nesneler aracılığıyla kurulmakta ve zihinsel bir etkinlik şeklinde tüketilmektedir.” Bu ilişki-nesne statüsü kapitalizm tarafından belirlenmektedir.³⁶⁴

Baudrillard’a göre büyüme toplumu bolluk toplumunun tersidir. Çünkü rekabetçi ihtiyaçlarla üretim arasındaki gerginlik yani kıtlık gerginliği, kapitalizm sadece kendisine uygun olarak tanımladığı ihtiyaçları ortaya çıkarmak ve bunları karşılamak için kendisini ayarlamaktadır. Dolayısıyla sadece büyümenin yani kapitalist üretim sisteminin ihtiyaçları söz konusudur. “Sistem sadece kendi öz ihtiyaçları için üretim yaptığından giderek daha sistemli olarak bireysel ihtiyaçlar kandırmacasının arkasına saklanır.” Sistem insan ihtiyaçlarının karşılanması sağlamak olarak üretim düzenini tanımlarken, ihtiyaçların sistemin gerekleri için yaratılması aslında, “bolluğun sürekli olarak gerilediği” anlamına gelmektedir. Büyüme toplumunun bolluk toplumunun tersi oluşunun bir diğer nedeni de bolluk toplumunun mallar üretim toplumu olmadan önce ayrıcalıklar üretimi toplumu olmasıdır. Mantıksal olarak kıtlık olmadan ayrıcalık olamayacağı için kıtlık ve ayrıcalık yapısal olarak birbirine bağlıdır. Baudrillard’a göre tüketim toplumunda artık malların bulunamayışı şeklindeki bir kıtlık söz konusu değilken, yapısal bir kıtlık vardır. Yapısal kıtlık sistemin iktidar stratejisidir ve sistemin devamlılığını sağlar.³⁶⁵ Sonuç olarak Baudrillard’a göre tüketim toplumunda yaşayan insanlar olarak bizler sadece bolluğun göstergelerine sahibizdir.³⁶⁶

5. 2. 5. Kredi ve Kredi Kartı

Kapitalist üretim nesneleri satarken insanlara seçim yapma hakkı tanınmasının yanında ödeme kolaylığı sağlamak için çeşitli aygıtlar geliştirmiştir. Kapitalist toplumda kredi insanlara bir tüketici hakkı ve adeta sahip olunması gereken temel bir ekonomik hak olarak sunulmaktadır. Kredi kartı esnek kapitalizmin gerektirdiği soyut ve akışkan değer değişimini sunan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Kredi kartı, var olmayan bir değerle harcama yapmayı olanaklı hale getiren bir araç olarak

³⁶⁴ Baudrillard, **Nesneler Sistemi**, 240-242.

³⁶⁵ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 74-75.

³⁶⁶ **age**, 77.

harcama faaliyetinin devamlılığını sağlar. Nakit bittiğinde harcama yapılamazken, tüketim ediminin devamı kredi kartları aracılığıyla sağlanmış olur. Bilindiği gibi kredi kartı henüz kazanılmamış bir paranın bir ay önceden harcanması anlamına gelmektedir. Böylelikle aslında, “bireyin bütçesini aşan bir harcama olmasına gerek kalmadan da, kredi kartı zaten onu yapısal olarak borçlu hale getirmektedir.”³⁶⁷

Kredi kartı kullanımı ile birlikte nesneler artık belirli bir zaman içinde belirli bir tasarruf sağlanması sonucu elde edilebilir olmaktan çıkıp ‘şimdi ve burada’ sahip olunabilir hale gelmektedir. Dolayısıyla, kredi kartları sadece bir ödeme aracı değildir. Kredi kartları önemli ölçüde tüketim ile ilgili değerlerin özümsemesini sağlayan bir araçtır. Tüketimin ihtiyaçlarla bağı ve harcamanın sahip olunan kazançla bağı kredi kartı kullanımıyla kopmaktadır.

Baudrillard krediyi “önceden yaşanmış bir geleceğe” benzetir. Kredi kartıyla alınan herhangi bir mal, taksitleri bitene kadar tam anlamıyla bize ait değildir, ancak taksitleri ödendiğinde bizim olacaktır. Günümüzde kredi aracılığıyla bir anlamda çalışmanın ürünü çalışmadan önce gelmektedir. Bedelini ödemediğimiz nesnelere sahip olarak, bu bedeli çalışarak ödeyebileceğimizi düşünmekteyiz.³⁶⁸

Baudrillard günümüzde tüketimin birikimden önce geldiği yeni bir etik anlayış ortaya çıkmıştır. Gereksiz risklere girilebilmektedir. “Kişiye biçimsel özgürlük adına borç veren bu topluma, aslında kişi kendi geleceğini borçlanmış, teslim etmiş olmaktadır.”³⁶⁹ Kredi kartı kullanımı ile bireyler sadece gelirlerini harcamakla kalmayıp, aynı zamanda gelecekteki gelirlerini de sistemin ipoteği altına sokmaktadırlar. Dolayısıyla sistem dışına çıkmak iyiden iyiye güçleşmektedir. Ayrıca kredi ile alışveriş yapmak insanı kendisine karşı sorumsuzluk noktasına götürmekte ve satın alan kişi ödemeyi yapan kişiye yabancılaşmaktadır.³⁷⁰

Kredi kartı ile alışverişlere belli oranlarda indirim uygulanması da kredi kartının kullanımını yaygınlaştırmaktadır. Kredi kartı özellikle boş zamanı değerlendirme mekânlarında geniş bir kullanım alanı bulmaktadır. Bu noktada tüketim mekânlarına geçmeden önce boş zaman olgusu ve tüketimle olan ilişkisini ele almak gerekmektedir.

³⁶⁷ Ali Ergur, “Değerin Tarihsel Soyutlaşması Sürecinde Bir Kırılma Noktası Olarak Kredi Kartı”, **Birikim**, s. 278-279, (2012): 122-123.

³⁶⁸ Baudrillard, **Nesneler Sistemi**, 195-196.

³⁶⁹ **age**, 197.

³⁷⁰ **age**, 199.

5. 2. 6. Boş Zaman Olgusu ve Tüketim

Kapitalist sistemde boş zaman, bireylerin çalışma süreleri dışında kalan zamanı ifade etmektedir. Bu anlamda boş zaman çalışma aracılığıyla tanımlanır. Çalışma yaşamı dışında kalan zamanı ifade eden boş zaman tüketimle ilişkilendirilir. Gorz’a göre iş “başka biri için yapılan, ücreti ödeyen kişinin istediği biçim ve zamanda ve işçinin kendisinin seçmediği bir amaç için yapılan etkinlik” olarak çalışmadır. İş dışında kalan zamanda hayatımızı sürdürmekle ilgili harcayacağımız zaman ve yapmamız gereken tüketim büyük ölçüde gelir yani iş tarafından belirlenir.³⁷¹ Bu şekilde sahip olunan boş zaman da parçalanır, parçalanmış boş zaman tüketime ayrılır.

Boş zaman olgusunun tüketimle ilişkisi ilk kez Veblen tarafından ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir. Veblen’in değerlendirmeleri göz önüne alındığında çalışma hayatının dışında tüketim ve eğlence etkinlikleriyle geçirilen boş zaman olgusunun ortaya çıkışı 19. yüzyıla kadar götürülebilir. 19. yüzyıldan itibaren gerçekleşen teknolojik gelişmeler, kentleşme, çalışma saatlerini azaltan üretim anlayışları gibi gelişmeler boş zaman olgusunun etkinliğinin artmasına neden olmuştur.³⁷² Otomasyonun gelişmesi ve yeni kapitalizmin esnek üretim tarzı ve esnek çalışma biçimleri çalışan bireylere daha fazla boş zaman sağlamaktadır.

Boş zaman sadece çalışanları değil, toplumdaki bütün bireyleri kapsayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde boş zaman kapitalist sistemin işleyişini garantileyecek şekilde tüketime yönlendirilmiş bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, sistem tarafından tanımlanan bir olgu olan boş zaman, sistemin sürekliliğinin sağlanması amacıyla tüketim faaliyetlerini içerecek şekilde manipüle edilmektedir.³⁷³ Bu bağlamda boş zaman içinde yapılan faaliyetleri ile insanın yine ekonomik sistem için faaliyetlerini sürdürdüğü görülmektedir. Fromm’a göre “boş zamanı değerlendirme araçları olan otomobiller, televizyonlar, geziler ve benzerleri” tüketimin ana nesneleridir. Fromm bunu “zorlama tüketim” olarak adlandırır. Ona göre “boş zaman aktivitesi” yanlış bir adlandırmadır. Bunu “boş zaman pasivitesi” olarak adlandırmak gerekir.

Arendt’e göre yaşamın döngüsü içinde geçmek zorunda olduğu iki evre olan emek ve tüketim arasındaki oran;

³⁷¹ Lodziak, *age*, 50-51.

³⁷² Şentürk, *age*, 65-66.

³⁷³ Umut Omay, “Boş Zamanın Manipülasyonu ve Çalışma”, “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, c. 10, s. 3, (2008): 122.

“neredeyse bütün insani ‘emek gücü’nün tüketime harcandığı bir noktaya varmaktadır. Böyle bir durum boş zamanı ciddi bir toplumsal sorun haline sokar –yani özünde tüketim kapasitesine hanel gelmemesi için günlük tüketim(emek sarfı) için yeterince fırsatın nasıl yaratılacağı sorunu. Meşakkatsiz ve mesaisiz bir tüketim, biyolojik yaşamın öğütücü niteliğini değiştirmez; olsa olsa onu, ızdırap ile mesainin zincirlerinden tümüyle ‘kurtulmuş’ bir insanlığın bütün dünyayı özgürce ‘tüketebileceği’ ve tüketmek istediklerini her gün yeniden üretebileceği bir noktaya kadar yükseltir.”³⁷⁴

5. 2. 6. 1. Yeni Kapitalizm, Tüketim ve Boş Zaman

Günümüzde çalışma toplumundan boş zaman toplumuna doğru gidildiğine dair yaygın bir inanç vardır.³⁷⁵ Bu görüşe göre çalışma konusunda bir gerileme varken, buna bağlı olarak boş zaman etkinliklerinde artış yaşanmaktadır. Bu da tüketimin merkezi öneme gelişini kanıtlar nitelikte bir gelişmedir. Lash’a göre “fabrikayı ve işyerini örgütleyen güçlerin aynıları, boş zamanı, onu endüstrisinin bir uzantısı haline getirerek örgütlediler.”³⁷⁶ Modern anlamda serbest/boş zamanın ortaya çıkışı kapitalizmle birlikte olmuştur. Burada boş zaman çalışmanın dışında kalan alan olarak kavramsallaştırılır. Kapitalizm boş zamanı çalışma zamanından ayırarak, boş zamanı da çalışmanın mantığına göre şekillendirmiştir.³⁷⁷

Yeni kapitalizmin çalışma etiği içinde boş zaman büyük önem kazanmaya başlamıştır. Kısacası, “sanayi toplumunun kişilik tipini temsil eden püritan, bu paradigmanın terk edilmesine paralel bir biçimde farklı bir kişilik tipine dönüşmeye başlamıştır.”³⁷⁸ André Gorz günümüz kapitalizmi boş zaman bağlamında şöyle değerlendirir:

“Serbest zamanı ne bölüştürmeyi, ne yönetmeyi, ne de kullanmayı bilen; serbest zamanı arttırmak için her şeyi yaparken büyümesinden de korkan; ve sonuç olarak, her yöntemle onu paraya çevirmekten, o zamana kadar ücretsiz ve özerk olduğu için anlamlı olabilecek faaliyetlere kadar her şeyi giderek daha özelleşen hizmet malları biçiminde iktisadileştirmekten başka varılacak yer bulamayan toplumsal bir sistemde bulunuyoruz.”³⁷⁹

Post-fordizm/post-modernizm sadece esnek üretimi/birikimi değil esnek serbest zamanı da beraberinde getirmiştir. Yeni toplumda eğlence, bireyin sorumlu olduğu bir uğraş ve zorunluluk haline gelmiştir. Bu anlamda eğlence de bireyselleşmiştir.

³⁷⁴ Arendt, **age**, 181.

³⁷⁵ Bozkurt, **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel**, 67.

³⁷⁶ Lash, **age**, 198.

³⁷⁷ Çabuklu, **age**, 44.

³⁷⁸ Bozkurt, **age**, 83.

³⁷⁹ Gorz, **age**, 21.

Aynı zamanda televizyon, bilgisayar gibi araçların yaygın kullanımıyla birlikte serbest zaman eğlenceleri önemli ölçüde ev içine kaymıştır. Ev önemli bir tüketim alanı haline gelmiştir. Ayrıca esnek kapitalizmle birlikte çalışmanın esnek biçimler kazanması iş yerine gitmeden evde bilgisayarla çalışmanın yapılabilmesi modernliğin serbest zamanla işi kesin çizgilerle ayıran anlayışını sarsmıştır. Bauman'a göre tüketici pazarı insanlar arası ilişkileri benimser ve asimile eder. İletişim teknolojisinin gelişimi ve esnek şirketlerle birlikte sürekli ofis ağına bağlı kalınır. Evi işten, çalışma zamanını boş zamandan ayıran sınırlar silinmiştir. Dolayısıyla hayatın her anı seçim anına dönüşmüştür. “Kariyer ve ahlaki sorumluluklarımız arasında seçim yapmak zorunda kalırız.”³⁸⁰

5. 2. 6. 2. Boş Zaman Özgür Zaman Mı?

Gündüz Vassaf'a göre çalışma dışında kalan zamandan serbest zaman olarak söz edilmesi, iş zamanı tutsak olduğumuz gerçeğini kabul etmektir.³⁸¹ Boş zamanın ne olduğunun denetim altına alınmış olan çalışma ve çalışma saatlerinin belirliyor oluşu, boş zamanın da gerçek manada özgür bir zaman olmadığı anlamına gelmektedir. Bunun sebebi boş zamanın işin zorlayıcılığı ve stresinden arınma ve rahatlama zamanı olarak belirlenmiş olmasıdır.³⁸²

Lodziak'ın dile getirdiği gibi kapitalist sistem bireylerin eylemlerini onların zamanlarını kontrol ederek denetler.³⁸³ Çalışma zamanının yanında boş zamanın denetim altına alınmasının en önemli nedeni, boş zaman faaliyetlerinin kapitalist sistemin devamlılığını sağlamak adına tüketime ayrılmasıdır. Boş zaman tüketim faaliyetleri yoluyla üretimi desteklemeyi amaçlamış olan bu anlamda da üretim sürecinin bir parçası olarak sayılabilecek olan bir zaman dilimini ifade etmektedir.³⁸⁴ Tüketim toplumunda boş zaman artık “otantik, bireyin kendisini gerçekleştirdiği, kendisi olduğu bir alan değil homojenleştirici işaret, sembol ve fantezi ekonomisinin hazır ürünler sunduğu özelleştirilmiş bir zaman dilimidir.”³⁸⁵

Alışveriş merkezleri gibi tüketim araçları boş zamanın kapitalizm tarafından değerlendirilmesine ve kurumsallaştırılmasına katkıda bulunmaktadır. Bu mekânlar

³⁸⁰ Bauman, **Modernizm** , 99-100.

³⁸¹ Vassaf, **age**, 18.

³⁸² Omay, **age**, 124.

³⁸³ Lodziak, **age**, 52-53.

³⁸⁴ Omay, **age**, 126.

³⁸⁵ Çabuklu, **age**, 54.

tüketim kültürü tarafından tavsiye edilerek meşrulaştırılır. Boş zaman tüketicileri tüketim mekânlarında belirsizlik ve risk dolu dış dünyayı unutarak güvenli bir biçimde eğlenmektedir. Şimdi alışveriş merkezi, hipermarket gibi adlandırmalarla karşımıza çıkan kapalı tüketim mekânları tüketim toplumunun araçlarından biri olmaları bağlamında incelenecektir.

5. 2. 7. Tüketim Mekânları: Büyülü Tüketim

Bilindiği üzere alışveriş merkezleri gezinti alanlarıyla bir araya gelen dükkanlar ve yeme-içme mekanlarından oluşan mimari yapılardır. “Bunlar sermayenin paraya dönüşümü, yani üretilen mal ve hizmetlerin tüketim yoluyla dönüşümünü sağlayan makinelerdir.”³⁸⁶ Bu yapılar ayrıca insanları tüketime yönlendirecek biçimde çok incelikle planlanmış olan yapılardır. Alışveriş merkezleri üretimin tüketime dönüşmesi ve böylece de sermayenin dönüşümünü sağlayan işlevsel bir araçtır.³⁸⁷

Baudrillard yeni alışveriş merkezlerini *bolluğun ve hesaplamanın sentezi* olarak tanımlar. Hepimizin genel niteliklerini bildiği alışveriş merkezleri, ürün bolluğu ve mekân içi hemen her şeyin çok ayrıntılı bir şekilde hesaplandığı, insanları tüketime çekecek ya da en azından burada vakit geçirmelerini sağlayacak şekilde dizayn edilmiştir. Bu mekânlarda alışveriş ya da gezinti gibi tüketim etkinliklerinin sentezi gerçekleştirilir. Tüketim mekânları, “ ’tüketim’in tüm yaşamı kuşattığı, tüm etkinliklerin aynı bileştirici biçime uygun olarak zincir oluşturduğu, insanı ödüllendirme yollarının saat be saat önceden ayarlandığı, ‘çevre’nin bir bütün oluşturduğu, bütünüyle iklimlendirildiği, düzenlendiği, kültürelleştirildiği”³⁸⁸ noktadır. Baudrillard alışveriş merkezlerini *modern ritmin ve antik aylaklığın uzlaşması*³⁸⁹’nı içeren mekânlar olarak tanımlar.

Tüketim mekânlarını boş zamanı değerlendirme endüstrileri olarak ele alabiliriz. Boş zamanı değerlendirme endüstrileri tüketici kültürünün bir parçasıdır. “Sınırsız, elde edilebilir, hızlı tüketilir ve hazır sonuçlar ortaya çıkaran alışveriş kültürümüz”³⁹⁰’ün deneyimlendiği alanlar tüketim mekânlarıdır. Kapitalist sistem günümüzde kendini

³⁸⁶ Mark Gottdiener, **Postmodern Göstergeler: Maddi Kültür ve Postmodern Yaşam Biçimleri**, çev. Erdal Cengiz, Hakan Gür, Arhan Nur, (Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2005), 126.

³⁸⁷ **age**, 142.

³⁸⁸ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 20.

³⁸⁹ **age**, 21.

³⁹⁰ Anthony Elliott, Charles Lemert, **Yeni Bireycilik: Küreselleşmenin Duygusal Bedelleri**, çev. Başak Kıcı, (İstanbul: Sel Yayıncılık, 2011), 28.

tüketim mekânları ya da araçlarında ifade etmektedir. Ritzer'e göre mal ve hizmetlerin tüketildiği mekânlarda bir dizi 'devrimci' değişiklikler gerçekleştirmiştir ve bu değişiklikler de sadece tüketimin niteliğinde değil, toplumsal hayat üzerinde de değişimlere neden olmuştur.

Ritzer'in açıklamalarda bulunduğu şekliyle tüketim araçları fast-food restoranları, hipermarketler, "büyük Amerikan ticari icadı"³⁹¹ olarak da adlandırılan alışveriş merkezleri ve diğer benzer yapıları kapsar. Ritzer tüketim mekânlarını, tüketim araçları ve tüketim katedralleri olarak ele alır. Ritzer'in tüketim katedralleri olarak adlandırdığı mekânlar, yeni tüketim araçlarının 'büyülü' karakterine bir vurgudur. Bahsi geçen yerler sadece tüketime ortam sağlamaz, bundan daha önemli bir şekilde insanları tüketime yöneltmek ve zorlamak üzerinde yapılandırılmışlardır. Ritzer bu yerleri 'yeni' tüketim araçları olarak nitelendirir ve insanların geçmişte tükettiklerinden daha fazla tüketim faaliyetinde bulunmalarını sağladıklarını belirtir. Ritzer tüketim araçlarının değişimini ve tüketimin insanı etkileme kapasitesi konusunda tespitlerde bulunur:

"Bu değişikliklerin sonucunda, tüketimin yaşamlarımıza kadar sızması; tüketimin bizi tüketmesi artıyor. Sık sık kendimizi tüketime adanmış ortamlarda buluyoruz. Evlerimiz bile tüketim aracı haline gelmiş durumda; tele-pazarlama, süprüntü postalar, kataloglar, evden alışveriş kanalları ve siber mağazaların işgali altında. Tüketme baskısından çok az kurtulabiliyoruz."³⁹²

Yeni tüketim araçlarının en merkezi özellikleri, yeni kapitalizmin üretim tarzının özelliklerini yansıtan "hız, verimlilik, self-servis ve sınırlı etkileşim" şeklinde özetlenebilir. Yeni tüketim araçlarının en önemli özelliği insanlara "tüketirken daha çok zaman ve para harcatmak üzere tasarlanmış"³⁹³ olmalarıdır. Tüketim mekânları ayrıca, dışarıdaki dünyanın güvensizliğine karşı korunaklı mekanlar olarak öne çıkmaktadır. Yeni tüketim araçları yüz yüze samimi toplumsal ilişkilerin niteliğini de değiştirmiştir. Büyük kentsel bölgelerin gelişimi ile birlikte özel tüketim biçimleri de yaygınlık kazanmıştır. Yeni tüketim araçlarında bire bir ilişki azalmıştır ya da sanal alışverişte olduğu gibi tümüyle yok olmuştur. Toplumsal ilişkiler hızlı, kişisellikten uzak ve yüzeysel bir biçim almıştır.³⁹⁴:

³⁹¹ age, 188.

³⁹² Ritzer, **Büyüsü Bozulmuş**, 14-15.

³⁹³ age, 25.

³⁹⁴ age, 66-67.

“Alışveriş merkezleri öyle düzenlenmiştir ki, insanları sürekli etrafa bakarak, gözlerini sonsuz sayıda cazip maldan ayırmadan, ama hiç birinin başında da fazla dikilmeden bir oraya bir buraya gidip gelirler; durup birbirleriyle iki çift laf etmelerine, birbirlerinin yüzüne bakmalarına, tezgahta sergilenen nesneler dışında bir şey düşünmelerine, ölçüp biçmelerine ve tartışmalarına (vakitlerini ticari değeri olmayan şeylere harcamalarına) imkan yoktur.”³⁹⁵

Fromm “homo consumens(tüketici insan)”i gündelik hayatında boş zamanını tüketmeye adanmış insan olarak tanımlar. “Tüketimcilik meta çeşitliliği ile tezat oluşturacak şekilde ritüelistik dışı vurumuyla tüm tüketicileri benzeştirmektedir.” Örneğin iç ve dış mekân özellikleriyle dünyanın her yerinde büyük ölçüde birbirine benzeyen tüketim mekânları buralarda vakit geçiren tüketicileri de benzeştirerek eşitlemekte ve özgürleştirmektedir. Bu mekânların birbirine benzemesinin zaman ve mekâna dair algıları da sakatladığı iddia edilmektedir.³⁹⁶

Baudrillard alışveriş merkezlerini toplumsal yaşamın bütünüyle bir yerleşim ve trafik düzenine ait zaman-mekânın etkileyici bir simülasyonu olarak tanımlar: “...hipermarket, gelecekte karşımıza çıkacak her türlü toplumsal denetim biçimi yani toplumsal yaşama ve birlikteliğin dağınık işlevlerini (iş, boş zamanları değerlendirme, beslenme, sağlık, ulaşım, medya, kültür) tek bir homojen çatı(zaman/mekan) altında buluşturma modelidir.”³⁹⁷

Bu mekânlar ayrıca yerleşim bölgelerinin dağılımını da belirler. Özellikle yeni kentsel alanların alışveriş merkezlerinin yakınlarına konumlanması bunu açıkça göstermektedir. Baudrillard’a göre insanlar hipermarketlere “her türlü sorunun nesne-yanıtlarını bulmaya ve aralarında seçim yapmaya gelmektedirler.” Ayrıca bu alanlar, yeni bir toplumsallık biçiminin de geliştiği yerlerdir. Baudrillard’a göre, bu mekânlar insanlar arası ilişkiler konusunda derinlikten yoksundurlar. İnsanlarla nesnelerin bir araya getirildiği “dolaysız bir güdümlenme mekanı”dırlar. Çalışma düzeninden farklı olarak, insanlar alışveriş merkezlerine istedikleri zamanda gelmekte, sunulan mal ve hizmetler arasında seçim yapmakta ve satın almaktadırlar.³⁹⁸

³⁹⁵ Bauman, **Küreselleşme**, 33-34.

³⁹⁶ Serdal Bahçe, “Borçlanma ve Kredi Kartları: ‘Homo Consumens’in Esareti”, **Birikim**, s. 278-279, (2012): 124.

³⁹⁷ Jean Baudrillard, **Simülakrlar ve Simülasyon**, çev. Oğuz Adanır, (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2003), 121- 122.

³⁹⁸ **age**, 119-120.

6. TÜKETİM TOPLUMUNDA YAŞAM PRATİKLERİ

Geldiğimiz noktada tüketim bir gündelik yaşam pratiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bölümde tüketim olgusunun gündelik yaşam pratikler üzerindeki etkileri ele alınacaktır. “Yaşam pratikleri”nden kasıt, tüketici yaşam pratikleri ve tüketim toplumunda “neler yapıyoruz, nasıl yaşıyoruz?” şeklindeki sorulara yanıt aramaktır. Buradaki amacımız yaşadığımız dünyaya insanların yaşam pratikleri açısından yani, “insanların içinde bulunulan dönemde ne yaptıkları, ne yapma bilgisine sahip oldukları, ne yapmak üzere eğitildikleri, yetiştirildikleri ve ne yapmaya meyilli olduklarını”³⁹⁹ anlamaya çalışmaktır. Bugün tüketim bir gündelik yaşam pratiği olmasının yanı sıra, ihtiyaçların karşılanmasından ziyade zevk için yapılan bir faaliyet haline de gelmiştir. Tüketim ve tüketici yaşam tarzı gündelik yaşam pratiklerinde egemen hale gelmiştir.

Günümüzde yaşam pratikleri mutluluk kurguları üzerine şekillenmektedir. Tüketim toplumu üyeleri yaparken gereğine inandıkları yaşam pratiklerini mutluluk olarak adlandırma eğilimindedirler. Tüketim toplumunda yaşayan insanın varoluşunu nesneleştirip, mutluluğu da daha çok tüketmekte arama eğiliminde olduğu iddiası “tüketiyorum öyleyse varım” mottosu olarak dile getirilmektedir. Bu bağlamda gündelik yaşam pratiklerinin tüketim merkezliliği üzerinde durulmaktadır.

Kapitalist toplumda yaşayan insanın hayatını dolduran kararların büyük bir kısmı ekonomik neden ve pratiklerle ilgilidir. Bireylerin gündelik yaşamlarını sürdürdükleri mekânları ve zamanları tüketimcilik doldurmuştur. Ekonomi pratik, günlük yaşamda ekonomik olarak nitelendirilen karar ve davranışları ifade etmektedir. Ancak bunlar yalnızca ekonomik değil hayatımızın birçok yönünü etkileyen sonuçlara da neden olmaktadır. Bu bağlamda ayrıca, bir yaşam pratiği olarak kapitalizmin insanlar arası ilişkilere etkileri ve tüketimciliğin sonuçlarından biri olarak borçlu yaşam olgusu tartışılacaktır. Burada kapitalizmin yaşam pratiklerini nasıl etkilediği ve gündelik olarak verilen kararların arkasındaki mantıki çerçeve anlaşılmaya çalışılacaktır.

³⁹⁹Bauman, *Etiğin Tüketiciler*, 10.

Bauman'ın Colin Campbell'den aktardığı gibi; tüketim, tüketim toplumu üyelerinin bütün faaliyetlerini değerlendirirken kullandıkları bir çeşit model haline gelmiştir.⁴⁰⁰ Şimdi bu tespitten hareketle ve tüketim toplumunda en yaygın yaşam pratiklerini anlama çabası ekseninde tüketim toplumunda üretici ve tüketici insanın var olan/idealleştirilen nitelikleri üzerinde durulacaktır.

6. 1. Tüketim Toplumunda İnsan

Kapitalist sistem içinde “insan”ın konumlandırıldığı yerleri göz önüne aldığımızda; - insanı sadece üretici ve tüketiciden ibaret görmüyorsak- üretim ve tüketim süreçlerinde araçsallaştırılmış olan birey vurgusuyla tanımlanan “insan”la karşılaşırız. İlk bölümde de değinildiği üzere kapitalist sistemin rasyonel insanı, karını ya da faydasını maksimize etmeye çalışan iki farklı insan gibidir; ayrıca iki süreç içinde birbirinden farklı niteliklere sahip olması beklenmektedir. Bu bağlamda hem üretim hem de tüketim sürecinde varlığı vazgeçilmez olan “insan”a daha yakından bakarak idealleştirilen özelliklerinin anlaşılması önemlidir. Bunun yanında insan içinde yaşadığı toplumla etkileşim içindedir: “birey olarak *kim* ve *ne* olduğumuz gerçeği her zaman ve zorunlu olarak içinde yetiştiğimiz dünyanın sonucudur.”⁴⁰¹

Kapitalist toplumun ihtiyaç duyduğu insan tipi, “ekonomik çarkın iyi işleyebilmesi için, kendilerini özgür ve bağımsız hisseden ve hiçbir otoritenin prensibin ve ideolojinin etkisi altında kalmadığına inanan, ama bütün bunlara rağmen emirleri uygulamaya, kendilerinden beklenenleri yapmaya hazır olan ve toplumsal mekanizmaya sorunsuzca uyum sağlayabilen” insandır. Aynı zamanda bu toplum “hep daha fazlasını tüketmek isteyen, standart, çabuk etkilenen ve önceden belirlenmiş zevklere sahip olan” insanlara ihtiyaç duyar.⁴⁰² Tüketici insan tipi, ekonomisinin tamamen tüketime dayalı olduğu yeni kapitalist toplum yapısıyla çok yakından ilgilidir.

Fromm'a göre homo-consumens yani tüketici insan anlayışı yayılırken hiçbir ideolojik ya da politik engel tanımamaktadır. Ayrıca tüketici insan kendi dinamizmine sahiptir ve toplum karakterinin yeni bir tipi olarak ortaya çıkmıştır.

⁴⁰⁰ age, 54.

⁴⁰¹ Elliott, Lemert, age, 53.

⁴⁰² Fromm, **Çağdaş Toplamların**, 16.

Tüketici insanın en önemli özelliği hemen her şeyi bir tüketim ürünü haline getirebilme kapasitesidir.⁴⁰³

Tüketim toplumunda yaşayan insan çeşitli sıkıntılar içindedir: “İnsan, kapitalist sistemin üretim şekli nedeniyle korkak ve yabancılaşmış bir hale gelmektedir. Çünkü bu sistem, bireyin onların karşısında kendini aciz ve çaresiz hissettiği, giderek büyüyen ekonomik ve bürokratik devler yaratmaktadır.”⁴⁰⁴ İnsanların korku duymasının bir diğer sebebi de toplum içinde yükselememe, mevkilerini kaybetme, tüketim mallarına yeterince sahip olamadığı takdirde çevresinden dışlanma korkusudur. Fromm’a göre bu şekilde korkularla dolu olan insanın tek çaresi de tüketim olmaktadır. Bu yolla insan hayatında karşılaştığı olumsuzlukları dengeleme çabası içerisindedir. Tüketim burada bireylerin belirsizliğe ve içine düştüğü boşluğa karşı sığınabileceği alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni kapitalizm birbirinden farklı tüketici gruplarına farklı mal ve hizmetler sunan, “tüketiciyi bizzat aktif olarak katılacağı deneysel tüketim pratiklerinin içine sokan”⁴⁰⁵ bir yapıya sahiptir.

Elliott ve Lemert’e göre kapitalizmin mantığının kültürel ilişkiler ve sosyal yaşamın içine sızması birey açısından büyük zararlara yol açmıştır:

“Yaşamlarımızı tüketim kavramıyla daha çok tanımlandıkça, piyasanın muazzam olanakları birbirimizle anlamlı duygusal bağlantılar kurmamız şöyle dursun, insanların kendi ihtiyaç ve isteklerinde tecrübe ettikleri nesnel koşulları daha çok zayıflatıyor. Tüketicinin özgürlük hayali, narsistik doyumun (‘Ne alıyorsam ben oyum’) çok kötü bir umutsuzluk çılgılığına (‘bütün bunlar çok aptal ve anlamsız’) dönmesi gibi çok çabuk tersine dönüyor.”⁴⁰⁶

Yaşayan bir olgu olarak kapitalizm, gündelik hayatta yaşadığımız bir gerçeklik olarak hayatımızı etkilemektedir.⁴⁰⁷

6. 1. 1. Gündelik Yaşam

Baudrillard’a göre “tüketimin yeri günlük yaşamdır. Günlük yaşam yalnızca günlük olayların ve hareketlerin toplamı, sıradanlığın ve yinelenmenin boyutu değil, *bir yorumlama sistemidir.*”⁴⁰⁸ Yani çalışma, boş zamanı değerlendirme etkinlikleri ve

⁴⁰³ **age**, 81-82.

⁴⁰⁴ **age**, 86.

⁴⁰⁵ Çabuklu, **age**, 52.

⁴⁰⁶ Elliott, **age**, 62.

⁴⁰⁷ Erol, **age**, 234.

⁴⁰⁸ Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, 28.

bireyin çevresiyle ilişkilerinde; bireyin içine kapanması, yapay özgürlüğü gibi “yanlış bilinç üstüne kurulu tutarlı bir sistemde” yeniden düzenlenir.

Tüketim ve buna bağlı olan yaşam tarzları gündelik yaşam pratiklerinde egemen hale gelmiştir. Yüksek ölçüde bireyselleşmiş, özelleşmiş, tüketime odaklanmış gündelik hayat pratiklerine bağlı olarak günümüzde insanlar kendilerini devamlı bir tüketim pratiği içinde bulmaktadırlar.⁴⁰⁹ Bunun sonucunda da günümüz sosyal yaşamında bireyler kendilerini ifade ederken tüketim pratiklerini ön plana çıkarmaktadır. Kapitalist toplumda yaşayan bireylerin gündelik yaşamı tüketim kültürü ile doldurulmakta ve ortak gösterge tüketim eylemi olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca tüketim vasıtasıyla günlük yaşamın metalaştırıldığı da iddia edilmektedir: “Günlük yaşamdaki metalaştırma sürdükçe, gösterge değerleri kültür üzerinde egemen olur ve tüketici kültürü yoluyla günlük yaşam metalaştırılmış hale gelir.”⁴¹⁰

Gündelik yaşam kavramı “toplumun temel değerlerinin farklı toplumsal konumlardaki insanlarca paylaşıldığı, öğrenildiği ve haklılaştırıldığı kültürel bir ortam”ı ifade eder. Gündelik hayat ayrıca, “toplumsal sistemin temel aldığı değerlerin kabulüne yönelik düzenlenmiştir.”⁴¹¹ Yani kapitalist bir toplum kapitalist sistemin değerlerine yönelik olarak düzenlenir. Böyle bir toplumda yaşayanların hayatları da kapitalist değerlerden etkilenmektedir. Tüketim kapitalizmi olarak adlandırabileceğimiz yeni kapitalizm, bireyin tüm potansiyeli ile aktif biçimde gündelik hayata/tüketime katılmasını öngörmektedir. Bu bağlamda, “burada ve şimdi” yaşanan bireysel bir hayat ön plana çıkmaktadır.

Gündelik hayat bir hayat tarzı öğreterek ve benimseterek, “yaşadığımız hayatı olabilecek tek toplumsal hayat olarak gösterir.”⁴¹² Dahası, “herkesi mutluluğa erişmekte özgür bıraktığını iddia eden bir hayat tarzı, yarışmacı etik çerçevesinde yaşayan insanların birbirinden kopmasına, atomlaşmasına, verili toplumsal sistemin karşısında kendi yalnızlıkları içinde çırılçıplak kalmasına neden olur.”⁴¹³ Bu da toplumsal sistemin insan üzerindeki egemenliğini kolaylaştırmasına imkân sağlar.

⁴⁰⁹ Dağtaş, **age**, 6.

⁴¹⁰ Gottdiener, **age**, 212.

⁴¹¹ Brown, **age**, 7.

⁴¹² **age**, 9.

⁴¹³ **age**, 8.

6. 1. 1. 1. Gündelik Yaşamda Parçalanma

Yeni ekonominin ideolojisi olarak tüketim gündelik yaşamın birçok alanını etkilemesinin yanında tüketim toplumunda gündelik yaşam üretim ve tüketim alanları ekseninde parçalanmış durumdadır. Bunun yanında üretici ve tüketici olarak insan öznesi de parçalanmaktadır. Parçalanma günlük yaşam pratiklerinin ayrılmaz bir unsuru durumundadır. Kapitalist üretimin yeni tarzının odağında tüketim vardır. Tüketim toplumunda insan her şeyden daha fazla bir tüketici olarak görülmektedir. Kapitalist tüketim kültüründe birey tüketimin temel unsuru olarak ele alınır. Bu bağlamda insanın tüketim eğilimli özellikleri ön plana çıkarılmaktadır. Tüketicieye sanki aynı zamanda üretimin içinde yer alan insan değilmiş gibi yaklaşılmaktadır.

“Günlük pratikte tüketimin lütufları bir emeğin ya da bir üretim sürecinin sonucu olarak yaşanmaz, *mucize* gibi yaşanır.”⁴¹⁴ Baudrillard’ın bu tespiti tüketicilerin üretim sürecinden kopuk oluşunun altını çizmektedir. Paketlenmiş mal ve hizmetlerin sunulduğu tüketiciler, ürünlerin üretim aşamaları hakkında pek az şey bilgi sahibidir. Bunda tükettiğimiz şeylerin üretim yerlerine mekânsal uzaklıkta etkili bir faktördür. “Böylece tüketim malları *ele geçirilmiş güç* gibi görülür, üzerinde çalışılmış ürünler gibi değil.”

Tüketim toplumunda insan hem üretici hem de tüketici olarak gündelik yaşamının farklı periyotlarında çeşitli sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Burada hem üretici hem de tüketici olarak insanın gündelik pratikleri ele alınacaktır.

6. 2. Tüketim Toplumunda Aranan Eleman: Üretici

Fromm’un tespitlerinden hareketle söyleyecek olursak, günümüzde insanın karakteri kapitalist sistem tarafından belirlenmektedir. Kapitalist sistem çalışmanın ve ürünlerin ekonomik alanını kapsar. Yine Fromm’un ifadesiyle; insan da üretim süreci içerisinde “bir ürüne dönüşmüş durumdadır ve hayatı, kazanca dönüştürülmesi zorunlu olan bir sermaye gibi görmektedir. Bunu başarabilirse, hayatı bir anlam kazanacaktır, aksi halde o bir “beceriksiz” olarak nitelendirilecektir.”⁴¹⁵

Günümüz tüketim toplumunda bir yöneticiyi karikatürize edersek, Richard Sennett’in dile getirdiği karakter aşınmasıyla karşı karşıya kalan bir yönetici ile karşılaşırız.

⁴¹⁴ Baudrillard, *age*, 24.

⁴¹⁵ Fromm, *age*, 15.

Rekabet kurallarından ve hızlı değişim gerekliliğinden dolayı bütün sahip olduğu kabiliyet ve yeterliliklerini devamlı değiştirmek zorunda kalan bir çalışan olmanın sonucu, stres ve yetersizlik duygusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Mesleki becerilerin kısa bir süre içerisinde geersizleşebildiği, kalıcı ve güvenilir olan şeylerin buharlaştığı post-modern belirsizlik ortamında insan kendisiyle de devamlı bir yarış içindedir. Hız, yoğunluk ve iş stresi sonucunda duyulan tükenmişlik hissi de çalışanları etkilemektedir.

Sistemin taleplerine göre şekillenen ideal çalışanın özellikleriyle çeşitli vasıtalar aracılığıyla karşılaşırız. İş ve eleman arayanların uğrak mecraları olan internet sitelerinde, aranan elemanın sahip olması istenen özellikler neredeyse aynıdır. Kapitalizmin tek tipleştirici baskısı aranan elemanların özelliklerinin çok benzer şekilde verilmesinde de görölmektedir. Eleman ilanlarında aranan özelliklere göz attığımızda şu özelliklerle karşılaşırız: Üniversite mezunu olmak, aranan pozisyonda en az 2 ya da 5 yıl deneyimli olmak, İngilizce bilmek, Office programlarını kullanabilmek... Bunlar hemen bütün iş ilanlarında ortak olarak aranan özelliklerdir. Bunun yanında, birebir ilişkilerde bulunacak eleman arayanlar “takım çalışmasına yatkın, güler yüzlü ve dinamik” elemanlar ararken, daha çok teknik bir iş alanında çalışacak kişilerden ise çok sayıda sertifika sahibi olması beklenir. Daha çok yönetim kademesinde alışacaklardan ise “planlama, organizasyon ve iletişim becerisinin gelişmiş olması” beklenmektedir. Diğer özellikler ise, “iş önceliği yapabilen ve zamanı etkin kullanabilen”, “oklu görevler arasında rahatlıkla çalışan, hızlı ve dinamik” olmaktır. ağa ayak uydurmak adına devamlı yeni olanın baskısı altında olan insandan beklenen hızlı olmasıdır.

Aşırı ve hızlı tüketimin mümkün olabilmesi hızlı bir üretimi gerektirmektedir. Bundan dolayı da üretim sürecinde acelecilik hâkimdir. Çalışma hayatında “acelecilik kùltürü” fordist dönemde Taylor’un bilimsel yönetim ilkelerinin uygulanması sonucu ortaya çıkmıştır.⁴¹⁶ Günümüzde ise tüketimin artışına bağlı olarak üretim de hızlanmıştır. Yukarıda da göröldüğü gibi çalışanlardan da beklenen hıza ve hızlı değişime ayak uydurmalarıdır.

⁴¹⁶ Carl Honore, **Yavaş!:** Hız ılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi, ev. Esen Gür, (İstanbul: Alfa Yayınları, 2008), 30.

6. 2. 1. Hızlı Yaşam, Hızlı Değişim

Yeni kapitalizmin ‘şimdi’ merkezli yapısı tüketime dayalı ekonomi mantığını ifade etmektedir. Bauman’ın da belirttiği gibi, tüketime dayalı ekonomi tüketicinin doyumunun anında olması gerektiği üzerine kuruludur. Ayrıca “tüketim toplumu kültürü, öğrenmeyle değil, ekseriyetle unutmaya ilgilidir.”⁴¹⁷ Yani şimdi merkezli olma ve anında doyum sağlama gerekliliği çabuk unutmaya da gerekli kılmaktadır. Yeni kapitalizmin kültürü ile uyumlu bir biçimde tüketim toplumunda yaşayan bireylerin yaşamında da hareketlilik, sürekli değişim isteği ve farklılık temel nosyonları oluşturur.

Baudrillard’a göre tüketim toplumu mensuplarının yaşamlarını şu şekilde dile getirir: “...biz de yavaş yavaş işlevselleşiyoruz. Nesneler çağını yaşıyoruz: Söylemek istediğim nesnelerin ritmine ve onların hiç kesintisiz art arda gelişine göre yaşadığımız.”⁴¹⁸ Baudrillard’ın bu tespitinden de anlaşıldığı üzere, yeni kapitalizmin üretim alanında yarattığı hız, post-modern ya da Bauman’ın adlandırdığı şekliyle akışkan-modern tüketim toplumunda bireyleri yönlendiren hızı incelemektedir. Malların sürekli değişimi yaşamımızı da doğrudan etkilemektedir. Baudrillard nesnelerin değişim hızını çarpıcı şekilde dile getirir: “Geçmiş uygarlıkların tümünde dayanıklı nesneler, araçlar veya binalar kuşaklarca insandan daha uzun yaşamışken, bugün onların doğmasını, gelişmesini ve ölmesini izleyen bizleriz.”⁴¹⁹

Ağ tabanlı zamanlarda yaşamak hem fiziksel hem de ruhsal olarak sürekli hareket halinde olmak anlamına gelmektedir. Akış, yönetim tarafından yapılandırılan rutinlerin ve buna bağlı olarak gelişen uzun dönemli kariyer anlayışının çöküşünü ifade etmek için kullanılmaktadır. Ayrıca tüketim kültürünün hâkim olduğu toplumlarda “yeni”nin hâkimiyeti yaratıcılığı gerekli kılmaktadır.⁴²⁰

Elliot ve Lemert’e göre:

“...küreselleşen sosyal süreçlerde, hepimizden beklenen, kendimizi yeniden şekillendirmemiz, yeniden yapılandırmamız, yeniden keşfetmemiz ve başkalaşmamızdır.” “Kendin- yap diye adlandırılan toplumda, hepimiz kendi hayatlarımızın girişimcisiyiz. Sürekli risk alınan ve esneklik kurallarıyla takıntılı bir şekilde meşgul olunan bireyci kültürün yükselişiyle ilgili

⁴¹⁷ Bauman, **Küreselleşme**, 95.

⁴¹⁸ Baudrillard, **age**, 16.

⁴¹⁹ **age**, 16.

⁴²⁰ Bozkurt, **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel**, 73.

aşkar olan, bireylerin, arada bir değil her gün, mütemadiyen önceye göre daha verimli, daha hızlı, daha pratik, yaratıcı, kendini gerçekleştirmiş olmak için uğraşması gerektiğidir.”⁴²¹

“Yaşamlarımızın teknoloji temelli küreselleşme ve kapitalizmin dönüşümü tarafından yeniden şekillendirildiği mevcut sosyal koşullarda, en önemli şey, bireyin özel bireyselliği değildir. Giderek belirginleşen şey, insanların bireysel anlatım ve arzularını sembolize ederek, kimlik ve kültürel biçimlerini nasıl yarattıkları ve belki de tüm bunların ötesinde, kimliklerin yeniden keşfedilme ve anında dönüşme hızıdır.”⁴²²

Günümüzde hız beklentisi ve buna bağlı olarak ortaya çıkan hızlanma isteği o kadar artmıştır ki artık hızın bir takıntı haline geldiğinden söz edilmektedir. Honore’ye göre hızlı yaşamak ve zaman kazanmaya çalışmak günümüz tüketim toplumunda yaşayanların bir takıntısı haline gelmiştir. Hız takıntısı çeşitli sosyal ilişkiler içinde öfkeyle karşı karşıya kalmamıza neden olmaktadır. Honore ayrıca, hızın birbirine tahammülsüz bir toplumda ve öfke çağında yaşamamıza sebep olduğunu söylemektedir.⁴²³

Tüketici hızlı yaşamı tetikleyen güdülerden biridir. Honore’ye göre mümkün olduğunca fazla tüketmeye ve deneyim yaşamaya çalışan tüketim toplumu üyelerinin bu yönelimlerinin sonucu, hayattan istenilen ile gerçekte elde edilebilecek olan arasında oluşan iletişimsizlik ve zamanın hiçbir şeye yetmeyeceği hissidir.⁴²⁴ Sonuçta “hiçbir şey için vaktim yok” sözü sıkça kullanılır olmuştur. Hayatın her alanına hızı sokma çabasının sonucu olarak ortaya çıkan sabırsızlık sosyal ilişkilere de zarar vermektedir. “Değişme hızı, insanları doğruyu yanlıştan ayırmalarına olanak bırakmadan karar vermeye zorlamaktadır. Dolayısıyla davranışlar çoğu kez, geleceğe yönelik bir tasarının parçası olmaktan çok, o anda beklenmedik bir biçimde karşılaşılan durumlara gösterilen yalın tepkilerden ileri gidememektedir.”⁴²⁵

Tüketim toplumunda üretim uygulamalarının ve tarzının getirmiş olduğu hızlı değişim sürecine ayak uydurmaya çalışan tüketici, nesneler üzerinden bir kişiliğe sahip olma gibi bir dayatmayla da karşı karşıya kalmaktadır.⁴²⁶

⁴²¹ Elliott, Lemert, **age**, 29.

⁴²² **age**, 76.

⁴²³ Honore, **age**, 13.

⁴²⁴ **age**, 32-33.

⁴²⁵ Geçtan, **age**, 27.

⁴²⁶ Baudrillard, **Nesneler Sistemi**, 188.

6. 2. 2. Esnek Çalışma

Esnek çalışmada karşı karşıya kalınan bir zorunluluk olan hız ve devamlı hareket halinde olma hali tüketici yaşamının ilk ve en önemli ilkesidir. Post-modern tüketim mantığı arzuların hemen şimdi tatmin edilmesi gerektiğini öğütler. Çeşitli araçlarla tüketim özendirilirken, bireylere devamlı yeni başlangıçların vaat edilmesi Sennett'in vurguladığı gibi kısa vadeli düşüncenin yerleşmesi için kullanılmaktadır.

Kısa vadelilik üretim sürecinde de etkilidir ve çalışma hayatını da etkilemektedir. Elliott ve Lemert'e göre kısa vadelilik dünyasına bağlı olarak hızla değişen projelere bağlı çalışma sonucunda, Sennett ve Lash'ın ön gördüğü şekilde sadece narsisizm ön plana çıkmakla kalmaz, "sürekli çalışmak, 7/24 hayatı profesyonel kimliğe adanmak – ailenin, arkadaşlığın ve hatta benliğin parçalanması anlamına gelse bile- söz konusudur."⁴²⁷ Buna ek olarak eski iş yapma şekillerinin sürekli revize edildiği küreselleşen dünyada *kişisel dönüşümlülük* en üstün şey haline gelmiştir.

İletişim konusundaki teknolojik gelişimle birlikte insanların ne zaman ve nerede çalışacakları konusunda bir esneklik sağlamıştır. Böylece insanlar çok sık bir şekilde çalışmakla çalışmamak arasında kalmaktadır. Çok fazla seçimle karşı karşıya kalınması sıkça iş değiştirilmesine de neden olmaktadır. Schwartz'a göre devamlı bir seçimle yüzleşilmesi, yeni ve daha iyi fırsatların beklenilmesine sebep olarak karar vermeyi de geciktirmektedir.⁴²⁸

Çalışanların devamlı hareket halinde olmalarının sonucunu Schwartz şu şekilde özetler:

"Dolaşma özgürlüğüne sahip olmak, işverenleri; hatta kariyerleri değiştirmek kamçılayıcı ve tatmin edici olanaklara kapı açıyor. Ama bunun da bir bedeli var. Bu bedel, omuzlarımıza binen her gün bilgi toplama ve karar verme yükü. İnsanlar asla rahatlayıp başarmış oldukları şeyin tadını çıkaramıyorlar. Durmadan, sıradaki büyük şans için uyanık olmak zorundalar."⁴²⁹

Sonuç olarak tüketime bağlı olarak şekillenen yeni etik anlayışının çalışma etiğini de etkilediği görülmektedir. Yeni kapitalizmde esnekleşen ve kısa dönemli bir hale gelen iş, çalışan kişiye tüketim faaliyetlerinde kullanabilmesi için maddi kaynak sağlayacak bir iş anlamına gelmektedir. Şimdi tüketim için maddi kaynağı elde eden

⁴²⁷ Elliott, Lemert, **age**, 19.

⁴²⁸ Barry Schwartz, **Bolluk Paradoksu: Çok Seçenek Özgürlük mü, Mutsuzluk mu?**, çev. Şeyda Odabaş, (İstanbul: MediaCat Yayınları, 2008), 35.

⁴²⁹ **age**, 36.

kişinin, üretim sürecinde yukarıda dile getirilen unsurlarla karşılaşırken tüketim alanındaki pratiklerinin neler olduğuna bakılacaktır.

6. 3. Tüketim Toplumunda İdeal İnsan: Tüketici

Tüketim toplumunda yaşayan insanların birtakım ortak özellikleri olduğu ileri sürülür. Bu anlayışta yani sosyo-psikolojik yaklaşımda kültürel farklılıklara değil, sosyo-psikolojik faaliyetlerde ortak bazı yapısal mekanizmalara bakılmaktadır. Birey, toplum ve kültür ilişkilerine sosyo-psikolojik yaklaşım, “benzer çevresel koşullarda insan davranışının evrenselliği üstünde durmaktadır.”⁴³⁰ Buradan hareketle, benzer sosyo-ekonomik değişme süreçleri içinde “tüketici insan”ın özelliklerinin neler olduğu sorusu anlam kazanmaktadır.

Erich Fromm’a göre “insanın karakteri, kendi elleriyle yarattığı dünyanın koşullarıyla şekillenmiştir.” Bu, toplumun insanı değiştirme/dönüştürme kapasitesine bir atıftır. İnsanların karakteristik özellikleri piyasayı yönlendiren değerlerle, yani kapitalist sistemin içerdiği değerlerle bir paralellik içindedir. Buna bağlı olarak günümüz insanı “daimi bir tüketici haline gelmiştir.”⁴³¹ Günümüzde tüketim toplumu tüm dünya ölçeğinde küreselleşmiş ve bu toplum yapısının yarattığı yeni kimlikte tüketicilik olmuştur. Bauman günümüz kapitalist toplumunu bir tüketim toplumu olarak tanımlar. Sanayi toplumu üreticiler toplumu iken, yaşadığımız toplum tüketim toplumdur: “Günümüz toplumu, üyelerini, en başta, tüketici rolünü oynama görevinin emrettiği şekilde biçimlendirmektedir.”⁴³²

Toffler’a göre tüketim için üretimin gelmesinin sonucunda kişilik yapısı da etkilenmiştir.⁴³³ Kapitalizmin kitle üretimi ve kitle tüketimi hedonist bir yaşam tarzını pompalamaktadır. “Kapitalizmi yaratan modern bireyin ‘ideal tip’i olan püritan, yerin, karşıtı olan, arzularını öne çıkartan *hedonist(hazcı) tüketiciye* bırakmaktadır.”⁴³⁴ “Hazcı toplumun hazcı tüketim biçimi”⁴³⁵ nin etkisiyle “narsizm,

⁴³⁰ Çiğdem Kağıtçıbaşı, **İnsan ve İnsanlar**, 6. bs., (İstanbul: Beta Yayınları, 1985), 275-276.

⁴³¹ Fromm, **age**, 13-14.

⁴³² Bauman, **age**, 92.

⁴³³ Bozkurt, **age**, 69.

⁴³⁴ Bozkurt, **Püritanizmden Hedonizme**, 5.

⁴³⁵ Ali Akay, **Postmodern Görüntü**, (İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 1997), 11.

püritan karşıtı hedonist tüketim toplumunun temel karakteristiklerinden birisi haline gelmiştir.”⁴³⁶ Bu kapitalizmin insanlar üzerindeki etkisini göstermektedir.

Tüketim toplumunda tüketici piyasaları tüketicileri tüketim yapmaya teşvik edecek çeşitli yöntemler uygularlar. Ancak bu tek başına tüketimi açıklamaz. Ayrıca tüketicilerinde sunulan mal ve hizmetleri tüketmeye yani satın almaya istekli olmaları gerekir. Tüketim toplumunda esas belirleyici olan noktada budur. Kapitalist toplumun sorunsuz işleyişi için önerilen insan tipi çeşitli araçlar vasıtasıyla sürekli ihtiyaçları arttırılan ve buna bağlı olarak da hep daha fazla tüketen bireydir.⁴³⁷

Küreselleşmenin etkisi altındaki yeni kapitalist toplumda, kalıcı, güvenilir, bütünlüklü konumlara ve ilişkilere yer yoktur. Yeni birey tipinden her kalıba giren, geçici ve esnek kişiliğe sahip olması beklenir. Esnek yaşam modeli, düzenli tüketiciler topluluğuna göre şekillenmiştir. Esnek yaşam modeli işsizler ve yoksullar için bir yıkım anlamına gelmektedir. Sermaye ve tüketicilerden hareket ve esneklik bekleyen sistem, yoksulları ise dışlama eğilimindedir.⁴³⁸

“Tüketim toplumu ‘atmaya hazır’, insanların ve ‘atılmaya hazır’ eşyaların toplumu olarak da tanımlanmaktadır.”⁴³⁹ Bu toplumda üretilen malların fazla ve çeşitli oluşu tüketimin de artışını beraberinde getirmektedir. Böyle bir toplumda açık olan satın aldıklarını yenisiyle değiştirme konusunda istekli olan insanların olmasıdır. Bunun gerçekleştirilmesi içinde bir önceki bölümde ele alınan tüketimi özendirici ve arttırıcı araçların kullanılması söz konusu olmaktadır.

Üretimin yüceltilen biyografileri de yerini giderek tüketimin idealleştirilen biyografilerine bırakmaktadır. Medya tarafından sunulan tüketimi yücelten biyografilerin ortak özellikleri aşırı harcama yapabilmeleridir. “Böylece çok kesin bir toplumsal işlev yerine getirirler: Gereksizce, yararsız, ölçüsüz harcama işlevi.”⁴⁴⁰ Bu tüketicilerin işlevi kendisine bağlı olarak tanımlanan toplumun geri kalan kısmının tüketimi yani kitle tüketiminin ekonomik atılımıdır.

Baudrillard dile getirdiği üzere homo-economicus’un sahip olduğu biçimsel rasyonalite ilkesi, bireyin kendi mutluluğunu arayışının en önemli amaç hale gelişini ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan tercih önceliğini de kendisine tatmin sağlayacak

⁴³⁶ **age**, 46.

⁴³⁷ Fromm, **age**, 16.

⁴³⁸ Çabuklu, **age**, 84.

⁴³⁹ Bozkurt, **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel**, 76.

⁴⁴⁰ Baudrillard, **age**, 45.

olan nesnelere verişini açıklar. Bu da kendisine tatmin sağlayacak olan nesnelerin tüketimine yönelen insanın bu ihtiyaçlara doğuştan sahip olduğu iddia edilmesinin sebebini oluşturur. Baudrillard’a göre tüketim toplumunda ihtiyaçlar nesnelerden çok değerleri hedef alır. Yani ihtiyaçların tatmini bu değerlerin benimsenmesine bağlıdır. Dolayısıyla “tüketicinin bilinçdışı, otomatik temel tercihi tikel bir toplumun yaşam tarzını benimsemektir.”⁴⁴¹

Baudrillard’a göre tüketim toplumu aynı zamanda tüketimin öğrenilmesi toplumdur. Yani tüketim toplumunda insan, örgütlü ve sistematik tüketime toplumsal biçimde alıştırılma süreçlerinden geçer. Buradan hareketle örgütsüz/yeni kapitalizm iddiaları göz önüne alındığında, günümüzde üretimin yerine tüketimin örgütlenmesinin öncelik haline geldiği söylenebilir. İlkokul sosyal bilgiler kitaplarında dahi tüketimcilikle ilgili bölümlerin olması da Baudrillard’ın tüketimin öğrenilmesine tespitini doğrulamaktadır.⁴⁴²

Tüketim toplumunda bireyin işlevine baktığımızda ise; Baudrillard’ın da söylediği gibi, günümüz kapitalist sistemi insanlara ücretli emek, vergi veren kişiler olarak değil, ama gitgide daha çok tüketiciler olarak ihtiyaç duymaktadır.⁴⁴³ Baudrillard’a göre “tüketim bir *toplumsal çalışmadır*”. Sistem tüketiciyi bu düzeyde de emekçi olarak görür. Bireyden sahip olduğu parayı toplumsal fayda uğruna defa etmesini talep etmek gerekmez çünkü birey sistemin ürünlerini tüketerek zaten bunu yerine getirir.⁴⁴⁴

Ritzer tüketiciliğin yükselişi konusunda şu tespitte bulunmaktadır:

“Dünyanın dört bir yanında artan sayıda insan birer tüketici olarak daha fazla zaman harcıyor. Kısa süre önce bu durum farklıydı; çoğu insan zamanının çoğunu üretici olarak harcardı. Çok sayıda insan tüketim için zaman harcamakla kalmıyor, sahip olduğu üretici ya da işçi rolü yerine kendini giderek, tükettiği şeylerle tanımlamaya yöneliyor.”⁴⁴⁵

Baudrillard’a göre tüketimin tek tek tüketicilere yönelik bir söylem olarak düzenlenmesinden dolayı tüketiciler bilinçsiz ve örgütlenmemişlerdir. Tüketicilerin kamuoyu adı altında yüceltilmeleri ve övülmesinin nedeni budur: “Halk,

⁴⁴¹age, 80.

⁴⁴²Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Sami Tüysüz, İlköğretim Sosyal Bilgiler 4 Ders ve Öğrenci Çalışma Kitabı. Ayrıca pdf formatı için bkz. <http://galipkeskin.files.wordpress.com/2013/09/kitap-1.pdf>.

⁴⁴³Baudrillard, age, 98.

⁴⁴⁴age, 99.

⁴⁴⁵Ritzer, *Küresel Dünya*, 254.

emekçilerdir, yeter ki örgütlenmemiş olsunlar: Kamu, kamuoyu tüketicilerdir, yeter ki tüketmekle yetinsinler.”⁴⁴⁶

Tüketim toplumunda haz bir yurttaşlık görevi olarak kurumsallaşmıştır. Birey etkin bir şekilde tüketim faaliyetlerinde bulunmazsa, toplum dışı kalma tehlikesiyle karşılaşır. Daha öncede dile getirildiği gibi her birey çalışma piyasasına uygun bilgi ve beceri birikimini sürekli olarak yenilemek zorundadır. Bunun yanında giyim kuşamından genel kültürüne kadar her şeye dikkat etmek zorundadır. Yeni kapitalist toplumda sisteminin standardize ettiği tüketicilerden biri olmayan işe yaramaz kişiler olarak görülmektedir. Tüketim toplumunun kültürü insanları mesleki ve toplumsal olarak birbirine uyumlu hale getirmektedir.⁴⁴⁷

İnsanlara yeni olanın her zaman için daha iyi olduğu ve ürünlerin modasının geçeceğinin kabul ettirilmesi, insanın kapitalizm tarafından kendi çıkarları doğrultusunda şekillendirilmesiyle gerçekleşmiştir.⁴⁴⁸ Tüketim toplumunda bir şeyler satın almak hem kendine değer vermenin hem de toplum tarafından kabul görmenin bir yoludur. Şimdi bu durumun sebepleri üzerine eğilmek gerekmektedir.

6. 3. 1. Sahip Olma

Erich Fromm’a göre Marx’ın kapitalist topluma yönelttiği asıl eleştiri, “bu toplum sisteminin insandaki ‘sahip olma’ ve ‘kullanma’ eğilimini, insanın en belirgin arzusu haline getirmiş olmasıdır.”⁴⁴⁹ Fromm tüketim, sahip olma ilişkisi ve tüketici konularını şu şekilde özetler:

“Tüketim, günümüz aşırı üretim toplumunun belki de en önemli sahip olmak biçimidir. Her tüketilen şey, tüketildiği andan itibaren, tüketiciyi tatmin edemez hale geldiği için, insanlar yeniden ve daha fazla tüketime yönelmek zorunda kalmaktadırlar. Bu çarkın sonu bir türlü gelmeyince, hep tatminsiz bir çırpınış içinde bocalayan modern tüketiciler, kendilerini şu formülle ifade etmektedir: ‘Ben Sahip olduğum ve tükettiğim şeyler dışında bir hiçim’.”⁴⁵⁰

Fromm’a göre “varlığı özel mülkiyet, kar ve iktidar üzerine kurulu bir toplumda yaşadığımız için, düşünce ve değer yargılarımız önceden belirlenmiş gibidir.” Fromm insanı sahip olma davranışına yönelten unsurun böyle bir toplum yapısı

⁴⁴⁶ Baudrillard, **age**, 101-102.

⁴⁴⁷ Çabuklu, **age**, 40.

⁴⁴⁸ Şahin, **age**, 23.

⁴⁴⁹ Erich Fromm, **Çağımızda Kişilik Sorunu: İnsan Davranışlarının Kökenleri**, çev. Yasemin Kalaycıoğlu, (İstanbul: Düşünen Adam Yayınları, 1993), 53.

⁴⁵⁰ Erich Fromm, **Sahip Olmak Ya Da Olmak**, 5. bs, çev. Aydın Arıtan, (İstanbul: Arıtan Yayınevi, 1994), 62.

olduğu iddiasındadır.⁴⁵¹ Fromm’a göre “toplumda yaygın olan ve kabul gören kurallar üyelerinin karakterlerini de belirler.” Tüketim toplumunda insanların birbirleriyle olan ilişkisi de sahip olmacı bir karakter kazanmıştır.⁴⁵² “‘yeni olan güzeldir!’ anlayışı, yani kazanmak, elde etmek, kullanmak ve atmak, çağdaş yaşam düşüncesini belirleyen en önemli etkidir.”⁴⁵³ Satın alınan mal “toplumdaki yerin, benliğin ve kişinin başkalarını etkileme gücünün bir göstergesi haline dönüşmüştür.”⁴⁵⁴

Yukarıda da bahsedildiği üzere, günümüzde kişi, ilişkide olduğu insanlara karşı da sahip olma eğilimi içindedir. “Doktordan, dışçiden, avukattan ve işçiden bahsederken ‘benim doktorum’, ‘benim dışçim’, ‘benim avukatım’ ve ‘benim işçim’ demektedir.”⁴⁵⁵ Sahip olma güdüsü hayatın birçok alanına girmiştir. Fromm’a göre insanların sahip olmak biçiminde davranmalarının nedeni “özel mülkiyet kavramının karakterinde gizlidir. Bu tür davranışta en önemli şey sahip olmak, en büyük hak ise sahip olunanın saklamak ve kendinin kılmaktır.”⁴⁵⁶

Bauman tüketim toplumunda yaşayan insanları yaşamları “akışkan-modern kurgu içinde şekillendirilen”⁴⁵⁷ler olarak tanımlayarak yaşamlarımızın sistem tarafından şekillendirildiğini söylemektedir. Ayrıca yaşamımızı belirleyen gereksinimlerimizi, değerlerimizi ve günlük davranış kalıplarımızı üretme konusunda, reklam, moda ve tüketim olgusunun büyük önemi vardır.⁴⁵⁸ Şekillendirilmiş bir hayatta da yabancılaşma söz konusu olmaktadır.

6. 3. 2. Tüketim ve Yabancılaşma

Marx’ın üretim süreci için ifade etmiş olduğu yabancılaşma durumu artık kendini tüketim süreci içerisinde de göstermeye başlamıştır.⁴⁵⁹ İnsan üretim sürecinde olduğu gibi tüketim sürecinde de yabancılaşmış durumdadır: “İhtiyaçlarımız, damağımız, gözlerimiz veya kulaklarımız yerine, reklam sloganlarıyla belirlenmektedir.” Fromm’a göre tüketimin öncelendiği kapitalist toplum kendine ve çevresine yabancılaşmış olan bir “robot haline gelen” insanı yaratmıştır.

⁴⁵¹ age, 125.

⁴⁵² age, 126-129.

⁴⁵³ age, 130.

⁴⁵⁴ age, 131.

⁴⁵⁵ age, 132.

⁴⁵⁶ age, 138.

⁴⁵⁷ Bauman, *Etğin Tüketiciler*, 129.

⁴⁵⁸ Temel Demirel, Sibel Özbudun, *Yabancılaşma*, (Ankara: Öteki Yayınevi, 1998), 72.

⁴⁵⁹ Özcan, age, 136.

Fromm, çalışma hayatının yabancılaşması ve tüketim arasındaki ilişkiye de değinir. Fromm’a göre insan çalışma hayatına yabancılaşarak, yani çalışmasının anlamsızlaşmasıyla birlikte “tembellik özlemi” duymaya başlamıştır. Bu da piyasanın genişletilmesi için gerekli olan tüketim anlayışı tarafından da desteklenen bir durumdur. Sonuç olarak, insanlar çalışma yaşamından alamadıkları doyumu ve yaşadığı iç sıkıntıyı tüketim tutkusu ile dengelemeye çalışmaktadır. Bu da insanların arzularını gerçekleştirmek amacıyla çalışmalarına sebep olmaktadır. İnsanların tüketim konusundaki bu istekleri kapitalist sistem tarafından da bir önceki bölümde ele alınan çeşitli araçlarla canlı tutulup yönlendirilmektedir.⁴⁶⁰

Çalışmada yabancılaşma ve tüketimde yabancılaşma konusu arasında zorunlu bir bağlantı gören André Gorz şöyle der:

“Çalışmasında yabancılaşmış olduğundan tüketiminde ve ihtiyaçlarında da zorunlu olarak yabancılaşmış olacak birey ortaya çıkacaktır. Kazanabilen ve harcanabilen para miktarının sınırı olmadığı için, paranın elde etmeyi sağladığı ihtiyaçların ve para ihtiyacının da sınırı olmayacaktır.”⁴⁶¹

Bocock’a göre tüketim yabancılaşmanın bir parçasıdır çünkü üretim aşamasının bir sonucudur.⁴⁶² Bocock’a göre Marx’ın ele aldığı yabancılaşmanın üç unsuru - nesneleşme, uzaklaşma ve yaratıcı etkinliğin kaybı- günümüzdeki tüketimle ilgili de ipuçları taşımaktadır. Ayrıca tüketici kapitalizmi döneminde çalışma süreçlerindeki yabancılaşma tüketim sürecine de sıçramıştır. Çünkü tüketim artık sembolik anlam sistemleri üzerine kurulu bir olgudur.⁴⁶³

Bocock yabancılaşma ve tüketim ilişkisini şu şekilde açıklar:

“Modern tüketiciler fiziksel olarak pasif ama, zihinsel olarak çok meşguldürler. Tüketim her zamankinden daha fazla kafada çözülmesi gereken bir deneyim, beyinsel ve zihinsel bir olgudur. Yalnızca vücudun gereksinmelerini doyuran basit bir süreç olmaktan çıkmıştır. Bu şekilde, yabancılaşma ve uzaklaşma modern tüketim kalıplarına da girmiştir. Tüketiciler durmaksızın artan paketlenmiş deneyimler yüzünden birçok etkinlik sırasında bir yaratıcılık ve özerklik duygusu yaşamaktan uzak kalmaktadırlar.”⁴⁶⁴

⁴⁶⁰ Fromm, **Çağdaş Toplulukların**, 18-19.

⁴⁶¹ Gorz, **age**, 36.

⁴⁶² Bocock, **age**, 54.

⁴⁶³ **age**, 56.

⁴⁶⁴ **age**, 58.

Sonuç olarak yaratıcılığın ve yaratıcılık gerektiren işlerin insanların boş zaman uğraşlarının dışında bırakılması “yabancılaşmasının artmasına ve işyerlerinde olduğu kadar tüketim alanında da derinleşmesine”⁴⁶⁵ neden olmuştur.

Post-modern dönemde yabancılaşmanın aşılmış olduğunu dair iddialarda mevcuttur. Burada yabancılaşmanın giderildiği anlamı değil, yabancılaşmış olunduğunun dahi farkına varılmasının güçleştiği bir ortamdan söz edilmektedir. Baudrillard’a göre, sistem tarafından yönlendirilen kişiselleştirme sistemi insanların büyük bir kısmı tarafından bir özgürlük biçimi gibi algılandığından dolayı bir yabancılaşmadan da söz edilemez.⁴⁶⁶ Post-modern tüketim toplumunda yabancılaşan bir insan özü ortadan kalkar:

“Modern toplumdaki tüketimin bireydeki yabancılaşmayı daha da belirgin kılmasına karşın postmodern toplumda bu yabancılaşma ‘aşılır’. Artık nesne karşısında bir mesafe, eleştirel bir gerilim taşımayan, ruhuyla ve bedeniyle bir tüketme makinesine dönüşen özne standardize edilmiş tüketim nesnelerinden oluşan dünyayla uyum içine girer. Toplum büyük ölçüde birbirine benzeyen, televizyonun dünyasındaki gibi konuşan, gülen, giyinen bireylerden oluştuğu için artık varlığına bir anlam vermeye çalışan, toplumla ilişkisini bir dünya görüşü çerçevesinde temellendirmek isteyen birey tipi büyük ölçüde ortadan kalkmıştır. Televizyonda görülen hayat izleyicisine zorla dayatılan, onun yabancı olduğu bir hayat değildir. İzleyici televizyonda zaten yaşadığı ya da en azından özlem duyduğu bir hayatın yansımalarını görmektedir.”⁴⁶⁷

6. 3. 3. Tüketim ve Bireyin Denetlenmesi

Günümüzde kapitalist sistemin odak noktası üretimden tüketime kayarak bireyler denetim altına alınmıştır. En yeninin en iyisi olduğu düşüncesinden dolayı tüketim sürekli bir hal almaktadır: “Bugün herkes kendi kendini sömürmektedir. Çünkü herkes kendini, kendisiyle ilgisi olmayan nedenler uğruna kullanmaktadır.”⁴⁶⁸ Peki, bunu neden gerçekleştiririz? Willis’e göre çünkü meta kültürü her şeye evet dememizi öğütler. Bir metayı sorgulamak istersek ana ilkeleri, ‘yeniye iyidir; daha pahalıysa daha iyidir; satılıyorsa güvenlidir’ olan bir kültürün mantığı karşımıza çıkar.⁴⁶⁹

⁴⁶⁵ age, 59.

⁴⁶⁶ Baudrillard, **Nesneler Sistemi**.

⁴⁶⁷ Çabuklu, age, 39.

⁴⁶⁸ Fromm, age, 130-131.

⁴⁶⁹ Willis, age, 172.

Ritzer’e göre 20. yüzyılın kapitalizminde odak noktası üretimden tüketime kaymıştır ve buna bağlı olarak da işçilerin denetimi ve sömürülmesinden tüketicilerin denetimi ve sömürülmesine paralel bir kayma göstermiştir.⁴⁷⁰ Ritzer bu iddiasına şu şekilde açıklar:

“İşçilerle tüketiciler arasındaki analogi mükemmel olmaktan çok uzaksa da, bir anlamda her ikisi de ‘sömürülebilir kitleler’ haline gelmiştir. Yeni tüketim araçlarının çokluğu nedeniyle tüketicilere açık seçenekler azalmaktadır. Aşırı bir zorlamaya maruz kalmayabilirler, ama tüketiciler çeşitli daha yumuşak, daha ayartıcı denetim tekniklerinin nesnesidir. Ve bu tür teknikler, postmodern bir toplumun tanımlayıcı özelliklerinden biridir.”⁴⁷¹

Alışveriş merkezlerinin tek tipliliği dahi bir denetim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu mekânlarda çoğunlukla hiç saat bulunmaz ve *gerçek olmayan* bir kusursuzluk hâkimdir. Çalışma sürecinde saate bağlı bir kültürün içinde yaşarken, tüketim sürecinde saatten bağımsız bir kültürün içine düşmekteyiz. Bunun yanında Ritzer’in de belirttiği gibi, üzerinde düşünülmüş müzik seçimleri gibi ayrıntılarla da tüketicilerin duyguları yönetilmektedir.

Reklam bir denetim aracı rolü oynamasının yanında tatminsizlik de üreterek tüketim kültürünü derinleştirmektedir. Aynı zamanda reklam kapitalist toplumda var olan yabancılaşmayı da körüklemektedir. Reklam ürünlerin sunumunu yerine getirme ve izleyenlere yol gösterici olmaktan ziyade günlük yaşamı denetim altına almaktadır.⁴⁷²

Ürün çeşitliliği ve buna bağlı olan seçim bolluğu, insanın zamanını çalan ve her seçim sonucunda diğer seçenekleri düşünmeye devam ederek insanın kendisinden şüphe duymasına neden olan bir karar sürecine sebep olmaktadır. Schwartz’a göre tüketici kültüründe seçenekler çoğaldıkça, bu çeşitliliğin getirdiği kontrol ve özgürlük de daha güçlü ve olumlu hale gelmektedir. Seçeneklerin sayısı artmaya devam ettikçe çok fazla seçeneğe sahip olmanın olumsuz yönleri ortaya çıkar. Bu noktadan sonra seçim şansı özgürleştirmez, aksine güçsüzleştirir. Bunun yanında “önümüze *bazı* seçenekler sunulmasının iyi olması, *daha fazla* seçenek sunulmasının *daha iyi* olacağı anlamına gelmez.”⁴⁷³ Schwartz’ın da belirttiği üzere çok fazla

⁴⁷⁰ Ritzer, **Büyüsü Bozulmuş**, 84.

⁴⁷¹ **age**, 87.

⁴⁷² Demirer, **age**, 71.

⁴⁷³ Schwartz, **age**, 12.

seçeneğe sahip olmanın bedeli kaygıya, strese ve tatminsizliğe neden olmasıdır: Buna göre seçenek sayısı arttıkça psikolojik risklerde aynı oranda artmaktadır.

6. 3. 4. Tüketim Çılgınlığı

Tüketim kültürünün derinleşmesi ve genelleşmesiyle birlikte tüketim de artış yaşandığı ve günlük yaşamımızda etkinliğini arttırdığından daha önce söz etmiştik. Tüketime boyutu konusunda çeşitli verilerden hareketle aşırı tüketime artık bir çılgınlık olarak adlandırıldığına da şahitlik etmekteyiz. Tüketime geldiğimiz noktanın “çılgınlık” kavramıyla açıklanır oluşu da tüketim kültürü içinde akıp giden yaşantımızda, hayatımızın denetimini elimizde bulundurmakta zorlandığımızı göstermektedir. Alışveriş çılgınlığı gibi adlandırmalar ürünleri sunan mekânlarında sloganlarından biri olmaktadır. Alışveriş merkezleri ayrıca bir yaşam merkezi, buluşma noktası ve cazibe merkezi gibi sloganlarla sunulmaktadır. Alışveriş merkezlerinin sloganlarında genellikle yaşam tarzı, farklılık, mutluluk, keyifli yaşam gibi tüketim kültürünü vurgulayan kavramlar kullanılmaktadır. Sloganların yeni kapitalizmle birlikte değiştiğinden de bahsedilmektedir. Artık sloganlar daha fazla müşteri odaklı ve yaratıcı olmaktadır.⁴⁷⁴

Alışveriş merkezlerinde özellikle belirli zamanlarda yapılan indirim günlerinde ve mağazaların sezon sonu indirimleri gibi dönemlerinde tüketim de artış yaşanmaktadır. Ayrıca bu indirimlerle tüketim kültürünün daha büyük bir kitleye yayılması da sağlanmaktadır. Özellikle teknolojik ürünlerin satışını yapan mağazaların açılışlarında saatler öncesinden mağazaya kapısına gelinmesine ve adeta ürünler bedava veriliyormuşçasına alışveriş yapıldığına şahit olmaktadır. “Özel günler” ve tüketim ilişkisi konusunda verilebilecek olan örnekler vasıtasıyla da duyguların araçsallaştırıldığını görmekteyiz. Özel günler olarak adlandırılan bu günlerde mağazalarda haftalar öncesinden indirimler yapılmakta ve özellikle televizyon reklamlarında indirim-taksit imkânları belirtilerek hediye almanın sevgiyi gösterme yolu olduğu vurgulanmaktadır.

Bu ilişkilendirmeden hareketle günümüzdeki özel günler sevgiyi tüketimle ölçme günleri olarak okunabilir. Özel günlerin amacı, tüketime duygusal anlamlar yüklenerek sevginin tüketim nesnesi haline getirilmesi ve daha çok tüketime

⁴⁷⁴“En Etkin Sloganlar”, <http://www.capital.com.tr/en-etkin-sloganlar-haberler/18432.aspx>[02.06.2014].

sağlanmasıdır. Aşırı tüketim ve tüketim çılgınlığından söz ediliyor oluşundan çıkarılabilecek en genel sonuç, birçok insanın tüketim kültürü içinde tüketim faaliyetinde bulunduğuudur. Tüketim kültürü içinde çeşitli kanallardan devamlı tüketime yönlendirilen insanların kimilerinin ise tüketim eyleminden vazgeçemedikleri ve buna bağımlı olduklarından söz edilmektedir.

6. 3. 5. Alışveriş Bağımlılığı

İhtiyaçları olmadığı halde sürekli bir şeyler satın alan ve satın alma dürtülerini kontrol edemeyen kişilere alışveriş bağımlısı denmektedir. Alışveriş bağımlılığı yani “kompulsif(dürtüsel) satın alma davranışı”⁴⁷⁵ psikolojik bir sorun olarak kabul edilir ve bazı psikologlarca alkol ve uyuşturucu bağımlılığına benzetilmektedir.⁴⁷⁶ Alışveriş bağımlılığının nedenlerine göz attığımızda, bu insanların kendini değerli hissetmek ve özellikle bunu diğer insanlara gösterme aracı olarak satın alma eyleminde bulunduklarını görmekteyiz. Bu düşüncelerle hareket eden biri, örneğin son moda bir kıyafetin onu zeki ve başarılı olduğunu gösterdiğine inanabilmektedir.

Alışverişe olan bağımlılığın sebeplerinden biri, günlük hayatında duygusal zorluklar yaşayan insanların para harcayarak kendilerini rahatlamaya çalışmalarıdır. Burada tüketim zorluklara başa çıkmanın bir yolu olarak karşımıza çıkmaktadır. Alışveriş bağımlılığı kişinin hayatını derinden etkileyen ve ilişkilerini bozan etkilere neden olmaktadır. Alışveriş bağımlılığının sosyal nedenleri tüketim kültürünün insanın hayatını etkileme gücünü göstermesi açısından önemlidir. Alışveriş bağımlılığının sosyal nedenleri; kültürün dinamik yapısı, toplumun tüketime verdiği değer, yoğun reklam ve tanıtım faaliyetleri olarak açıklanmaktadır.⁴⁷⁷ Bunun yanında kredi kartı, kredi kullanımı, internetten alışveriş olanakları da alışverişe yönlendirici etkide bulunmaktadır.

Alışveriş bağımlılığını “hastalık” olarak adlandırmanın -bu sonucun ortaya çıkmasına neden olan sebeplerin yaşadığımız dünyanın baskın normları ile bağlantılı bir şekilde anlaşılması gerektiği düşüncesinden hareketle- altında yatan sebeplere eğilmeye engel olmaması gerekmektedir. Çevremiz yoğun bir şekilde satın almanın bizi mutlu edeceğine ikna etmeye çalışan ya da eden reklamlarla çevriliyken ve

⁴⁷⁵Tuğçe Peker Darcan, “Alışveriş Bağımlılığı”, <http://www.tugcepekerdarcan.com/project/alisveris-bagimliliği/>[02.06.2014].

⁴⁷⁶Başak Demiriz, “Alışveriş Bağımlılığı”, **Hürriyet Gazetesi**, 8 Kasım 2013.

⁴⁷⁷ “Alışveriş Bağımlılığı”, <http://batı.ege.edu.tr/index.php?lid=1&SayfaID=148&cat=details> [02.06.2014].

ekonomiyi canlandırmak için satın almamız gerektiği sıkça dile getirilirken, tüketim giderek bizim sosyal değerimizin bir ölçüsü haline gelmektedir. Buna bağlı olarak tüketim faaliyetlerinde bulunmak ve bunu uç noktalara taşıyarak bir alışverişi bağımlılık haline getirmek gibi sonuçlarla karşılaşmamız tüketim ideolojisinin ve kültürünün ne derece etkin olduğunu göstermektedir.

Yaşantımızda tüketim odaklı yaklaşımlarımız giderek daha fazla hayatımıza girmektedir. Çocuklar için geliştirilmiş bilgisayar oyunlarında dahi tüketime alıştırma süreçlerinin işlerliğine ve alışveriş bağımlısı sözünün normal kılınmaya çalışıldığına şahit olmaktayız. Öyle ki “güzel kızımız alışveriş bağımlısı ona alışveriş konusunda yardımcı olun!” görevi ile “alışveriş bağımlısı oyunu” adlı bir oyun bile mevcuttur.⁴⁷⁸

Kapitalizmin yarattığı bir toplum olarak tüketim toplumunda ortaya çıkan aşırı tüketim, aşırı borçlanmaya sebep olarak daha derin toplumsal sorunlara da sebebiyet vermektedir. Burada tüketim toplumunda borçlu yaşam olgusuna ve bunun sonucu olarak insanların karşı karşıya kaldıkları sorunlara değinilecektir.

6. 3. 6.Borçlular Toplumu

Küresel ekonomik bütünleşme ve üretim tarzında esnekleşme süreçleri yeni bir birey tipinin oluşmasına katkıda bulunmuştur. Birey tüketiciye evrilirken, toplumsal değerlerde paranın öncelik kazandığı bir yöne doğru dönüşmeye başlamıştır.⁴⁷⁹ Bu dönüşümle birlikte tüketim eylemi toplumsal anlam taşıyıcısına dönüşmüştür. İdealleştirilen yaşam tarzına erişmek için insanlar bir borçluluk döngüsüne girmiş ve borçlarını ödemek için de daha fazla çalışmayı kabullenmek zorunda kalmışlardır. Bu durumun ortaya çıkmasında kredi ve kredi kartı kullanımının artmış olması da etkili olmuştur. Kredi kartı hiç kullanılmasa dahi ona sahip olmanın getirdiği bir borçluluğa neden olmaktadır. Kredi kartları ile alışveriş için hedeflenmiş olan hız kazanılmaya çalışılırken, kredi kartı kullanımı insanları borç yükü altına sokmuştur.

Kapitalizm adeta bolluk içinde yokluk yaratmaktadır. Durning’in ifadesiyle:

“Tüketim toplumu, maddi konforlar aracılığıyla tatmin sağlama sözünü tutmayı başaramamaktadır, çünkü insanların istekleri tatminsizdir, insanların gereksinimleri toplum tarafından belirlenmektedir ve kişisel mutluluğun çok önemli psikolojik belirleyicileri olan,

⁴⁷⁸ Bahsi geçen oyunun linki, <http://www.enguzeloyunlar.net/alisveris-bagimlisi.html>.

⁴⁷⁹ Şahin, **age**, 19.

toplumsal ilişkilerin gücü ile boş zamanların niteliği, tüketici sınıfının üst tabakalarına yaklaştıkça kaybolmuş gibi görünmektedir. Görünüşe göre, tüketim toplumu gelirimizi artırarak bizi yoksullaştırmaktadır.”⁴⁸⁰

Yukarıda da bahsedildiği gibi borçluluğun ortaya çıkışının sebeplerinden biri dördüncü bölümde ele aldığımız tüketim toplumu araçlarının kullanımıyla gelirden fazla harcama yapılıyor oluşudur. Yani tüketimin giderek artışı ve gündelik yaşam pratiklerindeki etkinliği borçlu yaşam olgusunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Öyle ki borçlu olmak sıradan bir davranış haline gelmiştir. Bu da borcunun ödemek için daha fazla çalışmaya, sistemin içindeki insanın hayatını çok daha fazla etkileyen sonuçların ortaya çıkmasına ve süre giden çabaları içinde insanın toplumsal yaşamın daha iyi niteliklere sahip olması için düşünmesine dahi fırsat vermemektedir.

Kredi, tüketim toplumunu oluşturan önemli bir olgudur ve tüketimciliğin yayılmasıyla birlikte kişisel tasarruf toplumu yerini büyük ölçüde borçlanmaya odaklanan bir topluma bırakmıştır. Borçlu yaşam olgusunda kredi kartlarının kullanımı önemli bir rol oynamaktadır ve bankalar için kredi kartı borçlarından elde edilen karlar tasarrufa oranla çok daha yüksektir.⁴⁸¹ Kredi kartlarının kullanımı ile birlikte homo consumens geleceğin sermaye birikimi lehine ipoteklenmesi karşılığında ortaya çıkmakta ve borçlanma borçlananlar açısından ciddi sorunlara neden olmaktadır.⁴⁸²

Borçluluk konusundaki iktisadi verilerden ziyade bu olgunun bir gerçeklik olarak yaşantımızın büyük bir bölümünü etkilediği ve bu durumun da toplumsal ve insani sonuçlarının büyük olduğu açıktır. Örneğin Türkiye’de kredi veya kredi kartı borcundan dolayı sosyal yaşamının alt üst olduğu, insan ilişkilerinin zarar gördüğü ve hatta borçluluğunun sebep olduğu intiharla karşılaşmaktayız. Yaşamın bir tüketim deneyi olarak algılandığı tüketim toplumunda yaşayan ve çeşitli araçlar vasıtasıyla tüketim kültürü içine çekilen insanların yaşam pratikleri de kapitalist sistemin egemen olduğu bir toplumda yaşamının gereklerine göre şekillenmektedir.

Tüketim kültürünün ve normlarının insan hayatı içinde yönlendirici ve belirleyici hale gelişinin neden olduğu insani sorunların açıklığı, ekonomik bir sistemin değerlerinin bireysel ve toplumsal hayatı etkileme gücü insanın tüm hayatını etkiler durumdadır. Tüketim her zaman var olmuş ve olacak olan bir gereklilikken,

⁴⁸⁰ Durning, **age**, 34.

⁴⁸¹ Ritzer, **Büyüsü Bozulmuş**, 61.

⁴⁸² Bahçe, **age**, 130.

günümüzde adeta hayatın tek amacı haline gelerek ve hem üretim hem de tüketim alanında hep daha fazlası dürtüsüyle birlikte insani zararlara yol açar duruma gelmiştir. İnsanın değerini ne ürettiği ya da ne tükettiğine bağlı olarak ölçen bir anlayışın zararlarına karşı çıkabilmek gerekmektedir. Can Kozanoğlu'nun ifadesiyle:

“Evet, insanlar tüketecek. Önemli olan, kavramların, değerlerin ve insanların tüketilmesiyle, insanlar için üretilmiş malların tüketimi arasındaki farkı görebilmek; insanların toplumsal statülerini ve kimliklerini tüketim standartlarının belirlediği bir hayat rüzgarına karşı çıkabilmek; bir gün herkesin eşit ya da yakın alım gücüne sahip olabileceği düşüncesini, haksızca atıldı defolu mallar reyonundan kurtarabilmek; pahalı bir güneş gözlüğünü insan yüzünden daha önemli hale getirebilen zihniyet karşılığında yenilgiyi kabullenmemek... Ve böyle bir tavrı, hayatın içinde etkili kılabilmek...”⁴⁸³

⁴⁸³ Can Kozanoğlu, “Demokrasinin Beşiği Süper Market Mi?”, **Cogito**, s. 5, (1995): 23.

7. SONUÇ

Yeni kapitalizm ve insan ilişkisi temelinde tüketim toplumunda yaşam pratiklerinin araştırıldığı bu çalışmada, yeni kapitalizm ve tüketim toplumu tartışmalarının yer aldığı literatürden yararlanılmıştır. Literatürdeki tartışmalardan hareketle, üretim ve tüketim süreci içerisinde insanın karşılaştığı sorunların nedenlerini anlamak için sistemin işleyiş biçimleri ele alınmıştır. Buradan tüketim toplumuna varana kadar geçilen süreçler ve bu süreç içerisindeki insan konu edilmiştir.

Çalışmadaki temel iddiamız, günümüzdeki haliyle kapitalizmin yaşamımızı büyük oranda etkileme gücüne sahip olduğudur. Toplumsal yapı, kültür ve birey karşılıklı olarak birbirlerini etkilemektedir. Kapitalizmin mevcut uygulanış şekli anlamındaki yeni kapitalizm, örgütlenme yapısındaki değişimler ve tüketim odaklı tarzıyla insanları çeşitli açılardan etkilemektedir. Çalışmamızda bunun nasıl ve ne şekilde gerçekleştiğini tarihsel olarak kapitalist üretim tarzının değişimleri bağlamında ele aldık.

Baudrillard'dan hareketle kısaca özetleyecek olursak; geldiğimiz noktada tüketim toplumunun insanı psikolojik olarak etkileyen sonuçları mevcuttur. Hareketlilik, statü, yaşam tarzı sunumları, belirsizlik ve rekabetin hayatın tüm alanlarında artması insanlar üzerinde psikolojik ve toplumsal baskı kurmaktadır. Üretim sistemi insanların kendilerini devamlı yenilemesi ve sistemin yol açtığı sıkıntılardan hızlı bir şekilde arınmasını beklemektedir. Dolayısıyla tüketim toplumunun kendi yol açtığı sıkıntıların bedelini sürekli bir güvensizlik duygusu içindeki insanlar ödemektedirler.

Tüketimin kitlesel hale gelişini ele alırken kapitalist üretim tarzlarını söz konusu ettik. Üretim ve tüketim bütün toplumsal aşamalarda bulunan olgulardır. Günümüz kapitalist toplumunda değişen, geçmişte üretime vurgu yapılarak üretim öncelenirken, günümüzde tüketime vurgu yapıp öncelenmesidir. Bireyleri hazlarını doyurması gereken tüketiciler olarak tanımlayan tüketim toplumunda özgürlük seçme özgürlüğü olarak sunulmaktadır. Kişilerin mutluluğu da tüketime endekslenmiştir. Ayrıca ihtiyaçlara değil de arzulara dayalı bir tüketim kültürü ortaya

çıkıştır. Çalışmada tüketim kültürü kapitalizmin yeniden üretimi konusunda bir araç olarak ele alınmıştır.

Geldiğimiz noktada yeni kapitalizmin kendini yeniden gerçekleştirmek adına tüketime ve tüketimin devamlılığına bağımlı olduğunu görmekteyiz. Tüketimin yaşam pratikleri içinde edindiği konum burada anlam kazanmaktadır. Sistemin devamlılığı adına bireylerin tüketim davranışlarının yönlendirilmesi hayati önemdedir. Bunun gerçekleştirilmesi için çeşitli araçlar faaliyete sokulmuştur. Bu bağlamda hayatının her anında bir tüketim yönlendirmesi ile karşılaşan insan yaşamının büyük bir kısmını ekonomik pratikler doldurmaktadır.

Tartışmalarımızdan görüldüğü gibi, üretimin esnekleşmesi ve tüketimi arttırmaya yönelik olarak teknolojik gelişmeler eşliğinde mal ve hizmetlerin farklılaştırılmasının tüketim faaliyetlerinde bulunmaya istekli insanların varlığına bağılı oluşu, insanları tüketime yönlendiren araçların kullanılmasına neden olmaktadır. Bunu gerçekleştirmek için bir tüketim ideolojisinin yerleştiğini ve buna bağılı olarak da aynı zaman da zihinsel yapılarımızın da etkilenmeye çalışıldığını gördük. Tüketimin sistem için varoluşsal oluşu giderek tüketim toplumu mensupları içinde varoluşsal kılınmaya çalışılmaktadır. Tartışmalarda geldiğimiz nokta tüketimin bir varoluş meselesi haline gelmekte olduğudur. Tüketim toplumu ideolojisi “tüketiyorum o halde varım” mottosu ile ifade edilmektedir. Varlığın tüketime indirgenmesi alışverişin soyutlanması anlamına gelir. Alışveriş yapmak var olmak anlamına geliyorsa, marka satın almak da insanın belli bir kimlik oluşturma aracı olur.

Tüketim toplumunda günlük yaşamın niteliğine baktığımızda çalışma ve çalışma dışı alanın oluşturduğu bölünmeyi gördük. Ayrıca her iki alanın yapılanmasını incelediğimizde tüketimciliğin her iki alanı da etkisi altına aldığını gözlemledik. Tüketici ve üretici/çalışan rolüyle insan, kapitalist sistemden karakter ve bireyler için son derece önemli olan toplumsal ilişkiler açısından etkilenmektedir. Kapitalizmin insan idealinin bencil ve çıkarları peşinde insanı betimlemesi, var olan düzende hem kişilik hem de toplumsal ilişkiler bağlamına gelişen çeşitli çatışmalara sebep olabilmektedir.

Çalışmada kapitalizmin insan anlayışı insanın bir ekonomik aktör olmaktan daha fazlası olması sebebiyle eleştirilmiştir. Yeni kapitalizmin iş hayatında insandan beklediği bir takım özellikler insanların aile gibi ortak yaşam alanlarında sorunlarla

karşılaşmasına neden olabilmektedir. Bu noktada insanlar kendi içlerinde de sorunlar yaşayabilmektedir. Sennett'den hareketle söyleyecek olursak, üretim tarzının kişilerin sahip olmasını beklediği nitelikler ile kişinin karakteri arasında çatışmalar söz konusu olmaktadır. İş yeri kültürünün gerektirdiği davranış biçimleri kişinin diğer sosyal yaşantılarında sıkıntılar yaşamasına neden olabilmektedir.

Yeni kapitalizm tüketim odaklı yapısıyla da insan ilişkilerini etkilemektedir. İnsan ilişkilerinin ve değerlerinin kapitalizmin pazar koşullarına uygun bir şekilde biçimlendirildiğine ve sunulduğuna şahit olmaktayız. Gündelik hayatta tüketim vurgulanması, insanların tüketim alışkanlıklarıyla kendilerini tanımlamaları ve tüketimin statü aracı haline gelmesinin neden olduğu sıkıntılar günümüz kapitalizminin tüketim merkezli yapısının insanlar üzerindeki etkilerini göstermektedir. Bireylerin günlük yaşamlarında farklı kimlik maskelerini denemesinin sebebi gündelik hayatta yaşanan sıkıntı ve sorunlardan geçicide olsa kurtulabilme isteği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da tüketimin üzerine inşa edildiği kapitalist sistemin devamını sağlaması ve egemenliğini sürdürebilmesi için düzenlenmiş olan bir girişimdir. Ayrıca kapitalizm üretmiş olduğu stres, parasal bir alışveriş ile giderilmeye çalışılmaktadır. Tüketim kültürü ve tüketim toplumunun ve dolayısıyla kapitalizmin devamı için arzulama ve haz alma temeline dayalı olan hedonist tüketimin varlığı gerekmektedir.

Reklamın günlük yaşamımızdaki etkisinin artması sonucunda tüketim ürünleriyle ilgili seçim yapmaya karşı koymak olanaksız hale gelmektedir. Tüketim toplumunda alışveriş bir boş zaman uğraşı olarak görülmektedir. İletişim teknolojisinin gelişimiyle birlikte sanal alışveriş gibi alışverişin değişik biçimleri de artış göstermektedir. Ayrıca günümüzde alışveriş yapmak sorumlu bir yurttaşın öncelikli görevi olarak sunulmaktadır. Tüketim faaliyetlerinin içerimleri bağlamında alışveriş bağımlılığının ortaya çıktığından söz edilmektedir.

Çalışmada ayrıca tüketimin ve devamlılığının sağlanması için kullanılan somut ve soyut araçların bir diğer işlevinin de bireylerin denetlenmesi olduğu iddia edildi. Bunun en önemli sebeplerinin, yaşamımızın her alanında hem mekânsal hem de zihinsel olarak tüketim pratikleri ile çevrelenmiş olduğumuz ve tüketim faaliyetlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan tüketim toplumundaki borçlu yaşam olgusu olduğunu gördük. Sistem işleyişini sürdürürken, kredi gibi çeşitli araçların

sunumu ve yaygın kullanımı ile birlikte borçluluk halini normalleştirerek kendini dayatmaktadır.

Tüketim toplumunda yaşantımızı sürdürürken karşılaştığımız sıkıntılarla sıkı bir bireycilik vurgusundan dolayı kendimiz başa çıkmak zorunda kalmaktayız. Üretici-tüketici insan ayrımının yanlışlığı da burada ortaya çıkmaktadır. Günlük yaşamın farklı periyotlarında farklı sıkıntılar yaşansa da aynı insan bunlarla mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Burada ayrıca sıkıntılarla başa çıkma söz konusu edilirken, sorunların kaynakları ve nedenleri üzerine gitmek göz ardı edilmektedir. Bu çalışmada ortaya koymaya çalıştığımız konulardan biri de bu sebepler üzerinde düşünmenin gerekliliğidir.

Söz konusu ettiğimiz tartışmalar ışığında hayatımızı maddi sahiplikler üzerinden düzenlememizi öğütleyen sistem içerisinde sahip olduklarımızın bizi tam anlamıyla mutlu etmediği sonucunu çıkardık. İnsanın ekonomiden daha önemli olduğunu kabul etmek gereklidir. En yüksek hedefin ekonominin maksimum verimliliği olan bir anlayış insan unsurunu dışarıda bırakmaktadır. Başarı kazanmak için sürekli didinmek ve devamlı rekabet halinde olmak yerine hayatımızda yakın insani ilişkilere daha fazla yer vermenin tüketim toplumunun neden olduğu sıkıntılara çözüm olabilir. Kişisel başarı hırsı yerine herkes için daha iyi bir hayat kurmaya nasıl katkıda bulunulabileceğine dair düşünceler geliştirmek gerekmektedir.

Çağımız insanının yaşamının denetimini elinde tutabilmesi ve durum değerlendirmesi yapabilmek için zamana sahip olması giderek güçleşmektedir. Ancak böyle bir ortamda çalışma boyunca tasvir edilmeye ve anlaşılmaya çalışılan kapitalist tüketim toplumuna karşı hareketler de mevcuttur. Aşırı tüketime küresel muhalefet; yavaşlık hareketi, gönüllü basitlik hareketi gibi adlandırmalarla gerçekleşmektedir. Ancak bu hareketler henüz yeterince yaygınlaşmamıştır. Bunun gerçekleşmesi için belki de toplumsal sistemin etki alanındaki günümüz dünyasında insan öznesine hak ettiği değeri vermek gerekir. Bu temel düşünce ile sorunların çözümüne yönelik çalışmalar ve oluşumlar meydana getirilebilir. Çılgınlık boyutuna gelen tüketim faaliyetlerinin sonuçları üzerinde düşünmek ve aşırı tüketimin diğerkâm yönelimlerle dizginleneceği bir ortam için tartışmalara zemin hazırlayacak fikirlerin gelişmesi ve çalışmalar üretilmesi daha iyi bir dünya idealine yaklaşmamızı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Adalı, Coşkun. **Günümüz Kapitalizmi ve Devleti Üzerine**. İstanbul: Sarmal Yayınevi, 1997.

Akay, Ali. **Postmodern Görüntü**. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 1997.

Anderson, Perry, Ellen Meiksins Wood. **Modernizm Postmodernizm ya da Kapitalizm**. çev. Ali Türker Erdağı, Çağla Ünal. İstanbul: Bilim Yayınları.

Arendt, Hannah. **İnsanlık Durumu**. çev. Bahadır Sina Şener. İstanbul: İletişim Yayınları, 1994.

Aydın, Derya Güler. “Kapitalizmde Bireyin Sorgulanması: Yabancılaşma ve Demir Kafes”. **Amme İdaresi Dergisi**. c. 43. s. 2 (2010): 17-32.

Bahçe, Serdal. “Borçlanma ve Kredi Kartları: ‘Homo Consumens’in Esareti”. **Birikim**. S. 278-279. (2012): 124-130.

Bakan, Joel. **Şirket: Kar ve Güç Peşindeki Patolojik Kurum**. çev. Rahmi G. Ögdül. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2007.

Baudrillard, Jean. **Nesneler Sistemi**. çev. Oğuz Adanır, Aslı Karamollaoğlu. 2. bs. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2011.

_____. **Simülakrlar ve Similasyon**. çev. Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2003.

_____. **Tüketim Toplumu: Söylenceleri, Yapıları**. çev. Hazal Deliçaylı, Ferda Keskin. 3. bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2008.

Bauman, Zygmunt. **Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var Mı?**. çev. Funda Çoban, İnci Katırcı. Ankara: De Ki Yayınları, 2010.

_____. **Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları**. çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2010.

_____. **Modernizm, Kapitalizm, Sosyalizm**. çev. F. Doruk Ergün. İstanbul: Say Yayınları, 2013.

Bayhan, Vehbi. “Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: ‘Tüketiyorum Öyleyse Varım’”. **Sosyoloji Konferansları Dergisi**. s. 43. (2011): 221-248.

Beaud, Michel. **Kapitalizmin Tarihi**. çev. Fikret Başkaya. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2003.

Bocock, Robert. **Tüketim**. çev. İrem Kutluk. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1997.

Borlandi, Massimo. **Sosyolojik Düşünce Sözlüğü**. çev. Bülent Arıbaş. İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.

Botton, Alain de. **Statü Endişesi**. çev. Ahu Sıla Bayer. İstanbul: Sel Yayıncılık, 2005.

Bozkurt, Veysel. **Değişen Dünyada Sosyoloji: Temeller, Kavramlar, Kurumlar**. 6. bs. Bursa: Ekin Yayınevi, 2011.

_____. **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel Dönüşüm. Bilgi, Ekonomi, Kültür**. Bursa: Aktüel Yayınları, 2005.

_____. **Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği**. Bursa: Alesta Yayınevi, 2000.

Brown, Bruce. **Marx, Freud ve Günlük Hayatın Eleştirisi: Sürekli Kültür Devrimine Doğru**. çev. Yavuz Alogan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1989.

Buğra, Ayşe. **İktisatçılar ve İnsanlar: Bir Yöntem Çalışması**. İstanbul: İletişim Yayınları, 1995.

Castoriadis, Cornelius. **Dünyaya, İnsana ve Tabiata Dair**. çev. Hülya Tufan. İstanbul: İletişim Yayınları, 1993.

Chaney, David. **Yaşam Tarzları**. çev. İrem Kutluk. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1999.

Çabuklu, Yaşar. **Postmodern Toplumda Kriz ve Siyaset**. İstanbul: Kanat Kitap, 2004.

Çakmak, Umut. “Esnek Üretim Sistemi: İstihdama Etkisi ve Toyota Örneği”. **Ekonomik Yaklaşım**. c. 15. s. 52-53. (2004): 235-253.

Dağtaş, Erdal, Banu Dağtaş. “Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması”. **Eğitim Bilim Toplum**. c. 4. s. 14. (2006): 4-31.

Darcın, Tuğçe Peker. “Alışveriş Bağımlılığı”, <http://www.tugcepekerdarcin.com/project/alisveris-bagimlilik/> [02.06.2014].

Demir, Ömer, Mustafa Acar. **Sosyal Bilimler Sözlüğü**. İstanbul: Ağaç Yayıncılık, 1992.

Demirer, Temel, Sibel Özbudun. **Yabancılaşma**. Ankara: Öteki Yayınevi, 1998.

Demiriz, Başak. “Alışveriş Bağımlılığı”. **Hürriyet Gazetesi**. 8 Kasım 2013.

Divitçioğlu, Sencer. **Marksist “Üretim Tarzı” Kavramı: Devlet ve Artık-Değer(İki Deneme)**. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, 1971.

Douglas, Mary, Baron Isherwood. **Tüketimin Antropolojisi.** çev. Erden Attila Aytekin. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1999.

Durning, Alan. **Ne Kadarı Yeterli?: Tüketim Toplumu ve Dünyanın Geleceği.** çev. Sinem Çağlayan. Ankara: Tübitak-Tema Vakfı Yayınları, 1998.

Elliott, Anthony, Charles Lemert. **Yeni Bireycilik: Küreselleşmenin Duygusal Bedelleri.** çev. Başak Kıcıır. İstanbul: Sel Yayıncılık, 2011.

Emirgil, Burak Faik. “Yeni Kapitalizmde Emegi Sorunsallaştırmak: Emegin Maddi Olmayan Görünümleri”. **Çalışma ve Toplum.** c. 1. s. 24. (2010): 221-237.

Erdoğan, İrfan. **İnsanın Zincire Vuruluşu: 21. Yüzyılda Ne Olduğumuzu Anlayalım, Köleliğin İdeolojik ve Ekonomik İletişimi.** Ankara: Doruk Yayıncılık, 1997.

Ergur, Ali. “Değerin Tarihsel Soyutlaşması Sürecinde Bir Kırılma Noktası Olarak Kredi Kartı”. **Birikim.**s. 278-279. (2012): 114-123.

Erol, Ümit. **Eleştirel Bir Gözle Serbest Piyasa.** İstanbul: Bağlam Yayınları, 1997.

Ertuna, İ. Özer. **Kapitalizmin Son Direnişi.** İstanbul: Alfa Yayınları, 2005.

Featherstone, Mike. **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü.** çev. Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.

Forgacs, David. **Gramsci Kitabı: Seçme Yazılar 1916-1935.** çev. İbrahim Yıldız. Ankara: Dipnot Yayınları, 2012.

Fromm, Erich. **Çağdaş Toplulukların Geleceği.** çev. Gülnur Kaya, Kaan H. Ökten. İstanbul: Arıtan Yayınevi, 1996.

_____. **Çağımızda Kişilik Sorunu: İnsan Davranışlarının Kökenleri.** çev. Yasemin Kalaycıoğlu. İstanbul: Düşünen Adam Yayınları, 1993.

_____. **Marx'ın İnsan Anlayışı.** çev. Kaan H. Ökten. İstanbul: Arıtan Yayınevi, 1993.

_____. **Sahip Olmak Ya Da Olmak.** 5. bs. çev. Aydın Arıtan. İstanbul: Arıtan Yayınevi, 1994.

_____. **Yeni Bir İnsan Yeni Bir Toplum: Yanılsama Zincirlerinin Ötesinde.** çev. Necla Arat. İstanbul: Say Yayınları, 1981.

Fülberth, Georg. **Kapitalizmin Kısa Tarihi.** çev. Sadık Usta. İstanbul: Yordam Kitap, 2010.

Gaulejac, Vincent de. **İşletme Hastalığına Tutulmuş Toplum: İşletme İdeolojisi, Yönetimsel İktidar ve Toplumsal Taciz.** çev. Özge Erbek. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2013.

Geçtan, Engin. **İnsan Olmak.** 7. bs. İstanbul: Metis Yayınları, 2008.

Gorz, Andre. **İktisadi Aklın Eleştirisi**.çev. Işık Ergüden. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995.

Gottdiener, Mark. **Postmodern Göstergeler: Maddi Kültür ve Postmodern Yaşam Biçimleri**. çev. Erdal Cengiz, Hakan Gür, Arhan Nur. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2005.

Harvey, David. “Esneklik: Tehdit Mi Yoksa Fırsat Mı?”. **Toplum ve Bilim**. s. 56-61. (1993): 83-92.

_____. **Postmodernliğin Durumu**. çev. Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları, 1997.

_____. **Sermaye Muamması: Kapitalizmin Krizleri**. çev. Sungur Savran. İstanbul: Sel Yayınları, 2012.

Honoré, Karl. **Yavaş!: Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi**. çev. Esen Gür. İstanbul: Alfa Yayınları, 2008.

Horney, Karen. **Çağımızın Nevrotik Kişiliği**. çev. Selma Koçak. İstanbul: Doruk Yayıncılık, 2003.

İlhan, Süleyman. “Yeni Kapitalizmin Karanlık Yüzü: İnsanlık ve Ahlakilik Söylemlerinin Sahiciliği Üzerine”. **FÜ Sosyal Bilimler Dergisi**. c. 17. s. 2. (2007): 283-306.

Jameson, Fredric. **Postmodernizm Yada Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı**. çev. Nuri Plümer. İstanbul: Yapı ve Kredi Bankası, 1992.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem. **İnsan ve İnsanlar**. 6. bs. İstanbul: Beta Yayınları, 1985.

Kasapoğlu, Aytül ve diğ. **Değişen Toplumsal Yapıda Karakter**. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2005.

Kovel, Joel. **Arzu Çağı: Radikal Bir Psikanalistin Gözlemleri**. çev. Ferma Lekesizalin, Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2000.

Kozanoğlu, Can. “Demokrasinin Beşiği Süper Market Mi?”. **Cogito**. s. 5. (1995): 21-23.

Lash, Christopher. **Narsisizm Kültürü: Umutların Azaldığı Bir Çağda Amerikan Yaşamı**.çev. Suzan Öztürk, Ü. Hüsrev Yolsal. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2006.

Lodziak, Conrad. **İhtiyaçların Manipülasyonu: Kapitalizm ve Kültür**. çev. Berna Kurt. İstanbul: Çitlembik Yayınları, 2003.

Macfarlane, Alan. **Kapitalizm Kültürü**. çev. Remzi Hakan Kır. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1993.

Marazzi, Christian. **Sermaye ve Dil: Yeni Ekonomi’den Savaş Ekonomisi’ne**. çev. Ahmet Ergenç. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2010.

Marshall, Gordon. **Sosyoloji Sözlüğü**. çev. Osman Akınhay, Derya Kömürcü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999.

Munck, Ronaldo. **Emeğin Yeni Dünyası: Küresel Mücadele, Küresel Dayanışma**. çev. Mahmut Tekçe. İstanbul: Kitap Yayınevi, 2003.

Murray, Robin. “Fordizm ve Pos-Fordizm”. **Yeni Zamanlar: 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi**. der. Stuart Hall, Martin Jacques. çev. Abdullah Yılmaz. İstanbul Ayrıntı Yayınları, 1995: 46-63.

Odabaşı, Yavuz. **Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Toplum**. 2. bs. İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2013.

Omay, Umut. “Boş Zamanın Manipülasyonu ve Çalışma”. **“İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi**. c. 10. s. 3. (2008): 122-147.

Öcal, Fatih Mehmet, Bülent Darıcı, Mete Cüneyt Okyar. **Düş Toplumu- Tüketim İlişkisi: Şırnak Fenomeni**. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2010.

Özcan, Burcu. “Hedonizm ve Kimlik Temeline Dayalı Postmodern Tüketim Yaklaşımı”. **Sosyoloji Konferansları Dergisi**. s. 35. (2007): 131-147.

Özer, Yaprak. **Küreselleşme ve Yeni Ekonomi: En Büyük Benim**. İstanbul: Hayat Yayıncılık, 2002.

Pappenheim, Fritz. **Modern İnsanın Yabancılaşması: Marx’a ve Tönnies’e Dayalı Bir Yorum**. çev. Salih Ak. Ankara: Phoneix Yayınevi, 2002.

Rauter, E. A. **Düzene Uygun Kafalar Nasıl Oluşturulur**. çev. Merlin Ecer. 3. bs. İstanbul: Gözlem Yayınları, 1978.

Ritzer, George. **Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek: Tüketim Araçlarının Devricileştirilmesi**. çev. Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2000.

_____. **Küresel Dünya**. çev. Mehmet Pekdemir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.

_____. **Sosyoloji Kuramları**. çev. Himmet Hülür. Ankara: De Ki Yayınları, 2013.

_____. **Toplumun Mcdonaldlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme**. çev. Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.

Robins, Kevin. **İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası**. çev. Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999.

Ruben, Ester Biton. **İktisadın Unuttuğu İnsan**. 2. bs. İstanbul: Bağlam Yayınları, 2013.

Sayın, Önal. **İnsan Faktörünün Sosyal ve Ekonomik Gelişmelerdeki Yeri, Önemi**. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, 1983.

Schwartz, Barry. **Bolluk Paradoksu: Çok Seçenek Özgürlük Mü, Mutsuzluk Mu?**. çev. Şeyda Odabaş. İstanbul: MediaCat Yayınları, 2008.

Selik, Mehmet. **100 Soruda İktisadi Doktrinler Tarihi**. 3. bs. İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1980.

Sennett, Richard. **Kamusal İnsanın Çöküşü**. çev. Serpil Durak, Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.

_____. **Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri**. çev. Barış Yıldırım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.

_____. **Yeni Kapitalizmin Kültürü**. çev. Aylin Onocak. 2. bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.

Serter, Nur. **Giydirilmiş İnsan Kimliği**. İstanbul: Der Yayınları, 1996.

Silier, Yıldız. **Özgürlük Yanılsaması: Rousseau ve Marx**. 3. bs. İstanbul: Yordam Kitap, 2010.

Şahin, Çağatay Edgücan. "Tüketim Toplumu: Mükemmele Evrilen Politika." https://www.academia.edu/5260293/Tuketim_Toplumu_Mukemmele_Evrilen_Politika [14.02. 2014].

Şan, Mustafa Kemal, İsmail Hira. "Modernlik ve Postmodernlik Bağlamında Tüketim Toplumu Kuramları". **Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi**. c. 1. s. 8. (2004): 1-17.

Şentürk, Ünal. "Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştırıldığı Bir Mekan: Alışveriş Merkezleri(AVM)." **PÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**.s. 13. (2012): 63-77.

Taymaz, Erol. "Kriz ve Teknoloji". **Toplum ve Bilim**. s. 56-61. (1993): 5-41.

Toffler, Alvin. **Yeni Güçler Yeni Şoklar**. çev. Belkıs Çorakçı. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 1992.

Urry, John, Scott Lash. **The End Of Organized Capitalism**. Cambridge: University Of Winsconsin Press, 1987.

Vassaf, Gündüz. **Cehenneme Övgü: Gündelik Hayatta Totalitarizm**.5. bs. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.

Veblen, Thorstein. **Aylak Sınıfın Teorisi**. çev. Zeynep Gültekin, Cumhur Atay. İstanbul: Babil Yayınları, 2005.

Willis, Susan. **Gündelik Hayat Kılavuzu**. çev. Aksu Bora, Asuman Emre. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1993.

Yanıklar, Cengiz. **Tüketimin Sosyolojisi**. İstanbul: Birey Yayıncılık, 2006.

Yılmaz, Aytekin. **Modernden Postmoderne Siyasal Arayışlar**. Ankara: Vadi Yayınları, 1996.

Yüksel, Yusuf. “Esnek Kapitalizm ve Maddi Olmayan Emek Üreticileri”. Doktora Tezi. MSGSÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008.

“En Etkin Sloganlar”, <http://www.capital.com.tr/en-etkin-sloganlar-haberler/18432.aspx> [02.06.2014].

“Alışveriş Bağımlılığı”,
<http://bati.ege.edu.tr/index.php?lid=1&SayfaID=148&cat=details> [02.06.2014].

<http://www.enguzeloyunlar.net/alisveris-bagimlisi.html>. [02.06.2014].

ÖZGEÇMİŞ

01 Temmuz 1990 İstanbul doğumludur. İlk ve orta öğrenimini Didim ve Nazilli’de tamamlamıştır. Lisans eğitimini aldığı Kocaeli Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümünden 2012 yılında mezun olmuştur. Yüksek lisans öğrenimini 2012 güz döneminden bu yana Yıldız Teknik Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü’nde sürdürmektedir.