



## KAPİTALİZMİN ARZU ÜZERİNDEN ÜRETİMİ YA DA ARZUNUN NESNELEŞ(TİRİL)MESİ

### THE PRODUCTION OF CAPITALISM THROUGH SUPPLY OR THE COMMODIFICATION OF SUPPLY

Musa ÖZTÜRK<sup>1</sup>

#### Öz

Bir canlı olarak insanın yeryüzünde varlığını devam ettirebilmesi asgari düzeyde fizyolojik ihtiyaçlarını karşılayabilmesine bağlıdır. Bir toplumda neyin ihtiyaç, neyin lüks olduğunun temel ölçütü söz konusu ihtiyaç madde veya nesnesinin bolluk ve kıtlık durumlarının yanında zamana ve zemine göre farklılık arz etmektedir. Bazı durumlarda söz konusu “şey” bol miktarda bulunsa bile belli kişi veya kuruluşların tekelinde ise bu onun bol olduğu ve ona gerek olmadığı anlamına gelmez. Çünkü ilgili şeyin adil bir şekilde bölüşülmemesi durumunda toplumsal kesimler arasındaki uçurum artacağından söz konusu ihtiyaç durumu ortadan kalkmayacaktır. Kapitalizm sistem yaklaşımı bağlamında sermaye birikiminin azami seviyeye çıkartılabilmesi için para ticareti de dâhil her şey meşrudur. Tarihsel süreç içerisinde kapitalizmin genişleyebilmek için sürekli yeni ihtiyaçlar üreterek gündelik hayatı maksatlı olarak kullanıma açtığı ve bunun üzerinden arzu da dâhil, hatta arzuyu nesneleştirerek kendisini yeniden üretmeye doğru bir seyir takip ettiği görülmektedir. Bu çalışma kapsamında sistem tarafından arzunun manipüle edilerek bir “şey”in hangi kanallar üzerinden nasıl ihtiyaç haline getirildiği hususu üzerinde durulmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kapitalizm, iktisadi akıl, tüketim, arzu, normallik, manipülasyon, borca yaşama

#### Abstract

To continue its existence on earth as a living creature, the humans have to meet its physiological necessity on the minimum basis. The basic criterion of what is necessity or luxury in a society differs according to not only abundance and famine situations of mentioned substance and commodity but also time and regions. In some cases, even if there is plenty of the mentioned “thing”, this does not mean that it is plenty and it is not required when it is monopolized by certain persons or organizations. When the relevant thing is not shared justly, the mentioned necessity situation will not disappear because of the increasing gap between social cuts. In order to increase the capital accumulation to maximum level in the context of capitalism system approach, everything is legitimate including currency trading. In the historical process, it is seen that capitalism has produced constantly new necessity to expand, started to use intentionally the daily life and reproduced itself through supply even including the co modification of supply. This study deals with how a “thing” is turned into a necessity and through which channels the supply is manipulated by the system.

**Key Words:** Capitalism, economic rationality, consumption, supply, normality, manipulation, living in debt.

---

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr., Mardin Artuklu Üniv. Edebiyat Fak. Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi,  
[musa\\_ozturk28@hotmail.com](mailto:musa_ozturk28@hotmail.com)

## Giriş

Herhangi bir devir veya dönemin şu veya bu şekilde analizini yapabilmek için bir dizi kavramlar setine ihtiyacımız vardır. Bu açıdan düşünüldüğünde 20'nci yüzyılın sonlarından itibaren günümüze kadar olan dönemde gerçekleşen değişimin modernite, postmodernite, neoliberalizm, küreselleşme gibi kavramlar üzerinden tartışmaya açıldığı görülmektedir. Özellikle sosyal bilimlerde her bir kavram farklı bir “şey”e karşılık geldiğinden anlam-bağlam ilişkisine son derece dikkat etmek gerekmektedir. Değişimin, geçmişten beslenmesi ve çevresel etkilere açık olması hususu açısından düşünüldüğünde yukarıda belirtmiş olduğumuz kavramsallaştırmaların köklerinin çok daha derinlerde olduğu muhakkaktır. Örneğin, modernitenin tarihi küreselleşme ve neoliberalizme göre çok daha eskilere gider. Fakat günümüzde yaşanan değişimin lokomotif gücüne dikkat edildiğinde kapitalizmin beraberinde getirmiş olduğu rasyonel düşünme, amaçlı davranma gibi davranış kalıplarının ve bakış açılarının gayet organize bir şekilde hayatımızın hemen hemen her alanına nüfuz ettiği görülmektedir.

Modernist bir bakış açısıyla ifade edecek olursak insanlığın tarihi bir anlamda rasyonelleşmenin tarihidir. Ekonomiden mülhem; rasyonel olmanın, amaçlı davranmanın, çıkarını gözetmenin, bireysel düşünmenin yaygın olarak kabul edilen bir “değer” olarak yükselmesi üretim ilişkilerinin, tüketim alışkanlıklarının, dağıtım hizmetlerinin, boş zamanları değerlendirme uğraşlarının işlevsel bir bakış açısıyla değerlendirilmesine yol açmıştır. Hayata anlam katan, yaşamı anlamlı kılan unsurların ekonomikliği üzerinden değerlendirilmesi onların nesneleştirilmesini kolaylaştırmaktadır. Özellikle tüketim noktai nazarından bakıldığında; “İnsanların, evlerini ve bedenlerini süsleyebilecekleri mal çeşitlerinin farkına varması ve bunları satın alabilme güçlerinin artması yoluyla, onsekizinci yüzyılın ilk altmış yılı ‘bir tüketim devriminin’ gerçekleşmesine şahit oldu (Bocock, 2009: 24).” Günümüzde gelinen nokta itibarıyla şunu söyleyebiliriz: İnsanlar arzu duymak için belli bir sistematik dâhilinde maksatlı olarak yönlendirilerek arzu imal edilme ya da üretilme yoluna gidilmektedir. Çünkü modern tüketimde arzu çok önemlidir. Eğer potansiyel tüketiciler arzularını doyurmanın yolları noktasında eğitilmezlerse sistem bundan büyük zarar görecektir.

Sosyolojik açıdan tüketim, salt mekanik bir süreç olmadığından kültürel değerlerden, sembollerden ve imajlardan yalıtılarak ele alınamaz. Ürünler, tüketimin sürekliliğini ve sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik olarak psikolojide bireysel ve kitlesel davranışları

biçimlendirmede kullanılan klasik ve edimsel koşullanma tekniklerinin yanı sıra psikanalitik süreçler vasıtasıyla bilinç manipüle edilerek bir kısım gösterge ve semboller üzerinden tüketicilere pazarlanmakta, tüketim ile arzular arasında bir bağlantı kurulmaktadır. Ürünlerin belli kişilik tipleriyle özdeşleştirilerek sunulması aile içi rollerin ve çevrede yer alan rol modellerin yerine çeşitli kimliklerin, yaşam tarzlarının ve boş zamanları değerlendirme biçimlerinin tüketim olgusu üzerinden biçimlendirilmeye çalışıldığı görülmektedir.

K. Marx kapitalizmin en sert eleştirmenlerinden biridir. O, kuramını; üretim araçlarına sahip olmanın beraberinde getirmiş olduğu iktidar gücünden hareketle proletaryanın burjuvazi tarafından sömürüldüğü tezine dayandırmaktadır. Onun için kapitalizmin en bariz vasfı tüketim mallarının üretimi olmasına rağmen onun ilgisini çeken asıl şey, bu malların tüketimi değil aksine üretimidir. Eğer günümüzde yaşıyor olsaydı muhtemelen üretim araçları üzerinden değil de tüketim araçları üzerinden hareketle bir analiz yapardı. Marx'ın yaşadığı dönem göz önüne alındığında belki de proletaryanın çalışmaktan başka bir seçeneği de yoktu. Dolayısıyla çalışmak istiyorlarsa, üretim araçlarına ulaşma ve nihai olarak geçimlerini ancak sağlayacak bir ücret alma karşılığında işgüçlerini/emeklerini kapitalistlere satmak zorundaydılar. Neoliberal dönemde üretim parametrelerinde meydana gelen değişimin etkisiyle kapitalizmin odak noktasının tedrici olarak üretimden tüketime kaydığını söyleyebiliriz. Ritzer (2000: 84-86)'in ifadesiyle kapitalizm “üretici kitle”nin denetim ve sömürsünü tamamlamak için denetlenebilir ve sömürülebilir “bir tüketici kitle” yaratma yoluna gitmiştir.

Sermayenin sınırsız derecede birik(tiril)mesine imkan veren ve bunu meşru gören bir ekonomik sistemin büyüyerek yoluna devam edebilmesi için yeni kanalların açılmasını ve işçiler haricinde diğer toplumsal kesimlerin de kapitalist piyasa ekonomisine entegre edilmesini gerekli kılmıştır. Bu kapsamda ilk olarak emeğin metalaştırılmasıyla işgücü ordusuna yeni elemanlar dâhil edilmiş ve süreç içerisinde kentsel alanlara göçün de etkisiyle uzun vadede herkes emeğini arz eder konuma indirgenmiş, ücretli çalışma zaruri hale getirilmiştir. Böylece toplumda düzenli olarak çalışan ve üretim yapan ciddi bir işçi sınıfı oluşmaya başlamıştır. Üretimin sürekliliğinin sağlanabilmesi için üretilen ürünlerin düzenli olarak tüketilmesi ve sistemin doğası gereği bunun artarak devam etmesi gerekmektedir. Üretim ekonomisinden tüketim ekonomisine geçiş aşamasında rol oynayan faktörlerin başında üretimde ileri teknoloji kullanmanın beraberinde getirdiği verimlilik artışı ve çalışma saatlerinin kısaltılması gelmektedir. Boş zamanın yaratılması temel gereksinimlerden

fazlasının üretebilmesine bağlı olduğundan daha az çalışarak daha çok üretim yapmanın yolunun açılmış olması doğal olarak tüketilecek malın ve tüketime ayrılacak zamanın da miktarını arttırmıştır.

Klasik iktisatçılar bireylerin giderek genişleyen mal dizilerini satın alarak doyumlarını “ençoklaştırmaya” çalıştıkları düşüncesinden hareket ettiklerinden onlara göre üretimin tek gayesi tüketimdir. Üretimin tek gayesi tüketim olarak kabul edildiğinde bu gelişmenin denetimli ve manipüle edilebilen tüketim için büyük fırsatlar yarattığı ve hatta “tüketimin üretilmesi”nden bahsedebileceği ileri sürülmektedir. Horkheimer, Adorno, Marcuse ve Lefebvre çalışmalarında kapitalist üretim sisteminin üretim süreçlerinde meydana gelen değişikliklerin de etkisiyle kaydettiği genişlemenin yeni pazarların inşasını, kamuların tüketiciye dönüştürülmesini, reklam ve medyanın kitlelerin “eğitilmesi” noktasında nasıl kullanıldığını ayrıntılı olarak ele alıp incelemiştirler. Sözgelimi; Horkheimer ve Adorno, üretim alanında tezahür eden meta mantığının ve araçsal rasyonelliğin aynısının tüketim alanında da görülebileceğini ileri sürmekte ve boş zaman uğraşları, sanatlar ve genelde kültürün, kültür endüstrisinin süzgecinden geçerek üretildiğini belirtmektedirler (Featherstone 1996: 37-38). Bu sürecin en önemli sonuçlarından biri “sistemin okunabilirliği”nin ortadan kalkması ya da daha temkinli bir ifade ile böyle bir “okuma”nın giderek güçleşmesidir. Bir anlamda eleştirel toplum kuramlarının sıkıntısı da burada ortaya çıkmaktadır. Çünkü hiçbir şeyi dışarıda bırakmama kapasitesine sahip olan “kaotik” bir sistemi kuşatıp kavrayabilecek eleştirel bir yaklaşım geliştirebilme güçlüğü! Çünkü modern kapitalizm, toplumsal ve mahrem hayatın en ücra köşelerine, şimdiye kadar her nasılsa masumiyetini ve masumiyetini koruyabilmiş en kuytu yaşam alanlarına öylesine sızmış, öylesine nüfuz etmiş ve buralara kendi mantığını öylesine dayatmıştır ki, sistemi topyekûn karşısına alabilen radikal bir eleştiri imkânı neredeyse ortadan kalkmış gibi görünmektedir. Günümüzde kapitalizm eskiden savunmuş olduğu o hazzı açıkça reddetmese de en azından erteleyen, tembelliğe ve “asalaklığa” karşı çalışmayı ve üretmeyi, “har vurup harman savurmaya” karşı tasarrufu öneren püriten ahlaka dayalı katı “çalışma etiği”nden vazgeçerek, onun yerine, “faydacı” çalışma değerleri ile “varoluşsal” boş zaman değerlerini uzlaştıran, daha hazzı ve daha esnek bir “çalışma etiği”ni pazarlamaya çalışmaktadır (Argın, 2003: 113 - 227).

Knight (Baudrillard, 2008: 78) “ihtiyaçlar(ın) ekonomi biliminin ilgilendiği tüm bilinmeyenler arasında en inatçı bilinmeyen” olduğunu belirtmektedir. Toplumsal bir varlık olarak insanın “ihtiyaçlar”ının sınırı yoktur. Örneğin; insan niceliksel anlamda sınırlı

miktarda besin alabilir çünkü sindirim sistemi sınırlıdır ama besinin kültürel sisteminin kendisi sonsuzdur (Baudrillard, 2008: 73). Kapitalizmin dıştan bir tanımlamayla ihtiyaçlar yelpazesini sürekli olarak genişlettiği, günün şartlarına uygun yeni ihtiyaçlar üreterek yeni bir evreye girmekte olduğu gözlenmektedir. Kapitalist sistem metaların tüketimi için bunları "ihtiyaç" olarak sunma stratejisi götüğünden birey, sunumu yapılan onca malın gerçekte, ihtiyaç olup olmadığını anlamakta güçlük çekmekte ve iktidar aygıtlarının gücü karşısında "birey bilinci" sürekli maniple edildiğinden bireylerin "seçmeci ilgi" yetileri dumura uğra(tıl)maktadır (Aytaç, 2006: 34).

Bu çalışmada, tüketimin/tüketimciliğin bir yaşam biçimi olarak dayatılmasının sağlanmasına yönelik olarak kapitalizmin tarihsel süreç içerisinde sert mallardan yumuşak mallara doğru göstermiş olduğu makas değişiminden hareketle arzu/nun üretimi ya da nesneleş(tiril)mesi üzerinden kendisini nasıl ürettiği hususu üzerinde durulacaktır.

### **Kapitalizm: İktisadi Aklın Keşfi / Yükselişi**

Kapitalizm, köken itibarıyla "kapital" kelimesinden türetildiğinden sermaye, kapitalizm için kilit bir kavramdır. Modern kapitalizmin analizi için gerekli olan temel kavram somut bir grup insan ya da kapitalistler değil aksine tüketiciler tarafından satın alınacak malları üretecek makine ve binalara yatırılan sermayedir (Bocock, 2009: 44). Geçmişte harcanmış emeğin tükenmemiş olan kısımlarına göndermede bulunan sermaye genel olarak birikmiş zenginlik anlamına gelmektedir. Fakat bu genel bir tanımdır ve kapitalizm dışındaki toplumsal üretim sistemlerinin ürettiği tüm maddi mallar için de kullanılabilir (Yırtıcı, 2005: 30). Fakat kapitalizmi diğer üretim sistemlerinden ayıran en önemli fark sermaye birikimini maksimum düzeye çıkarmak ve bu ihtiyacı sürekli diri tutmak için sosyal maliyetlerini hesaba katmaksızın üretim üzerinde odaklanması ve gerekirse yeni toplumsal örgütlenmelere gitmesinde ve hatta çoğu zaman bu ilişkiler ağını kurumsallaştırmasında yatmaktadır. Mumford (1996: 290) sistemin kar elde etme / üretme noktasındaki katılığını şöyle ifade etmektedir: "Parasal kazancın genişlemesiyle elde edilen sınırsız güçten doymak bilmez hazza kadar bu güç kompleksiyle ilgili en çarpıcı şey, onun diğer insani ihtiyaçlara, normlara ve hedeflere olan kayıtsızlığıdır. Bu kompleks en iyi, ekolojik, kültürel ve kişisel bir çölde işler."

Benzer bir çözümleme kapitalizm için de yapılabilir. Bu açıdan düşünüldüğünde kapitalizmin ve dolayısıyla kapitalizmin geliştiği toplumların tarihi, öncelikli olarak iktisadi

akılsallığı engelleyen kısıtlamaların adım adım kaldırılmasının ve ardından da yeni sınırların dayatılmasının tarihi olarak kabul edilebilir. Diğer bir ifadeyle, kapitalist toplumun merkezi sorunu ve politik çatışmalarının merkezi konusu, başlangıçtan itibaren, iktisadi akılsallığın içinde hareket etmesi gereken sınırlar sorunudur (Gorz, 2007: 161). İktisadi akılsallık, geleneksel düzenin çözülmesiyle dinin gelenek ve buyruklarının dayattığı iç ve dış sınırlardan kurtulmaya paralel olarak yavaş yavaş gelişmeye başlamıştır. Bundan önce akıl dinin buyruklarına ve geleneğe göre hareket ettiğinden “iktisadi akılsallık” köle konumundadır. Kendine yabancı veya hatta ters istekleri düzenlemek ve politik veya dinsel otoritelerin verdiği hedeflere hizmet etmekle yükümlüdür. Dolayısıyla kapitalizm, nihayetinde bütün ayak bağlarından kurtulmuş olmayı simgeleyen iktisadi akılsallığın ifadesidir. Kapitalizmin gelişmesiyle akılcılaştıran iktisadi faaliyet insanların davranış ve ilişkilerini “nesnel” biçimde yani karar vericinin özelliğini soyutlayarak ve karar vericiyi ahlaki tartışmadan kurtararak örgütleyebilmiştir. Sorun artık iyi ya da kötü davrandığını bilmek değil sadece eylemin doğru hesaplanıp hesaplanmadığıdır. Kararın kılavuzu ve uyulması gereken davranış olarak “ekonomi bilimi” özneyi edimlerinin sorumluluğundan kurtarmaktadır. Özne, iktisadi akılsallığın cisimselleştirdiği “sermayenin memuru” haline geldiğinden/getirildiğinden kendisini verdiği kararlarının sorumluluğunu üstlenmek zorunda hissetmemektedir (Gorz (2007: 155). Çünkü birey gayri şahsileştirilmiş bir ilişkiler sistematığının içine alındığından kararlarının ahlaki niteliği bireyden gizlenmiş ve hatta daha da önemlisi verilen kararlar sonuçlarından ayrılmıştır. Kısacası fiil ile sorumluluk arasındaki kritik bağ koparılmıştır (Özel, 1997: 30).

Kapitalizm, aslında üretimin yerel ve mahalli pazarların sınırlamalarından kurtulmasından beslenmektedir. Braudel (2004a: 17) geleneksel toplumlarda pazarların kendi aralarında yüzyıllar boyunca tutunabilmelerini bu pazarların “sağlam basitliği” içinde yenilmesinin mümkün olmamasına bağlamaktadır. Çünkü bu pazarlarda genel olarak yakınlardaki bahçe ve tarlalardan getirilmiş taze ve çabuk bozulan mallar satışa sunulmaktadır. Bu pazarlar aracı gerektirmediğinden ve satışlar ilk elden yapıldığından aldatmalara karşı da son derece korunaklıdırlar. Fakat bunların hepsi kendi içinde bazı avantajlara sahip olsalar da kapitalizmin gelişmesi için ciddi manada engel teşkil etmektedir. Çünkü münferit ihtiyaç, intizamsız talep, bölgesel kaynaklara ya da kişisel arzulara intibak, küçük toplulukların ve el sanatları işlemlerinin tüm özellikleri otomasyonu tamamlamak için

yeterince teşvik edici olmak bir yana aksine ona ulaşmak için birer engel (Mumford, 1996: 306) teşkil etmektedirler.

Kapitalizm, aslında bu kısır döngünün kırılmasını ve toplumun ticarileşmiş bir ekonominin gereklilikleri çerçevesinde yeniden örgütlenmesini dayattığından üretimin kapalı ekonominin sınırlamalarından kurtulması ve dolayısıyla onun niteliğini değiştirmiştir. Daha önce cemaatin ihtiyaçlarını karşılamak ve mübadele etmek için toprağa bağlı olarak ihtiyaca göre üretim yapılırken kapitalizmin gelişmesiyle birlikte yeni dönemde üretimin doğrudan satış amacıyla yapıldığı bir durum ortaya çıkmıştır (Yırtıcı, 2005: 35-36). Gorz, ortaya çıkan bu yeni durumu iktisadi akılcılaştırma ile açıklamaktadır. Ona göre iktisadi akılcılaştırmanın temeli, sayma ve hesaplama dayanmaktadır. Zira insanın faaliyetleri bu iktisadi hesaba tabi olmadığı sürece iktisadi akılsallıktan yoksundurlar. Bu faaliyetler yaşamın zamanını, hareketini ve ritmini birbirine karıştırmaktadırlar. Gorz'un ifadesiyle, ailemi, bir eşeği ve iki keçiyi besleyecek bir şeyi bir parça toprakta yetiştirdiğim sürece; mutfakta ve ısıtmada kullanacağım odunu dağın yamacından ve komşu ormanlardan kestiğim sürece benim çalışmamda iktisadi akılsallık yoktur. Fakat kendi tüketimim için bir şey üretmeyip pazar için ürettiğim andan itibaren her şey değişir (2007: 138-139).

Mumford (2007: 503)'un da belirttiği gibi kentle olan ilişkisi bağlamında kapitalizm başlangıcından itibaren tarihsellik karşıtı olmuştur. Son dört yüz yıl içinde ise gücünün artmasına paralel olarak yıkıcı dinamizmi daha da artmıştır. Kapitalist sistemde insani sabitlerin yeri yoktur. Diğer bir ifadeyle kapitalist modelin tanıdığı sabitler yalnızca hırs, açgözlülük, kibir, para ve güç arzusudur. Kapitalizm sermayenin sınırsız miktarda biriktirilmesine imkân vermekle birlikte paraya ekonomi dışında da çok ciddi misyonlar atfeder, işlevler yükler. Braudel (2004a: 340) bunu şöyle açıklamaktadır: "Kapitalist başarının temeli paraya dayanmaktadır. Fakat para, yatırım kapasitesinden çok daha başka bir şeydir. Para, toplumsal itibar sağlamakta, bunun arkasından da bir dizi güvence, ayrıcalık, suç ortağı ve himaye gelmektedir. Para, işler veya ortaya çıkan fırsatlar arasından seçim yapabilmek – ve aynı anda hem bir cazibeyi hem de bir ayrıcalığı seçebilmek – dar bir akımın içine zorla katılabilmek, taklit edilen avantajları savunmak, kayıpları telafi etmek, rakipleri defetmek, çok yavaş ama umut veren geri dönüşleri beklemek ve hatta hükümdarın teşvik ve yardımlarını elde etmek olanakları arasında seçim yapabilmek demektir. Nihayet para, daha fazla para sahibi olma özgürlüğüdür, çünkü yalnızca zenginlere borç verilmektedir." Mumford (1996: 287) ise kapitalist sistemin paraya atfettiği önemi şöyle ifade etmektedir:

“Para ya da onun efsunlaşmış ve potansiyel olarak sınırsız muadili olan kredi esasında sistemin ebed müddet işlemeye devam edeceğine dair dindarca bir inanıştır.”

Yeni milli pazarların ve dış piyasaların açılması, el sanatları atölyelerinden büyük ölçekli işletmelere geçiş, kapitalist sistemi durmadan, yorulmadan, iç dinamiklerinden kaynaklanan bir devrim ve yenilenme havasında tutmaktadır. Tüm bu elemanlar sürekli olarak eski faktörleri yok ederek yerlerine yenilerini yarattıklarından bu “yaratıcı yıkım” kapitalizmin gelişimin esas temelini oluşturmaktadır. İster istemez her kapitalist girişimci bu sisteme ayak uydurmak zorundadır. Sistem doğası gereği durağan/statik bir karakter göstermediğinden gelişimini ekonomik hayatın daima değişen bir sosyal ortam içinde akmasına ve ekonomik aksiyonun verilerini de değiştirmesine borçludur. İnsanlık tarihinde savaş, devrim, vb. bazı mutasyonlar endüstriyel değişimlere sebep olsalar da bütün bunlar harekete geçirici bir motor özelliği taşımazlar. Kapitalist rejimin geliştirici karakteri sermayenin ve nüfusun otomatik olarak artmasına ya da para sisteminin kaprislerine bağlı değildir. Bunlar birer faktör olarak sebepleri değil koşulları oluşturmaktadır. Çünkü kapitalist mekanizmayı çalıştıran ve çalışmasını devam ettiren; yeni tüketim maddeleri, yeni üretim metotları, yeni ulaşım yolları, yeni pazarlar, yeni endüstriyel örgütlenme tipleri (Schumpeter, 2007: 103-104) ve belki de bunların hepsinden de önemlisi risk almayı seven, gözü kara, hayata tüccar mantığıyla bakan, para kazanmak için her şeyi ranta tevhit etmeyi ve metalaştırmayı meşru gören bir düşünce sisteminin itibar görmesinde yatmaktadır.

### **Yaratıcı Yıkma ya da Düzensizliğin Düzeni**

Kapitalist ekonomik düzenin tarihine bakıldığında toplumsal hayatın ve insanların yaşamlarının bu güçler tarafından daha önce tarihte görülmemiş bir hız ve ölçekte değiştirildiği, maddi yaşamda sürekli bir alt üst oluşlar yaşandığı görülmektedir. Bu sonu gelmeyen değişimler modernleşmenin ve kapitalist ekonominin kendine özgü iç dinamikleri olan sürekli üretim, üretim araçlarının yenilenmesi, yeni üretim biçimlerinin geliştirilmesi, yeni pazarların bulunması ve yayılma zorunluluğu gibi parametreler kapitalizme devamlı gelişmek, genişlemek ve büyümek yönünde bir dinamizm kazandırmaktadır (Yırtıcı, 2005: 10 & Rosenberg - Birdzell, 1992: 172 - 173). Sistem iktisadi rasyonalite ve verimlilik üzerine kurulduğundan niteliğin yerine, sınırlayıcı hiçbir ilke kabul etmeyen niceliği ön plana çıkarmaktadır. Hesaplanabilir kılmak için nicelikselleştirilen iktisadi akılcılaştırma, sahip olunanla, yapılanla veya yapılması tasarlananla tatmin olmayı sağlayacak bütün ölçütleri



ortadan kaldırmaktadır. Her şey niceliğin gereklerine göre örgütlendiğinden geleneksel düzenin belirlediği “yeterli” ve “fazla” kategorileri arasındaki sınırlar aşınmakta ve kişi neyin yeterli neyin fazla olduğunu ayırt edemez duruma gelmektedir. Çünkü ölçüt aracı olarak nicelik kabul edildiğinde hiçbir nitelik kendi içinde mukayese edilmek bir yana sürekli olarak daha büyükleriyle kıyaslandığından yeterli kategorisi kaybolmakta ve sürekli “psikolojik yoksulluk” üretilmektedir. Gorz (2007: 144) bunu şöyle açıklamaktadır: Değerlendirme ölçütlerimiz değiştiği zaman, “hiçbir işletmenin kazandığı para fazla olmaz; hiçbir işçi fazla üretken olamaz. Hiçbir nicelik mümkün olan en büyük nicelik değildir, hiçbir başarı daha büyük bir başarının hayal edemeyeceği kadar büyük değildir, her bir kişinin yetenekler ve meslekler hiyerarşisinde işgal ettiği sıra öz olarak görece bir sıradır. Onu belirleyecek olan ise başkaları ile yapılacak karşılaştırmasıdır. Çünkü kendini onlarla ölçmesi gerekmektedir. Kişi, hiç bitmeyen bir rekabet ortamında ancak onları aşarak kendi bulunduğu yeri hak edebilir. Hiçbir otorite, hiçbir standart bu yeri ona garanti edemez.”

Sosyolojik açıdan toplumdan bağımsız bir iktisat anlayışının ve piyasa ekonomisi varlığı düşünülemez. İnsanlık tarihinde kapitalizm öncesi ekonomik sistemlere göz atıldığında toplumun iktisadi sistemin işleyişine hâkim olduğu görülmektedir. Geleneksel iktisat sisteminde üretim, mübadele ve tüketim toplumun temel dünya görüşüne, örf ve adetlerine, asırlar boyu süre gelmiş alışkanlıklarına göre düzenlenmektedir. Toplumun dünya görüşünün temelini oluşturan din, iktisadi sistemin işleyiş kurallarını da belirlemekte ve bireyler de bu kurallara uymakta (Özel, 1998: 7 - 8) ya da çeşitli uyum mekanizmaları tarafından uymaya zorlanmaktadır. Yeni iktisadi gelişmelerin bireyleri dini veya siyasi dayanışmanın desteğine muhtaç olmaktan çıkarmasıyla, bireyi sınırlayan dini veya geleneksel buyruklar sorgulanmaya başlanmıştır. Daha doğrusu, verilecek kararların referans kaynağı bizzat yapılan işin içinde, onun maddi verimliliğinde aranmaya başlanmıştır. 17. yüzyıl iktisadi düşünürlerinin eserlerine hâkim olan ruh budur. Modern iktisadi düşüncenin temellerini atan bu pratik düşünürler hem iktisadi ilişkileri gerçek (sosyo-kültürel) bağlamlarından soyutlamış, hem de iyi-kötü, doğru-yanlış hükmü verirken dini buyruk ve otoritenin yerine “iktisadi verimliliği” referans kaynağı olarak almışlardır. Böylece, tıpkı tabiat bilimlerinde olduğu gibi laikleştirilmiş bir “bilgi” alanı ortaya çıkmıştır (Özel, 1997a: 34).

Normalde alıcı ile satıcıyı buluşturan pazar yerleri insanlık tarihinin ilk devirlerinden itibaren hep var olagelmıştır. Ama pazar veya piyasa hiçbir zaman günümüzde olduğu gibi tanrılaşmamıştır. Cox (2006: 25) her zaman “pazar”dan başka değer ve anlam merkezleri yani

başka tanrılar hep var olduğunu belirtmektedir. Kapitalizm öncesi dönemde toplum iktisadi sistemin işleyişine hâkim olduğundan pazar da tıpkı diğer toplumsal kurumlar gibi bir kurumdur. Fakat kapitalizmin gelişmesi ve derinlere kök salmasıyla pazar diğer kurumlardan bağımsız bir işleyişe kavuşarak tanrısal bir karakter kazanmış ve süreç içerisinde diğer tanrılar arasından sıyrılmış ve baş tanrı haline gelmiştir. Şeriati (1994: 128)'nin ifadesiyle “kurucusu para olan din yine o paranın koruyucusu olmak zorundadır. Başka şekilde olmasına imkân yoktur.” Bu anlamda kapitalizmin bir din olduğu düşünülecek olursa bu dinin de kendine göre amentü şartları, mabetleri, müfessirleri, vaizleri, kendine özgü bir ahlak anlayışının varlığından söz edilebilir. Piyasa tanrısının kulu olan insanlar bu dinin mabetleri olan bankalara ve borsalara girerken ya da gişelerin önünde saf tutarken kendiliğinden dinsel bir sessizliğe bürünmektedirler (Boff, 1997b: 316).

Geleneksel toplumlarda örgütleyici çekirdeğin din olduğunu kabul edersek kapitalist üretim ilişkilerinin yön verdiği modern toplumda ise bunun “sermaye” olduğunu söyleyebiliriz. Toplumsal değer yargılarının “yapı bozumuna” uğratarak toplumun ekonomik öncelikler çerçevesinde yeniden örgütlenmesi ve bunu da bir dereceye kadar başarılması kapitalizmin toplumsal yaptırım gücünü arttırdığından onu kendi kurallarını kendi koyar hale getirmektedir. Günümüzde bireyler ve toplum bu kurallara uymaya zorlanmakta ve bir şekilde buna ikna edilmektedir. Hesapçı düşünmeye yatkın hale getirilen zihin yapısı süreç içerisinde insanların duygu, düşünce ve davranışlarını rasyonalize ettiğinden düşünsel açıdan metafizik inançları, mistik düşünceleri ve kavramları itibarsızlaştırmakta ve bunlar karşısında bireyi özgürleştirmektedir. İnsanın içgüdüsel olarak doğasından kop(arıl)ması kaçınılmaz olarak onun; bilinç ile bilinçdışı, ruh ile doğa, bilgi ile inanç arasında ciddi derecede çelişkiler yaşamasına yol açmaktadır (Jung, 1999: 102).

Bireyin sahip olduğu akıl yetisinin teolojik anlamda “boyun eğen akıl” konumundan kurtarılarak özgürleştirilmesi ve bunun yerine Gorz'un ifadesiyle “iktisadi aklın” devreye girmesi hem amaçlarımıza erişebilmemiz için gerekli yöntemleri hem de bu amaçların yeniden düzenlenmesini beraberinde getirmiştir. Schumpeter (2007: 155)'in ifadesiyle; “genetik görev duygumuz, geleneksel temelinden yoksun olarak, insaniyetin daha da iyileşmesi için yararlı düşünceler üzerine yoğunlaşmaya ve Allah korkusundan daha etken bir ivmeyle çalışmaya başlamıştır.”

Kapitalist sistemin önceliklerine göre programlanmış bir toplumda insanların hayatları; çıkarları sürekli değişmeden, kriz ve kaostan yana olan bir egemen sınıf tarafından kontrol edilmektedir. Durmaksızın sarsıntı, dinmek/bitmek bilmez belirsizlik ve kaynaşma, bu toplumu yıkmak yerine ona hizmet etmekte ve onu sağlamlaştırmaktadır. Her kriz durumu bir fırsatı içerdiğinden yıkımlar toparlanma ve yenilenme için iştah kabartıcı fırsatlar halini almakta, parçalanma harekete geçirici ve dolayısıyla bütünleştirici bir güç olarak işlev görmektedir. Modern egemen sınıfa gerçekten korku salan ve onun kendi imgesinde yarattığı dünyayı gerçekten tehdit eden tek bir hayalet vardır ki; bu geleneksel elitlerin hep özlemini duydukları şey istikrardır (Berman, 2009: 135-136). Sistem, sürekli değişimden yana olduğundan ve devrimci bir mantıkla çalıştığından dolayı istikrardan adeta “nefret” etmektedir. Braudel (2004b: 542)’in de belirttiği gibi sistemin uyum sağlama kapasitesi, çevikliği, esnekliği, tekrarlanan/vurgulanan gücü onu tüm tehlikelerden korumamaktadır. Büyük bunalımlar sırasında birçok kapitalist düşmekte, bazıları ayakta kalmakta, bazıları da alana yerleşmektedir. Çoğu zaman tabandan gelenler tarafından yeni çözümler yaratılarak yenilenmiş, güçlenmiş ve eskisi kadar çevik ve hatta daha etkin bir kapitalizm ortaya çıkmaktadır. Amsterdamlı ünlü iş adamı Henry Hope’un 1748 tarihinde İngiltere-Hollanda arasındaki savaştan sonra ticaret hakkında söylediklerini kapitalizm için uyarlayacak olursak; “sık sık hastalanır ama asla ölmez.” tespitini yapmak mümkündür.

Kapitalizm her şeyi yıkarak ekonometrik bir bakış açısıyla yeniden inşaaya yöneldiğinden kapitalizmin temel sorunu insani olanakların, insanların ve toplumların “birbirine değme noktalarının iğdiş etmesinde” yatmaktadır. Sistem bunu yeni farklı olana vurgu üzerinden yapmaktadır. Simmel (2009: 116)’in de belirttiği gibi nesnel bir bakış açısıyla düşünüldüğünde moda uygun bir hayat, tahrip etmekle inşa etmenin bir karışımıdır. Burada içeriğe karakteristik özelliğini veren şey daha önceki bir formun tahrip edilmesidir. Bu hayat, tahrip etme güdüsünün sağladığı tatminle olumlu unsurlara yönelik güdüyle olumsuz unsurlara yönelik güdünün artık birbirinden ayrılamayacağı, kendine özgü bir birliğe sahiptir. Toplumsal hayat kurallarından arındırıldıkça ve toplumsal ilişkiler farklılaşıp istikrarlı normlarca daha az yapılanmış hale geldikçe tüketim toplumu, özünde kendiliğinden kültürel bir toplum haline gelmektedir (Featherstone, 1996: 40).

Berman (2009: 142) kapitalizmin, bütün sabit olan dayanak noktalarını yok ederek katı olan her şey buharlaştırdığının altını çizmekte ve bunu şöyle ifade etmektedir: Sırtımızdaki giysilerden onları dokuyan tezgâh ve makinalara, makinaların başında çalışan insanlara,

işçilerin yaşadığı ev ve mahallelere, işçileri sömüren şirketlere, kasabalara, şehirlere, koca koca bölgelere, onları içine alan uluslara kadar bütün bunların hepsi ertesi gün yıktırılmak, dağıtılmak, parçalanmak ve yerle bir edilmek üzere yapılmaktadır. Öyle ki ertesi hafta yeniden işlenebilsin, yerine konabilsin ve bütün bu süreç, inşallah sonsuza değin, tekrar tekrar çok daha karlı şekillerde devam etsin.” Baudrillard (2008: 16) ise aynı şeyi kurt çocuğun kurtlarla yaşaya yaşaya kurda dönüşmesi örneğinden hareketle açıklamaktadır. Bizler artık nesnelere çağında yaşıyoruz ve nesnelere tarafından yavaş yavaş işlevselleştiriliyoruz. Bu çağda bizler nesnelere ritmine ve onların hiç kesintisiz art arda gelişine göre yaşamımızı sürdürüyoruz. Çünkü geçmiş uygarlıkların tümünde dayanıklı nesnelere, araçlar veya binalar kuşaklarca insandan daha uzun yaşamışken, bugün onların doğmasını, gelişmesini ve ölmesini izleyen bizleriz. Geleneksel toplumlarda ve nispeten kapitalizmin gelişim evresinde mallar ömürlük kullanım için üretilirken günümüzde malların kullanım süreleri kısaltılarak “planlı eskitme” ile tüketim seri hale getirilmiştir. Her şey anlık olarak kitlelerin tüketimine sunulmakta ve tüketim bir anlamda törenselleştirilmektedir. Bundan dolayı Bauman (2006: 94) tüketim toplumunun ekseriyetle “unutmayla” ilgili olduğunu ileri sürmektedir.

Her şeyin metalaştırılarak pazar ortamına indirgenmesi görünüşte alabildiğince demokratik bir ortam görüntüsü vermektedir. Berman (2009: 137)’ın ifadesiyle; “sistem herkesin kendini geliştirmesini teşvik eder, hatta bunu zorlar. Ama insanlar ancak sınırlı ve çarpıtılmış şekillerde gelişebilirler. Piyasanın kullanabileceği özellik, güdü ve yetenekler (çoğu zaman yeterince olgunlaşmaya fırsat bulamadan) gelişmeye itelenir ve geride hiçbir şey kalmayana değin sıkılır, suyu çıkarılır. Bunun dışında, içimizde pazarlanması mümkün olmayan ne varsa ya zorbaca bastırılmakta ya kullanılmamaktan körelir ya da hayata geçecek fırsatı bile bulamaz.” İster üretici isterse de tüketici olsun kapitalist ekonominin sınırları dâhilinde yaşayan herkes onun beraberinde getirdiği acımasız rekabetin baskısını çok yoğun bir şekilde hissetmektedir. Bir disipline etme aracı olarak işlev gören baskı; insanları işini sürdürebilmek/büyütebilmek için yenilik yapmaya zorlamaktadır. Kendi iradesiyle aktif biçimde değişmeyen veya direnen kişi piyasaya hükmedenlerin zorbaca dayattığı değişmelerin pasif kurbanı olmaktadır (Berman, 2009: 134).

Sosyolojik açıdan nasıl ki toplum içinde en az ilgiye sahip olan bir birey üzerinde iktidar kurulmaya en müsaitse ya da diğer bir ifadeyle iktidar nasıl ki gücünü zayıflar üzerinden gösteriyorsa kapitalist sistem de aynı yolu takip etmektedir. Sistem güç üzerine kurulduğundan cezalandırmalar zayıflar üzerinden uygulamaya konulmakta uzman olmayan

elemanlar ve işe yaramayan metotlar kibarca sistemin dışına itilmektedir. Bütün girişimcileri tehdit eden iflas korkusu sürekli canlı tutulduğundan pek çok adil ve doğru cezalandırma sisteminden çok daha etkili bir şekilde işlemektedir. Sonuç olarak başarı ya da başarısızlık her ikisi de ideal bir şekilde objektif kalmaktadır (Schumpeter, 2007: 93). Hangi sınıftan olursa olsun, modern toplumda insanların varlıklarını sürdürebilmeleri için kişiliklerin de bu toplumun akışkan ve açık biçimine girmesi gerekmektedir. Modern insanlar değişimi arzulamayı öğrenmek, kişisel ve toplumsal hayatlarında değişikliğe açık olmaktan öte, onu pozitif anlamda istemek, aktif olarak peşinde koşmak ve ona uymak zorundadır. Gerçek ya da fantezileşmiş bir geçmişin “yerleşik, donuk ilişkileri”ne nostaljik gözyaşları dökmek yerine hareketlilikten haz duymayı, yenilenme peşinde koşmayı, yaşam koşullarında ve diğer insanlarla ilişkilerinde ileriye, gelecekteki gelişmelere bakmayı öğrenmek zorundadırlar (Berman, 2009: 136).

### **Normallik Standartlarının Anormalleş(tiril)mesi**

Sosyolojik olarak bir toplumsal olgunun normalliğinin asgari ölçütü genel olarak toplum tarafından makul ve meşru görülmesi ve arzulan bir durum olmasıdır. Tüketimin kültürel anlamı göz önüne alındığında kültüre, değerlere ve deneyimlere ilişkin boyutlar önem kazanmaktadır. Genel olarak ekonomik bakış açısıyla düşünüldüğünde tüketici, rasyonel davranan, gereksinimlerini en iyi nasıl gidereceğiyle ilgilenen bir varlık olarak düşünülür. Fakat yeni dönemde tüketim fizyolojik ihtiyaçlardan çok bedensel hazların ve spesifik alanların ihtiyaçları da göz önünde bulundurularak gerçekleştirildiğinden insanların incinebilirliği, kaygısı, rahatsızlığı ve hoşnutsuzluğu göz önünde bulundurulmakta ve bunları önlemeye yönelik motivasyonlar da dikkate alınmaktadır. Bu açıdan Don De-Lillo modern tüketimi bir “kitlesel anestezi” biçimi, “kültürün gerçek tehlike dokusunu yumuşatma” aracı olarak tanımlamaktadır. Tüketimin duygusal ve bedensel benliğin korunmasıyla ne kadar bağlantılı olduğunun farkına varmalıyız. Modern tüketim, anestezi stratejilerinin harekete geçirilmesiyle ilgili olduğuna göre, Giorgia Agamben’in “deneyimin yıkılması” tanımına başvurmalıyız. Agamben’e göre modern dünyanın özelliği “deneyime el konulması” ve ardından “laboratuar farelerinin bulunduğu labirent gibi kontrol edilen ve yönlendirilen bir deneyim biçiminin empoze edilmesidir (Robins, 1999: 182).”

Geleneksel toplumlarla mukayese edildiğinde modern toplumlar yüksek düzeydeki farklılaşma ile karakterize edilmektedir. İhtiyaçların sürekli değiştiği ve farklılaşmanın son

derece yoğun olduğu modern koşullar altında bireylerin ihtiyaçlarını saptayabilme yöntemleri oldukça şüpheli hale gelmektedir. Çünkü seçeneklerin bolluğu ile özdeşleştirilen modern tüketim toplumunda tüketici, tüketim malları arasında yapacağı seçimlerde ve ihtiyaçlarını saptamakta güçlük çekmektedir. “Seçeneğe” boğulan tüketicinin yeterli, güvenilir bilgiye erişim olanaklarının kısıtlı olması, ihtiyaçlarının geleneksel kültürel norm ve uygulamalardan bağımsız olarak giderek artması ve bir belirsizlik içinde her geçen gün farklılaşması böyle bir güçlüğü beraberinde getirmektedir. Offe'nin ifadesiyle geleneksel “normallik” standartlarından ve alışkanlıklarından her geçen gün daha da uzaklaştığından bu güçlük daha da artmaktadır (Yanıklar, 2006: 99). Kapitalizm kendisine öncelikli bir hedef olarak tüketimci siyasanın realize ettiği boş zamanı ele geçirerek maksatlı olarak kullanıma açmayı amaçlamakta ve bu anlamda yeni bir boş zaman etiği yaratma yoluna gitmektedir. Bu etik üzerinden tüketimcilik bir yaşam biçimine dönüştürülmek suretiyle marka ve sembollerin peşinden koşan tüketici bir bilinç inşa edilme yoluna gidilmektedir (Aytaç, 2004: 116).

Pazar bir anlamda serbestleşme, açılım, farklı bir dünyaya giriş ve yüzeye çıkmaktır. İnsanların faaliyetleri, mübadele ettikleri artık ürünler, yavaş yavaş pazarın bu dar çatlağından sızarak yayılmıştır. Bu geçiş başlangıçta Kitabı Mukaddeste belirtildiği gibi deveyi iğne deliğinden geçirmek kadar zor bir iştir. Fakat sonra deliklerin genişlemesiyle ve çoğalmasıyla toplum da koşunun sonunda “genelleşmiş bir pazar” toplumu haline gelmektedir (Braudel, 2004: 14). Eskiden ulusların, ulusların kendi içindeki şehirlerin kendi kaderlerine hükmedebileceklerine inanılırdı. Modern dünyada oluş(turul)an iktisadi ağ coğrafyanın denetiminden daha azadedir (Sennet, 1999: 31).

Pazarların benzeşmesi ve ardından da yüksek düzeylerde birleşmesi sonucu geleneksel kültürün belirlemiş olduğu “yeterli” ve “fazla” ölçütleri geçerliliğini kaybetmiş ve adeta normallik standartları anormalleşmiştir. Süreç içerisinde üretim ve tüketim alanında belli standartların oluşturulması her şeyin dünya ölçeğinde tasarlanmasına yol açmıştır. Sistem bütün insanların talep ve beklentilerini karşılamaya yöneldiğinden herkes için uygun bir şey öngörülmekte ve böylece kimse dışarıda bırakılmamaktadır. Ayrımlar zihinlere kazınmakta ve yaygınlaştırılmaktadır. İzleyicilere seri halinde nitelik hiyerarşisi ulaştırılması nihayetinde bunu bütünüyle niceliğe dökmekten başka bir işe yaramamaktadır. Herkes kendiliğinden, önceden bir takım göstergelere göre belirlenmiş standartlara uygun davranmalı ve belli başlı tüketici tipleri için üretilmiş olan kitlesel üretim kategorilerinden hangisi kendine denk düşüyorsa ona yönelmelidirler. Tüketiciler, araştırma kuruluşları tarafından çizilen ve

propaganda amacıyla kullanılanlardan ayırt edilemeyen haritalarda kırmızı, yeşil ve mavi alanlarla değişik gelir gruplarına göre ayrılarak birer istatistik malzemesine dönüştürülmektedir (Adorno, 2009: 51). Uyum sağlamayan herkes ekonomik yoksunluğa mahkûm edilmekte ve bu garip münzevilere atfedilen zihinsel yetersizlikle sürdürülmektedir. İnsan bir kez işleyen sistemin dışına atıldı mı artık onu yetersizlikle suçlamak çok daha kolaylaşmaktadır. Arz-talep mekanizması günümüzde maddi üretim alanında dağılmaya yüz tutarken, üst yapıda egemenlerin yararına işleyen bir denetim mekanizması olarak iş görmeye devam eder (Adorno, 2009: 64).

Kapitalizm ihtiyaçlar yelpazesini genişleterek, ihtiyaçlar hiyerarşisini değiştirdiğinden dünün lüks olan şeyleri günümüzün asli unsurları haline gelmiştir. Normallik standartlarının değişmesi beraberinde mutluluğun mikyasını da değiştirmiştir. Veblen (2005: 33)'e göre; endüstriyel verim, endüstriyel süreçte yer alanlara rızıklarından daha fazlasını elde edebilecekleri bir alan açtığından endüstriyel tabana oturan geçim mücadelesi, insanları konfora yönelmeye itmiştir. Bu yönelim özellikle tüketimin sağladığı fiziksel konforda bir artışa neden olduğundan kazancın ve birikimin amacı malın tüketilmesine yönelmiştir. Bu üretim-tüketim senfoninin veya döngünün devam edebilmesi için üretilen ürünün daha hızlı bir şekilde tüketilmesi ve piyasanın sürekli olarak tüketmeye bağımlı/aç hale getirilmesi gerekmektedir.

### **Çalış ve Harca, Yetmez: Sistemin Bekâsı için Borc(l)a Yaşa!**

İnsani bir edim olan tüketimin ve iktisadi aklın gelişmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkan tüketim sektörünün varlığı temel bir gerçekliktir. Geçmişten farklı olarak günümüzde tüketimin mahiyetinin ve boyutu değişmiştir. 19. yüzyılda üretim sektöründe meydana gelen üretici güçlerin rasyonelleşmesi sürecinin 20. yüzyılda tüketim sektörüyle tamamlanma yoluna gidildiğini söyleyebiliriz. Mantıksal açıdan düşünüldüğünden işgücü olarak kitleleri toplumsallaştıran sanayi sistemi tamamlanmak ve kitleleri tüketim güçleri olarak toplumsallaştırmak için daha da ileri gitmek zorundaydı. Çünkü tüketmekte ya da tüketmemekte özgür olan savaş öncesinin küçük tasarrufçularının ya da anarşik tüketicilerinin artık bu sistemde yerleri yoktur (Baudrillard, 2008: 96). Tüketicilerin tüketmeye istekli hale getirilmesi için küreselleştirici aktörler medya, reklam, pazarlama, finans, vb. gibi stratejik sektörler üzerinden neyin nasıl üretilmesi, tüketilmesi ve pazarlanması gerektiğine karar vererek mal akışını kontrol etmekte ve tüketimi körükleyerek yüzlerce ulus devletin ve

milyonlarca askerin idare edemediği ya da yönetmekte ve kontrol etmekte zorlandığı milyarları basit bir mekanizma üzerinden disipline etmektedirler. Reklam, pazarlama, tanıtım, vb. kampanyalar vasıtasıyla tüketim mallarına talebin art(ırıl)ması insanları bu malların parasını ödeyebilmek için uzun saatler çalışmaya zorlamaktadır. Schor bunu “çalış-ve-harcasendromu” olarak nitelendirmektedir. Tüketime yoğunlaşma, birçok insanın daha az mal ve hizmet alma karşılığında daha az çalışma ve daha çok boş zaman seçeneğinden vazgeçmesi anlamına gelmektedir (Ritzer, 2000: 62).

Kapitalizmin gelişim evresinde sistem tasarrufu ve biriktirmeyi öne çıkardığı halde günümüzde harcamayı teşvik etmektedir. Yukarıda da belirttiğimiz gibi yeni dönemde kapitalizm çalış ve harca sendromu üzerinden kendini kitlelere sunduğundan tasarruf yapılmasına imkân vermek bir yana daha önceki dönemlerde yapılmış olan tasarrufların ekonomiye kazandırılması için olmadık yollara başvurmaktadır. Nasıl ki insanları bugünkü gelirlerini harcamaya ikna etmek zor ise geçmişte yapmış oldukları tasarrufları harcamaya ikna etmek daha da zordur. Fakat kapitalizm insanları harcamaya ve sahip olmaya ikna etmek üzere pek çok strateji geliştirmiş olup bu konuda oldukça zengin bir deneyime de sahiptir. Örneğin reklam sanayi insanları tasarruflarını harcamaya çekmek için baştan çıkarıcı reklamlar yaratmaya büyük önem vermektedir. Bankacılık sektöründe çeklerin yanı sıra insanların paralarına kolayca ulaşmalarını sağlayan bankamatik kartları ve kredi kartları (Ritzer, 2000: 194), taksitli satışlar, hediye ürünler, puanlar, indirimler, kampanyalar, vb. uygulamaların hepsi alışverişi ve tüketimi kolaylaştırıcı bir işlev görmektedir.

Tüketim toplumunda herkes pazarda özgür ve eşit olarak kabul edildiğinden bireyin yapacağı seçimler önceden yasal olarak belirlenmiş statü ya da kültürel yasaklamalarla sınırlandırılmamıştır. Dahası, tüketim kültürü kendisini rahatlık ve bolluğun demokrasisi olarak tasvir ettiğinden evrensel olma iddiasını gütmektedir. Özgür bir şekilde tüketmek, insanın temel bir hakkı olarak sunulmakta ve tüketici olma hakkı modern batılı öznenin doğumla beraber kazandığı ideolojik bir nitelik olarak düşünülmektedir. Benzer bir şekilde, kimin ne tüketeceği ya da ne kadar tüketebileceği konusunda herhangi bir sınırlama yoktur. Nihayetinde bütün sosyal ilişkiler, faaliyetler ve nesnelere en genel anlamda ilke olarak tüketim malları olarak mübadele edilebilmektedir. Herkesin tüketici olabileceği bir özgürlük alanı olarak betimlemesinden dolayı tüketim kültürü kendisini evrensel bir olgu olarak yansıtmaktadır. Slater (Yanıklar, 2006: 52-53) bu kültürün herkesi tüketmeye yönlendiren özel bir “özgürlüksüzlüğün özgürlüğü” olarak nitelendirebileceğimiz bir süreci beraberinde



getirdiğini ileri sürmektedir. Çünkü piyasa, eşitsizliği iyice perçinleyip güçlendirmektedir. Zira kuvvetli ile zayıf aynı basamaktadırlar ve sonuçta paradoksal bir biçimde kuvvetli olan istediğini dayatabilirken zayıfın elinde ise boyun eğmekten ya da piyasadan çekilmekten başka hiçbir alternatif kalmamaktadır. Dolayısıyla piyasa aslında bir kurbanlar üreticisidir (Boff, 1997b: 312).

Günümüz dünyasında ekonomi, gelecekteki gelirlerin harcanmasına, gelecek kazançların bugünküyle iç içe geçmesine her geçen gün daha da bağımlı hale gelmektedir. Yani elimizdeki ya da bankadaki tüm nakit paramızı harcamamız yeterli değildir. Ekonominin beklendiği ve alışık olduğu düzeyde sürmesini sağlamak için henüz kazanamadığımız paranın da giderek artan bir kısmını harcamamız gerekmektedir (Ritzer, 2000: 195). Bu açıdan biriktirmek, tasarruf etmek ya da yatırım yapmak sadece tüketici tercihinin gelecekte genişlemesi vaadinden dolayı bir anlam ifade etmektedir. Bununla birlikte bunlar sıradan tüketicilerin çoğunluğunca tercih edilen seçenekler değildir. Çünkü tüketicilerin çoğunluğu tarafından benimsenirlerse felakete sebep olurlar. Artan tasarruflar ve azalan kredi alımları kötü haberlerdir. Tüketici kredilerinin kabarması “işlerin doğru yönde ilerlediğinin” kesin işareti olarak görülür. Bir tüketim toplumu zevki erteleme çağrısını nazikçe karşılamayacaktır. Tüketim toplumu bir tasarruf cüzdanı değil, kredi kartları toplumdur. Bir “şimdi” toplumdur, isteyen bir toplumdur, bekleyen bir toplum değildir (Bauman, 1999: 50).

İhtiyaçlar yelpazesinin genişletilmesinin bir sonucu olarak birey ihtiyaçlarını karşılamak için sürekli çalışmaya mahkûm edilmekte ve emek proleterleştirilmek suretiyle işte ve işyerinde denetim altında tutulmaktadır. Birey sürekli olarak sisteme karşı borçlu olduğundan çalışmaktan başka bir şey düşünememekte ve bu bir kısır döngü oluşturmaktadır. İnsanlar hayat standardı adı altında dayatılan ideolojikleştirilmiş yaşam tarzından vazgeçememe pahasına buna katlanmaktadırlar. Bunun verili ve kaçınılmaz bir ilişkiler seti olarak algılanması ya da bunun bir kurgu olduğunun fark edilememesi insanın özüne yabancılaşmasını beraberinde getirdiğinden buna dayanak oluşturacak teolojik ve metafizik direnç noktalarını aşındırmakta ya da anlamsızlaştırmaktadır. Zira günübürlük hazlara endeksli bir yaşam süren insanın ruhu bir felsefe üretmeyeceğinden dolayı sistem kendisini sanki ontolojik anlamda verilmiş gibi kabul ettirmekte ve insanları hayatlarını buna göre yaşamaya davet etmektedir. Kendisini bu sistem üzerinden tamamlayan bireylerin tipik olarak önceliği sistemin kötüye gitmemesi adına mevcudu muhafaza etme ve sistem dışına itilmeden içeride kalarak oyuna devam etmektir. Çünkü sistem bireyi marjinalleştirmekle, toplumun

dışına itmekle tehdit ettiğinden muhalefetin çanına ot tıkamakta ve adeta onu da tüketmektedir. Bir anlamda muhalefette tüketildiğinden dolayı herkes sistem içinden konuşmaya ve sistem içi daha fazla talepte bulunmaya zorlanmaktadır. Fromm (1996: 30)'un ifadesiyle; ekonomik dizgenin özelliklerine göre saptanan yaşam biçimi, kaçınılmaz bir gereksinim olarak bireyi içinde yaşamak zorunda olduğu ve de yaşadığı toplumsal koşulları kabul etmeye zorlamaktadır.

Sennet (2010: 30) günümüzdeki bu belirsizliğin hiçbir korkunç tarihi felakete sebep olmadan var olmasına dikkati çekmekte ve bunu garip bulduğunu belirtmektedir. Günümüzde belirsizlik güçlü kapitalizmin gündelik işleyişine sinmiştir. İstikrarsızlık normal bir durumdur. Schumpeter'in girişimci figürü günümüzün sıradan insanı olarak takdim edilmektedir. Bütün bunlardan sonra belki de "karakterin aşınması" kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. "Uzun vade yok" anlayışı, uzun vadede kişinin davranışını yolundan saptırmakta, güven ve sadakat bağlarını zayıflatmakta ve iradeyle davranışı birbirinden koparmaktadır. "Güvenilir bir insan olmak için birilerinin bize ihtiyaç duyduğunu bilmemiz şarttır. Birilerinin bize ihtiyaç duyması için ise söz konusu ötekinin bize muhtaç olması gerekir. Karakterimizi ilgilendiren "bana kim ihtiyaç duyuyor" sorusu modern kapitalizmde yoğun bir saldırı altındadır. Sistem insanlara kayıtsızlığı aşılacaktır. Bunu ise "kazanan hepsini alır" piyasalarında olduğu gibi risk ve ödül arasındaki ilişkiyi kopararak insanın çabasını nafi hale getirerek yapmaktadır. Organizasyonlarda karşılıklı ihtiyaçları ortadan kaldırarak güvensizlik aşılacaktır. Ayrıca kurumları yeniden tasarlayarak, bütün çalışanları her an vazgeçilebilecek bir duruma getirerek yapmaktadır. Bu uygulamalar, insanın önemli ve başkalarına yararlı olduğu duygusunu apaçık ve vahşi bir biçimde baltalamaktadır. Böylece kendisine ihtiyaç duyulmadığını hisseden kişi doğal olarak çevresine tepkisiz kalacaktır (Sennet,2010: 153-154." Çünkü kapitalist sistemin üretim şekli nedeniyle insan korkak ve yabancılaşmış bir hale gelmektedir. Her geçen gün daha da büyüyen ekonomik ve bürokratik bir dev haline gelen sistem direnç odaklarını yok etmekte sistem karşısında yetersiz ve aciz hisseden bireyler yaratmaktadır. Böyle olunca bireyler toplumsal oluşumlara aktif olarak giderek daha az oranda katılmaktadırlar (Fromm, 2004: 66).

### **Arzunun Üretimi / Nesneleşmesi**

Kapitalizm bir anlamda Batı dünyası içinde belli bir doygunluk noktasına ve doğal sınırlarına ulaştıktan sonra kendi içerisinde yeni bir yol haritası belirlemeye koyulduğu

görülmektedir. Fordist üretim sisteminin katı, disipliner ve kitlesel üretim anlayışının piyasalardan gelen talep çeşitliliğine cevap verememesi ve piyasanın bu tip ürünlere doyma aşamasına gelmesi klasik üretim parametresinde bir makas değişimini beraberinde getirmiştir. Bu anlamda özellikle 1960'lı yılların sonlarından itibaren kapitalizmde üretimin merkezi bir kavram olarak önemini yitirdiği ve artık pek çok değerlendirmenin tüketim merkezli söylemler üstünden yapıldığını söyleyebiliriz. Baudrillard (2005: 63)'ın ifadesiyle her ne kadar üretimin ufku yok olmaya başlasa da sözün, cinselliğin ve arzunun ufku onun yokluğunu hissettirmemektedir.

1960'lı yılların sonundan itibaren toplumun standart tüketim kalıpları değişmeye başlamış, artan refah seviyesine bağlı olarak tüketici istekleri çeşitlenmiş “esnek” ve sürekli bir değişkenlik kazanmıştır. Fordist üretim sistemi doğası gereği katı olduğundan piyasadan gelecek talep ve çeşitliliğe cevap verecek durumda değildir. Bugün hâkim üretim pratiği olarak kabul edilen “esnek birikim” ise kendisini yeni gelişen tüketim ilişkileri içinde yapılandırmaktadır. Çeşitlilik, değişen isteklere anında cevap verebilmek ve hatta sürekli yeni ihtiyaçlar, istekler ve arzular yaratmak ve bunun beraberinde getirdiği sürekli değişim ve çeşitlenmeye uygun bir üretim organizasyonu sağlamak esnek birikimi oluşturan yapısal ilişkiler (Yırtıcı, 2005: 101) olarak öne çıktığı görülmektedir.

Toplumsal farklılaşma ve statü talebiyle harekete geçirilen ihtiyaçlar ve özlemler genellikle elde bulunan mallardan ve nesnel fırsatlardan biraz daha hızlı gitmeye eğilimlidirler. Ayrıca ihtiyaçların arttığını varsayan sanayi sisteminin kendisi de aynı zamanda mal arzına oranla ihtiyaçlarda sürekli bir artışı varsaymaktadır. Sistem, mallarla ihtiyaçlar arasındaki bu dengesizlik üzerinde vurgu yaparken bir çelişkiye varır: Büyümenin yalnızca ihtiyaçların artmasını ve mallarla ihtiyaçlar arasındaki belli bir dengesizliği değil, aynı zamanda ihtiyaç artışı ile üretkenlik artışı arasındaki bu dengesizliğin de artmasını içermesinin getirdiği çelişki. “Psikolojik sürekli yoksullaşma” ve işlevsel olarak büyümeye bağlı olan, ama sonu bir kopuş eşiğine infilak edici bir çelişkiye varabilen örtük kronik kriz hali bu yüzdendir (Baudrillard, 2008: 72).

Postfordist üretim ve tüketim modellerinin ortaya çıkmasıyla birlikte kapitalizmin kabuk değiştirmeye başladığını söyleyebiliriz. Üretim süreçlerinde meydana gelen değişimin bir sonucu olarak kapitalizm artık esasta bir “üretim toplumu” olmaktan çıkarak “tüketim toplumu” haline geldiğinden söz etmeyi mümkün kılmaktadır. Bu dönüşüm, insanların

dikkatini üretimden tüketime, emekten metalara, işyerinden vitrinlere yönelten güçlü bir etki yaratmaktadır. Bunda hiç kuşkusuz, kapitalizmin sermaye birikimi açısından ilgisinin üretim süreçlerinden, hızla metalaştırılan diğer yaşam alanlarına doğru yayılmasının büyük payı vardır. Zira kapitalizm artık, sadece bazı insanların “ter dökmesi”nden değil, aynı zaman da “ter atması”ndan da kâr elde etmekte (Argın, 2003: 226-227) hatta Jung (1999: 16)’ın ifadesiyle belirtecek olursak “duygusal dip akıntıları”nın izi sürülmektedir.

Wirth (2002: 102-103) kentsel yerleşim birimlerinde yaşayanların pek çok ortak hizmetten yararlanmakla birlikte gelirlerinin büyük bir bölümünü eğlenceye ve kendilerini geliştirmeye daha küçük bir bölümünü ise yiyeceğe harcadıklarını ileri sürmektedir. Sunulan ortak hizmetler kentlileri satın almaya zorlamasa da gerçekte ticari gelenekler tarafından sömürülmeyen herhangi bir insani gereksinim yoktur. Günümüzde bireyin ruhsal durumu reklam, propaganda ve diğer oldukça iyi niyetli (!) öğüt ve telkinlerle büyük bir baskı altında tutulmaktadır (Jung 1999: 82). Birey özgürleşmiş zevk arayışının nesnesi haline getirilmektedir. “Sınırsız zevk arayışı içerisinde bir hayat insanı budala yapar/yapmaktadır. Çünkü sonunda hepsine karşı tepki gösteremeyecek kadar uzun bir müddet / süre sinirleri en güçlü tepkiyle tahrip eder (Simmel, 2005: 173).” Hatta Wirth (2002: 77) daha da ileri giderek bunun insanları doğasından uzaklaştırdığını ve “bilincin kimsesiz”leştirdiğini şöyle ifade eder: Ona göre; “İnsanlık doğasından hiçbir yerde büyük kentlerin yaşam koşulları altında olduğundan daha fazla uzaklaşmamıştır.”

Kapitalizmin temel amacı her şeyi tüketimin nesnesi haline getirerek gündelik hayatı adeta bir tüketim karnavalına dönüştürerek yılın bütün günlerinde insanlara tüketme olanağı sağlamaktır. Bunun için ise insanların bu malları talep eder hale getirilmeleri diğer bir ifadeyle bu mallara karşı arzunun sistematik olarak imal edilmesi gerekmektedir. İkinci dünya savaşından sonra tüm dünyada tüketim eğilimlerinde ciddi derecede bir artışın olduğu gözlenmektedir. Basit anlamda düşünüldüğünde üretmek gibi tüketmek de doğal bir olgu olduğundan insanlar daha fazla mal veya hizmet talep ediyor olabilirler. Ritzer (2000: 50-51)’in tüketim araçları olarak nitelendirdiği alışveriş merkezleri insanlara istediklerini vermek, yeni istekler yaratmak ve süreç içerisinde bu istekleri karşılayanlara da kar elde etme olanağı sağlamak üzere çoğaldığı görülmektedir. Burada sorulması gereken temel sorun neden bu kadar çok insan bu kadar ister hale geldi? Ritzer bunu pek çok insanın daha fazla kaynağa sahip olmasına ve bu kaynakların büyük bir kısmının kişisel tüketime harcanmak istenmesine bağlamaktadır.

İyi işleyen bir tüketim toplumunda tüketiciler aktif olarak baştan çıkarılma peşindedirler. Ataları olan üreticiler ömürlerini üretim bandının birbirinin tıpkısı olan devirleri arasında geçirmişlerdir. Onlar ise sırf değişiklik olsun diye çekici bir şeyden ötekine, bir ayartmadan diğerine, küçük bir yiyecek kısıntısından bir başkasına, bir yemi yutmaktan diğerini yutmaya koşturup durmaktadırlar. Her bir ayartma, çekicilik, kısıntı, yem, bir öncekinden daha yeni, farklı ve daha dikkat çekicidir (Bauman, 2006: 96-97). Tüketici için, modern yurttaş için yeni etikte geleneksel çalışma ve üretim zorlamasının eşdeğeri olan 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 geçirmektedir. Modern insan tüketimci potansiyellerinin ve kapasitelerinin tamamını seferber etmeye odaklanmalıdır. Eğer bunu unutursa, kendisine mutlu olmama hakkına sahip olmadığı kibarca ve ısrarla hatırlatılmaktadır. Dolayısıyla modern insanın edilgin olduğu doğru değildir. Modern insanın sergilediği ve sergilemek zorunda olduğu sürekli bir etkinliktir. Aksi halde modern insan sahip olduğuyla yetinme ve toplum dışı olma (toplumun dışına itilme) riskiyle karşı karşıya kalacaktır (Baudrillard, 2008: 94).

Baudrillard (2005: 52)'in ifadesiyle; "bizim bütün kültürümüz erken boşalma dayanıyor. Üst düzeyde ritüelleşmiş bir süreç olan baştan çıkarmanın bütün biçimleri ve usulleri, doğallaştırılmış cinsel buyurganlık, bir arzunun hemen ve buyurgan bir üslupla gerçekleştirilmesi karşısında silikleşiyor. Ağırlık merkezimiz kesin olarak libido iktisadına doğru kaydırıldı: böyle bir iktisat anlayışı ise ister itkiye, ister makine gibi işlemeye ama en çok da bastırımın ve özgürleşmenin imgelemine adanmış olan arzunun yansızlaştırılmasından başka bir şeye yer vermiyor." Tüketme kapasitelerini arttırmak için tüketicilere hiçbir zaman soluklanma fırsatı tanınmamalıdır. Onların dur durak bilmeksizin uyanık ve teyakkuz halinde tutulmaları, daima yeni ayartmalara maruz bırakılmaları ve böylelikle asla yatışmayan bir heyecanlılık halinde ve de aslında sürekli bir kuşku ve memnuniyetsizlik halinde kalmaları gerekmektedir (Bauman, 2006: 96). Tüketim kapasitesini arttırmak için tüketicilere asla rahat verilmemelidir. Sürekli heyecan ve asla sönmeyen coşkunluk halinde kalmaları için devamlı olarak cezp edici yeni isteklere maruz bırakılmaları, aslında bir memnuniyetsizlik ve güvensizlik halinde kalmaları sağlanmalıdır (Bauman, 1999: 43). Tüketim piyasasının tüketicileri baştan çıkarttığı sık sık söylenir. Ama bunu yapabilmesi için baştan çıkartılmaya hazır ve istekli tüketicilere ihtiyaç vardır (tıpkı fabrika patronunun işçilerine emredebilmesi

için disiplinli ve itaatkâr alışkanlıklara sahip bir personele ihtiyaç duyması gibi). Gereği gibi işleyen bir tüketim toplumunda tüketiciler fiili bir şekilde baştan çıkartılma peşindedirler. Cazibeden cazibeye, ayartılmadan ayartılmaya, bir yemden diğerine atılarak yaşarlar. (Bauman, 1999: 43). Dolayısıyla, “günümüz toplumunun sayısı gittikçe artan alanları bir tüketim modeline uydurulduğu için, tüketiciliğin altta yatan metafiziğinin, süreç içinde tüm modern hayatın bir çeşit kendiliğinden felsefesi haline gelmiş olması her halde pek de şaşırtıcı değil (Bauman, 2010: 54).”dir.

Pek çok kültürde gereksinimlerin doyurulamaz olma olasılığı sosyal ya da ahlaki bir hastalık olarak kabul edilirken tüketim kültüründe bireylerin sınırsız gereksinimlere sahip olabileceği ilkesi, bu kültür içinde yaşayanlar için olağan kabul edilmekte ve daha genel olarak sosyo-ekonomik ilerleme için gerekli bir durum olarak görülmektedir (Yanıklar, 2006: 53). İmajlar, reklam medyası ve teşhirler, gündelik hayatın kentli bünyesinin faaliyetleri ve gösterileri yoluyla ticari manipülasyonun merkezi bir önem taşıması, arzuların imajlar yoluyla sürekli yeniden işlemden/gözden geçirilmesini gerektirmektedir. Şu halde tüketim toplumunun sadece başat bir maddeciliğin iplerini salıverdiği düşünülmemelidir. Çünkü aynı zamanda tüketim toplumu arzulara seslenerek hedonizmi, burada ve şimdi zevk peşinde koşulmasını, dışavurumsal hayat tarzlarının yeşertilmesini, narsistik ve bencil kişilik tiplerinin geliştirilmesini vurgulamaktadır (Featherstone, 1996: 120-187).

Modern kapitalizm, artık sadece tüketim ya da tüketici için üretimle yetinemez hale geldiği görülmektedir. Şimdi kapitalist rasyonalite açısından önemli olan, nicelik ve niteliği önceden hesaplanabilir bir tüketici kitlesine yönelik üretim değil öncelikle hesaplanmış nicelik ve niteliklerde bir tüketici kitlesinin kendisinin üretimidir (Argın, 2003: 113). Burada klasik anlamda kapitalizmin tamamen zıddı bir mantık devreye girmektedir. Mal veya hizmet üretmekten ziyade malı veya hizmeti tüketecek potansiyel hedef kitle üretilme yoluna gidilmektedir. Geleneksel anlamda düşünüldüğünde önce bir mal üretilir ve ona pazar aranır. Modern dönemde ise sipariş usulü üretim yapılmasından ziyade direkt olarak tüketici kitle üretilmeye gidilmektedir. Adı üzerinde sipariş istek veya talep üzerine gerçekleşmektedir. Ama üretmek istediğiniz malı tüketecek potansiyel hedef kitleyi ürettiğinizde ya da üretmeyi başardığınızda susuzluğunu deniz suyu içerek gidermeye çalışan bir kitle oluşturmuşsunuz demektir. Bu ise beraberinde müthiş bir ticari sirkülasyon getirmektedir. Bu sirkülasyonu sağlamanın temeli ise arzunun üretilmesinden ve bilinçaltına müdahale edilmesinden geçmektedir.

Kapitalist bakış açısıyla düşünüldüğünde yoksulluk aslında üretil(ebil)en bir illüzyondur. Yoksulluğun postmodernleşmesi anlamında arzunun sürekli olarak üretilmesiyle bireyler psikolojik açıdan yoksullaştırılmakta, bilinçaltına yoksul oldukları, toplumdan geri kaldıkları düşüncesi zerk edilmektedir. Adorno, (2009: 74) kültür endüstrisinin en önemli yasasının; insanların arzuladıkları şeylere kavuşmamalarını ve bu yoksunluk içinde gülerек doyuma ulaşmalarının sağlanması olduğunu belirtmektedir. İdeal olarak hiçbir şey bir tüketici tarafından sıkıca kucaklanmamalı, hiçbir dil ölüm bizi ayırana kadar taahhüdüne varmamalı, hiçbir ihtiyaç tamamen doyurulmuş olarak görülmemeli, hiçbir arzu nihai addedilmemelidir. Her bağlılık yeminine ve her taahhüde, bir sonrakine kadar şartı iliştilirilmelidir. Gerçekten önemli olan tek şey, bütün uğraşların uçuculuğu, yapısal geçiciliğidir. Bu, arzu nesnesinin tüketilmesi için gereken zamandan ya da daha doğrusu o nesnenin arzulanırlığının yok olması için gereken zamandan daha uzun soluklu olmasına hiçbir biçimde izin verilmeyen taahhüdün kendisinden daha önemlidir (Bauman, 2006: 94). Bunun için ise ihtiyaçlar, arzular ve istekler arasındaki sınırı silmek gerekmektedir. O zamana kadar kullanılan ürünleri kullanımdan düşürmek için daha az kullanım değerinde olan ama daha pahalı olan ürünleri arzulatmak ve sadece arzulan ürünleri gerekli kılmak gerekmektedir. İsteklere ihtiyacın acil zorunluluğunu vermek gerekmektedir. Kısacası bir talep yaratmak, üretilmesi en kârlı mallar için tüketiciler yaratmak ve bu amaçla bolluk içinde yenilikler ve hızla modası geçmeler yoluyla giderek daha yüksek düzeyde eşitsizlik üretimi yoluyla sürekli olarak kıtlıklar yaratmak gerekmektedir (Gorz, 2007: 144-145).

### **Kapitalist Yaşam Stratejileri ve Arzunun Manipülasyonu**

Tüketim oyununda üreticiler, tüketicilere nazaran daha üstün bir konumda bulunmaktadırlar. Bu azınlık grup bir yandan piyasadaki mal çeşitliliğinin derecesini belirlerken diğer yandan da yazılı basında ve medyada son derece çekici bir şekilde sergilenen reklamlarla tüketicileri yeni üretilen malları seçmeleri için sürekli olarak ikna etmeye çalışmaktadırlar. Dahası, tüketici seçiminin anıtı olarak kabul edilen serbest piyasa ekonomisinde tüketimin arttırılmasına yönelik bir çaba içerisinde sürekli olarak yaşamın nasıl olması gerektiğine ilişkin bir imaj yaratılmaya çalışılmaktadır. Bu şartlar altında tüketicinin özgürlüğü ve bireysel seçim ilkesi yalnızca endüstriyel sistemin ideolojisine hizmet eden bir aldatmaca olarak kalmaktadır (Yanıklar, 2006: 99). İnsanlar sürekli olarak daha iyi bir gelecek ve yaşam için aşırı derecede psikolojik baskı altına alınmakta ve koşullandırılmaktadır. Mutluluk sürekli kovalanan, takip edilen, izi sürülen bir “mit”, bir

“fetiş” haline getirilmektedir. Adorno (2009: 72)’nin ifadesiyle kültür endüstrisi durmadan vaat ettiği şeylerle tüketicileri sürekli aldatmaktadır. Fiyakalı olay örgüleriyle görüntülerin vaaz ettiği haz, haince bir biçimde hiçbir zaman yerine getirilmeyecek bir vaatten ibarettir. Tıpkı yemek yemeye gelen müşterinin menüyü okumakla yetinmesini beklemek gibi. Bütün o parlak adların ve imgelerin uyandırdığı arzular içindeki insanların önüne tam da onların kaçmak istedikleri o renksiz günlük yaşamın övgüsü konulmaktadır. Böylesine “örgütlü bir kitleye karşı direnebilmek ancak ve ancak insanın bireyliğini o örgütün organizasyonu kadar iyi organize etmesi ile mümkündür (Jung 1999: 87).”

Kapitalizm insanların duygularına ve hislerine seslenerek onları adeta tahrik etmektedir. Aşırı uyarılmışlık ve psikolojik şok durumu ilk başta bireyi ikilemde bıraksa da süreç içinde bireyin algıları dönüştürülmektedir. Bazı mühendislik faaliyetleri sonucu birey ehlileştirilmekte ve haz tarafından ruhu fethedilerek gayet uyumlu bir vatandaş haline getirilmektedir. Tüketim alanı yapılandırılmış bir alan olduğundan nesnelere asla mutlak bir düzensizlik içinde tüketime sunulmamaktadır. Aksine bazı durumlarda nesnelere daha iyi baştan çıkarmak için düzensizliği taklit etmektedirler. Ama her zaman yönlendirici kanallar açmak, satın alma itkisini nesnelere ağına yöneltmek, baştan çıkarmak ve kendi mantığına uygun olarak yapabileceği en yüksek yatırıma ve ekonomik potansiyelin sonuna kadar götürmek için düzenlenmektedir. Giysiler, aletler, bakım ürünleri bu şekilde tüketiciye de ataletle neden olan zincirleme alışverişi oluşturmaktadırlar (Baudrillard, 2008: 18). Tüketim toplumunda üretilen her mal için kitleler arasında tüketim yapmaya ilişkin derin bir arzu uyandırmakta ve tatmin ettiği ya da etmediği her ihtiyaç karşılığında bir yenisi yaratılmaktadır (Yanıklar, 2006: 50).

Bu alanda hem mallar hem de ihtiyaçların kendileri, çeşitli kültür özellikleri olarak, örnek bir gruptan, yönetici bir elitten diğer toplumsal kategorilere geçmektedir. Bu çerçevede düşünüldüğünde, aslında bir “tüketici kitlesi” yoktur ve hiçbir ihtiyaç kendiliğinden tüketici tabanından doğmamaktadır (Yanıklar, 2006: 35). Tarihsel süreç içerisinde teknolojinin kendini yenileme hızındaki artışa paralel olarak sermaye devir hızını yükseltmek için malların kullanım sürelerini alabildiğince kısalttığından mallar sık sık “kullanımdan düşmekte”dir. Örneğin bir oturma odası beş yıl, bir yatak odası takımı sekiz yıl, bir otomobil üç yıl, vb. bu istatistiksel ortalamalar, üretim maliyetleri ve kârlarla karşılıklı bağımlı bir şekilde üretimi örgütleyen bürolar tarafından sürekli kontrol edilmektedir. Nesnelere kullanım süreleriyle oynandığından doğal olarak arzunun toplumsal ifadesi olan motivasyonlar



yönlendirilmektedir. Bu arzu stratejisi nesnelere “manevi” yıpranma ve kullanımdan düşme süresinin kısalması için gereksinimlerin eskimesini ve yeni gereksinimlerin onların yerini almasını (Lefebvre,1998: 85 - 86) gerekli kılmaktadır.

Kapitalizmin gelişme seyri içerisinde tüketim standartlarının giderek artması ve diğer yapısal değişimlerle beraber özellikle batı tarzı kapitalizmde yirminci yüzyılın sonlarında karşılaşılan türden tüketim olgusu, ekonomik materyalist güçlerden çok, göstergelerin egemen olduğu, ihtiyaçlara değil aksine arzulara dayalı bir tüketim kültürünün çıkışına işaret etmektedir. Böyle bir kültürde, nesnelere satın alınması süreci oldukça farklı amaçları içermektedir. Örneğin; karmaşık stratejileri ne olursa olsun, malların edinilmesi süreci yaratıcılığın yanı sıra kişisel bir alan yaratmak amacıyla estetiğe ya da duygulara yönelik olabilecek hazlara erişme amacını da güdebilmektedir. Mutluluk, kimlik, sevgi, güzellik, gençlik ya da başka ne olursa olsun çok geniş bir yaklaşım çerçevesi içinde değerlendirilmesi gereken modern tüketimde bireyin bunlarla ilgili beklentilerini karşılayacağına dair garanti sözü veren bir meta vardır. Ama gerçekte bir malın tüketiminin nihai olarak bireyi tatmin edeceği beklentisi de yoktur (Yanıklar, 2006: 26).

Mutluluk eğer ihtiyaçlarımızın onları karşılama kapasitemizle uyum içinde bulunan bir işleviyse; “ilerleme” gücümüz ne kadar hızlı gelişirse gelişsin daha hızlı gelişen ihtiyaçlar tarafından alt edileceği anlamına gelmektedir. Çağdaş insanın açmazı tam da budur: ne kadar güçlenirse kendini o denli güçsüz hissetmektedir. Sahip olduğumuz şeyler sadece daha çok şeye “ihtiyaç” duymamıza yarar ve ne kadar çok şeye sahip olursak elimizdekileri korumak için o kadar çok şeye ihtiyaç duyarız. Sadece arazisinin yanındaki toprağı elde etmek için yanıp tutuşan toprak sahibi gibi çağdaş tüketici de sadece halen elinde bulunan ürünlere yakın ürünlere gereksinim duyar. Örneğin; otomobil ilk önce hırsızlığa karşı alarm sistemlerine, radar dedektörlerine, radyo-teybe, bilgisayar donanımına, sonra gidilecek yerlere, arabaya servis yapılan alışveriş ve eğlence merkezlerine, ardından park yerlerine ve kısa bir süre içinde de çağdaş uygarlık namına ortada ne varsa hepsine (kişinin almaya gücünün yetmeye başlaması için ömür boyu esir gibi çalışmasını gerektiren mallara) “gereksinim” duyar. Kişi daha sonra dönüp kendisine hizmet etmekten ziyade efendisi olmaya yüz tutmuş bu “zenginliklerinin” tadını çıkarmak için hiç boş zamanı olmadığından yakınacaktır (Barber,2003: 48). Bu şekilde davranmak, iyi eğitilmiş, olgun tüketici için bir zorlama, bir zorunluluktur, ama yine de bu “zorunluluk” bu içselleştirilmiş baskı, bu hayatın başka türlü yaşanma imkânsızlığı onlara kendini hür bir iradi egzersiz gibi göstermektedir. Pazar onları

zaten seçmiş, tüketici biçiminde eğitmiş ve böylece onları pazarın çekiciliğini inkar etme özgürlüğünden yoksun bırakmış olmalıdır (Bauman, 1999: 43). Gündelik hayat artık itina ile incelenen bir nesne olarak ele alındığından örgütlenmenin alanı iradi ve planlı bir öz-düzenlemenin uzay-zamanı haline gelmiştir. Örgütlenen gündelik hayat, kapalı devre bir mekanizma (üretim-tüketim-üretim) haline geldiğinden önceden biçimlendirilen gereksinimlerin ne olacaklarını tahmin etmek artık işten bile değildir. Çünkü artık arzuların izi sürülmektedir (Lefebvre, 1998: 77).

Tüketime dayalı ekonomi mantığı, tüketicinin doyumunun anında olması gerektiğini varsaymaktadır. Bu iki anlama gelmektedir: Birincisi; tüketilecek mallar, uzun hazırlık çalışmalarını, bir beceri öğrenmeyi gerektirmemeli, anında doyum sağlamalı ama doyum da son bulmalıdır. Hem de tüketim mallarının tüketilmesi için gereken zaman dolar dolmaz. Ve bu zaman olabildiğince asgariye indirilmelidir (Bauman, 2006: 94). Eğer tüketiciler herhangi bir nesneye duydukları arzuyu uzun süre canlı tutamıyor ya da ona uzun süre odaklanamıyorsa, eğer sabırsız, fevri ve memnuniyetsizlerse ve hepsinden de öte, kolaylıkla heyecanlanıp, eşit derecede kolaylıkla ilgilerini kaybediyorlarsa, ihtiyaç duyulan zaman indirimi en iyi biçimde elde edilmektedir. Bu açıdan tüketim kültürü, öğrenmeyle değil, ekseriyetle unutmayla ilgilidir. Gerçekten de istemek ve beklemek birbirinden koparıldığında tüketicilerin tüketim kapasitesinin herhangi bir doğal ya da edinilmiş ihtiyacın koyduğu sınırların çok ötesine geçmesi sağlanabilmektedir. Bu noktada artık, arzu nesnelere fiziksel dayanıklılığına bakılmamaktadır. Çünkü ihtiyaçlar ve ihtiyaçların giderilmesi arasındaki geleneksel ilişki tersine çevrilmiştir (Bauman, 2006: 94-95). Asrımızın en önemli problemlerinden biri strestir. Sıkıntı tüketim dünyasında yeri olmayan ve tüketim kültürünün yok etmeye çalıştığı bir şikâyet veya hastalıktır. Tüketim kültürünün tanımladığı şekilde mutlu bir yaşam, sıkıntıya karşı bir yaşam, içinde devamlı “bir şeylerin olduğu”, yeni, heyecanlı, yeni bir şeyler olduğu için heyecanlı bir yaşamdır. Tüketim kültürünün sadık eşi ve kaçınılmaz tamamlayıcısı tüketim piyasası hüzne, bezginliğe, aşırı doymaya, melankoliye, öfkeye, bıkkınlık ve iç geçmesine – rahatlık ve bolluk içinde geçen bir yaşama bir zamanlar musallat olan tüm rahatsızlıklara – karşı bir sigortadır. Tüketim piyasası hiç kimsenin hiçbir zaman “her şeyi denemiş olmak”tan ve böylece hayatın sunmakta olduğu hazların bütünü tüketmekten dolayı çaresiz ve mutsuzca kederli hissetmemesini temin eder (Bauman, 1999: 61 - 62). Mutluluk tüketim/tüketme yolu ile elde edilebilecek psikolojik bir ihtiyaç seviyesine

indirgendiğinden diğer insanlarla olan ilişkilerin yanı sıra insanın kendi iç huzuru ile ulaştığı bir duygu olmaktan çıkarılmıştır.

Weber kapitalizmin doğuşunu Protestan etikten neşet eden ihtiyaç fazlası kazancın lüks bir yaşam için insanları tüketmeye teşvik etmesinden ziyade çalışmaya ve yatırım yapmaya teşvik etmesinden hareketle açıklamaktadır. Daniel Bell (Yanıklar, 2006: 104-105) Weber'in bu düşüncesinden etkilenmiş olmakla birlikte modern kapitalizmin temel çelişkinin üretim sürecinde gerekli görülen disiplin, rasyonalite, çilecilik ile tüketime ilişkin savurganlık durumunu içeren hedonizm arasındaki çelişkide yattığını belirtmektedir. Ona göre kapitalizmin ezeli düşmanı olarak görülen ve protestan etiğın karşısında yer alan hedonizm, modern toplumda kapitalist projeyi desteklemek için harekete geçirilmiştir. Gerçekte, insanları sürekli tüketim yapmaya yönlendirmesi ve böylece tüketim-merkezli ekonomik büyümeyi uyaracağı anlamında kapitalist sistem kendisini ölümsüzleştirmek için sürekli olarak haz ilkesini kullanmaktadır. Protestan etiğın orta direği olarak görülen çilecilik artık bir erdem olmaktan çıkmış ve yerini haz verici deneyimler için duyulan bir açlığa bırakmıştır. Harcama, haz, hesapsızlık, şimdi alın sonra ödeyin, temaları "püriten" tasarruf, çalışma ve mal varlığı temalarının yerine geçmektedir. Bu anlamda modern tüketim toplumu "etikler" tarafından değil "estetikler" tarafından yönetilmektedir.

Arzulara dayalı düş kurmayla özdeşleşen bir dünyada tüketimin giderek artan simgesel rolüne ilişkin geçirdiği dönüşümü Campbelle (Yanıklar, 2006: 33) şöyle açıklamaktadır: "Onsekizinci yüzyılın sonlarından yirminci yüzyılın başlarına kadar geçen süreçte, insanların giderek kendi hazlarının daha fazla farkına vardığı, duygusal bir yaşam şekline doğru bir eğilimi içeren "romantik" etiğın yeşermeye başlaması, tüketimde çarpıcı bir artışın görülmesinin en temel nedenlerinden biridir. Weber tarafından tasvir edilen "kapitalizmin ruhu" ve onun sözde rasyonel olmayan doğasının yanı sıra daha fazla para kazanmaya karşı duyulan açlık, haz verici ve yüceltici tüketim formları için gerekli çağdaş arzuların işaretlerini sağlamıştır. Campbell'in genel argümanına göre, eğer protestan etik ve üretim arasında bir bağlantı varsa romantik etik ve tüketim arasında da bir bağlantı vardır. Hazcılığın modern biçimlerinin belirginleşmesinde romantik etiğın rolünü abartmasına rağmen Campbell tüketimin çağdaş biçimlerinin ortaya çıkmasına ilişkin ilgi çekici tarihsel bir açıklama sunmaktadır. Ona göre modern tüketici rolünün temel bir özelliği, her koşul altında ve her zaman, hangi mal veya hizmetlerin tüketildiğine bakılmaksızın istek için isteme zorunluluğudur."

## Sonuç

Herhangi bir ekonomik sistemin varlığını sürdürebilmesi üretim-tüketim mekanizmalarının birbirini beslemesine ve sürdürülebilirliğine bağlıdır. Bu açıdan kapitalizmin ilk etapta sistem bazında tikel bir olgu olarak batı dünyasında ortaya çıktığı ve sınırlı sayıda insanın ihtiyaçlarını karşılamaya yöneldiği görülmektedir. İç piyasanın ihtiyaç duyduğu malların standart bir formda kitlesel boyutta üretilmiş olması talebin doyma noktasına ulaşmasının ve arz fazlasının yanı sıra bundan sonra ne olacağını da gündeme getirmiştir.

1950’li yılların sonunda W.W. Rostow (1999: 124) buna şu cümlelerle dikkati çekmiştir: “Şimdi silahlanmayı ve harp tehlikesini bir tarafa bırakarak şu suali ele alalım: Bundan sonra ne olacak? Gelirin çokluğu yüzünden herkesin temin edebileceği çok zengin ve çeşitli gıdaların halk sağlığı için problem teşkil ettiği, mesken şartlarının mükemmelliği yüzünden halkın artık daha iyisini yapmaya teşebbüs etmediği, giyecek maddelerinin yine fevkalade olduğu, hemen herkesin iki kuyruklu, canavar Amerikan arabalarından olmasa bile bir Labrtettan veya Wolkswagen alabileceği zaman cemiyetin durumu ne olacaktır? Bu safhaya tamamen girilmiş değildir. Fakat Amerika veya Kuzey Avrupa halkı bir sonraki merhalenin ne olacağını ciddi ciddi düşündürecek derecede bu zenginliğe erişmiş bulunuyorlar.” Kapitalizm ilk etapta arz fazlasının yol açtığı krizini çözmek için bir yandan sert mallardan yumuşak mallara doğru kontrollü bir geçiş yaparak iç piyasada talebi diri tutmaya çalışırken diğer yandan da çevreye doğru açılım göstererek coğrafi anlamda pazarın sınırlarını genişletme yoluna gittiği görülmektedir. Hali hazırda gelinen nokta itibarıyla bedensel haz ve psikolojik tatmin sağlamaya yönelik olarak yeni kanallar keşfettiği ve bu bağlamda “arzu”yu metalaştırarak kendisini arzu üretimi ve arzunun manipülasyonu üzerinden yeniden ürettiği görülmektedir.

Günümüzde artık şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki; başta iş, aile ve okul hayatımız olmak üzere gündelik hayatın bütün evreleri kapitalist hayat stratejilerinin yoğun baskısı tarafından nesneleştirilmekte ve tüketim olgusu ile insanlar üzerinde yoğun bir baskı kurulmakta ve bunun doğurduğu sonuçlar da sistem içinde benzer bir bakış açısıyla çözülmeye çalışılmaktadır. Bedensel hazlara yönelen, maddi tatmini önceleyen bir yapının insanın manevi ve ruhi ihtiyaçlarını tatmin etmesi mümkün değildir. Dolayısıyla varoluşsal sorunların ve mistik arzuların rasyonel bir bakış açısıyla çözülmesi ya da tatmin edilmesi

mümkün değildir. Mevcut sorunların çözümünde bir araç olarak “akıl”dan yararlanılabilsede ontolojik arzuları tatmin etmeye yönelik bir alternatif olarak din ve ahlak güçlü bir alternatif olarak ön plana çıkmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Adorno, Theodor W. (2009), *Kültür Endüstrisi*, (Çev. N. Ülner & M. Tüzel, E. Gen), İletişim Yay., İstanbul
- Argın, Şükrü (2003), *Nostalji İle Ütopya Arasında*, Birikim Yayınlar İstanbul
- Aytaç, Ömer (2004), Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 28, Sayı 2, Aralık.
- Aytaç, Ömer (2006), Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacasında Boş Zaman, *Kocaeli Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (11) 2006 / 1
- Barber, Benjamin, R. (2003), *Mcworld'e Karşı Cihad*, (Çev. E. Birey), Cep Kitapları, İstanbul
- Baudrillard, Jean (2005), *Baştan Çıkarma Üzerine*, (Çev. A. Sönmezay), Ayrıntı Yay. İst.
- Baudrillard, Jean (2008a), *Simülakrlar ve Simülasyon*, (Çev. O. Adanır), Doğu Batı Yay. Ank.
- Baudrillard, Jean (2008b), *Tüketim Toplumu*, (Çev. H. Deliçaylı & F. Keskin), Ayrıntı Yay. İstanbul.
- Bauman, Zygmunt, (1999), *Çalışma, Tüketimcilik ve Yeni Yoksullar*, (Çev. Ü. Öktem), Sarmal Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Zygmunt (2006), *Küreselleşme*, (Çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yay., İstanbul.
- Bauman, Zygmunt (2010), *Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mı?*, (Çev. F. Çoban & İ. Kantarcı), De Ki Yay. Ankara
- Berman, Marshall (2009), *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*, (Çev. Ü. Altuğ & B. Peker), İletişim Yay., İstanbul
- Bocock, Robert (2009), *Tüketim*, (Çev. İ. Kutluk), Dost Kitabevi, Ankara
- Boff, Leonardo (1997b), “Meta Dini ve Piyasa”, (Çev. L. Göktaş), *İktisat ve Din*, (Yay. Haz. M. Özel), İz Yay., İstanbul
- Braudel, Fernand (2004a), *Maddi Uygarlık, Cilt II.*, (Çev. M. A. Kılıçbay), İmge Kitabevi, Ankara.
- Braudel, Fernand (2004b), *Maddi Uygarlık, Cilt III.*, (Çev. M. A. Kılıçbay), İmge Kitabevi, Ankara.
- Cox, Harvey (2006), “Piyasa Tanrısı”, *Laik Ama Kutsal*, (Çev. A. Köse), Etkileşim Yay., İstanbul
- Featherstone, Mike (1996), *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (Çev. M. Küçük), Ayrıntı Yay., İstanbul
- Fromm, Erich (1996), *Özgürlükten Kaçış*, (Çev. Ş. Yeğin), Payel Yayınları, İstanbul
- Fromm, Erich (2004), *Çağdaş Toplulukların Geleceği*, (Çev. A. Arıtan & K. H. Okten), Arıtan Yay., İstanbul

- Gorz, André (2007), *İktisadi Aklın Eleştirisi*, (Çev. I. Ergüden), Ayrıntı Yay., İstanbul
- Jung, C. G. (1999), *Keşfedilmemiş Benlik*, (Çev. B. İlhan), İlhan Yay., İstanbul
- Lefebvre, Henri (1998), *Modern Dünyada Gündelik Hayat*, (Çev. I. Gürbüz), Metis Yay., İst.
- Mumford, Lewis (1996), *Makina Efsanesi*, (Çev. F. Oruç), İnsan Yay., İstanbul
- Mumford, Lewis (2007), *Tarih Boyunca Kent*, (Çev. G. Koca & T. Tosun), Ayrıntı Yay., İstanbul
- Özel, Mustafa (1997a), “İktisadi Düşüncenin Laikleşmesi, *İktisat Risaleleri*”, (Der. & Ter. M. Özel), İz Yayınları, İstanbul
- Özel, Mustafa (1998), Kapitalizm ve Küresel Rekabet, *Küresel Rekabet*, (Der. & Türk. M. Özel), İz Yayınları, İstanbul
- Ritzer, George (2000), *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, (Çev. Ş. S. Kaya), Ayrıntı Yay. İstanbul.
- Ritzer, George (2011), *Tolumun Mcdonaldlaştırılması*, (Çev. Ş. S. Kaya), Ayrıntı Yay., İstanbul.
- Robins, Kevin (1999), *İmaj*, (Çev. N. Türkoğlu), Ayrıntı Yay., İstanbul
- Rosenberg, Nathan & Birdzell, L. E. (1992), *Batı Nasıl Zengin Oldu*, (Çev. E. Güven), Form Yayınları, İstanbul
- Rostow, W. W. (1999), *İktisadi Gelişmenin Merhaleleri*, (Çev. E. Güngör), Ötüken Yay., İst.
- Schumpeter, Joseph A. (2007), *Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*, (Çev. H. İlhan), Alter Yay., Ankara
- Sennet, Richard (1999), Yeni Kapitalizm, (Çev. M. Gökşen), *Deftir*, Sayı: 35, Kış 1999
- Sennet, Richard (2010), *Karakter Aşınması*, (Çev. B. Yıldırım), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Simmel, Georg (2005), “Metropol ve Zihinsel Yaşam”, *Şehir ve Cemiyet*, (Haz. A. Aydoğan), İz Yay., İstanbul
- Simmel, Georg (2009), *Modern Kültürde Çatışma*, (Çev. T. Bora & N. Kalaycı – E. Gen), İletişim Yay., İstanbul
- Şeriati, Ali (1994), *Kapitalizm*, (Çev. Y. Arslan), Dünya Yayıncılık, İstanbul
- Veblen, Thorstein (2005), *Aylak Sınıfın Teorisi*, (Çev. Z. Gültekin & C. Atay), Babil Yay., İstanbul
- Wirth, Louis (2002), “Bir Yaşam Biçimi Olarak Kentleşme”, *20. Yüzyıl Kenti*, (Çev. B. Duru & A. Alkan), İmge Kitabevi, İstanbul
- Yanıklar, Cengiz (2006), *Tüketimin Sosyolojisi*, Birey Yayınları, İstanbul
- Yırtıcı, Hakkı (2005), *Çağdaş Kapitalizmin Mekânsal Örgütlenmesi*, İst. Bilgi Üniv. Yay., İst.