



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Süleyman KAYMAZ

ALANIN SÜRDÜRÜLEMEZ TÜKETİM EKİMİNE KARŞI SÜRDÜRÜLEBİLİR
TÜKETİMİ SAVUNAN TOPLULUKLARIN HABİTUSLARINA BAKIŞ

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Süleyman KAYMAZ

ALANIN SÜRDÜRÜLEMEZ TÜKETİM EKİMİNE KARŞI SÜRDÜRÜLEBİLİR
TÜKETİMİ SAVUNAN TOPLULUKLARIN HABİTUSLARINA BAKIŞ

Danışman

Doç. Dr. Merih TAŞKAYA

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Süleyman KAYMAZ'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Figen EBREN (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Merih TAŞKAYA (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Zuhâl GÖK DEMİR (İmza)

Tez Başlığı: Alanın Sürdürülemez Tüketim Ekimine Karşı Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Habituslarına Bakış

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 21/01/2019

Mezuniyet Tarihi : 31/01/2019

(İmza)
Prof. Dr. İhsan BULUT
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Alanın Sürdürülemez Tüketim Ekimine Karşı Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Habituslarına Bakış” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Süleyman KAYMAZ





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-SOYADI	Süleyman KAYMAZ
Öğrenci Numarası	20155220020
Enstitü Ana Bilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-SOYADI	Doç. Dr. Merih TAŞKAYA
Tez Başlığı	Alanın Sürdürülemez Tüketim Ekimine Karşı Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Habituslarına Bakış
Turnitin Ödev Numarası	1068381085

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 233 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 27/01/2019 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 3

alıntılar dahil % 9'dur.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

27/01/2019

(imza)
Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı
Doç. Dr. Merih TAŞKAYA

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
TABLolar LİSTESİ	v
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii
TEŞEKKÜR.....	ix
ÖNSÖZ	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kavramsal Çerçeve	15
1.1.1. Tüketim Kavramı.....	15
1.1.2. Moda ve İhtiyaç Kavramları.....	17
1.1.3. Sürdürülebilir Tüketim	25
1.1.4. “Alan”, “Habitus”, “İllusio” ve “Sosyal Sermaye” Kavramlarının Tüketim İle İlişkisi	27
1.2. Kuramsal Çerçeve.....	31

İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM ODAKLI KURAMSAL TARTIŞMALAR

2.1. Kimliğin Belirleniminde Temel İki Faktör; Üreticilik ve Tüketicilik	35
2.2. Marx, Sombart ve Weber ile Kapitalizmin Tarihsel Tahlili	37
2.3. Tüketim Toplumunun İnşa Edilmesinde Altyapı ile Üstyapının İlişkisi	44
2.4. Üstyapı ile Altyapının Etkileşiminde; “Rekabet”in Yeri.....	46
2.5. Hedonik Tüketim	52
2.6. Modanın Tüketim Kültürü İçindeki İşlevi	56
2.7. Bireylerin ve Grupların Kimliklerini Etkileyen Faktörler	61
2.8. Tüketim Toplumlarda Kitle İletişim Araçlarına Yüklenen Misyona	68
2.8.1. Reklamların Sürdürülemez Tüketim Ekimi	74
2.9. Arzu ve İhtiyaç Kavramlarının Tüketim İlişkilerindeki Yeri	80
2.9.1. Arzu Kavramı	81
2.9.2. İhtiyaç Kavramı	87

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM İDEOLOJİSİNİN ANA-AKIM VE ELEŞTİREL PARADİGMALAR ÇERÇEVESİNDEN TARTIŞILMASI

3.1. Sürdürülebilirlik Kavramı ve Kuramı	99
3.1.1. Sürdürülebilir Tüketim	102
3.1.2. Sürdürülebilir Tüketime Kapsamı ve Bireyin Yaşamında Yer Edinmesi	104
3.2. Eleştirel Ekolojik Paradigmaların Evrimsel Bakışıyla Sürdürülebilir Tüketimi Anlamak.....	111
3.3. Diyalektik Us ile Sürdürülebilir Tüketime Bakış	118

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Yöntemi	130
4.2. Verilerin Toplanması	131
4.3. Veri Toplama Aracı ve Analizi.....	131
4.4. Örneklem	131
4.5. Bulgular	133
4.5.1. Tüketime Sınırı Üzerine Belirtilen Görüşler.....	134
4.5.1.1. İhtiyaç Kavramı Hakkında Görüşler.....	137
4.5.1.2. Arzu Kavramı Hakkında Görüşler	143
4.5.2. Sürdürülemez/Sürdürülebilir Tüketim Felsefelerinde Üstünlüğün İşlevi.....	148
4.5.2.1. Yeniden/Tekrar Kullanım ve Geri-Dönüşüm Uygulamaları Hakkında Görüşler	153
4.5.2.2. Estetik ve Moda Kavramları Üzerine Görüşler	158
4.5.2.3. Lüks Tüketim Üzerine Görüşler	163
4.5.2.4. Tüketim, Pedagojik Eylemler ve Kimlik Arasındaki İlişkisellik.....	166
4.5.3. Hedonik Tüketim ile Ekolojik Denge Arasındaki İlişki.....	170
4.5.4. Tüketim Toplumunda Medyanın Yerine İlişkin Görüşler	177
4.5.4.1. Reklamlar Hakkındaki Görüşler	179
4.5.5. Sürdürülebilir Tüketimi Benimseyen Toplulukların Mikro-İktidar Biçimlerine Karşı Tutumu.....	182
4.5.6. Teknoloji ve Sürdürülebilir Tüketim Felsefesi Arasındaki İlişki.....	187
4.5.7. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Topluluklardaki Çelişkiler	190
4.5.8. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Karşılaştırılması.....	195

4.5.8.1. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Birbirleriyle Benzediği	
Yönler	195
4.5.8.2. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Birbirlerinden Farklılaşan	
Yönleri	196
SONUÇ	199
KAYNAKÇA.....	206
EK 1- Görüşme Soruları.....	215
ÖZGEÇMİŞ	217



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1 Sürdürülebilir Tüketimin Kapsamını Genişletebilmek İçin Başlıca İki Çözüm Yolu	107
Şekil 3.2 Atık Döngüsü	110



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 4.1 Marksist Teoriyi Benimseyen Topluluklarda Yer Alan Görüşmecilerin Demografik Özellikleri	132
Tablo 4.2 Anti-Kapitalist Ekoloji Teorilerini Benimseyen Topluluklarda Yer Alan Görüşmecilerin Demografik Özellikleri	132
Tablo 4.3 Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar	133
Tablo 4.4 Marksist Topluluklar İle Anti-Kapitalist Ekolojist Toplulukların Farklılıkları	198



KISALTMALAR LİSTESİ

BM	: Birleşmiş Milletler
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNEP	: Birleşmiş Milletler Çevre Programı
vb.	: ve başkaları, ve benzerleri, ve bunun gibi
vd.	: ve devamı, ve diğerleri
vs.	: ve saire

ÖZET

Bu çalışmada; özellikle, kapitalizmin kendisini yeniden üretebilmesi için bağımlı olduğu sürdürülemez nitelikteki tüketim biçimlerine ve bu biçimlerin yayılıp dolaşıma sokulduğu *alan*'lara odaklanılmıştır. Bu tüketim biçimlerinin, alanlardan *habitus*'lara nasıl nüfuz edildiği sistematik biçimde sorgulanmıştır. Akabinde, kapitalizmin, sürdürülemez tüketimi bireyleri entegre etmek için kullandığı kitle iletişim araçları, pedagojik eylem biçimleri, arzu, aidiyet, ihtiyaç ve kimlik kavramları eleştirel paradigmlar çerçevesinde çözümlemelere tabi tutulmuştur.

Öte yandan, mevcut tüketim kültürüne karşıt ideolojiler üreten ve bu ideolojileri yaşam felsefelerine -habituslarına- katan, çözüm yolu olarak da sürdürülebilir tüketimin mealen anlatısını seçen Marksist ve Anti-Kapitalist Ekolojist (Anarşistler, Eko-Anarşistler, Derin Ekolojistler, Toplumsal Ekolojistler vb.) toplulukların praksis felsefeleri irdelenmiştir. Söz konusu bu topluluklarda yer alan üyelerin benimsediği felsefeyle zaman zaman çelişkiye düşüp düşmedikleri karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Bulgulanan çelişkilerin nedenleri ve hangi düzlemlerde yaşandığı ilgili literatür kapsamındaki kaynaklara ve Antalya ilinde yapılan saha çalışmasındaki verilere dayanarak ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca, saha çalışmasından elde edilen verilerin analizleri, ilgili literatürde yer alan eleştirel yaklaşımların ışığında değerlendirilmiş; sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların ideolojik farklılıkları ve benzeşimleri kapsamında karşılaştırmalı ve kategorik biçimde sunulmuştur. Bu bağlamda, ideolojik farklılıkların ortaya çıkmasına neden olan düşünürlerin fikir şemaları, kapitalizm üzerindeki tahlilleri ve eleştirileri, tüketim olgusuna odaklanılarak yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Tüketim, Kapitalizm, Ekolojik Denge, Tüketim Toplumu, Diyalektik Us.

SUMMARY

A REVIEW ON THE HABITUS OF THE COMMUNITIES ASSERTING SUSTAINABLE CONSUMPTION AGAINST NON-SUSTAINABLE

In this study; the unsustainable forms of consumption that capitalism is bound to reproduce itself, and the areas in which these forms are spread and circulated are studied. How these forms of consumption are penetrated from habitats to habitus has been systematically questioned in the study. The concepts of mass media, pedagogical forms of action, desire, belonging, need and identity that capitalism uses to integrate individuals into unsustainable consumption have been analysed within the framework of critical paradigms.

The philosophies of the Marxist and Anti-Capitalist Ecologists (Anarchists, Eco-Anarchists, Deep Ecologists, Social Ecologists, etc.), who produce ideologies that are opposed to the current consumption culture and which add these ideologies to their life philosophy -habitus and choose the narrative of sustainable consumption as a solution. The philosophy of the members in these communities is compared to the philosophy they adopt to see whether they contradict each other or not. The reasons of the contradictions found and the areas in which they were experienced were tested to be put forward based on the literature and the data in the field study conducted in Antalya. On the other hand, the analyses of the data obtained from the field study were evaluated in the light of the critical approaches in the related literature; presented in a comparative and categorical way within the scope of ideological differences and similarities of the communities defending sustainable consumption. In this context, ideas schemas of thinkers who lead to the emergence of ideological differences, their analyses and criticisms on capitalism have been interpreted by focusing on the phenomenon of consumption.

Keywords: Sustainable Consumption, Capitalism, Ecological Balance, Consumption Society, Dialectic Mind.

TEŞEKKÜR

Bu tezi yazarken metodolojik ve fikirsel düzlemde bana destek olan Doç. Dr. Merih TAŞKAYA'ya, tezin yazım sürecinde fikirleriyle ve okumalarıyla çalışmamı zenginleştiren sevgili hayat arkadaşım Merve AKTAŞ'a ve bana maddi/manevi imkânlar sağlayan sevgili ailem Esme KAYMAZ'a, Filiz KAYMAZ BAŞOĞLU'na, Deniz KAYMAZ'a, Ahmet BAŞOĞLU'na, ayrıca tezimin daha düzenli hâle gelmesi için eleştirileriyle katkıda bulunan sevgili arkadaşlarım Erol MALÇOK'a, Mehmet Uğur PAÇA'ya, İrem HAMAMCILAR'a, Yaşar TURAN'a, Edip ÇELİK'e ve Gülşah TIRIŞ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Süleyman KAYMAZ

Antalya, 2019

ÖNSÖZ

Sürdürülemez nitelikteki tüketim biçimlerinin her geçen gün daha çok ivme kazanması ve bu bağlamda insan türünün de dâhil olduğu birçok canlı türünün muhtaç olduğu doğanın, giderek daha fazla deforme edilmesi bilimsel çalışmalar tarafından uzun zamandır sorunsallaştırılmaktadır. Öyle ki dünya beş defa kitlesel yok oluş felaketleriyle karşılaşmıştır ve günümüzde kontrolsüzce gerçekleştirilen tüketimlerin yaşamsal ağa verdiği zararlar, dünyanın altıncı kez kitlesel yok oluşla karşılaşacağına dair senaryolar üretilmesine neden olmaktadır. Bu yok oluş senaryolarının -daha doğrusu distopyaların- gerçekleşip gerçekleşmeyeceği şimdiden öngörülemez, ancak bilimsel çalışmalar, sonuçların pek de iç açıcı olmadığına dair kanıtları elde ettikleri veriler aracılığıyla kamuoyuna çoğu zaman aktarmaktadır.

Öte yandan, günümüz dünyasına hâkim olan kapitalizm, işleyişinin en temel içkin özelliği olan devamlı kâr, rekabet ve sürekli büyüme düsturlarından ötürü, öznelere ve toplumların tüketim alışkanlıklarını minimize edecek, üretim ilişkilerini de ekolojik dengeyle uyumlu kılacak bir fitrata sahip değildir. Bunu takiben liberal perspektif, sistemdeki eksikliklerin rötüş edilmesi ile mevcut ekolojik sorunların çözebileceğini iddia etmekte ve bu iddialarını insanlara aktarmaktadır. Bu çalışma kapsamında iki ayrı örnek olarak ele alınacak olan Marksistler ile anti-kapitalist ekolojistler ise; kâr, rekabet ve sürekli büyüme düsturlarını ekolojik sorunların *temel nirengi noktası* olarak görmekte, bu düsturların reformist rötüşler ile değil, radikal düzenlemeler ile çözüldüğü takdirde ekolojik dengenin rehabilite edileceğini savunmaktadır. Bu amaçla ürettiği paraksis felsefelerini sosyal alanlarda dolaştırmaya çalışmakta; ve bu mesajların alınıp pratiklere dökülmesiyle beraber kitleselleşmeye gayret göstermektedir. Fakat felsefelerini dolaşıma soktuğu sosyal alanlar hâlâ kapitalist hegemonyanın kontrolünde olmasından mütevellit, zaman zaman hem bu radikal toplulukların üyelerinde teorik ve pratik çelişkiler belirebilmekte, hem de dolaşıma soktukları praksis felsefelerinin yayılmasında engellemeler ile karşılaşabilmektedir.

Sürdürülebilir tüketim felsefesinin mealen anlatıları ise bu radikal perspektiflerin alanda dolaştırdığı praksislerden birini oluşturmakta ve bu felsefe, bazı zamanlarda, kapitalizmin kendi hegemonyasını savunmak için geliştirdiği teknikler aracılığıyla sekteye uğratılabilmektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların üyelerinde dahi teori-pratik çelişkileri belirebilmektedir. İşte bu araştırmanın ilk bölümünde, bu çelişkilere neden olabilecek kavramlar ve kuramlar tartışılmış; ikinci ve üçüncü bölümünde, sürdürülebilir tüketimin radikal ve reformist perspektiflerdeki yorumlanışı irdelenmiş;

dördüncü bölümünde ise, Türkiye'nin Antalya ilinde de yer alan söz konusu bu radikal toplulukların üyeleri ile derinlemesine mülakat yapılmış ve verilen cevaplara binaen bahsedilen çelişkilerin ne düzeylerde cisimleştiği, neden ortaya çıktığı ve hangi nedenlerin bu çelişkileri tetiklediği araştırılmıştır.

Süleyman KAYMAZ

Antalya, 2019



GİRİŞ

Doğa, belirleyici ve hâkim güç olduğunu tarihin her döneminde göstermiş ve günümüz koşullarında da göstermeye devam etmektedir. Bu etkileşim altında ekolojik sistemin bir parçası olan insan da, ancak ve ancak bu belirleyici güç ile uyum içinde yaşadığı takdirde varlığını daha sağlıklı bir şekilde devam ettirebilecek pozisyonda yer almıştır. Ekseriyetle jeolojik ve biyolojik çalışmalar, doğanın asıl belirleyici güç olduğunu ve insanında bu güç ile uyum içinde olması gerektiğini bilimsel veriler ile defalarca kanıtlamıştır. Örneğin Engels, *Doğanın Diyalektiği* eserinde, doğanın bu gücünü tümel bir bakış açısıyla analiz etmeye çalışmış; içerisinde birbirleriyle etkileşim kuran nesneleri, olguları, olayları ve süreçleri diyalektik düşünme aracılığıyla bağlantılandırmıştır. Hareketlerin genel yasasını da bu bağlamda çözümlemeye çalışmıştır. “Diyalektiğin araştırma alanını doğanın, toplumun ve düşüncenin bütünlüğü sorunsalı şeklinde” belirlemiştir. Çünkü “bir bütün olarak doğayı kavramak, doğanın genel hareket yasalarını ve buna dahil ilişkiler yumağını idrak etmek anlamına” gelmektedir (Kangal, 2015: 41). Böylece Engels, doğanın içerisinde gözlemlenen olguların iç bağlantılarını ve bu iç bağlantıları şekillendirebilen tümel dışsal bağlantıları bütünlükçü bir bakış açısıyla ele almıştır. İ. Kuçuradi’ye göre Engels’in kullandığı bu diyalektik yöntemi; hem açıklayıcı bir kuramdır, hem de açıklama eylemine tekabül eden bir bilimsel yöntemdir. Diğer disiplinler ile de sürekli temas içindedir (Kangal, 2015: 40, 45). Sonuçta “gündelik hayatta karşılaştığımız nesne, olay, olgu, ilişki ve süreçler totalite içinde yerlerini alabildikleri ölçüde gerçek anlamda kavranabilirler, ve bu kavrama eylemi de yine bütünlük kavramını inşa etmekten geçmektedir” (Kangal, 2015: 45). Kısaca, doğanın içindeki bütün olayların ve olguların sistematik iç bağlamını ortaya koyarken, bu bağlamın kendi doğasını da düşünerek hareket etmek, ortaya çıkan bilimsel bulguların daha sağlıklı sonuçlara bağlanmasını sağlamaktadır. Bunu takiben, mevcut sosyo-ekolojik sorunların çözüm yollarını da daha nitelikli ve tutarlı teoriler ile çözümleme fırsatı sunmaktadır.

Diyalektik akıl yürütme ile mevcut sosyo-ekolojik sorunları inceleyen Engels, Bookchin ve Harvey; günümüzde, kapitalist üretim ve tüketim biçimlerinin doğanın işte bu diyalektik yapısıyla uyumlu olmadığını dile getirmektedir. Politzer (2012); doğanın diyalektik işleyişinin özünde yer alan çelişkilerin ve bu çelişkilerin oluşturduğu uyumluluğun, doğayı tahakkümü esas alan kapitalizmle, bahsedilen uyumluluğu bozacak uzlaşmaz karşıtlıklar/çelişkiler üretilerek deforme edildiğini savunmaktadır. Gerçekten de bakıldığında, günümüzde insanlar, varlığı için bağımlı olduğu doğanın bu diyalektik yapısıyla uyum içinde

yaşayacağına, bilakis, sürdürülemez nitelikteki üretim ve tüketim ilişkileriyle ekolojik dengeyi deforme etmektedir.

Ayrıca, söz konusu bu deformasyonlara verilen tepki olarak ortaya çıkan, ve yaşam ağının her noktasını kontrolsüzce tüketen anlayışlara karşıt olarak konumlanan; doğanın kontrolsüzce talanını da eleştirel bakış açısıyla yorumlayan, ve bu kontrolsüzce tüketime karşı, kontrollü bir şekilde sürdürülebilir tüketim¹ felsefesini yaygınlaştırmaya çalışan toplulukların da sosyal alanlarda yer aldığı görülmektedir. Ancak, kapitalizmin manipülatif yapısı çerçevesinde, sürdürülebilir tüketim felsefesini savunan bu toplulukların üyeleri, kimi zaman, sürdürülemez tüketim eylemlerinin verili kodlarını pratiklerinde gösterebilmektedir. Çünkü üretim ilişkilerinde egemen olmak ve hegemonyalarını sürekli kılmak isteyen sermayedarlar (bilhassa günümüzdeki kapitalist zümreler); bireyler, topluluklar ve giderek toplumlar üzerinde öngörülebilir tahakküm alanları kurmak için çaba sarf etmektedir. Bu bağlamda, bütün sosyal etkileşimlerin yönlendirilebilir seviyesini stabil hâle getirmeye odaklanmaktadır. Kendisine karşıt olan grupları ve bireyleri de bu noktada *normalleştirmeye* çalışmaktadır. Fakat biliniyor ki, kapitalizmin, tahakküm kurmak istediği bu sosyal alanlar dinamik bir yapıya da sahiptir. O yüzden, biricik özelliklere sahip bireyler ve onların diğer bireylerle etkileşime girdikleri toplumun bu dinamik yapısı, ne kadar öngörülebilir planlamalara tabi tutulursa ve kontrol edilebilecek kıvama getirilirse, egemen zümrelerin istedikleri hâkim ideolojik iklim de varlığını o kadar çok uzun sürdürebilecektir. Önüne çıkan engelleri aşabilecek sistematik bütünlüğü oluşturamayan iktidarların güçten düştüğü, yerine yeni ve daha güçlü bir iktidar odağının geçerek, ideolojisini alana sürdüğü örneklerle tarih pek çok kez tanıklık etmiştir. Marx ve Engels, tarihin tanıklık ettiği işte bu örnekleri diyalektik us ile tümel biçimde ele almış, ve bu dinamik yapıyı “tarihsel materyalizm” adıyla kuramsallaştırmıştır (Sezgül, 2010: 240-241).

Yaşadığımız çağın hâkim ideolojik iklimi; birikim kültürü üzerine kurulu olan kapitalizmin kontrolündedir ve bu iktidar; ürettiğini tükettirebilecek bireyler kümesi -ki bu küme ne kadar genişse o kadar çok iktidarın lehinedir- yaratabilme yetisi üzerine kuruludur. Günümüzde mevcut piyasa kuvvetleri, altyapıda ürettiklerini üstyapıda tükettirebilecek bir

¹ Ayrıca belirtmek gerekir ki bu araştırmada, sürdürülebilir tüketim kavramının yaratıcısı olan liberal ideolojinin bakış açısı ve bu kavramın içeriğine gizlemiş olduğu örtük çıkarları bir kenara itilmiş; sadece, sürdürülebilir tüketim anlayışının eleştirel paradigmlar tarafınca kaleye alınan etik teorileri ve tanımları esas alınmıştır. O tanım ise şudur: “Bugünün kaynaklarını tüketirken, yarın ki kuşakların da yaşam haklarını göz önünde bulundurmak” (Erol, 2017: 273). Öyle ki A. Mutlu’ya göre liberal kanat, aslında, alanda dolaştırdığı sürdürülebilirlik anlayışıyla, ve bu anlayış çerçevesinde verdiği ufak tavizlerle -ya da tabiri yerindeyse ufak kırıntılarla- bilfiil sürdürülemez üretimin ve tüketimin zeminini meşrulaştırmaktadır (Mutlu, 2017: 26-56).

pratik ağ oluşturmadağı anda riskle karşılaşmaktadır. Karşılaşılan her risk, dinamik yapıya sahip olan bu ideolojik mücadele alanında öngörülebilirliği deforme ettiği için kapitalizm için istenen bir durum olmaktan çok uzaktır. Dolayısıyla, çağımızdaki egemen ideoloji, bu dinamik alanda devamlılığını sağlayabilmek adına üretim süreçlerinde güçlendiği kadar tüketim alanında da güçlenmek zorundadır. Birbirlerine paralel ilerleyen bu ilişkinin sürekliliği için teknik ve pratikler sistemi inşa etmek zorunda kalmaktadır. Bu teknik ve pratikler sistemi ile; bireyleri, üretime kattığı gibi tüketime de aynı ölçüde katılmasına katalizör etkisi yaratacak eylemleri hedeflemektedir. Bireyleri böyle bir etkileşime yönlendirecek itici güç ise; ancak, ihtiyacın kabul gören sınırlarını belirlemekten ve/veya tanımlamaktan -ki bu da iktidarın elindedir- geçmektedir.

İktidar odakları, zihinleri kontrol altında tutacak semboller, değerler, ritüeller, inançlar veya bunların bütünü oluşturarak kültürel üretim kanallarını şekillendirebilecek ve dolaşıma sokabilecek gücü elde ettiği zaman, bireyleri manipüle edebilecek kontrol mekanizması hâline gelebilmektedir. Buradan doğru *arzuyu*, *ihtiyaçları*, *kimlikleri* ve *pedagojik eylem ilişkilerini* istediği çerçevelendirme ekseninde manipüle edebilmektedir. Fakat söz konusu bu manipülasyon süreci basit değildir, aksine karmaşıktır; zira iktidarın olduğu her yerde direniş odakları da bulunmaktadır (Foucault, 2015: 285). Öyle ki Bookchin'e göre; “kapitalizm, tarih boyunca ortaya çıkmış en dinamik toplumdur” (Bookchin, 2017: 80-81). Ya da Marx'ın dediği gibi, tarih, ezen ve ezilen sınıfların karşılıklı mücadeleleri ile şekillenmektedir (Sezgül, 2010; 239-241). Bu açıklamaları takiben, kapitalist ideolojinin alanda hâkim olmasını istediği praksisler kadar, bu praksislere karşıt konumlanan bireylerin de her daim alanda mevcut bulunacağı söylenmektedir. Hâkim ideolojilerin bireye seslenişinde, o seslenişe olumlu cevap verenler kadar, seslenişe cevap vermeyenlerin de olacağı iddia edilmektedir. Yahut zorunluluktan cevap verdiği için kendi özgün kişiliğini ve düşüncelerini gizlice praksislerinde sergilemeye çalışan bireylerin de sosyal alanlarda mütemadiyen yer alacağı kanısına varılabilmektedir (Nadler, 2017: 28). Ayrıca, savundukları ideolojilerinin sert baskılara maruz kaldığında veya savundukları ideolojilerinin alanda yayılıp hâkim olmasını istediklerinde, kapitalist ideolojinin seslenişine cevap vermeyen bu direniş öbeklerinin, zaman zaman ideolojilerini pratiklere dökmeye yeltendikleri bilinmektedir. Son zamanlarda HES projeleri ile derelere verilen zararlara karşı yapılan eylemler/direnışler ile İngiltere’de, neo-liberalizm çerçevesinde doğanın talanı edilmesine karşı “Kaygılı Yurttaşlar” adıyla kendini tanımlayan grupların başlattığı kitlesel “Yok Oluş”² isyanı

² Bu isyana katılan bir katılımcının ağzından “Yok Oluş” isyanı şudur: “Yok Oluş İsyanı bir zorunluluktur. Siyasi kurumlarımız halkını kirlilikten korumakta, yeryüzündeki türlerin kitlesel yok oluşunu önlemekte ve

(<https://www.gazeteduvar.com.tr/forum/2018/11/17/neoliberalizmin-cokus-sinyalleri-ve-sosyal-ekoloji-siyasetinin-onundeki-olanaklar/> erişim tarihi: 13.12.2018) bu mücadelelere örnek teşkil etmektedir.

Aristoteles'ten beslenen G. Simmel: "İnsan toplumsal bir hayvandır" ifadesinde bulunmaktadır. Her biri birbirinden farklı olan bireylerin toplumsal alanda, bir araya geldikleri gruplar ekseninde aynılaştığından bahsetmektedir. Bireylerin biricik olmak özelliklerinin kolektif düzleme kaydıkça etkisini yitirmeye başladığını iddia etmektedir (2009: 38-45). Bauman ise söz konusu bu duruma neden olan şeyin, insanın, hem aidiyet duygusuna ihtiyaç duymasından hem de bireyselliğe/biricikliğe (özgürlüğe) ihtiyacı olmasından dolayı kaynaklandığını ifade etmiştir:

Birinci ihtiyaç [aidiyet] bizi ötekilerle güçlü ve güvenli bağlar kurmaya sevk eder. Ne zaman birliktelikten ya da cemaatten dem vursak bu ihtiyacı dile getiririz. İkinci ihtiyaç [bireysellik] bizi, içinde baskılardan bağışık ve taleplerden özgür olduğumuz, yapmaya değer gördüğümüz şeyi yaptığımız, "kendimiz olduğumuz" bir duruma, özel hayata yöneltir. İki ihtiyaç da dayatıcı ve güçlüdür (Bauman, 2010: 119).

Nitekim bu bağlamdaki aidiyet ihtiyaçları, gerek devletleşmemiş basit toplumlarda gerekse de modern toplumlarda baskın bir ihtiyaç olarak kabul görmüştür. Örneğin Clastres'in antropolojik çalışmalarına göre devletleşmemiş toplumlar; kültürel açıdan bölünmemek, farklılaşmamak amacıyla ilk olarak içte bölünmeye sebebiyet verecek iktidar ilişkilerinden uzak durmuştur; sonrasında ise dışarıdaki toplumlarla birleşmemeye dikkat etmiştir. Clastres'in deyişle: "Bölünmemiş toplum iki düzlemde direnir; farklılaşmamak için içte bölünmeye, dışta birleşmeye karşı kendini korur. İçte önderi ve savaşçıyı iktidarsız bırakır; dışta, daha büyük bir topluluk içinde, öteki'yle birleşerek özerkliğini kaybetmekten kaçınır" (Akal, 2013: 122). Çünkü steril, bölünmemiş toplum yapısındaki benzerlik ve bu benzerliğin beslediği aidiyet duygusu, öngörülebilir ortam sağlamakta ve güven hissiyatını doyurmaktadır. Tarihsel çizelgede hiyerarşinin kurumsallaşmasıyla birlikte karmaşıklaşan ve sterilliğini kaybeden toplumsal yapılarda ise, bireylerin, kendini güvende hissetme güdüsüyle paralel ilerleyen bu aidiyet duygusu ve bu duyguya olan ihtiyaç, toplumsal alanda daha da ivme kazanmıştır. Sonuçta bireyler, arkaik toplumlara nazaran artık daha kaotik ortamda yaşamaktadır ve bu nedenle, herhangi bir guruba aidiyet duyarak güvende olma hissiyatına bu

yakın gelecekte insanlığın muhtemel yok oluşunu engellemekte başarısız olmuştur. Bu yüzden vatandaşların ve doğal dünyanın yaşamlarını koruyabilmek adına isyan etmek zorundayız – yoksa değer verdiğimiz her şeyi kaybetme riskiyle karşı karşıya kalacağız" (<https://ekinsapidevrime.org/2018/11/16/yok-olus-isyani-ile-soylesi/> erişim tarihi: 13.12.2018).

ortamda daha fazla ihtiyaç duymaktadır (Akal, 2013: 121-123; Jenkins, 2016: 129; Bookchin, 2017: 25-30). Kendilerini ait hissettikleri toplulukların üyeleriyle benzeşim kurmak zorunda kalan bu bireylerde (çünkü toplulukların işleyiş şekli budur), böylece tek tipleşme eğilimi de görülmeye başlayacaktır. Ekseriyetle bu durumun iktidar odakları tarafında bilinçli bir şekilde yönlendirildiği de ileri sürülebilmektedir. Çünkü, iktidar mekanizmaları açısından, iktidarının geçişinde/akışında elzem olan toplulukların içerisinde aynılaştırılmış bireyler kümesini kontrol etmek daha kolaydır; ve bu kolaylık, hiyerarşinin kurumsallaştığı iktidar mekanizmalarına tahakküm sürecinde fayda sağlamaktadır. Özellikle sürdürülemez tüketim ekiminde mevzubahis edilen bu tahakküm, çoğu kez modayla, söz konusu bu benzeşim ve adiyet duygularına vurgu yapacak şekilde alanlarda işlevselleştirilmektedir.

Diğer taraftan Bookchin; kapitalizmin, ağır sınıf tahakkümü ve hiyerarşi üzerine kurulmuş algoritmalar ile devamlılığını sağladığını iddia etmektedir (2017: 29-30). Bireylerin, zaman zaman ait olduğu gruplardaki hiyerarşik ilişkilere ve bu ilişkilerin belirlediği prensiplere, değerlere, ritüellere; o grupların tahammül sınırlarının dışında karşılık verdiği zamanlarda gruptan/topluluktan dışlanarak cezalandırılabileceği düşünülmektedir. Çünkü iktidar mekanizmalarını besleyen çoğu hiyerarşik cemaat olgusunun işleyiş şekli budur ve dışlamak/ötekileştirmek, cemaatlerin en etkili silahlarından biridir. Buna mukabil, ait olduğu cemaatin habitusunu içselleştiremeyen bireyler dışlanabilmekte ve bu dışlanma korkusuyla yaşayan bireyler, dışlanmasına sebep olacak eylemlerden uzak durmaya çaba sarf edebilmektedir. Bu bağlamda bireyler, kapitalist ideolojinin şekillendirdiği gruplara, modalara ve tüketim alışkanlıklarına tabi kalabilmektedir. Lakin, dışlanma korkusuna rağmen kendi özgünlüğüyle, ait olduğu cemaatin prensipleri arasında kaos yaşayan bireylerin iç çatışması da her daim devam etmektedir. Çoğunlukla sermaye odakları bu kaos sürecini fark etmekte ve alanda, ideolojisinin devamlılığını sağlayacak habituslar oluşturabilmek için -tahammül sınırları çerçevesinde- farklı olabilecekleri serbestlik alanını bireylere bahşetmektedir. İnsanlara, kendilerini deşarj edebilme imkânını kendi kontrolleri çerçevesinde sunmaktadır; çünkü bireyin yaşadığı iç çatışmalar sonucunda, kapitalist alana direniş sergileyecek muhalif habitus öbeklerinin oluşması ve yayılması, kapitalist sistem için tehlike arz etmektedir. Savurgan tüketimin zararlarını fark eden bireylerin, örgütlenip tüketim boykotu gerçekleştirmesi ve/veya bazı bireylerin, kendi özgünlüğünü tanımaya başlayarak, kapitalizmin tüketimle bahşettiği özgünlük illüzyonundan uzaklaşması; ve bu illüzyonu diğer bireylere anlatacak alan bulduğunda da kapitalist şirketlerin kâr maksimizasyonuna zarar vermesi, söz konusu bu tehlikelere örnek teşkil etmektedir.

Altyapı ve üstyapı arasındaki ilişkileri kontrol altında tutmaya çalışarak bireyleri sürdürülemez tüketime sevk etmeye çalışan kapitalist ideoloji, direniş alanlarının oluşmasını en baştan kontrol ve/veya egale edemezse; karşıt ideolojiye sahip iktidar biçimleri tarafından darbe yemeye başlayarak güç kaybetmeye maruz kalmaktadır. Direniş sergileyen cemaat habituslarının rızasını inşa ederek dönüştürmek daha etkili olacağı için, mümkün mertebede devletin ideolojik aygıtları (okul, kilise, aile vb.) ön plana çıkarılmaktadır (Althusser, 2000). Devletin baskı aygıtları ise dışarıda bırakılmaktadır. İnsanlara tanınan sınırlı serbestliğin sebebi de bundan kaynaklanmaktadır. Çünkü rıza üretilmediği anda devletin baskı aygıtlarını devreye sokarak, direniş sergileyen habitusları yok etmeye çalışmak kısa süreli çözüm sunmaktadır. Bu bağlamda, rızanın inşası ile daha kalıcı ideolojiler ekebileceğinin farkında olan kapitalist ideoloji, bu farkındalık çerçevesinde hareket etmekte ve rızanın inşasını hedef alan stratejilere yönelmektedir. Örneğin, bu amaçla, çevre dostu politikalar ile üretim koşullarının rehabilite edildiği algısını sosyal alanlarda sürekli dolaşıma sokmaktadır; ve bu noktada, baskı gruplarının kazanım duygusuna hitap edebilecek illüzyonları devreye sokmaktadır. Böylelikle baskı gruplarını pasivize edebilmeyi hedeflemektedir. Ayrıca diğer taraftan, rızanın inşası için, sahneye hedonik tüketim kültürünün işlevselliği de davet edilmektedir. Akabinde bireylerin, kapitalizm tarafından biçimlendirilmiş arzularına seslenecek tüketim ilişkileri (sembolik, imgesel, göstergesel) ve pratikleri sosyal alanlarda dolaşıma sokulmaktadır. “Her şeyin en iyisini hak ediyorsunuz”, “arzularınızdan korkmayın”, “zaaflarınıza kulak verin” vb. gibi mesajlar ile bireyler tüketime yönlendirmektedir. Bireylerin, tüketimde bulunacakları metalara bu amaçla kullanım değerlerinden daha çok sembolik değerler eklenmektedir. Tüketim alışkanlıklarının çoğunlukla bu sembolik yönde olması amacıyla da manipülasyon teknikleri geliştirilmektedir. Söz konusu bu manipülasyon süreçlerinde; ürünlere bireylerin ihtiyacından fazlasını tüketmeye yönlendirecek değerler yüklenmektedir. Böylece, hem sürdürülemez tüketimin alanı genişletilebilmekte, hem de direniş sergileyebilecek habitusların yapısı kırılğan hâle getirilebilmektedir. Dolayısıyla birey, sürdürülebilir tüketim ideolojisine sahip bir direniş topluluğunda yer alsa bile, kapitalizmin kendisini yeniden üretebileceği tüketim şeklini zaman zaman pratiklerinde gösterebilmektedir. Nitekim araştırmada problem olarak görülen noktayı da burası oluşturmaktadır. Alanın sürekli tüketmeye yönelik mesaj ekimine antagonist bir ideoloji ile yaklaşımlarına rağmen, neden direniş topluluklarının üyeleri olan bazı bireylerin pratiklerinde bu çelişkiler yer almaktadır? Neden, amiyane tabirle, sömürsüz giyim eşyalarının üretilmesine veya doğanın ekolojik yapısına zarar veren fosil yakıtların bu kadar

çok tüketilmesine karşı çıkan Marksist ve anti-kapitalist ekolojist³ toplulukların üyeleri, bazı zamanlarda, tüketiminde, sömürü ilişkilerinden geçmiş metaları satın alıp kullanımını arttırmaktadır? Neden direniş sergileyen toplulukların üyeleri, ideolojilerini pratiklere dökerken farkında olmadan ya da farkında olarak hâkim ideolojinin pratiklerini kendi pratiklerine bulaştırmaktadır? Bu sorulara cevap olarak eleştirel perspektifte; kapitalizmin sürekli tüketime dayalı içkin yapısına ve rızanın inşası için işlevselleştirdiği manipülasyon yöntemlerine işaret edilmektedir. Bu nedenle araştırmanın gerek kuramsal çerçevesinde gerekse bulgular kısmında, bu manipülasyon araçları üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın Amacı

Kapitalizmin, sürdürülebilir tüketimi savunan bireyleri hangi yöntemler ile sürdürülemez tüketime yönlendirdiğini, sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklardaki bireylerin, bu manipülasyon çerçevesinde yollanılan mesajları hangi biçimlerde alımladığı üzerinden ortaya çıkarmak araştırmanın temel amacıdır.

Sürdürülemez tüketim ideolojisi eken alan tahakkümü (kapitalist kültür) ile bu kültüre antagonist yaklaşarak yarınlar *sağlıklı yaşam ağı* sunmak isteyen ve bu sebeple sürdürülebilir tüketim kalıplarını sosyal ağdaki zihinlere aktarmak isteyen direniş topluluklarının habituslarını analitik ayrımlar ile ortaya çıkarmak, araştırmanın elzem amaçlarından bir diğeridir. Alan nasıl ilişkiler ve etkileşim ortamı sunuyor ki bireyler, gerçekleştirmiş oldukları tüketim edimi ile yaşam ağına zarar verdiğini görmüyor; ya da zarar verdiğini gördüğü halde nasıl oluyor da aynı tüketim kalıplarını pratiklerinde sergilemeye devam ediyor? Söz konusu tüketim kalıplarını pratiklerinde sergilemeye devam etmelerindeki motivasyon unsurları nelerdir? gibi soruların yanıtlarına yaklaşmak, bu bağlamda, sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların tüketim davranışlarını anlamlandırmaya yardımcı olmaktadır.

Pedagojik iletişim otoritesini elinde bulunduran kapitalistler, insanların zihinlerine naksettiği sürdürülemez tüketim ilişkilerini sürekli yeniden üretmeye dayalı pratikler ve teknikler inşa etmektedir. Bunları da devamlı güncellemektedir. Ekseriyetle bu güncellemeleri donanımlı mesajlar şeklinde, insanların habituslarını şekillendirmek için dinamik olan ideolojik mücadele alanında mütemadiyen dolaşıma sokmaktadır. Peki, kapitalist ideolojinin işlediği bu donanımlı mesajlara sürekli maruz kalan insanlar ne yapıyor ya da nasıl bir tavır

³ Burada ekolojiye, anti-kapitalist bakış açısıyla yaklaşan eko-topluluklara gönderme yapılmaktadır. Çünkü Mutlu'ya göre; ekolojik problemlere, ancak anti-kapitalist bakış açısıyla yaklaşan radikal oluşumlar nitelikli çözüm üretebilmektedir. Liberal açıdan bakan ekolojistler ise sorunun asıl kaynağı olan kapitalizmin içkin özelliklerini görmez, sadece, mevcut kapitalist düzende, rötuş edilecek eksiklikler olduğunu dile getirir. O nedenle de reformist özelliklere sahiptirler (Mutlu, 2017: 26-56).

sergiliyor? Bu mesajları alımlıyorlar mı yoksa ret mi ediyorlar? Ya da mesajlara karşı müzakereci bir tavır mı benimsiyorlar? Bireylerin, kapitalizmin ideolojik aygıtları tarafından yollanan mesajlara direnmesini ya da mesajları alımlamasını yahut müzakereci bir tavırla yaklaşmasını tetikleyen koşullar nedir? İşte bu koşulları ortaya çıkarabilmek için sorulan bu sorulara araştırma kapsamında cevaplar aranmıştır. Çünkü bu cevaplar, sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklarda yer alan bireylerin praksislerini daha net anlamlandırabilme olanağı sunmaktadır. Özetle, insanların, pratiklerine yansıttıkları tüketim alışkanlıklarının yaşam ağına zarar verip vermediğinin bilincinde olmasını ya da olmamasını etkileyen koşulları öğrenmek; araştırmanın probleminin ardyöresini deşifre etme imkânı sağlamaktadır.

Günümüzde hızlı tüket ve tükettiğinden hemen tatmin ol, devamında da hızlı bir şekilde yeniden tatmin olma arayışlarına cevap verebilecek metaları üreten kapitalist alanın, herhangi bir metasını al ve tekrardan kısa süreli tatmin ol sarmalında mahsur kalan, ancak bu kuşatılmışlığa direnç gösterme yolunda eylemlerde bulunan bireylerin -alan ve habitusları tarafından- arzularının nasıl biçimlendirildiğiyle ilgili sorunsallaştırmalara gidilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklardaki bireylerin tüketime ilişkin tutumları kategorize edilmiştir. Çünkü bu topluluklar -ve üyeleri- farklı ideolojik fraksiyonlar ile birbirlerinden farklı yöntemler geliştirerek direniş sergileyebilmektedir. Bazıları Marksist teorileri içselleştirerek direniş sergilemektedir; bazıları ekolojik diyalektiğin önemini ortaya koyan bilimsel veriler ışığında direniş göstermektedir. Bu bağlamda, alanın sürdürülemez tüketim ekimine karşı birbirlerinden farklı ideolojiler ile direniş gösteren topluluklardaki bireylerin, arzularındaki benzer veya farklı noktaları tezin ortaya attığı problem ekseninde çözümlenmesi; mevcut tüketim problemlerine karşı daha berrak çözüm yolları sunabilmektedir. Dolayısıyla bu çerçevedeki sorulara ve açıklamalara araştırmada detaylıca yer verilmiştir.

Sürdürülemez tüketim ideolojisine direnen topluluklarda yer alan bireyler de elbette, tüketimde bulundukları ürünlerden bir zaman sonra tatmin olmaktadır ve o ürüne karşı, daha önce hissettikleri arzu sönmektedir. Sonuçta: “Arzuya, doğumundan itibaren ölüm arzusu bulaşmıştır” (Bauman, 2008: 19). Bu insanın mutlak bir gerçeğidir, fakat buradaki sorun; günümüzdeki bireylerin çoğunda bu sürenin çok kısa olması ve tatmin süresinin hızlıca bitip tükenmesidir. Özellikle bunun çok kısa ve hızlı olması da günümüz piyasa hegemonyasının yönlendirdiği moda ve hedonik tüketim ile sağlanmaktadır. Bu yüzden, sürdürülemez tüketim kalıplarına direniş sergileyen topluluklardaki üyelerin, bu duruma karşı nasıl bir savunma mekanizması geliştirdiği ortaya çıkarılabilirse ve hangi durumlarda bu savunma mekanizmasının gerekliliklerinden tavizler verildiği sınanabilirse; arzunun nasıl

biçimlendirildiği daha net görülebilir. Daha doğrusu arzunun şekillendirilişinin sistematığı görülebilir. Bunun sonucunda da yaşam ağına zarar veren; *ihtiyaçtan fazla tüketimin* kilit noktalarından birisi daha çözümlenebilir. Ayrıca bu noktada karşımıza “ihtiyaç” kavramının kapsamı ve içeriksel anlamındaki neredeyse sonsuz çeşitlilik çıkmaktadır ki bu kavramsal çerçevesizliğin üretildiği koşullara değinmemizi kaçınılmaz kılmaktadır. Bu yüzden çalışmanın gerek kavramsal çerçevesinde gerekse ilerleyen bölümlerinde ihtiyaç kavramı çalışmamızın odağında yer almıştır.

Araştırmada irdelenen diğer konu; alanın habituslara uyguladığı makro-iktidar ve direniş topluluklarının içinde faal olan mikro-iktidar biçimleridir; ancak asıl üzerinde durulmak istenilen konu, direniş topluluklarındaki mikro-iktidarların işleyiş biçimidir. Sonuçta, söz konusu mikro-iktidar biçimlerinin topluluk içerisinde cisimleşmesi, direniş topluluklarında yer alan bireylerin tüketime ilişkin düşünce ve tutumlarının, “topluluklarında kabul görmüş ideolojilerle” çeliştiği zamanlarda, bu durumları üreten sistematığı anlaşılır kılmak için önemli bir detay sunmaktadır. O nedenle, araştırmanın problemi çerçevesinde bu konuya gerekli noktalarda değinilmiştir

Kapitalist ideoloji tüketim edimi ile bireylere kimlikler de sunmaktadır. Zira insanlar, yaşadıkları sosyal ağda etkileşim kurdukları bireyler ile etkileşimlerini devam ettirebilmek için, bireysel ve kolektif kimliklere ihtiyaç duymaktadır. Bireyin, kimliğini alanda etkileşime sokabilmesi için bir topluluğa üye olması ve kimliğinin onay aldığına ilişkin referanslar göstermesi; birçok sosyal bilimciye göre insan ilişkileri için önemli ve gerekli bir koşuldur -ki aidiyet duygusu, insana güven vermesi ve sağlıklı etkileşimde bulunma ortamı sunması sebebiyle ihtiyaçtır. R. Jenkis’in dediği gibi: “Kimin kim olduğu ve neyin ne olduğu konusundaki o hayati duyguya sahip olmalıyız. Kimlik olmadan insan dünyası var olamaz” (2016: 22-23). İnsanlar, varsayılan kimliğe ilişkin önkabullerinden/önyargılarından hareketle birbirlerini değerlendirdikleri için, etkileşimlerinin güvenliği açısından bu olguya sığınması gündelik hayatın gerçekliğidir. Bu bağlamda, bireylerin gerçekleştirmiş oldukları tüketim edimleri, kimliklerin oluşmasında ve karşımızdaki bireysel/kolektif kimliklerin şemasını anlamlandırabilmekte/öngörebilmekte ipuçları vermektedir. O nedenle çağımızda hâkim olan tüketim şeklini teşkil edebilmek amacıyla diğer çözümlenmesi gereken olgu da *kimlik*’tir. Hakeza sosyal bilimciler tarafından ileri sürülen bir sav da şudur; insanların bireysel ve kolektif kimlik edinme ihtiyacı, tarihin çoğu döneminde, iktidarlar tarafından kontrol altında tutulmaya çalışılmıştır. Özellikle “panopticon” (Foucault, 1992) sisteminin hâkim olduğu günümüzde; bireyler, dikkatlice gözlenmektedir ve kontrol yetisi bilfiil iktidar güçleri tarafından ve iktidarın ekonomik gücü ile ilerleme imkânı bulan ana-akım bilimsel gelişmeler

ile yüksek seviyelere çıkartılmaktadır. Kısacası kimlik; bahsedilen özelliğinden ötürü sürdürülemez tüketim ekimi için etkili bir itici kuvvet olarak kapitalizmin iktidar odakları tarafından yoğrulmaktadır. Bu etkileşimleri gözden kaçırmamak için *kimlik* kavramının çalışmamızın kapsamına dahil edilmesi araştırmanın amacı için önem teşkil etmektedir.

Kapitalist ideolojinin ektiği sürdürülemez tüketim kalıbının alanda mütemediyen dolaşabilmesini sağlayan en kapsamlı kavram ise üstyapıdır. Çünkü tüketim edimi ekseriyetle üstyapı içinde cisimleşebilmekte, ve kültürel alanla girdiği karşılıklı etkileşimler sayesinde kendini alanda sürekli güncelleyebilmektedir. Bu nedenle, araştırmada yer alan kavramların çoğunu içkin özelliğinde barındıran *üstyapının*; sürdürülemez tüketim ekiminde ve bu ekime direnen kesimlerin yöntemlerinde nasıl bir belirleyici rolü olduğu, araştırmanın problemi doğrultusunda incelenmiştir. Bunu yaparken de üstyapının işleyiş mekanizmasında en etkili itici kuvvetlerden biri olan *Pedagojik Eylem Ağı* yer yer parçalara ayrılarak irdelenmiştir.

Estetik ve fayda (işlevsellik) nosyonlarının kendileri ve bu nosyonların birbirleriyle olan ilişkileri piyasa güçleri tarafından sürdürülemez tüketim lehine sıklıkla kullanılmaktadır. Söz konusu ilişki ve bu ilişkinin mevcut tüketim kültürüne karşı direniş sergileyen habituslardaki yansımaları, araştırma problemi kapsamında değerlendirilmiştir. Dolayısıyla bu nosyonların ne anlama geldiği ve piyasa güçleri tarafından ne şekilde kullanıldıkları araştırmanın temel sorunsallarından biridir. Bu noktada, direniş odaklarının, estetik ve fayda nosyonlarına bakış açılarının değerlendirilmesi önemlidir. O nedenle bu nosyonların kendileri ve birbirleri arasındaki ilişki araştırmanın problemi ve amacı çerçevesinde incelenmiştir.

Lüks ve moda kavramları sayesinde sürdürülemez tüketim kültürünün kendini yeniden üretecek önemli alanlar yarattığı bilinmektedir. W. Sombart'a göre bilhassa lüks kavramı, kapitalizmin tarih sahnesine çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. Bu yüzden bahsedilen kavramların sürdürülebilir tüketim anlayışını savunan toplulukların direncini kırıp, kırmadığına dair çözümlenmesi de araştırmanın kapsamı açısından kritik öneme sahiptir. Lüks ve moda kavramlarının kendileri ve birbirleri arasındaki ilişki de bu çerçevede irdelenmiştir.

Öte yandan, tüketim ediminin irdelenmesi noktasında farklı yaklaşımlardan gelen kuramların ortak noktalarını yakalamak (örneğin Marx ve Baudrillard) ve araştırmanın problemi çerçevesinde bu noktaları karşılaştırmalara tabi tutmak, araştırmanın determinizme düşme tehlikesinden kurtulma olanağı sağlamaktadır. Özellikle direniş topluluklarının içindeki pedagojik eylem ilişkileri ile bu eylemlerin pratiklere yansıdığı süreçler irdelenirken senkretizm perspektifinden yararlanılmıştır. Senkretizm perspektifinden yararlanmakla, radikal rölativizm tuzağına düşme tehlikesi minimum düzeylere indirilmiştir.

Sürdürülebilir tüketim felsefesi ile *teknoloji* arasındaki ilişki de sıkça irdelenen bir başka konudur; öyle ki teknoloji, sürdürülebilir tüketim yararına kullanılır mı, yoksa direkt sürdürülebilir tüketim ve/veya genel kapsamda sürdürülebilir doğa anlayışının karşısında mı yer alır tartışmaları hâlâ gündemdedir. Bu tezde bu iki temel soru, araştırmanın problemi çerçevesinde tartışılmış, saha çalışmasından alınan cevaplar literatür çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Son olarak, üretim ilişkilerinin -altyapının-, sürdürülemez tüketim ritüellerini ve davranışlarını bireylerin zihnine ekerken kullandığı üstyapısal stratejiler (örtük/zorunlu pedagojik eylem stratejileri) ve bu stratejilerin tarihsel düzlemde gündelik yaşama olan yansımaları sorgulanmıştır. Böylece, altyapı ile üstyapı arasındaki bu ilişki türü de araştırmanın kapsamı çerçevesinde incelenmiştir. Ayrıca bu ilişkileri kırmaya çalışan bireylerin örgütsel hareketlerinin nasıl, ne şekilde ve hangi içerikler ile gerçekleştiği de bu bağlamda sorgulanmaya çalışılmıştır.

Varsayımlar

Sürdürülebilir tüketim felsefesini ideolojik kuramlarının içeriğine yerleştiren Marksist topluluklar ile anti-kapitalist ekolojist topluluklar içerisinden, anti-kapitalist ekolojist topluluklar, sürdürülebilir tüketim anlayışının genel kabul gören teori-pratik ilişkilerinde Marksist topluluklara nazaran daha az çelişkiye düşmektedir.

Sürekli tüketmeye dayalı mesaj bombardımanına tutulan insanlar; sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklarda yer alsada, zaman zaman sermayedarların istediği tüketim pratiklerini bünyesinde sergilemektedir.

Birey, sürdürülebilir tüketim ideolojisini ne kadar çok yaşam biçimine dönüştürürse, pratiklerinde de sürdürülebilir tüketim ideolojisi o kadar tutarlı olmaktadır.

Sürdürülebilir tüketim felsefesinin mealen anlatısını ideolojilerine ve pratiklerine eklemlmeye çalışan Marksist ve anti-kapitalist ekolojist toplulukların tüketim eylemlerinde sürdürülebilir tüketim felsefesine uygunluk bağlamında benzeşimler olduğu kadar, radikal farklılıklar da mevcuttur.

Araştırmanın Kapsamı

Bu tez, kapitalist üretim biçimine ve onun yol açtığı ekolojik deformasyonlara karşı bir araya gelmiş direniş odaklarının tüketim konusunda kendi habitusları çerçevesinde inşa ettikleri inançların/paradigmaların, alanın tüketim davranışını biçimlendirme erkine karşı işlerliğine odaklanmış, diğer örgütlü/örgütsüz yapıları kapsamı dışında bırakmıştır.

Kapitalist ideoloji, hâkim olduğu alanda sınırsız olarak kodladığı ihtiyacı buradan doğru sürdürülemez tüketimi bireylere empoze ederken, bilfiil iletişim araçlarını da etkin bir

şekilde kullanmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla, bu araçların mevcut tüketim kültürünü eken işlevsel yüzünü deşmek ve araştırmanın amacı doğrultusunda ilgili literatür desteği ile bağlantılandırmak, mevcut tüketim kültürünün yayılıp dolaşıma sunulduğu araçları anlamlandırma olanağı sağlamaktadır. Örneğin reklam sektörü, ürünlerin kullanım değerinden ziyade sembolik değerlerine atıfta bulunarak zihinleri sermayedarların lehinde manipüle etmeye çabalamaktadır. Metaların göstergesel değerini, bireysel/kolektif kimlik inşası için elzem kılarak, daha fazla tüketim edimine yol açmaya çalışmaktadır. İşte bu ve buna benzer nedenlerden ötürü kitle iletişim araçlarının mevcut varlığı tüketim olgusuna etkileri bağlamında araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir

Öte yandan, bu araştırmanın problemi ekseninde kapitalizmin tarihsel arka planına değinmek, kapitalizmin günümüzdeki işleyiş şeklini daha berrak çözümleme imkânı sunmaktadır. Bu nedenle, kapitalizmin tarihsel süreçlerine tüketim ve üretim ilişkileri çerçevesinde değinilmiş ve sürecin tarihsel ardyöresi araştırma konusuyla bağlantılandırılıp incelenmeye çalışılmıştır.

Arzu, aidiyet, kimlik, statü, toplumsal roller, aile, pedagojik eylem ilişkileri gibi kavramların ekonomi-politik üretim ve tüketim ilişkileri üzerindeki etkilerine ve sürdürülebilir tüketimi savunanlar üzerindeki tesirlerine de araştırma kapsamında odaklanılmıştır.

Kapitalist tüketim kültürünün, sürdürülebilir tüketim kalıbına kıyasla yaşam ağına verdiği zarar, araştırmanın çizelgesi kapsamında literatüre dayandırılarak sorgulanmıştır. Bunu yaparken de kapitalist üretim-tüketim ilişkilerinin çevreye verdiği zararlar göz önünde bulundurulmuş; ve bu zararların hangi altyapı ve üstyapı düsturlardan kaynaklandığı araştırılmıştır.

Ayrıca bu tez; kapitalizmin alana sürdüğü tüketim ritüellerini alımlamayan bireylerin, maruz kaldığı kültürel yaptırımlara odaklanmış, bu bağlamda gündelik yaşamdaki ahlaki yaptırımların etkisi sorgulanmıştır.

Sınırlılıklar

Yüksek lisansın azami süresi sebebiyle tezin yazılma süresi sınırlılıklardan birini oluşturmaktadır. Tezin daha geniş kapsamlı olmasını engelleyen sınırlılıklardan bir başkası ise; maddi imkânın yetersizliği olmuştur. Ayrıca, araştırma için derinlemesine mülakat yapılan Antalya ilindeki ilgili toplulukların dışında, Türkiye'nin diğer illerinde de benzer birçok topluluğun bulunması; fakat zaman ve maddi imkânların kısıtlılığı nedeniyle bu topluluklar ile derinlemesine mülakat yapılamaması tezin bir başka sınırlılığını oluşturmaktadır.

Araştırmanın Önemi

Dünyanın işleyen ekolojik dengesi ve/veya diyalektik yapısı, çoğu canlının varlığı için en temel güç olarak görülmekte; insan türünün de bu güç ile uyumlu yaşadığı taktirde varlığını devam ettirebileceği lanse edilmektedir. Çünkü dünyadaki yaşam azımsanmayacak kadar kitlesel yok oluş felaketleri ile yüz yüze gelmiş ve doğa, buna rağmen, yine de kendi varlığını sürdürmüş; yaşamı tekrardan filizlendirebilmiştir. Canlı çeşitliliğini hiper-zenginliğe tekrardan ulaştırabilmiştir. Fakat bu kitlesel yokoluş süreçlerinde varlığını devam ettiremeyen canlı türleri de azımsanmayacak kadar fazla olmuştur. Bu nedenle; böyle kitlesel yok oluşlar görmüş dünya tarihinde, kitlesel yok oluş ihtimallerini engellemeye ya da mümkün olduğunca ertelemeye çalışmak gerekirken, bireyi tam tersini yapmaya iten kurguyu sorgulamak hayati önem arz etmektedir. Başka bir deyişle doğa, diyalektik yapısı çerçevesinde bir yolunu bulup tekrar varlığını sürdürebilecek güce sahip olmuştur; fakat insan türü bu gücü elde tutabilecek evrimsel mükemmelliğe ulaşabilmiş bir canlı türü olarak görülmemektedir. Doğa ile harmoni içinde yaşanılmadığı takdirde, insan türü, karşısına çıkacak olan herhangi kitlesel yok oluş felaketinde varlığını devam ettirebilecek kesinliğe sahip gözükmemektedir. Buna karşın insan türü, yine de bu felaketleri hızlandıracak üretim ve tüketim faaliyetlerinde bulunmaya devam etmektedir. Günümüzde karbon salımı [dünyanın genç olduğu dönemlerde] yaşamı yok oluşun kıyısına kadar sürükleyen Sibiry'a'daki büyük volkan patlaması sonucunda ortaya çıkan karbon salınımına en çok yaklaşan dönem olacak kadar çok yüksek derecelerdeyken; ve dünyanın yaşam ağına ileri derecelerde zarar verirken hâlâ yenilebilir enerji kaynaklarına başvurulmamaktadır. Bilakis yaşam ağına zarar veren enerji üretiminde ve tüketiminde bulunmaya devam edilmektedir. Karbon salınımının zararlarını minimum seviyeye indiren *ormanlar* yok edilerek enerji üretilmeye çalışılmaktadır (HES projeleri, nükleer enerji vs.). Yaşam ağının sağlıklı bir döngü ile kendini devam ettirebilmesini sağlayan nehirler, ırmaklar, dereler enerji üretimi için heba edilmektedir.

Anti-kapitalist paradigmalara bakıldığında, söz konusu bu zararların oluşmasında kapitalizmin temel işleyiş özelliğinin (rekabet, sürekli büyüme, kâr odaklı hareket etme) neden olduğu iddia edilmektedir. Literatür çalışması sırasında bu yargının yaygın kabul gördüğü anlaşılmıştır. *Büyü ya da yok ol!* düsturuna sahip kapitalizmde, Bookchin'in de dediği gibi egemen zümreler hep daha fazla maddi ve manevi imkânlarla ulaşma çabası içinde hareket etmektedir. Ve bu uğurda yarattığı eşitsizlikler, çarpıklıklar, etik-dışı eylemler ve *makyavelist* anlayışlarla yaşam ağına ciddi zararlar verilmektedir (Bookchin, 2017: 37-39; Bookchin, 1994). Bu bağlamda çoğu birey, bu iktidar tiplerinin tebaası altında praksisleriyle yaşam ağına verdiği zararın bir parçası olduğunun farkında olmamaktadır. Çünkü insanlar,

iktidarın elinde bulundurduğu aygıtlar vasıtasıyla yaşam ağına zarar verdiğini göremeyecek körlüğe itilmektedir. Fakat bazı bireyler de, bunun farkında olduğu halde hâlâ yaşam ağına zarar verecek üretim ve tüketim ilişkilerinde bulunmaya devam etmektedir. Nitekim bu da tezin inceleyeceği problemin temel noktalarından birini oluşturmaktadır.

David Harvey'in *Umut Mekânları* adlı kitabında yer verdiği Kaygılı Bilimciler Birliğinin şu bildirisi⁴ de bu konuyla ilgili uyarı mahiyetindedir;

İnsanlar ile doğal dünya çarpışma yörüngesine girmiş bulunmaktadırlar. İnsan faaliyeti çevre ve hayati kaynaklar üzerinde çok şiddetli ve onarılamaz hasarlar yaratmaktadır. Durdurulmadığı sürece şimdiki pratiklerimizin çoğu, insan toplumu ve bitki ve hayvan alemi için arzu ettiğimiz geleceği riske atabilir; canlı varlıklar dünyasını öyle tadil edebilir ki, yaşamın bildiğimiz şekliyle devam etmesi mümkün olmayabilir. Şu anki yörüngemizin yol açacağı çarpışmayı engellemek istiyorsak, acilen temel değişiklikler yapmamız gerekir (Kaygılı Bilimciler Birliği, 1996'dan aktaran Harvey, 2008: 265-266).

Bu bildirinin dile getirdiği tehlikeden kaçabilmek için (literatürde yer alan Marksist veya anti-kapitalist ekolojist kuramcılara göre) doğa ile uyum içindeki üretim ve tüketim ilişkilerinin yerleşik hâle getirilmesi savunulmaktadır. Bu nedenle araştırmada, doğa ile harmoni içinde yaşanıldığı takdirde elde edilecek kazançların argümanlarını içselleştiremeye çalışan bireylerin; praksis felsefelerinde ortaya çıkan çelişkileri anlamlandırmaya yönelik çalışmalar yapılmıştır. Sürdürülebilir tüketimi savunan ve alanın sürdürülemez tüketim ekimine karşı direnişi seçen toplulukların nominal/materyalist manifestolarındaki değerleri paylaşan bireylerin, bu değerleri pratiklerine yansıtırken neden çelişkiye düştüklerini; eğer çelişkiye düşmüyorsa sürdürülebilir tüketim kalıplarını/ritüellerini/değerlerini yaymakta neden güçlük çektikleri incelenmeye çalışılmıştır.

Bu tez; sürdürülebilir tüketim felsefesinin ve uygulamalarının yaşam ağı için önemli olduğunu ifade eden düşünürlerin yaklaşımları perspektifinden, sürdürülebilir tüketim felsefesini benimseyen bireylerin, örgütlendikleri toplulukların manifestoları ile neden çelişkiye düştüklerini analiz etmeye çalışarak ekolojik mücadelenin zayıf noktalarına işaret etmesi nedeniyle önemlidir. Ayrıca bu tez Türkiye'de, sürdürülebilir tüketim kalıplarının yayılması için girişilen mücadeleleri yapı-söküme uğratarak sorgulayan; ve bu sorgulama çerçevesinde sürdürülebilir tüketim kültürünün ilerleyiş çizelgesini anlamlandırmaya çalışan ilk çalışma olmasından dolayı önem arz etmektedir.

⁴ Harvey'e göre bu biraz abartılmış bir bildiridir; lakin bu bildiride, ona göre, dikkate alınması gereken noktalar da mevcuttur (Harvey, 2008: 265-266).

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde ilk olarak; tüketim eyleminin temel kavramsal yapısı tanımlanmıştır. Devamında, sürdürülebilir tüketim kavramının genel hatları ve bu kavramın karşısı olan sürdürülemez nitelikte tüketim kültürünün temel içkin özellikleri açıklanmıştır. Bu bağlamda, kapitalist ideoloji tarafından sosyal alanlara ekilen gösterişçi/savurgan/lüks tüketim gibi kalıpların kavramsal çerçevesi çizilmiştir. Moda ve ihtiyaç kavramlarının belirgin anlamları toparlanmıştır. Öte yandan, tezin birçok bölümünde yararlanılan Bourdieu'nun belli başlı yöntemlerinin ve kavramlarının tanımlamaları aktarılmış ve bu tanımlamalar, araştırmanın problemi ve kapsamıyla bağlantılandırılmıştır.

1.1.1. Tüketim Kavramı

Tüketim en basit tanımıyla; herhangi bir nesnenin alıp bitirilmesi, harcanması veya kullanılması olarak açıklanabilmektedir (Bauman, 1999: 39). Fakat bu kavramın sosyal alanlarda birbirinden farklı etkileşimleri ve işlevleri de yer almaktadır. Bu bağlamda, tüketim kavramına çeşitli yaklaşımlardan farklı tanımlamalar yapıldığı, bu farklı tanımlamaların da ihtiyaç kavramına ilişkin perspektif farklılığından kaynaklandığı görülmektedir.

Örneğin R. Bocock'a göre, tüketim; salt ekonomik bir süreç olarak tanımlanmamaktadır. Tüketim; göstergelerin ve sembollerin de zihinde iz bıraktığı hem sosyal hem de ekonomik bir süreç olarak lanse edilmektedir. Çünkü birey, herhangi bir ürünü satın alırken o materyalin göstergelerine ve sembollerine dikkat ederek tüketim ediminde bulunmaktadır. Bocock'a göre bu durum eski çağlardaki medeniyetlerde de gözlenmekteydi; fakat ilerleyen zaman dilimlerinde, değişen rejimler ile bu göstergelerin ve sembollerin tüketim eylemi sırasındaki etkisi değişimlere/dönüşümlere uğramıştır. Bilhassa kitlesel olarak üretilen metaların, kitlesel tüketimini kendi varoluşsal gerekliliği olarak hedefleyen kapitalizm ideolojisinde, bu göstergelerin ve sembollerin etkisi şiddetli bir ivme kazanmıştır (Bocock, 2014: 12-13).

Tüketim eyleminde göstergelerin etkisini dile getiren bir başka düşünür J. Baudrillard; tüketim faaliyetinin salt basit bir ekonomik süreç olmadığını gösterge değerine vurgu yaparak dile getirmiştir: “Tüketim düzeni göstergelerle beslenir ve göstergelere sığınarak yaşar” (2015: 25). Ayrıca Voloşinov'a göre tıpkı dil gibi diğer göstergeler de sınıf savaşımının bir alanıdır ve bu göstergelerin ideolojik amaçlar için saptırılabilir, çarpıtılabilir

olması, göstergeler üzerindeki sınıf mücadelelerinden kaynaklanmaktadır (Voloşinov, 2001: 58-69). Ekseriyetle göstergeler üzerindeki savaşım ve mücadele, kendini tüketim faaliyetleri üzerinde de göstermektedir. Volosinov'un ifadesiyle "herhangi bir tüketim malı da bir ideolojik gösterge haline getirilebilir" (2001: 49). Dolayısıyla, sürdürülebilir tüketim hareketlerinin güç kazanmasını engellemek için mevcut kapitalist sistemin zaman zaman çevre dostu politikalara yönelip, bunu tüketim nesnelerinin göstergelerine ve sembollerine eklemlemesi de, nihayetinde, söz konusu bu göstergelerin ve sembollerin gücünü ve üzerindeki mücadelenin en güncel örneklerinden birini göstermektedir.

Gerçekten de gündelik yaşama dikkatli bir şekilde bakıldığında; göstergelerin, sembollerin, simgelerin ve imgelerin tüketim eylemini gerçekleştirirken zihinde bıraktığı etki, üzerindeki mücadele veya bir ürünü satın almaya karar verirken seçme algısındaki kuvveti, çoğu zaman gözle görülür haldedir. Örneğin basit düzeyde, herhangi bir birey, çikolata satın almaya karar verip markete girdiğinde, birbirinden renkli ambalaj dizaynına sahip pek çok çikolata markasıyla karşı karşıya kalmaktadır. Hangi çikolatayı seçeceğinde kararsız kalabilmektedir. Bireyin, işte o esnada karar verme mekanizmasını karşılaştığı markaların kitle iletişim araçlarından yayınladıkları sunumlar, çevre dostu imgeler, ambalajlarındaki tasarımlar veya ambalajlarındaki renkler gibi birçok gösterge, sembol, simge ve imge o anda etki edebilmektedir. Diğer bir ifadeyle bireyin o anda hangi çikolata markasını seçeceğini, girdiği etkileşimler sonucunda içselleştirdiği yatkınlıklar ve/veya alımladığı kodlar belli edebilmektedir. Keza tüketimin yerini gündelik yaşam olarak saptayan J. Baudrillard'ın şu analizi bu konuyu desteklemektedir;

Tüketimin yeri günlük yaşamdır. Günlük yaşam yalnızca günlük olayların ve hareketlerin toplamı, sıradanlığın ve yinelemenin boyutu değil, bir *yorumlama sistemidir*. Gündeliklik bütünsel bir praksisin (siyasalın, toplumsalın ve kültürel) aşkın, özerk ve soyut bir alanıyla 'özel'in içkin, kapalı ve soyut alanı olarak bölünmesidir (Baudrillard, 2015: 28).

Tüketim edimi esnasında bir metanın göstergesel değeri, yani, toplumsal düzeyde etkileşimler ile oluşturulan değeri, markası, logosu, amblemi veya metanın kullanımı esnasında tüketiciye bahsettiği statüyü/imaı kavrayabilmek için sosyal alanlardaki örneklerle bakmak, süreci daha net kavrama olanağı sağlamaktadır. Örneğin bir ayakkabı satın almaya karar veren bireyin karar verme mekanizmasını ayakkabının marka kimliği -o markanın ona bahşedeceği prestij- etkileyebilmektedir. Bocock'a göre bu etki göstergelerin ve sembollerin etki alanıdır. Bu bağlamda, toplumsal etkileşim ağında birey, kimliğinin prestij değerini arttırdığını düşündüğü için çoğu zaman maddi olanaklarını zorlayarak marka sunumuna dev bütçeler ayıran ayakkabı markasını tercih edebilmektedir. Ne var ki o prestijin kriterlerini de

yine o ağın içindeki göstergeler, semboller, değerler, ritüeller, inançlar vb. şeyler belirlemektedir (Bocock, 2014: 61-62, 117-118).

Moda da tam da bu sebeple göstergelerin ve sembollerin gücünü kullanmaktadır. Metaların sembolik ve göstergesel gücünü ön plana çıkaran stratejileri toplumsal alanda, sürekli yenileyerek dolaşıma sokmaktadır. Böylelikle bireylerin kimliğindeki *asıl kaliteyi*, göstergelerin/sembollerin/imgelerin arttırdığına dair bir algı yaratmaktadır. Göstergeleri, sembollerini, simgeleri, imgeleri kullanarak bireyi ihtiyacı olmadığı herhangi bir metayı dâhi satın almaya itmektir. Bireyin iki yıl önce satın aldığı arabayı, bozulmadığı ve/veya işlevinden bir değer kaybetmediği halde yeni modelle değiştirmesini sağlamaktadır (ki burada, üretilen metanın sürekli estetik tasarımlar ile şekillendirilmesi/değiştirilmesi faktörü devreye girmektedir; çünkü simgelerin, sembollerin ve göstergelerin yapı-söküme uğratılması ve sürekli yeniden yaratılan tasarımların çekiciliği ile birleştirilmesindeki yaratıcılık, bireyi kışkırtmaktadır. Böylece yeni olan metanın estetik çekiciliği ve/veya dışsal albenisi, metanın mübadele değerini etkilediği gibi, bireyin, ihtiyacı olmadığı halde yeniden tüketime geçmesinin de itici kuvveti olmaktadır). Örneğin, savaşın etkilerinden uzaklaşıldığı ve ekonomik bunalımların azaldığı 1950’li yıllarda ABD’de o zamana kadar emsali görülmemiş refah ve bolluk dönemi yaşanmıştır. Tüketim çılgınlığı doruklara ulaşmıştır. Savaştan sonra, otomobil fabrikaları hızla yükselen bu yeni talepleri karşılamak için üretimini hızla arttırmış, ancak talepler 1950’lerin ortasına doğru düşmeye başlamıştır. Çünkü otomobil almaya gücü olan her aile, bolluk dönemiyle birlikte bir tane otomobil satın almış ve eskimediği için de otomobillerini değiştirmeyi düşünmemiştir. Bu noktada sihirli çözümü General Motors’un otomobil tasarımcısı Harley Earl’ın yan yana koyduğu şu iki sözcük getirmiştir: *Dinamik tüketim*. Anlatılmak istenen basittir; tüketiciler, otomobillerini bir yeri eskidiği ya da bozulduğu için değil sadece modası geçtiği için her yıl değiştirecektir. Zira bu yıl çok estetik ve çekici gelen araba, reklamların sunumuyla bir sene sonra demode duruma düşürülecektir. Bu da istikrarlı satışları garanti etmenin en basit bir yolu olacaktır. Tabii buradaki dinamik tüketimin yardımına reklam; reklamın yardımına ise toplumsal alandaki etkileşimler neticesinde, insanların zihinsel bağlamında anlam oluşturabilmiş göstergeler, semboller, imgeler koşacaktır (Simmel, 2006: 38-40; Şahin, 2009: 110-130).

1.1.2. Moda ve İhtiyaç Kavramları

Sosyal bilimcilere göre ihtiyaç kavramının muğlak bir yapıya sahip olması nedeniyle eksiksiz tanımlanması güçtür; çünkü ihtiyaçların anlam alanı tarihsel koşullara ve süreçlere göre sürekli değişebilmektedir (Buğra, 2003: 30). Bu nedenle ihtiyaç Baudrillard’a göre

“ekonomi biliminin ilgilendiği tüm bilinmeyenler arasında en inatçı bilinmeyendir” (Baudrillard, 2015: 78). Tanımlanması zor bir kavram olmasına rağmen yine de ihtiyaç kavramı en genel anlamıyla; belirlenen bir hedefe, amaca ulaşmaya çalışılırken kullanılmasına gereksinim duyulan araçlara verilen isim olarak tabir edilmektedir. Başka bir deyişle A kişinin Y’ye ulaşmak için X’e ihtiyacı vardır şemasında, Y’ye ulaşmak için kullanılan X’lere *ihtiyaç* adı verilmektedir (Buğra, 2003: 29). Fakat Y’ye ulaşmak X’in gerçekten de gereksinim olup, olmadığı veya hangi durumlarda Y’ye ulaşmak için “X” kullanılmalıdır gibi sorunsallaştırmalar; ana-akım tüketim çalışmalarıyla, eleştirel tüketim çalışmaları arasında farklılık göstermektedir (Buğra, 2003: 38-39). Ek olarak; sürdürülebilir tüketim felsefesini benimseyen paradigmalardan, eleştirel tüketim çalışmalarından beslenerek direniş alanları kurguladığı bilinmektedir ki, bu konulara kuramsal çerçevede değinilmiştir.

Moda kavramı ise ihtiyaç kavramına göre daha net incelenebilecek özelliklere sahiptir. G. Simmel bu kavramı *Modern Kültürde Çatışma* adlı eserinde, derinlemesine analiz etmiş ve açıklığa kavuşturmaya çalışmıştır. Simmel’e göre yaşam denilen alanda insan, en baştan beri ikili bir varlıktır. Ona göre insanlar hareket etmeye olduğu kadar sükûnete de ihtiyaç duyar. Özgün bireyselliğini ortaya çıkarmak istediği kadar başkalarıyla benzer olmayı da arzular ki, faaliyette olduğu eylemlerde yalnız olmadığını bilmek insanlara rahatlık sağlamaktadır (Simmel, 2006: 103-105). “Her durumda, bir ve aynı temel ikilik formuyla karşı karşıyayızdır” (Simmel, 2006: 104). Sürdürülemez tüketim felsefesine antagonist yaklaşarak özgün fikirleri kurgulayabilen bireyler de, Simmel’in bu çıkarımına paralel biçimde; bir taraftan fikirlerinin benzeştiği topluluklara üye olarak, üye olduğu topluluğun bireyleri ile benzeştiğini hissetmek ve devamında toplumsal alanda yalnız kalmadığını bilmek istemektedir. Öte yandan, sürdürülemez tüketim felsefesinin hâkim olduğu kamusal alanda, sürdürülemez tüketim ideolojisini içselleştiren topluluklarla etkileşimde bulunmak istemektedir. Böylece, etkileşimde bulundukları bu toplulukların değerlerinden, ritüellerinden, sembollerinden aldığı parçaları praksislerine yedirip, asıl aidiyet duyduğu topluluğun üyelerinden zaman zaman farklılaşabilmektedir⁵. Ya da tam tersi; hâkim tüketim felsefesini benimsemiş topluluklara aidiyet duyan bazı bireyler, o toplulukların bireylerine benzediği kadar, onlardan farklı olabilme güdüsüyle de hareket etmektedir. Böylece hâkim tüketim ideolojisine karşıt olan topluluklarla temasa geçebilmektedir. Kısaca, farklı olma isteği de, benzer olma isteği de diğer ikilikler gibi varoluşumuzun içkin özelliklerinden

⁵ Bunu farkında olmadan bilinçsizce yapanlar -ki Baudrillard’ın (2011: 50-58) “hiper-gerçeklik” kuramı bunu desteklemektedir ve bu konu kuramsal çerçevede açıklanmaktadır- olduğu gibi farkında olarak bilinçli bir şekilde yapanlar da vardır.

kaynaklanmaktadır. Simmel'e göre sürekli var olan bu dinamik süreç etik de olsa, etik dışı da olsa çoğunlukla bireylerin eylem birliğini bozmamakta; aksine, kuvvetli birliklilik sergilemesini sağlamaktadır. Bu noktada moda da söz konusu farklılıkların ve benzerliklerin çekiciliğini birleştirerek denge kurmaktadır. Öyle ki modanın var olmasının ön koşulunu Simmel, bu özelliklerin somutlaşmasına bağlamaktadır (Simmel, 2006: 103-107; Jenkins, 2016: 150-158). Hem farklı olmayı hem de kendini bir sınıfa ait hissettirecek aynılığı - benzeme güdümüzü gidermeyi- sağlayan moda hakkında Simmel'in aşağıdaki analizi moda felsefesini anlamakta zihinleri daha net berraklaştırmaktadır;

Moda, verili bir örüntünün taklididir, bu nedenle de toplumsal uyarlanma yönündeki ihtiyacı karşılar; bireyi, herkesin yürüdüğü yolda ilerlemeye sevk eder; her ferdin davranışını salt örnek haline getiren genel bir durum ortaya koyar. Aynı zamanda, ayırt edilme ihtiyacını, farklılaşma, değişim ve bireysel aykırılık eğilimini de aynı ölçüde tatmin eder. Bunu, bir yandan içerik değişiklikleriyle sağlar -bugünün modalarına, onların dünün ya da yarının modalarından ayıran bireysel bir damga vuran değişikliklerdir bunlar. Diğer yandan, bunun altındaki daha kuvvetli bir neden de, modaların daima sınıf modaları olmasıdır: Yüksek tabakanın modaları, kendilerini alt tabakaların modalarından ayırır; ne zaman ki alt tabakalar yüksektekilerin modalarını devralmaya başlar, o zaman yüksek tabaka bundan vazgeçer (Simmel, 2006: 106).

Farklılaşmanın bir göstergesi olan sınıfsal tabakalar, aynı zamanda içinde benzeşmeleri de barındırmaktadır. Bu bağlamda, bireyler ve bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları topluluklar/sınıflar; kendilerine özgün tüketim ritüelleri, değerleri, davranışlarıyla oluşturdukları seramoniler eşliğinde birbirlerine benzerlerken; yine bu seramoniler sayesinde kendilerini diğer sınıflardan/topluluklardan farklılaştırmaktadırlar. Fakat her daim, Simmel'e göre, kendi sınıfının üstünde olan sınıflara öykünen veya bir başka topluluğa öykünen bireyler de sosyal alanlarda var olacaktır. Moda da bu sınıfsal tabakalar - ve topluluklar- arasındaki çatışmalardan beslenerek, kendisini sürekli yeniden üretecek alanı sağlayacaktır (Simmel, 2006: 105-107). Kendini yeniden ürettiği alanı bulduğu zaman ise sürdürülebilir tüketim ideolojisini savunan toplulukların üyelerini çelişkiye düşürebilecek zemini de daha rahat hazırlama imkânı bulmuş olacaktır.

Farklılık ve benzerliğin çatışması yaşam için gerekli olan *kimlik* kavramının da *içkin* özelliğidir. Öyle ki *Moda* ve *Kimlik* kavramları birbiriyle iç içe geçmiş kavramlar olarak nitelendirilmektedir. Richard Jenkins'in kimliğin oluşmasında merkez noktaya koyduğu şeylerden biri bu nedenle benzerlik ve farklılığın çatışması olmuştur (Jenkins, 2016: 18-21). Ayrıca kimlik de moda da *sürekli* bir *oluş* hâlinindedir: "Kimlik hakkında göz ardı edilemeyecek etkin bir şey vardır; 'tam orada' değildir, bir 'şey' değildir, *her zaman* oluşturulması gerekir" (R. Jenkins, 2016: 19). Aynı şekilde moda da; "hem olmaktadır, hem de

olmamak”, daima geçmiş ile geleceğin eşiğinde durarak güçlü bir “şimdi duygusu” vermektir. Sürekli oluş hâlinde olmaktır (Simmel, 2006: 112).

Kitlesel üretimlerini dağıtımına sunan piyasa hegemonyası, kendisini sürekli yeniden üretecek gücü ve kendisine karşıt hareket eden toplulukları deforme edebilecek koşullara ihtiyaç duymaktadır. Bunu, dağıtımına sundukları metaların devamlı tüketilmesi ile sağlayacağından dolayı durmadan yeniye ihtiyaç duyan müşteriler (kimlikler) yaratmaktadır - ki böylece sürekli tüketim gerçekleşsin. Ekseriyetle reklam endüstrisi de bu nedenle; *yeni bir görünüş, yeni bir ben, baştan aşağı değişim* sloganlarıyla *kimlik* satmaktadır (R. Jenkins, 2016: 25). Fark edildiği gibi sürekli bir *yeni* kavramı hem moda felsefesinde hem de kimlik kavramında sürekli tekrarlanmaktadır. Nitekim tekrarlanan bu kavramlar ile kimlik ve moda ittifakı piyasa hegemonyasının çıkarları için önem arz eden ikili ittifak oluşturmaktadır.

Sınıfsal ayrımları ve ayrımların sınırlarını belirleyen davranış kalıpları, ritüeller, değerler, inançlar; tüketim eylemini anlamlandırabilmekte önem arz eden başka noktalardır. Kapitalist üretim biçiminde, üretim araçlarını elinde bulunduran üst sınıflar; üretim araçlarından mahrum olan ve üretim araçlarını elinde bulunduranların hizmetkârı, çalışanı olarak hayatta kalmaya çalışan orta ve alt sınıfların habituslarından kendilerini ayırt edecek değerler, ritüeller, davranışlar sistemi inşa etmiştir. Yağmacı kültürün bazı özellikleriyle sarmalanmış kapitalizmin, maddi açıdan üst konumunda bulunan ve kendini diğer sınıflardan farklı kılmaya çalışan bu gruplara Veblen, *Aylak Sınıfı* adını vermiştir. Yağmacı kültürün özelliklerini bünyesinde barındıran *kapitalist üretim tipinin* bu kültüründe, üst sınıflara konumlandırılan aylak sınıfının bireylerine (o dönemlerin eril tahakkümünden dolayı erkekler) göre çalışmak; değersizliğin, zayıflığın ve bir efendiye boyun eğmenin göstergesidir -tıpkı yağmacı kültürde olduğu gibi. Ayrıca, yağmacı kültürden kapitalist kültüre geçişte bu gelenek etkisini yitirmemiş, bilakis daha hızlı pekiştirilmiştir. Çünkü kapitalist kültürün üst sınıfında yer alan ve üretim araçlarını elinde bulundurdıkları için güç sahibi olan bu aylak sınıfı; gücünü korumak ve insanlar tarafından saygınlık kazanabilmek için lüks tüketimlerini ve konforlu yaşamlarını mütemadiyen arttırarak sergilemeye çaba sarf etmiştir. Veblen’e göre; insanların saygınlığını kazanmak için sadece servet sahibi olmak yetmez, gücünü sergilemek de gerekmektedir (1995: 48-52). Ve bu gücünü sergileyip, saygınlık kazanması noktasında devreye *Gösterişçi Tüketim*’in değerleri/ritüelleri sokulmaktadır. Gösterişçi tüketim; az sayıda bulunan değerli materyallerin satın alınması, güç göstergesine dönen şenlikler düzenlenmesi, ihtiyaç dışında metaların sürekli tüketilmesi vb. şekillerde cisimleş(tiril)en tüketim biçimlerine verilen isimdir. Amaç ise; servetinin gücünü göstererek saygınlık kazanmak ve diğer sınıflardan kendini ayırmaktır (Veblen, 1995: 68-75). Veblen’in

sunduğu bu araştırmanın neticesinde, aylak sınıfı diye tabir edilen sınıfların sınırları kavranabilmekte ve bu bağlamda burjuva sınıfı ve/veya sermayedar sınıfının, aylak sınıfını temsil ettiği görülebilmektedir. Öte yandan, aristokrat sınıfın değerlerini kendi bünyesine katan bu sınıflar, ayrıca, maddi olanaklar bakımından aşağısında bulunan sınıfların kendisine öykünmesini de sağlamaktadır. Böylelikle hem elinde bulundurdukları üretim araçlarının işlemesini sağlayacak çalışkanlığı alt sınıflara benimsetmekte ve/veya yaymaktadır; hem de kendi aylaklıklarının ve gösterişçi, israfa dayalı sürdürülemez tüketimlerinin meşruluğunu sürekli yeniden üretecek zemini yaratmaktadır (Veblen, 1995: 77-78).

Çağdaş uygar topluluklar da, sosyal sınıflar arasındaki sınır çizgileri muğlak ve gelip geçici bir hal almaktadır. Bu halin görüldüğü her yerde, üst sınıfın dayattığı saygınlık normu, baskıcı etkisini, sosyal yapı boyunca pek az dirençle karşılaşılarak, en alt tabakalara dek yaymaktadır. Bunun sonucu, her tabakanın üyelerinin kendilerinin bir üstündeki tabakanın yaşam biçimini bir saygınlık ideali olarak benimsemeleri ve enerjilerini bu ideale ulaşmak çabasına yöneltmektedirler (Veblen, 1995: 77-78).

Kapitalist ideoloji, sosyal sınıflar arasındaki sınırları kapatmayarak kendisinden önceki yönetim biçimlerinde pek fazla görülmeyen -daha doğrusu böyle geniş kapsamlı gözükmeyen- bu geçirgen özelliğiyle bireyleri sistem içinde daha etkili bir şekilde manipüle etmektedir. P. Bourdieu'nun *illusio* kavramıyla açıkladığı 'şey' de esasen budur; çünkü, Bourdieu'nun *illusio* kavramına göre bireyleri oyun içinde tutabilmek için onlara pragmatist çıkarlar sunmak gerekmektedir. Hatta hayaller sunmak icap etmektedir. Bu bağlamda, kendisinden maddi ve semiyotik olarak daha üst sınıfta yer alan zümrelerin sergiledikleri yaşamlar, onlara öykünen bireyler tarafından hedef noktası olarak belirlenmektedir. Çok çalıştıkları takdirde, kendisinden daha üst sınıfta yer alan bu zümrelerin yaşamları, onlara, ulaşılabilecek bir ihtimal olarak gösterilmektedir. Ve böylece alt sınıflar, oyunda kalabilecekleri motivasyonlarını kendi kendilerine sağlamaktadır (Bourdieu vev Wacquant, 2014: 105-106).

Antrparantez; aylak sınıfının gösterişçi tüketim ile saygınlık kazandığı ve çalışmanın/emek sarf etmenin zayıflık olarak algılandığı zamandan üst düzeyde örgütlenmiş bir sanayi toplumuna geçerken, sistem, barındırdığı çelişkilere çözüm bulmak zorunda kalmıştır. Sonuçta, gücün somut göstergesi olan üretim araçlarına sahip olmak ve bunun bahsettiği güç, başlangıçta emek sarf etmekle kazanılmıştır. Soylu oldukları için ailelerinin miraslarından kalan üretim araçlarına dahi sahip olursa, yine de, o üretim araçlarının arkaik yapısına bakıldığında emek ve/veya çalışma göstergeleri bulunmaktadır. Fakat aylak sınıfı bu gerçeklere rağmen, çalışmayı yadırgayacak değerler ve davranışlar benimsemiştir. Dolayısıyla burada bir çelişki ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki; egemenler, bir yandan emek gücü sarf

etmeden tüketimde bulunmayı saygınlık göstergesi olarak göstermektedir ve bir zamanlar aylak sınıfının bu gücü çalışarak elde ettiği gizlenmektedir. Öte yandan, aylak sınıfının emek sarf etmeden tüketimde bulunabilmesi için [aylak sınıfının] sermayesini ivedilikle maksimize edecek olan işçi sınıfının çalışkanlığını bir güçsüzlük göstergesi olarak sunmaktadır. Bu nedenle, bahsedilen çelişkinin bertaraf edilmesi gerekmektedir. Çünkü; ancak çalışan sınıfın emek sarf etme güdüsü motive edilirse aylak sınıfının üretim araçları kâr edecektir. Veblen'e göre bu çelişki aylaklığın biçimsel düzeyini değiştirmek ile çözüme kavuşturulmuştur (Veblen, 1995: 83-90).

Bunun sonucu olarak, aylak sınıfının sürdürdüğü gösterişçi aylaklıkta, özden çok biçimi ilgilendiren bir değişiklik yaratılmıştır. İki çatışan zorunluluk arasında bir uzlaşma yaratmak üzere, kandırmacaya başvurulmuştur. Pek çok karmaşık nezaket kuralı ve törensel nitelikli toplumsal görev yaratılmıştır. Resmi üslupları ve adları belirli bir sözde iyileştirme amacına işaret eden çeşitli örgütler kurulmuştur. Ortada bir hayli koşuşturma ve bir hayli de konuşma vardır (Veblen, 1995: 84-85).

Böylelikle hem insanda var olan emekçilik içgüdüünün enerjisi bizzat aylak sınıfı tarafından (ki onlarda da var olan bir güdüdür bu) pek fazla yararı olmayan üretim ile boşaltılmıştır. Ve bu durum, aylak sınıfının (sözde) üretimde bulunduğu yönünde algı yaratmıştır. Hem de çalışan sınıfların nesnel gerçekliği görme ufukları bulanıklaştırılarak aylak sınıfının yararına hareket ettirilmeleri temin edilmiştir. Bu sayede de aylak sınıfı, elinde olan üretim araçlarının ivedilikle maksimize edilmesi yönündeki politikayı, bizzat çalışan sınıf tarafından yerine getirilmesini sağlamıştır. Hâl böyle olunca da üretim ilişkileri, kendini sürekli yeniden üretecek alana ekseriyetle kavuşmuştur. Aylaklık ve gösterişçi tüketim arasındaki ilişki de üst düzey örgütlenmiş sanayi toplumuna geçişte böylece şekil değişikliğine uğramıştır. Aylaklık gücünü kaybetmiş; fakat gösterişçi tüketim daha fazla güçlenmiştir. Çünkü kandırmaca ve/veya yüzeysel dahi olsa üretimde bulunduğunu gösterecek davranışlar sergilemek aylaklık ritüellerine aykırı bir davranışken, gösterişçi tüketime aykırı olacak gelişmeler bu geçiş döneminde görünmemiştir. Hatta israfa dayalı tüketme ritüelleri (üretimde bulunma imajı vermek için golf oynamak, vakıflar kurmak, toplantılar düzenlemek, savurgan tüketimde bulunarak zenginliğini gösterecek materyalleri sergilemek vs.) daha da şiddetlenerek gösterişçi tüketimin içine yerleş(tiril)miştir (Veblen, 1995: 83-90).

Veblen'in yaklaşımından beslenen G. Miller ise söz konusu bu yaklaşıma sosyal evrimcilik perspektifinden bakarak süreci farklı bir şekilde irdelemiştir. Çünkü Miller'a göre insanlar da tıpkı hayvan türü gibi etrafına daha sağlıklı ve daha güçlü olduğunu gösteren sinyaller yollamaya güdümlüdür. Örneğin tavus kuşları kuyruklarını açtığı anda, canlı ve gür, renkli ve büyük bir kuyruğa sahip olduğu sinyalini karşı cinsine göndermeye çalışmaktadır.

Böylece onu etkilemeye çalışmaktadır. Aynı şekilde, insanlar da bu mantıkta bir hareket ağına sahiptir; karşısındaki insana gönderdiği söz konusu bu sinyallerle kendilerine saygı duyulmasını veya karşı cinsin kendisinden etkilenmesine arzu duymaktadır. Bu uğurda çaba sarf etmektedir. Kapitalizmde -başka dönemlerden daha şiddetli şekilde-, insanların işte bu ilkel güdülerini, mevcut piyasanın kâr odaklı yönelimleri tarafından sürekli manipüle edilmiştir. Bireyler, daha güçlü ve daha sağlıklı yahut daha nitelikli olduğunu tüketim faaliyetleri ile gösterecek ortamlara itilmiştir. Bu bağlamda, bilhassa varlıklı kesim, lüks hizmetleri ve ürünleri kendi mutluluklarını yüceltmek için değil, karşı tarafa refah seviyelerinin ne kadar yüksek olduğunu sergilemek için kullanmaktadır. Bu şekilde karşısındaki insanları etkilemeye çabalamaktadır. Nihayetinde Miller’a göre *gösterişçi tüketim* de bu amaçla araçsallaştırılmaktadır. Kısacası insanlar, ihtiyacı olmadığı şeyleri tüketerek refah seviyelerinin ne kadar yüksek olduğu sinyalini alana yollamakta ve etrafındaki insanları bu şekilde etkilemeye çalışmaktadır (Miller, 2012: 129-133).

İnsanlar da dâhil olmak üzere bütün hayvanlar, ister tavus kuşu kuyruğu olsun, ister Hummer H1, karşılayabilecekleri en pahalı sinyallerle gösteriş yapıyorlar. Her durumda güvenilir sinyal bir çeşit ‘gösterişçi israf’ gereksinim duyuyor; kaynakların maddi hiçbir fayda sağlamayan ürünlere açıkça sarf edilmesi, harcayanın kaynaklarını israf etmeye gücünün yettiğinin ve buna istekli olduğunun göstergesidir (Miller, 2012: 132).

Gösterişçi tüketimin göstergelerinden biri olan *savurgan tüketim* tarihin birçok döneminde görülmüştür. Bu nedenle savurgan tüketimi salt kapitalist döneme ait bir olay olarak lanse etmek yanlış noktalara varılmasına sebep olacaktır. “Bütün toplumlar her zaman zorunlu harcamalar ötesinde har vurup harman savurmuş, harcamış ve tüketmiştir, çünkü toplum gibi birey de sadece var olmadığını, ama yaşadığını aşırı, gereğinden fazla bir tüketimde” (Baudrillard 2015: 41) hissetmiştir. Baudrillard bu sözlerinin devamında, kapitalizm öncesi toplumlarda da dini ritüeller veya sosyal statüleri belirleme çerçevesinde savurgan tüketimin var olduğunu ispatlamaya çalışmıştır. Fakat ona göre kapitalizmin ivme kazandığı süreçlerdeki tüketim, *üretken savurganlık* meali ile daha da başka boyutlara doğru ilerleme kaydetmiş ve şiddetlenmiştir (Baudrillard, 2015: 41-43).

Lüks tüketim kavramının sınırlarını betimlemeye çalışan W. Sombart, lüks tüketimi ihtiyaç ötesinde bir tüketim olarak yorumlamıştır. Ayrıca, Sombart bir yandan ihtiyacın anlamını sorgularken, diğer yandan, kapitalizm öncesi toplumlarda da savurgan tüketimin var olduğuna ispatlamaya çalışmıştır. Bu amaçla da öncelikle lüks tüketimi nicel ve nitel olarak ayırmıştır. Nicel olarak; bir sigarayı tek kibrit çöpüyle yakmak varken beş kibrit çöpüyle yakmayı lüks ve ihtiyaç dışıdır diye tanımlarken; nitel olarak lüks tüketimi iki kola ayırarak

tanımlamaya çalışmıştır. Tanrı'ya kubbesi altından/gümüşten yapılmış ibadethane sunmakla, kendine çok değerli kumaştan bir giysi almak arasındaki fark ile de bu nitel ayrımın kollarını netleştirmiştir. Sombart'a göre; nitel olan kollardan birincisi *idealist ve özgeci* lüksken, diğeri *maddeci* hatta *bencil* bir lüks kategorisine denk düşmektedir. İkinci lüks tüketim biçimini *ipe sapa gelmez şeyler* ile kendini donatmak olarak tanımlayan Sombart; bu tür lüksü, kişisel lüks olarak da adlandırmaktadır. Ek olarak, *salt nefse* dayalı bir *haz* duygusundan kaynaklanan bu kişisel lüks Sombart'a göre; gittikçe daha da muazzam şekilde nesneleştirilmiştir (2016: 117-119).

Savurgan tüketimin göstergelerine sahip lüks tüketimin nitel ayrımında, ilk kolu oluşturan *idealist ve özgeci* lüks tüketim biçiminin, toplumsal tarihin çoğu zamanında kendini gösterdiğine değinilmiştir. J. Baudrillard da işte bunu potlatch⁶ terimiyle açıklamaktadır (2015: 41). Bu bağlamda her iki düşünür de dini ritüeller ile savurgan tüketim arasındaki ilişkiyi tespit etmiş; böylece, kapitalizmin ortaya çıkmadığı çağlarda dahi savurgan tüketimin var olduğunu gözler önüne sermiştir. Veblen'in perspektifinden bakıldığında aynı şey nitel lüks tüketiminin ikinci kolunu oluşturan; *kişisel lüks* tüketim kalıpları için de geçerlidir. Nitekim aylaklık ritüellerinin yansıması olan gösterişçi tüketimin, kapitalizm öncesinde var olan yağmacı kültürlerde de vuku bulduğu gözlemlenmiştir. Ekseriyetle bu durum, kişisel lüks adıyla gerçekleştirilen savurgan tüketimin kapitalizm öncesinde var olduğunu göstermektedir (Veblen, 1995: 50).

Kısacası; savurgan tüketim, kapitalizm öncesi toplumlarda da vardır; ama bunlar kitlesel olmayan, basit düzeyde savurgan tüketim biçimlerine denk düşmektedir. Lakin Avrupa'da, kapitalist üretim biçiminin hâkimiyeti, teknolojinin ilerlemesi ve sağlık sektöründeki gelişmeler ekseninde insan popülasyonundaki artışlar gibi benzer gelişmeler neticesinde; savurgan tüketim, artarak yaşam ağına zarar verebilecek seviyelere ulaşmıştır (Baudrillard, 2015: 35-38, 41-42). Üretim ve tüketim ağındaki bu tarihsel gelişmelerin yaşam ağına verdiği zararları D. Harvey şu şekilde ifade etmiştir:

20. Yüzyılın son yarısında pek çok niceliksel dönüşüm yaşanmıştır -en önemlilerini sıralamak gerekirse bunlar, bilimsel bilgi, mühendislik yeteneği, sınai çıktı, artık üretimi, yeni kimyasal bileşimlerin icadı, şehirleşme, nüfus artışı, uluslararası ticaret, fosil yakıt tüketimi, kaynak kullanımı, yaşamsal alanların farklılaşmasıdır. Bu niceliksel dönüşümler çevresel etkiler ve olası beklenmedik sonuçları itibariyle niteliksel bir dönüşümde içerir. Bugün gerçekleşmekte olan büyük çevresel dönüşümün beklenmeyen sonuçları olduğuna (ki bunların bazıları doğrudan bize zarar vermekte, bazılarıysa gereksiz bir biçimde diğer türlere zarar vermektedir) dair kanıtlar tartışmasız olmamakla birlikte yeterince ikna edicidir -bkz. biyolojik çeşitliliğin artan oranlarda kaybolması (2008: 271).

⁶ Yerlilerin/kabilelerin kutsal nitelikli armağanları sunması; har vurup harman savurması ya da bir şeyin armağan olarak yok edilmesi (Baudrillard, 2015: 41-45).

Söz konusu bu durumu metaforik bir örnek vasıtasıyla açıklamak, konuyu daha anlaşılır şekilde ifade etme olanağı sağlamaktadır. Örneğin, falezlerin üzerine kurulmuş bir kasabanın yerleşkesi olan bu falezlerin altındaki denizde su oldukça sakindir. Dalgalar ise küçük boyutlarda hareket etmektedir. Falezlere vuran küçük boyuttaki dalgalar ancak yüzbinlerce, hatta milyonlarca yıl içinde falezlere çarparak, o kayaları eritebilecek aşındırma kuvvetine sahiptir. Kasabaya zarar verebilecek frekansa/yüksekliğe sahip dalgalar namevcuttur. Ancak, dalgalar, eğer falezleri aşabilecek boyuttaki dalgalara dönüşürse durum değişebilir ve stabilizasyonun bozulma ihtimali söz konusu olabilir. Başka bir deyişle; denizde gerçekleşen değişimler sonucunda, dalgaların boyu eğer yükselir ve falezlerin üstüne ulaşabilirse, kasaba zarar görebilir ve/veya yerleşim yeri heba olma tehlikesiyle karşı karşıya gelebilir. İşte kapitalizm öncesi dönemlere ait savurgan tüketimde dalga boyutları, sadece falezleri ufak tefek aşındırabilecek dalga seviyesindeyken, birçok eleştirel kuramcıya göre (bkz. Harvey, 2008: 271-272; Baudrillard, 2015: 40-47) kapitalizmin ivme kazandığı zaman dilimlerinde, savurgan tüketimin dalga boyutları kasabayı yerle bir edebilecek yüksekliğe ulaşmaya başlamıştır.

Sonuç olarak; falezlerdeki dalgalar kayalara çarpıp milyonlarca yıl içinde o kayaları aşındırabilecekken, sürdürülemez tüketimin itici kuvvetiyle birlikte bu dalgalar, artık kısa zamanlar içinde yerleşim yerlerini yok edebilecek seviyeye gelmiştir. Bunun nedenini anlayabilmek için, kapitalizmin kuruluş aşamasındaki süreçlere ve ilerleyişindeki momentlere göz atmak gerekmektedir -ki kuramsal çerçevede bu süreçlere daha detaylı girilmiştir.

1.1.3. Sürdürülebilir Tüketim

Kapitalizmin, yaşam ağına zarar veren üretim ve tüketim pratiklerinin tarihsel ilerleyişini kuramsal çerçeveye aktarılmasıyla birlikte, kavramsal çerçevenin yazın akışını sürdürülebilir üretim ve tüketim felsefesini tanımlayarak devam etmek ve bu düşüncenin ortaya çıkmasına sebep olan itici kuvvetleri irdelemek, tezin akışı için önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu başlıkta etraflıca bu konuya girilmiştir.

Bilimsel çalışmaların, insan türünün diğer canlılar gibi çevresiyle/doğasıyla uyum içinde yaşaması gereken bir canlı olduğunu ve doğanın kendi dengesine insan türünün de muhtaç olduğunu ifade etmesi dikkat çekmektedir. Çünkü doğanın dengesi insan türünün var olabilmesi için zaruridir. Fakat buna rağmen, insan türünün çevre kirliliğine sebebiyet veren bazı pratikleriyle doğanın bu ekolojik dengesini bozduğu ve sınırlı kaynakları bilinçsizce tüketerek yarınki kuşaklara daha sağlıklı bir yaşam ağı sunduğu da bilinmektedir. Ve bu çelişki genel kabul görmektedir (Bener ve Babaoğlu, 2008: 1-2).

Çevre kirliliği canlıların yaşadıkları ortamın doğal dengesinin bozulması faaliyetidir. Gelişmiş ülkelerdeki hızlı teknolojik ve ekonomik gelişmeler sonucunda ailelerin kullan-at yöntemini tercih etmeleri, gelişmekte olan ülkelerde ise toplumun doğayı ve doğal kaynakları ekonomik gelir getiren varlıklar olarak görmeleri sonucunda çevreyi bilinçsiz bir şekilde kullanmaları, çevre kirliliğinin büyük boyutlara ulaşmasına neden olmaktadır (Güven 1999'dan aktaran Bener ve Babaoğlu, 2008: 1).

Doğanın diyalektiğine olumsuz yönde müdahale eden insan pratiklerini devre-dışı bırakmak ve yaşam ağındaki insan pratiklerinin, doğanın kendi diyalektiği ile harmoni içinde tutabilmek için bazı paradigmalarda bilimsel çalışmalar yürütülmüş ve kuramlar üretilmiştir. Sürdürülebilir üretim ve tüketim felsefesi de bunlardan biri olarak alana kendini sunmuştur. Sürdürülebilir tüketim kavramı genel kabul gören anlamıyla:

Gelecek kuşakların ihtiyaçlarını da dikkate alarak, yaşam döngüsü bakış açısı ile doğal kaynakların, toksik maddelerin, atık salımının ve çevreyi kirlletici maddelerin kullanımını en aza indirgerken, temel gereksinimleri karşılayan ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan malların ve hizmetlerin kullanımı" olarak tanımlanmıştır (OECD 2002'den aktaran Atrek ve Madran, 2017: 4).

Sürdürülebilir üretim ve tüketim kuramlarındaki dönüşüm ihtiyacının temel nedenleri olarak sunulan gerekçeler ise;

Özellikle insan eliyle yaratılan (antropojenik) iklim krizi ve küresel ısınma sorunu, hızlı ve geri dönülemez bio-çeşitlilik kaybı, enerji krizleri, artan gelir adaletsizliği problemi, artan fakirlik, artan nüfus, insan hakları ihlalleri, kitlesel hava/su/toprak kirliliği ve kaybı vb. çeşitli doğal ve sosyal problemlerin ortaya çıkmasıdır (Atrek ve Mandan, 2017: 4).

Bu problemlerin önem arz eden büyük bir kısmı; mevcut kapitalist yönetim, üretim ve tüketim biçimlerinin sonucunda ortaya çıkmakta ve yaşam ağına verdiği zararlar her geçen gün derinleşerek artmaktadır (Atrek ve Mandan, 2017: 4). Ne var ki bu problemlere karşı çözüm sunacağını ilan eden liberal menşeli sürdürülebilirlik anlayışı, yarattığı illüzyonlar eşliğinde sürdürülebilirlik ile ilgili bütün oluşumları kapitalizmin lehine kullanmaktadır. Ve sunduğu bu yaklaşımların pratiğe dökülmesinde, eleştirel paradigmalara göre uzlaşmaz tutarsızlıklar barınmaktadır (Mutlu, 2017: 26-57). Bu nedenle tezde, sürdürülebilir tüketimin mealen anlatısını esas alan ve bu anlatının sağlıklı bir şekilde uygulanmasını hedefleyen eleştirel paradigmalardan türettiği oluşumlar ve bu oluşumların tanımladığı sürdürülebilir tüketim biçimleri esas alınmıştır.

1.1.4. “Alan”, “Habitus”, “İllusio” ve “Sosyal Sermaye” Kavramlarının Tüketim İle İlişkisi

Araştırma kapsamında spesifik veya tartışmalı konuları netleştirmekte yararlanılacak Bourdieu’nun *Alan*, *Habitus*, *illusio*, *Sosyal Sermaye* gibi kavramları da tezin kapsamına dahil edilmiştir.

Alan ile habitus kavramları tezin ortaya attığı problem için elzemdir; çünkü sürdürülemez tüketim ekimi ve bu ekime direnen kesimlerin mücadele yöntemleri alan ile habitus kavramlarının etkileşiminde cisimleşmektedir. Fakat alan ile habitusu anlamlandırabilmek için ilk olarak sermaye kavramına değinmek gerekmektedir. Sermaye, J. C. L Sismondi açısından; “birikmiş servetin üretken kısmı”dır ve “durmadan çoğalan değer”dir (Marx, 2003: 145). Aynı şekilde Marx da, Sismondi gibi sermaye mefhumunu ekonomi ilişkilerinden doğru tanımlamıştır. Ona göre sermaye; parasal birikim için ya da üretim ilişkilerinde artı değer oluşturabilmek için gerekli olan materyallerin birikimi - makineler, binalar, emek-gücü, donanımlar vb.- olarak tanımlanır (Marx, 2003: 138-146). Bourdieu ise bu birikimin tanımını, yani sermayeyi, Weber metodolojisinden bakarak üstyapıya eklemiş ve üstyapıdaki alanları da sermaye biçimleri olarak tanımlamıştır. Böylece Bourdieu; “kültürün başlı başına bir iktidar kaynağı olduğunu savunarak Marksist gelenekten ayrılır; bu çerçevede kültür, temelde yatan ekonomik etkenlerin üstyapısal bir türevine indirgenemez” (Swartz, 2011: 390-391). Bourdieu buradan hareketle üstyapıdaki birikimleri, diğer bir ifadeyle sermayeyi, farklı alanlara bölerek kategorileştir:

Bourdieu'nun terminolojik terkinde özel bir yere sahip olan "sermaye", alan içindeki maddi kaynakların dağılımını ifade eden bir kavramdır. Bourdieu, ekonomik sermaye (servet), kültürel sermaye (diploma), sosyal sermaye (toplumsal bağlar), sembolik sermaye (itibar, bilgi, onur) gibi pek çok sermaye türü geliştirmiştir (Etil ve Demir, 2014: 336).

Sosyal sermaye (toplumsal bağlar) kavramsallaştırması, alanının içkin özelliklerinden biri olarak çözümlenir ve kategorilere ayrılır. Böylece sermayenin salt ekonomik tanıma indirgenmesinden uzak durulabilmekte ve sermaye çeşitlerinin işleyiş metodu daha net tahayyül edilebilmektedir (Etil ve Demir, 2014: 336).

Bourdieu perspektifinde, herhangi bir toplum tipinin sosyal alandaki birikimi, onun sosyal sermayesini göstermektedir. Bu bağlamda, tüketim pratiklerinin sermaye birikiminin temsillerinden biri olduğu ileri sürülebilmektedir. Zira alt, orta veya üst sınıfa ait olan grupların tüketim pratikleri, onların sosyal sermaye birikimlerini ve farklılıklarını gün yüzüne çıkaran göstergelere sahiptir. Örneğin; alt veya orta sınıfa ait bir bireyin, üst sınıfı (burjuvayı, sermayedarı) temsil edenler ile girişeceği etkileşim esnasında gerçekleştirmiş oldukları ya da

gerçekleştireceği tüketim pratikleri (giydikleri elbiseler, kullandıkları takılar vb.), onların sosyal sermayesindeki farklılıkları gün yüzüne çıkarmaktadır. Aynı şekilde üst sınıfın, alt ve orta tabakadaki bireyler ile girişeceği etkileşim sonucunda ortaya çıkacak olan tüketim pratiklerindeki farklılıklar da, yine aynı şekilde sosyal sermayelerindeki farklılıkları temsil etmektedir. Bourdieu perspektifinde sermayenin asıl anlamı işte bu birikimler ve farklılıklar üzerinden tanımlanmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 107-108).

Alan kavramı Bourdieu tarafından ideolojilerin mücadeleye giriştiği yerler olarak tanımlanmaktadır. İktidar tiplerinin, sermaye biçimlerine tahakküm etme yarışında zirveye ulaşmak için giriştikleri mücadelenin uzamları olarak yorumlanmaktadır. Çünkü alanlara sahip olan ideolojiler, kültürel keyfiyetlerinin güdümünde belirlediklerini habituslara dayatabilecek gücü elde etmektedir. Bu gücü elde etmenin yolu da farklı alanların, farklı sermayelerini analiz edip ona göre stratejiler benimsemekten; ve sonrasında bu sermayeyi kontrol edecek evreye doğru ilerleyen adımlar atabilmekten geçtiği ileri sürülmektedir. Tabiri caizse iskambil oyunlarında koz olabilecek kartlar nasıl oyundan oyuna değişiyorsa (king oyununda farklıdır, pokerde farklıdır vs.), alanlarda da koz olarak kullanılacak sermayelerin değerleri aynı mantıkla alanlara göre (bilim, sanat, toplumsal alanlar vb.) değişmektedir (Bourdieu & Wacquant, 2014: 82). Örneğin; sanat alanında güç elde etmek isteyen insanların, sanat alanında hâkim olan yapının kurallarına -ve o yapının sermaye birikimine- tabi olmak zorunda olduğu; piyasa alanında güç elde etmek isteyen insanların da, piyasa alanında hâkim olan yapının kurallarına -ve o yapının sermaye birikimine- tabi olmak zorunda olduğu dile getirilmektedir. Güç ilişkilerindeki bireylerin ve zümrelerin, stratejilerini bu tabiiyet doğrultusunda belirlemek zorunda oldukları iddia edilmektedir. Peki, nasıl oluyor da insanlar bu kurallara tabi olmayı onaylamaktadır? Cevap olarak burada *Illusio* kavramı ortaya çıkmaktadır.

Illusio; sarsılmazlığın [ataraxia] tersidir: Kendini vermek, oyuna girmek ve oyuna kaptırmaktır. Çıkarı olmak [ilgilenmek] belirli bir toplumsal oyunun bir anlam taşıdığını, kazanılıp kaybedileceklerin önemli ve peşinde koşulmaya değer olduğunu kabul etmektir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 105).

Oyunda kaybedilip kazanılacakların değeri konusunda -sözsüz bir kabul mahiyetinde olan- özgün *illusio*'lar kurgulanmaktadır. Ve bu *illusio*'lar sosyal alanlarda somutlaştırılmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 106). Böylece, çıkarları çerçevesinde alanın kurallarına tabi olan bireyler yaratılmaktadır. Örneğin; ticaret alanında güç elde etmek isteyen biri, piyasa otoriteleri tarafından belirlenen kurallara tabi olmak şartıyla ticaret yaparsa güç/otorite elde edebilmektedir. Onların sürdürülemez üretim-tüketim ilişkilerine tabi olduğu zaman piyasadaki rakipleriyle mücadele edebilecek güce ulaşabilmektedir. Bu noktada, piyasa

otoriteleri tarafından kabul görüp, büyük bir iş adamı/kadını olabilme ihtimali, ticaret yapmak isteyen aktörü harekete geçiren çıkarı (illusio'yu) temsil etmektedir. Ve bireyler bu çıkarları için söz konusu tabiiyeti kabul etmektedir. Fakat unutmamalıdır ki bu kurallar zinciri değişime de kapalı değildir. Alanın içinde güç elde edebilen aktörler, rekabet ve savaşım sonucunda değişimin/dönüşümün katalizörü olabilmektedir (Etil ve Demir, 2014: 330-332). Sonuçta bu mücadelenin gerçekleştiği yer olan alanın kendine özgü esnek işleyiş mantığı/kuralları vardır; ve bireyler arası ilişkileri belirleyebilme potansiyeline sahip olan bu nesnel-yapısal kurallar, değişkenlik gösteren özelliklere ev sahipliği yapmaktadır (Etil ve Demir, 2014: 330-333).

Bu değişimlerin ve dönüşümlerin olduğu mücadele alanını oyuna benzeten Bourdieu, kelamının devamında oyun ile alan arasındaki farkı da açıklayarak ilerleme kat etmiştir. Bourdieu, alanın oyundan şöyle bir farkı olduğunu iddia etmektedir: “Alan bilinçli bir yaratımın ürünü değildir, açıkça ifade edilmeyen ya da kodlanmamış kurallara, daha doğrusu düzenliliklere uyar” (Bourdieu & Wacquant, 2014: 82). Diğer bir ifadeyle; alan oyun’a uyar; oyun ise alan’ı kapsar. Ona göre oyunu kazanan aktörler egemen sınıfı temsil etmektedir; fakat egemen sınıfı temsil edenler öte yandan oyunun da bir parçasıdır ve söz konusu bu egemenler kimi zamanlarda yapıdan zorunlu etkilenen bireyler durumuna düşebilmektedir. Bourdieu işte bu analiziyle alan ile oyunun ilişkiselliğini gözler önüne sermekte ve bu duruma başka bir perspektiften bakmayı es geçmemektedir. Nitekim *Karşı Ateşler* eserinde de bu konuya değinmiş ve şu ifadede bulunmuştur: “Kısacası bu oyunun egemenleri, egemen oldukları oyunun egemenliği altında olduklarından, bu alan yasalarını devletlere ve şirketlere zorla benimseten öznesiz bir cehennem makinası gibi işler” (Bourdieu, 2006: 120).

Bourdieu ve Wacquant’ın, *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar* adlı eserindeki “bağıntılar” konusu da bu anlatıları destekleyecek örnekler barındırmaktadır. İkili bu kitapta Hegel’in ünlü formülü olan *gerçek rasyoneldir* söylemini bozarak, *gerçek olan bağıntısaldır* teorisini ön plana çıkarmaktadır. Çünkü “toplumsal dünyada var olan şey bağıntılardır; eyleyiciler arasındaki özneler-arası bağlar ya da etkileşimler değil, Marx’ın dediği gibi ‘bireysel iradelerden ve bilinçlerinden bağımsız’ var olan nesnel bağıntılardır” (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 81). Bu perspektifi ile Bourdieu *generatif yapısalcılık* yaklaşımını ileri sürmüştür. Yapıların -bir nevi alanın da- tarihselliğine ve ilişkiselliğine değinmiştir (Etil ve Demir, 2014: 335). Anlaşılması gereken ise şudur; sadece mücadelenin seyrine göre değil, nesnel bağıntıların durumuna göre de bu oyunda egemen olanlar değişmektedir. David Harvey de, *Umut Mekânları* adlı eserindeki bir pasajıyla bu konuya temas etmiştir;

Bir yanda dünyayı yaşayan, büyüyen bir biçim ya da organizma olarak ele alan evrimciler vardır; diğer yanda, dünyayı tasarlanmış sanat bir sanat eseri olarak ele alan yaratmacılar. Bu iki tip, iki dünya görüşünü temsil eder: Biri dünyayı bir oluş olarak görürken, diğeri dünyayı bir yapım ürünü olarak görür (2008: 283).

Generatif yapısalcılığa göre; dünya hem oluş hem yapım süreci ile ilerlemektedir. Bourdieu da bunun diyalektiğini alan kavramsallaştırmasında kurmuştur. Ona göre alan; bu oluş ve yapım süreçlerinin sürekli birbiriyle çatışması sonucunda değişimlere uğrayan dinamik bir yapıya gönderme yapmaktadır (Etil ve Demir, 2014: 335-339). Keza oyun içerisinde olan ve sürdürülebilir tüketim veya genel kapsamda sürdürülebilir bir doğa ideolojisini benimseyen topluluklar da bu dinamik yapıda mücadele etmektedirler ki, tez kapsamında temel bağlantılar bu yapıların içerisinde kurulmuştur.

Habitus kavramı ise; sınıfsal konumlarına göre zihinlerine nakşedilmiş değerleri içselleştiren bireylerin ait olduğu gruplardan öğrendiği, kazandığı, fark ettiği bilgilere, alışkanlıklara veya yatkınlıklara verilen genel isimdir. Çünkü Bourdieu'ya göre bireyler, ait olduğu cemaatlerdeki ortak değerleri, yargıları, inançları, ritüelleri içselleştirmektedir. Ve içselleştirdiği bu ortak kültürel kodları, karşılaştığı sorunlara çözüm üretmeye çalışırken kullanmaktadır. Örneğin; alt-sınıfa ait çocukların mahalle arasında futbol oynarken patlayan toplarına yama yaparak çözüm üretmesi ile üst sınıfa ait çocukların, özel bir sahada futbol oynarken patlayan toplarını çöpe atıp, yeni bir top satın alarak çözüm üretmesi *habitus* kavramının basit düzeyde nasıl işlediğini göstermektedir. Ne var ki burada ekonomik durumun belirleyiciliği de habitusları şekillendirmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 109-119).

Bourdieu'nun paradigmasına göre bireyler, zihinlerine alan tarafından ekilen bu yatkınlıkları/alışkanlıkları, çoğunlukla, suyun ağırlığını hissetmeyen balık misali fark etmemektedir. Etrafındaki bu yaşam şeklini gayet doğal sayarak yaşamlarına devam etmektedir. Çünkü bireylerin habitusları rutinleş(tiril)miş değerlere dayanır ve sergilenen bu pratikler, alan tarafından, iletişim ilişkileri çerçevesinde bireye örtük pedagoji ile empoze edilen rutinler ile yerleştirilmiştir. Diğer deyişle alan, habitusu kendi lehine sorun çıkarmayacak bir şekilde kurgulayarak manipüle etmektedir. Habituslar da bu kurgunun içinde şekillenerek, mevcut iktidar lehine işlev görmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 109-119).

Alan, habitusu yapılandırır. Habitus, bir alanın ya da kesişen bir dizi alanın (alanlar arasındaki kesişmenin veya kopukluğun boyutu, bölünmüş, hatta parçalanmış habituslar yaratabilir) içkin zorunluluğunda somutlaşan üründür (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 118).

Böylece, alanda girişilen savaşım sonucunda oyunu kazanan zümreler, sermayelerini sürekli yeniden üretebilecek habituslar inşa etmeye devam etmektedir. Ektikleri bilinçleri de insanların habituslarında istikrarlı bir şekilde görmeye devam etmek istemektedir. Zira habituslar; “alanların yapısal/nesnel karakterlerinin özne tarafından içselleştirilmesi, pratikler olarak dışsallaştırılmasıdır” (Etil ve Demir, 2014: 339).

Mevcut iktidarın yönlendirdiği alanın direktiflerini içselleştiren insanların habitusları da oyunun galiplerine olumlu yönde pratikler bahşettiğinden (ve devamında iktidar bahşettiğinden) sürekli kontrol altında tutulmaktadır. Örneğin: Eğitim alanında hâkim olan sınıfın, eğitim alanında kontrol ettiği sermaye biçiminin kurallarını, değerlerini, ritüellerini, inançlarını ikrar eden her habitus, baskın sınıfın eğitim alanında istediği hâkim ideolojik iklimi devam ettirmektedir. Hatta diğer alanlardan ittifak yaptığı iktidar biçimlerine çıkar sağlayacak habituslar oluşturursa; ittifak kurduğu merkezi iktidarın yönetimindeki yükü dahi hafifletebilmektedir -kapitalist ideolojinin ve dolayısıyla sürdürülemez tüketim ekiminin eğitim üzerinden güç kazanması gibi. Keza o alandaki insanların/aktörlerin ve kurumların başarısı da buna göre ölçülmektedir. Örneğin:

Bir dinsel iktidarın etkinliği ve kapsayıcılığı, bu iktidarın pedagojik mercileri tarafından şekillenmiş habitusun, doğrudan [dini] doktrin tarafından tanzim edilmiş alanların çok ötesinde de iş görebilmesine (ekonomik davranışlar veya siyasal tercihler gibi) ve bu farklı alanlarda zihinlere kazınmış keyfiyetin ilkelerine de uygunluk gösteren pratikler doğurabilme derecesine göre ölçülür (Bourdieu ve Passeron, 2015: 65)

Sonuç olarak; Bourdieu’nun bu kavramsallaştırmaları sosyal bilim çalışmaları içerisinde sıkça kullanılmış ve kullanıldığı çalışmalara zenginlik katmıştır. Ayrıca uygun ilgili çalışmaların sistematik zeminini düzene sokmuştur. Dolayısıyla bu kavramlardan, araştırmanın gerek kuramsal çerçevesinde, gerek sonuç kısmında sıkça faydalanılmıştır. Zira sürdürülemez tüketim kültürü ve bu tüketim kültürüne direniş sergileyen toplulukların ideolojileri, Bourdieu’nun sistemleştirdiği alan ile habitus kavramları arasındaki mücadelelerde somutlaşmaktadır.

1.2. Kuramsal Çerçeve

Sürdürülebilir tüketim felsefesini benimsemiş topluluklara üye olan bireylerin, kapitalist sistemin sürekli tüketime dayalı ekonomik ve sosyo-kültürel ilişkilerine karşı direniş alanları oluşturma gayesiyle örgütlendikleri görülmektedir. Nitekim kapitalizmin; lüks, gösterişçi, hedonist ve savurgan tüketim ritüellerini beslemesi, estetiği moda ile belirlemesi, ihtiyacın sınırlarını manipüle etmesi ve insanların üzerinde yaşadıkları sosyo-kültürel ağın

kurgulanabilmesi için zaruri koşul olan doğayı deforme etmesi, bu topluluklara üye olan bireylerin ortaklaşa odaklandıkları problemler olarak tezahür etmektedir. Öte yandan, sürdürülebilir tüketim felsefesi çerçevesinde bir araya gelen bu bireyler; sürdürülemez tüketimi körükleyen faaliyetlerin sosyal ağda (alanda) sık başvurulan etkileşim biçimleri olmasını engellemek amacıyla alanda aktif direniş faaliyetleri yürüttüğü görülmektedir. Ekseriyetle bu direniş çerçevesinde bireyler, tüketimi belirleyen *ihtiyaç* ve *arzu* kavramlarını sorunsallaştırmaktadır. Fakat yine aynı bireyler, sorgulayarak kurguladıkları kavramlara, direniş alanlarına ve felsefelerine karşıt çelişkili pratikleri, kimi zaman kendileri de sergilemektedir.

Bireylerin, bahsedilen bu çelişkili pratikleri sergilemesinde, anti-kapitalist paradigmalara göre; kapitalist sistemin sosyal alanları ve bu alanlardan doğru habitusları sürekli güncelleyerek yapılandırıp, insanları sürdürülemez tüketime angaje etmesi sebep olmaktadır. Bu bağlamda kapitalizm; insanların, birbirleriyle iletişim kurmasına olanak sağlayan göstergeleri, sembolleri, imgeleri, söylemleri kontrol ederek, dinamik mücadele alanında ideolojisini yeniden üretmesini sağlayacak praksislere meyilli bireyler üretmeye çalışmaktadır. Tasarladığı birey tipolojilerini üretebilmek için de, insanları doğduğu andan itibaren mesaj bombardımanına tutacak aygıtlara ihtiyaç duymaktadır. Ve bu noktada; eğitim, aile, din, medya vb. araçlar, söz konusu mesajların aktarımı için işlevselleştirilen aygıtlar olarak mevcut sistemin bu ihtiyacına karşılık verdiği göze çarpmaktadır -ki eleştirel paradigmalara göre; bireylerin bu aygıtlar üzerinden arzuları, ihtiyaçları ve düşünceleri kapitalizmin lehine şekillendirilmektedir.

Bireye ilk biçimini veren aile ile uzun süreler boyunca pedagojik eylem ilişkilerinin belirlendiği ve cisimleştiği kurumlar olan okullar eşliğinde (dini kurumlarda dahil) bireyler, toplumsal alanda hangi kimliklerin prestijli kimlikler olup olmadığını öğrenmektedir. Bu prestijli kimliklere giden yolun yönleri, bu kurumların içine sirayet eden kapitalist ideolojinin direktifleri ile çerçeveselendirilmektedir. Aynı şekilde kitle iletişim araçları da, bu kurguyu pekiştirme göreviyle alanda işlevselleştirilmektedir. Ve bu araçlar, söz konusu kimliklerin neler tüketip neler tüketmeyeceğini göstererek bireyleri hedonik tüketime, gösterişçi tüketime, lüks tüketime vb. teşvik etmektedir. Buna benzer şeylere sürekli maruz kalan bireyler ise; sürdürülebilir tüketim ideolojisine sahip topluluklara üye olsa bile, benimsediği felsefeyle tutarsız tüketim pratikleri sergilemesi söz konusu olmaktadır. Tezin kuramsal çerçevesinde işte bu süreçler detaylandırılıp irdelenmiştir. İlk olarak, sürdürülemez tüketimin alanda yayılmasında kullanılan ve *rol modelleri* ile sürdürülemez tüketime angaje edilen *kimlik* olgusu ele alınmıştır.

Antrparantez, bu çalışmanın kuramsal çerçevesinde; kapitalizmin, hegemonyasını kurgularken kontrol altında tutmaya çalıştığı *ekonomik* ve *kültürel* etkileşimlerin şemasına, ve bu şemayı sistematik biçimde çözümlemeye çalışan yaklaşımların akıl yürütme biçimlerine başvurulmuştur. Bu bağlamda, Marksizm'in; kapitalist hegemonyanın altyapı ilişkilerindeki etkileşimlerine yönelik eleştirel perspektifi esas alınmış; sürdürülemez tüketimin kurgulanışındaki altyapı ilişkileri bu perspektif ile değerlendirilmiştir. Marks ve Engels'in üstyapı üzerine söylemlerine eklemlemeler yapıp güncelleyen Gramsci, Adorno, Horkheimer, Marcuse, Harvey gibi Neo-Marksist düşünürler ile üstyapının etkileşimlerine göreceli önem veren Weberyen düşünürlerin kapitalizme yaklaşım biçimlerinden, sürdürülemez tüketimin cisimleştiği ve ivme kazandığı zeminlerin anlamlandırılması noktasında faydalanılmıştır. Bu noktaları derinlemesine inceleyen postmodern paradigmaların; ihtiyacın, arzusun, statülerin, kimliklerin, modanın ve dilin değerler dünyasındaki yerine ve bu değerlerin iktidar ilişkilerindeki etkilerine karşı bakış açılarından, sürdürülebilir tüketim ile sürdürülemez tüketimin karşılaştırılması bağlamında yararlanılmıştır. Öte yandan, mevcut altyapı-üstyapı ilişkilerinin sürekliliği için araçsallaştırılan tahakküm mekanizmalarının işlevselleştiriliş biçimlerine dair çözümlemelerde bulunan Foucault ve Falzon'un *iktidar* analizlerine odaklanılmış; bu isimlerin, iktidar ilişkilerinin cisimleşip dolaşıma sokulduğu bölgelerde nasıl meşruluk kazandığına dair geliştirdikleri çözümlemelerden tezin sorunsalı çerçevesinde faydalanılmıştır.

Bourdieu'nun alan, habitus ve sermaye kavramlarına ve bu kavramların parmak bastığı etkileşimlere; sürdürülemez/sürdürülebilir tüketim çerçevesinde odaklanılmıştır. Öyle ki, Marx'ın altyapı ilişkilerinde ele aldığı sermaye kavramı, Bourdieu tarafından Weberyen perspektifle birleştirilir ve böylece: "Maddi kaynakların yanı sıra insanların yapıp etme biçimleri, birbirleriyle kurdukları bağılıkları, özdeşimleri ve bunlara bağlı algı biçimleri de sermaye içerisinde ele" alınır (Ülkücan, 2017: 134). Nitekim "bu çaba, aynı zamanda yapı ile eyleycilik arasında, nesnel ile öznel arasında ve bağlam ile deneyim arasında ikilikler üzerinden düşünmenin ötesinde bir bağlantı kurma" olanağı sağlar (Ülkücan, 2017: 134).

Diğer yandan, tezin sorunsalı çerçevesinde; kapitalist ilişkilerin, alan ile habituslar arasındaki dolaşımı esnasında somutlaşan sosyo-ekolojik problemleri ele alan Anarşist/Eko-Anarşistler'in, bu problemlerin ortaya çıkmasında neden olarak gördükleri hiyerarşi nosyonuna, yine bu paradigmanın bakış açısıyla yaklaşmıştır. Özellikle, Eko-Anarşistlerin temsilcilerinden olan Murray Bookchin'in, Marksistler'den etkilenecek geliştirdiği *diyalektik us* biçiminden, hiyerarşik ilişkilerin yarattığı sosyo-ekolojik problemlerin irdelenmesi esnasında yararlanılmıştır. Sosyo-kültürel ve sosyo-ekolojik alanların rehabilite edilmesi

bağlamında Kropotkin'in, evrimsel süreçlere dayanarak ele aldığı analizler ile geliştirdiği *yardımlaşma*, *paylaşma*, *ortak kullanım* anlayışları, Bookchin'in eklemlemeleri ile değerlendirilmiştir.



İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM ODAKLI KURAMSAL TARTIŞMALAR

2.1. Kimliğin Belirleniminde Temel İki Faktör; Üreticilik ve Tüketicilik

Toplumsal yapıda *kimlik* neredeyse var olmakla eş görülmektedir. Kapitalizmin güçlendiği ve yerleştiği aşamalarda; kimlik elde etmenin ve onu biçimlendirmenin koşulları, üretim ilişkileri içinde oynanan *üretici* rolünün nitel ve nicel özelliklerine göre belirlenmekteydi. İşçi, zanaatkar, satış elemanı, çiftçi vs. meslekler, bireyin kimliğini belirlemede temel öge konumunda olmuştur. Bireyin statüsünü de, prestijini de, sınıfını da üretim ilişkileri içindeki bu mesleki işlevler şekillendirmiştir. Postmodern dönem olarak nitelendirilen 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra ise; bu sürecin işleyiş metodunda şiddetli dönüşümler meydana gelmiştir. İleri-teknolojinin üretim ilişkilerini hızlandırması, sömürgelerden elde edilen ganimetlerin bolluğu ve hızla yükselen işçi hareketlerinin etkisi; bireyin, üretim ilişkileri içindeki konumunu nicel ve nitel olarak değiştirerek, kimliğin üretim şartlarını üretimden tüketime kaydırmıştır. Çünkü işçiler bu dönemde, kendilerine daha fazla zaman ayırabileceği şartları, üretim ilişkilerindeki kalıplaşmış çalışma ahlakından ve disiplininden kopararak kazanmaya başlamıştır. Keza üretim ilişkilerindeki teknolojik gelişmelerin meta üretimini hızlandırması da bu sürece etkide bulunmuştur. Bunların sonucunda, dalgaya göre dümen kıran kapitalizmin yöneticileri, bireylerin, tüketim üzerine daha fazla yoğunlaşmaları için stratejiler kurgulamaya yönelmiştir. Meta üretimindeki artışa paralel tüketim ilişkileri ön plana çıkartılmaya başlanmıştır. Böylelikle, insanların kimliğini şekillendiren koşullar üretimde değil, gittikçe şiddetlenerek *tüketimde* cisimleşmeye başlamıştır. Hülasa, imgesel kodlar üreterek iletişim ağı kuran toplumsal yapılarda tüketici olmak, artık, kimlik portresinin çizilmesi esnasında üretici olmaktan daha çok tuale fırça darbesi dokundurma şansına ulaşmak demektir. Bu bağlamda, tarihsel akış içerisindeki etkileşimler neticesinde portreyi çizenin kullandığı alet ve edevatlar da, farklılaşan süreçler ekseninde değişmiş ve/veya dönüştürülmüştür (Bauman, 1999: 29-45).

Bugün, sermaye toplumun kalanını üretici emek rolüne angaje etmemekte; daha kesin olarak söylemek gerekirse, bu biçimde angaje ettiği insan sayısı giderek azalmakta ve daha az önemli hale gelmektedir. Bunun yerine, sermaye toplumun kalanını tüketiciler rolüne angaje etmektedir. Daha kesin olarak, bu şekilde angaje ettiği insan sayısı giderek artmakta ve daha önemli hale gelmektedir (Bauman, 2003: 213).

Bauman'a göre; üretim ilişkilerinin artı-değere dönüşebilmesi için gereken emek-gücünün yerine teknik üretim araçlarının geçmesi ile istihdam alanları paralel şekilde daralmıştır. Çünkü teknoloji ile üretim daha seri şekilde çıktısına (metasına) kavuşabilecek teknik donanımlara sahip olmuştur:

Teknolojik gelişme, istihdamın giderek azalmasıyla birlikte verimliliğin arttığı bir noktaya ulaştı; fabrikada çalışanlar topluluğu zayıflıyor ve küçülüyor; "işten çıkarma" modernleşmenin yeni ilkesidir. Financial Times editörü Martin Wolf'un hesapladığı gibi, endüstriyel verimlilik senede ortalama olarak %2,5 artarken, 1970 ile 1994 arasında Avrupa Birliği'nde sanayi sektöründe çalışan insanların oram %30'dan %20'ye, ABD'de %28'den %16'ya düştü" (Bauman, 1999: 41).

Öte yandan, sosyalist mücadeleler ekseninde çalışan bireyin üretim esnasındaki emek-zamanı kısalmış, iş dışı zamanları artmıştır. Bütün bunlara takiben, sanayi devrimini tamamlamış sömürgeci ülkeler, sanayi devrimini tamamlayamamış ülkelere elde ettiği sömürgelerin de itici kuvvetiyle birlikte, bireylerin daha fazla tüketimde bulunması üzerine stratejiler üretmiş ve bu stratejileri pratiğe dökmeye başlamıştır (ekonomisinin gücüne göre de şiddetini belirlemiştir). Ayrıca, emek-gücü ile üretimde bulununlar, sanayi devriminin yayılma-yerleşme aşamasındaki kalıplaşmış emek-zaman ilişkisinden kendine ne kadar daha çok zaman koparabilirse, iş dışı zamanını da o kadar genişletme imkânı bulmuştur. Böylece, iş yerinde sosyalleşen birey, oradan koparabildiği zamanlar eşliğinde dışarıda daha fazla sosyalleşme imkânı yakalamıştır. Fakat dışarıdaki sosyalleşme biçimleri ve ritüellerinde birey, tıpkı üretim esnasında olduğu gibi otonom hareket edememiştir. Çünkü bireylerin yakaladıkları bu zaman aralıklarında ne yapacakları, yine sermayedarlar tarafından tasarlanmış ve bu tasarılar bireylerin zihinlerine iktidar aygıtları ile yollanmıştır. Yollanılan bu donanımlı mesajların ana teması ise postmodern tüketimin gerekleriyle sarmalanmıştır. Bu bağlamda "daha fazla tüketmek", "hızlıca tüketmek" ön plana çıkarılmış; arzu duyup satın alınan nesnenin hızlı bir tatmini planlanmış ve bireyin o hissi tekrardan başka yollardan istemesi körüklenmiştir. Satın alınan ürünlere uzun süreli bağlanma yadırganmış, sürekli yeni olanı isteyen bireyler kümesi arttırılmıştır. Zihnin tüketim esnasında komut veren noktaları esnekleştirilmiş ve muğlaklaştırılmış; tam olarak ne istediğini bilmeyen ve sürekli başka bir arzunun peşinden koşan tüketiciler yaratılmıştır. Bu biçimde bir sosyalleşme ve kimlik inşa etme sürecinde birey, bu mesajlarla paralel bir tüketim davranışı geliştirmiş; *tüketim toplumu* filizlenme iklimine kavuşma fırsatı bulmuştur. Dolayısıyla toplumun dizginleri de iyice piyasa hegemonyasının eline geçmeye başlamıştır (Bauman, 1999: 32-50).

Dizginleri ele alan piyasa hegemonyasının işleyiş stratejilerini anlamlandırabilmek veya çözümleyebilmek için de; değişen ve dönüştürülen üretim ilişkilerine ve onun

etkileşimde bulunduğu üstyapı ilişkilerini çözümlemek gerekmektedir. Çünkü sermayedarların, sürdürülmez tüketim ideolojisi ile tüketim toplumu yaratabilme yetisi, üretim ve tüketim ilişkilerinin tarihsel ilerleyişinde yatmaktadır.

2.2. Marx, Sombart ve Weber ile Kapitalizmin Tarihsel Tahlili

Kapitalizmin tarihsel ilerleyişindeki altyapısal ve üstyapısal değişimler/dönüşümler, günümüz kapitalist toplumlarının işleyiş biçimleri hakkında genel mantık yürütmeye olanak sağlamaktadır. Ayrıca, söz konusu bu değişimlerin/dönüşümlerin bazı temel izlerinin neden hâlâ geçerliliğini koruduğunu çözümlemek de, günümüz tüketim toplumunun varlığını nasıl devam ettirdiğini görmeye olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Ek olarak bu çözümleme, kapitalizmin geçirdiği mutasyonlar hakkında genel bir mantık yürütme imkânı da sağlamaktadır.

K. Marx ile F. Engels'in *Alman İdeolojisi* adlı eserlerinin odaklandığı noktalardan biri; feodalizmden kapitalizme geçiş sürecini detaylıca incelenmesidir. Esere göre feodal dönemde, derebeylerin yönetimi altında bulunan serfler⁷, ağır şartlar altında köle statüsünde yaşamlarını idame ettirmektedir ve bu serfler, kırlardaki senyörlerin de işkencelerine maruz kalmaktaydı. Kırlarda senyörlerin işkencelerine maruz kalan ve derebeylerin yönetimi altında köle statüsünde çalışan serfler, ortaçağ boyunca, kentlere doğru akın akın göç etmeyi çözüm yolu olarak görmüştür. Bu göçler arttıkça, derebeylerin toprak üzerine dayalı üretim ilişkileri de zarar görmeye başlamıştır. Zira o dönemde derebeylerin üretim ilişkilerindeki asal iki güç; toprak ve o toprağı işleyen serflerin bizatihi varlığıdır. Dolayısıyla söz konusu bu göçler, yavaş yavaş sermayenin toprak mülkiyetinden ayrılmasına neden olacak gelişmelerin de *momentlerinden* biri olmuştur. Diğer bir ifadeyle; ilerleyen zamanlarda kapitalist üretim ilişkilerinin şekillenmesini tetikleyecek olan *taşınabilir sermaye sisteminin* kurulmasına olanak sağlayan en temel etkenlerden biri olmuştur (Marx ve Engels, 2012: 56-58).

Alman İdeolojisi eserinde; kente göç eden serflerin büyük bir kesimi, üretim ilişkileri için gerekli olan işbölümleri çerçevesinde, bildikleri işleri pratiklere dökerek hayatta kalmayı planladıkları aktarılmaktadır. Fakat onların yapabilecekleri işler, gittikleri kentlerde ya loncaların alanına giriyordu –ki o tarihte bu loncalar örgütlü, korunaklı ve sistemli bir yapıya sahipti- ya da bir meslek kolunun alanına girmeyen, gündelik geçici iş özelliklerine sahiptir. Kısaca, her iki durumda da serflerin örgütlenmeleri ve güçlenmeleri zor görünmekteydi. Bu bağlamda kırdan sömürülen serfler, kente geldiğinde de emeği sömürülen sınıf olarak varlığını devam ettirmek durumuna düşmüştür. Lonca sistemi içine girebilen serfler ise; çırak ve kalfa

⁷ Derebeylik düzeninde toprakla birlikte alınıp satılabilen köleler (Marx ve Engels, 2012).

olarak emeğini satıyor ve bir gün usta olabilme ihtimallerinden dolayı sömürülmeye razı gelmekteydi. Böylece, üretilen metaların, üretilen yerde (aynı binada) satıldığı -ki bu kentlerin gelişmesini hantallaştıran bir üretim ve pazarlama stratejisidir- lonca sistemi, gücünü istikrarlı şekilde devam ettirmekteydi. Lakin lonca sisteminde, daha fazla üretim dürtüsü olmadığı için sabitlik de söz konusuydu. Nitekim Marx'a göre; bu dürtüden yoksun oluş, ileride, lonca sisteminin güçsüzleşmesine sebebiyet verecek temel dinamiklerden biri olacak; devamında ise daha fazla üretim dürtüsünün hâkim olduğu kapitalist üretim ilişkileri alanı kontrol edecek ve kitlesel üretimlerin, kitlesel tüketimler ile karşılandığı sistemin temelleri atılacaktır (Marx ve Engels, 2012: 56-60). Bir nevi sürdürülemez tüketimin temelleri de işte bu noktada kurgulanmaya başlamıştır.

Fiziksel güç ile korunan ve örgütlü/sistematik yapıya sahip olan bu loncaların ağından kurtulan sınıfın oluşmasını sağlayan itici kuvvet ise: Üretim için gerekli olan araçların gelişmesini sağlayan teknolojinin ilerlemesi; ticaret ile üretimin ayrılması sonucundaki işbölümünün genişlemesi ve bunların etkisiyle ortaya çıkan⁸ manüfaktür üretim biçiminin tarih sahnesine çıkmasıdır. Teknolojik ilerlemenin eşliğinde böyle bir ayrılma, üretilen metaların başka kentlerde, ülkelerde satılmasına olanak sağlayacak ticari zihniyetiyle birleşince; geniş alanlara yayılabilen üretim ve tüketim zincirinin koşulları, böylece kendini geliştirmeye uygun bir ortam bulmuştur. Kentler de nicel ve nitel bakımdan zenginleşmeye başlamıştır. Bu süreçler Avrupa'da, lonca teşkilatının hâkimiyetini kırdığı gibi, ekonomik devrimlerin de patlamasına ön ayak olmuştur (Marx ve Engels, 2012: 54-65):

Ticarette uğraşan özel bir sınıfın oluşması, ticaretin tacirler sayesinde kentin yakın çevresi ötesine genişlemesi, çabucak, üretim ile ticaret arasında karşılıklı bir canlılığın ortaya çıkmasına neden oldu. Böylece kentlerin birbirleri arasında ilişkiler kuruluyor, bir kentten ötekine yeni avandanlıklar götürülüyor ve üretimle ticaret arasındaki bölünme, çabucak farkı kentler arasında üretimin yeni bir bölünmesini yaratıyor, kentlerin her biri ötekine ağır basan bir sanayi kolunu işletmeye başlıyor. İlkel sınırlılık, yöresellik, yavaş yavaş kaybolmaya başlıyor (Marx ve Engels, 2012: 59-60).

Kendisini ilk olarak dokumacılık sektöründe gösteren bu manüfaktür üretim şekliyse (ki dokumacılık ile manüfaktür üretim biçimi, birbirlerini karşılıklı olarak beslemiştir), loncalar tarafından dışarıda bırakılan ve/veya az parayla çalıştırılan serflerin bilhassa sığınacağı üretim şekli olmuştur. Böylelikle serflerin varlığıyla güçlenen toprak üzerine dayalı üretim ilişkileri de sürekli karşı ateşe maruz kalmış ve iyice güç kaybetmeye başlamıştır

⁸ Çok fazla işçinin teknik bir iş bölümü ile üretimde bulunmasına manüfaktür üretim denir. Nitekim bu ilerleyen zamanlarda makineli üretime ve devamında fabrikaların kurulmasına kadar ilerleyen ilksel seri üretim sürecinin itici kuvveti olacaktır (Marx ve Engels, 2012).

(Marx ve Engels, 2012: 60-65). Keza kırlardan kaçamayan serflerin sığınacağı yerler olan bu manüfaktür dokumacılığın gücünü, K. Marx ve F. Engels şu pasaj ile gözler önüne sermektedir;

Birçok durumda fazla bir beceri istemeyen ve kısa zamanda sayısız kollara bölünen dokumacılık (manüfaktür dokumacılık), doğası gereği, lonca zincirlerine boyun eğmiyordu. Bunun için dokumacılık, köylerde ve lonca örgütlerinin bulunmadığı dağınık kasabalarda yapıldı, bu köyler ve kasabalar, yavaş yavaş kentler haline geldiler ve hatta her ülkede çabucak o ülkenin en parlak kentleri haline geldiler (Marx ve Engels, 2012: 61).

Ayrıca, Doğu Hindistan deniz yollarının ve Amerika'nın keşfi sonucunda Avrupa'daki sermaye birikiminin artması ile manüfaktür üretim şekli olağanüstü bir ilerleme kaydetmiş, ilerledikçe de üretilen malları satan tacirlerin gücünü arttırmıştır. Çünkü manüfaktür üretim biçimi, üretilen metaların satılması ile kendini sürekli yeniden üretebileceği için doğası gereği tacirler ile karşılıklı çıkarlar neticesinde sistematik etkileşimler kurmuştur. Bu bağlamda, gittikçe nitelik ve nicel açıdan artış gösteren üretim ve tüketim ağının temelleri atılmaya başlamıştır. Kısacası; endüstri teknolojisinin gelişimi, üretim ilişkileri ve üretilen metaların pazara yollanma sistemindeki değişim ve güçlü sermaye birikimi; sanayi devrimini tetiklemiş, devamında da güçlü ve yeni bir sınıf doğmuştur. Bu sınıfın adı: *Burjuvazi*'dir. Buraya kadar bahsedilen etkileşimlerin ve gelişmelerin baş aktörü olan burjuvazi sınıfı; zamanla, kitlesel üretimlerin ve tüketimlerin boy gösterdiği büyük kentler inşa etmiş, ve kendini sürekli yeniden üretecek mekânları da böylece tasarlama imkânı bulmuştur (Marx ve Engels, 2012: 56-65). İlksel sürdürülemez tüketim kültürünün mekânları da bu şekilde tasarlanmaya başlanmıştır.

Marx ve Engels'in daha çok üretim ilişkileri (altyapı) çerçevesinde ele aldığı kapitalizmin doğuşu ve gelişimi teorilerine, kültürün (üstyapı) etkilerini de katmak, araştırmanın daha zengin içerikli ve detaylı kurulmasını sağlamaktadır. Zira burjuvanın tarih sahnesine çıkışında ve kapitalizmin alanda egemen ideoloji olmasında, ekonomik süreçlerin etkisi kadar, kültürel-siyasal süreçlerin de etkisi söz konusudur. Bu nedenle, çalışmanın problemine ilişkin çözümlemelerde kültürel ve siyasal süreçlerin değerlendirilmesinde *M. Weber* ile *W. Sombart*'dan da yararlanılmıştır.

Ekonomik değişimler ile birlikte Avrupa'da yaşanan toplumsal-siyasal dönüşümlerde, politik (üstyapı) hamlelerin kritik etkileri kadar, bu sürecin gelişimini anlamak da değer arz etmektedir. Burjuvanın bu politik hamleleri hakkında *W. Sombart*, *Aşk, Lüks ve Kapitalizm* (2016) adlı kitabında değerlendirmelerde bulunmuştur.

Sombart'a göre; ortaçağ ve bu çağı izleyen yüzyıllarda, feodal aristokratların zenginliği karşısında yeni bir zengin sınıf doğmaya başlamıştır. Bu zenginleşen sınıfın adı burjuvadır. Burjuvazi; üretim ilişkilerinde *taşınabilir sermayenin* hegemonyasını kurarak zengin olabilme modelinin, toprak sahibi olmaktan geçtiği sistemi bertaraf etmiş; böylece, ekonomik alanın tek hâkimi olma yönünde önemli avantajlar elde etmiştir. Fakat Sombart, bu ekonomik kazanımların siyasal ve/veya toplumsal kazanımlar ile taçlandırılması gerektiğinin de altını çizmiştir. Zira salt ekonomik güç ile insanları egemenlik altına almak ve kendini sürekli yeniden üretecek sistemi kurgulayabilmek o dönemde mümkün gözükmemektedir. İşte bu noktada çözüm sunacak yol; karşılıklı çıkarlar neticesinde eski ekonomik güçlerini kaybeden, buna karşın soyluluğa dayalı statülerini devam ettiren aileler ile göstermelik evlilikler⁹ kurmaktan ve/veya para karşılığında, siyasal yetkililerden soyluluk değerinde statüler satın almaktan geçmektedir. Çünkü soyluluk statüsü; bir yandan siyasal alanda imtiyazlı olma hakkını bahşederken, öte yandan toplumsal alanda saygınlık kazanmak anlamına gelmekteydi (Sombart, 2016: 27-51). Ayrıca, zenginleşen burjuvazi sınıfının ekonomik kazanımları, kralların da ilgisini çekiyor ve aralarında karşılıklı çıkarlar neticesinde ittifaklar kuruluyordu. Öyle ki burjuvazinin soylulukla bütünleşebilmesi adına krallar tarafından yeni yasaların çıkarılması, bu ittifakın izlerini içinde barındıran tarihsel görüngüleri oluşturmaktadır. Örneğin İngiltere'de, Kral Athelstan'ın: "Bir tüccar kendi olanaklarıyla (gemisiyle) üç engin denizi aşabilecek kadar talihli olabildiyse, artık soyluluğu da hak etmiştir" (Sombart, 2016: 46) hükmüyle; Fransız kralı 4. Henry'nin, soylu topraklarını satın alan herhangi bir bireyin, soyluluk unvanını da beraberinde satın aldığını dile getiren fermanlar çıkarması, bu izlerin göstergelerini oluşturmaktadır (Sombart, 2016: 47-48). Özetle; ekonomik alanda ivedilikle yükselen burjuvazi, toplumsal-siyasal alanda aynı ölçüde yükselme fırsatını soyluluk statülerine kavuşarak sağlamıştır. Burjuvazi böylelikle siyasal alanda imtiyaz sahibi olmuş, imtiyazlı statüleriyle kendilerini sürekli yeniden üretecek ekonomi-politik hegemonyanın temellerini atmıştır (Sombart, 2016: 33-51).

Din olgusunun kapitalist üretim ilişkilerindeki önemi, M. Weber tarafından sorunsallaştırılmıştır. Ortaçağ döneminde Avrupa'da, reformist hareketler neticesinde birbiriyle bağlantılı; fakat işleyiş biçimi ve içeriği bakımından birbirinden farklı birçok mezhep ortaya çıkmıştır. Protestanlık, Pietizm, Quakerizm, Püritanizm, Kalvenizm bu mezheplerin en çok bilinen kollarını teşkil etmektedir. Ancak M. Luther ile John Calvin önderliğinde gerçekleştirilen ve reformist hareketlerin etkisiyle ortaya çıkan; *Kalvenizm* ile

⁹ O dönemlerde Avrupa'daki kültürel değerlerde ve ritüellerde, herhangi soylu bir ailenin kızıyla ya da oğluyla evlenmek, soyluluk unvanı kazanmak anlamına gelmektedir (Sombart,2016).

Protestanlık mezhepleri diğer mezheplerin önüne geçmiş ve reformist hareketlerin önderliğini üstlenmiştir -ekseriyetle diğer mezhepler de Protestanlık ve Kalvenizm'in uzantısıdır. Reformist hareketler ekseninde ortaya çıkan bu mezhepler Katolik inancın *asketizm*¹⁰ ideolojisini dünyevileştirmeye başlamış ve Katolikliğin katı/değiştirilemez salt *öteki dünya için yaşam* argümanına karşı, dünyevileşmiş argümanlar üretmiştir. Weber'e göre bu argümanlar, dinin ussallaştırılması çerçevesinde, o dönemin idealizmine karşı ideolojik mücadele alanında üretilen bir karşı sav ve savaşım ateşidir. Nitekim bu ateş Avrupa'da, üretim ilişkilerini kökten değiştirecek devinimlerin yıkıcı *momentlerinden* biri olmuştur (Weber, 1999: 29-40).

"Atasözü şakayla karışık, ya iyi yiyin ya da rahat uyuyun der. Buna karşın, Protestanlar çok iyi yerlerken Katolikler rahat uyumak isterler" (Weber, 1999: 35). Şöyle ki; Katolikler, dünyevi yaşama *öteki dünya için hazırlık* perspektifiyle baktığı için, pratik yaşamlarındaki tutumları ve davranışları da *rahat uyumak* veya *huzurlu uyumak* çerçevesinde geliştirmiştir. Başka bir ifadeyle, bu cemaatteki bireyler, gündelik yaşamlarındaki dünyevi uğraşlar ile ilişkilerini huzurlu uyuyabilmek çerçevesinde kurmuştur. Çünkü Katolikler için daha çok duygusal/vicdani tatmin ön planda tutulmuştur. Daha çok kazanıp, daha fazla tüketmek, onlara pek çekici gelmemiştir. Kuşkusuz bu bağlamda Katolikler için somut değerler, soyut değerlerin gölgesinde ikamet etmektedir. Fakat Ortaçağ Avrupası'nda, reformist hareketler neticesinde ortaya çıkan mezheplerce (Kalvenizm, Protestanlık, Prütenezim vs.) ideolojik mücadele alanında dünyevi pratiklerin de *tanrı hizmeti adı altında bir ibadet* şekli olduğu mesajı dolaşıma sokulmuştur. Dünyevi pratiklerin -üretim ve tüketim ilişkilerinin- tanrı tarafından değer gördüğü vaazı bireylerin işitebileceği ses frekansına çıkarılmıştır. Bu mesajı alımlayıp kabul eden bireyler kümesi genişlediğinde ise *rahat uyumak* yerine *iyi yemek* argümanı ideolojik mücadele alanında güç kazanmaya başlamıştır. Böylece; kapitalist üretim ilişkilerinin alanda hâkim olmasına ideolojik meşruiyet zemini sağlayan argümanlardan biri daha üretilmiştir (Weber, 1999: 29-40).

¹⁰ Asketizm; "riyazi veya çileci yaşantı şeklini kendine hayat tarzı seçme ideolojisinin adıdır. Asketik yaşantı kişinin Allah'ın [ve/veya Tanrı'nın] rızasını kazanmak amacıyla dünya zevkleri ve hazlarından uzak durması; yeme içmede, kazanmada, giyim kuşamda, insanlarla ilişkilerde son derece iradî bir kararla disiplinli bir hayatı yaşamasıdır. Çeşitli yiyeceklerle karnını tıka basa doyurma yerine günde bir dilim ekmek ve bir kaç zeytin tanesi ile hayat boyu idare etmesidir. Pamuklu ve yünlü elbiseler giyme yerine kıldan elbiseler giymesi, rahat döşekler ve odalarda değil, kıldan sergiler ve hücrelerde yatmasıdır; sınırlı miktarda uyuması, sınırlı miktarda insanlarla haşır neşir olmasıdır" (<http://www.cangungen.com/2011/03/03/asketizmpuritenlikmodern-yasamhazcilikweber/> erişim tarihi: 01.12.2018).

Bu dünyayı olduğu kadar tüm bedensel ilgi ve istekleri ret eden, dünyayı terk etmenin bir görüntüsü olarak dilenciligi öven Orta Çağ Avrupa'sının asketik (çilekeş) yöneliş öğretisi nedeniyle; tanrıya ait kıldığı tüm insan ömrünün bir anını dahi dünya işlerine ayrılmasını tamahkârlık dolayısıyla günahkârlık olarak görülmüş, ibadet kilisenin duvarları ile sınırlı kılınmış olduğundan da kurtuluşu ancak kilise içinde veya yoluyla erişileceği görüşünde ısrar edilmiştir. Hâlbuki kurtuluşa ermede kilisenin aracılığının ret edilmesiyle en son şekline ulaşan kilise karşıtı mezheplerinin (Quaker, Methodist vs.) çıkmasına ve üst sınıflar tarafından rağbet görmesine neden olan dünyevi asketizm kuramı, kilise-manastır hücrelerinde ekmek ile suyla aç kalarak ve kırbaçladığı vücuduyla İsa'nın çarmıhtaki acısını yaşayarak bedeni (nefsi) öldürmeyi şart koşan Orta Çağ çilekeşliğinin dayandığı aynı kanaatkârlık ve yoksunluk duyguları içinde çektiği çileyle işyerini tapınak haline getirilmesini sağlamıştır. Dünyevi asketizm sayesinde, ibadet kilise dışına çıkarılmış (...) mesleki çalışma tanrıya yönelen yegâne takva yolu haline gelmiş, mesleki başarı hatta parasal kazanç tanrı hoşnutluğunun neredeyse yegâne kanıtı olarak görülmüştür. Böyle olunca dünyevi asketizmin, öncelikle, kazanç peşinde koşan ve giderek sermaye birikimini kendinde toplayan yükselen burjuvalar tarafından imanla benimsenmesi gayet doğal ve gerekli olacaktır (Akalin, 2012: 12-13).

Tanrıya sunulan dünyevi hizmetler, Katolik ahiret asketizminde sadece ibadet etmeye ve kendini öteki dünyadaki yaşama hazırlamaya yönelikken, reformist hareketler neticesinde ortaya çıkan mezheplerle birlikte dünyevi pratikler, tanrının yeryüzündeki kudretini arttıracak ibadet şekline dönüştürülmüştür. Böylelikle dünyevi asketizme yönelme söz konusu olmuştur (Weber, 2015: 89-109). Bu süreç sonunda yaşanan değişimler ile Avrupa'da ortaya çıkacak olan yeni dogmalar (ki bu dogmaların oluşmasındaki en etkili *momentlerin* başında reformist hareketler vardır), ekonomik ve politik devrimlerin ardyöresindeki dogmalar olarak kapitalizmin tarih sahnesinde hızla yükselmesine neden olmuştur. Weber'e göre söz konusu dini ya da mistik dogmaların, yaşam alanında içine işlemediği disiplin ya da alan kalmamıştır. Öyle ki dogma olmayan ahlaki değerler ile pratiklerin oluşmasını sağlayan sarmalın arka planında dâhi örtük olarak bulunmuştur. Kapitalist üretim-tüketim biçiminin hegemonyasına katalizör olarak fikirlerin içinde her daim örtük ve/veya açık bir biçimde yer almıştır. Yoksa yeni çıkan bu fikirlerin uzun süreli ayakta kalması Weber'e göre mümkün olamazdı (Weber, 2015: 111-112). Weber'in ifadesiyle:

Dini inanç ve dini yaşam pratiğinin yansıttığı ve yaşam biçimini yönlendiren ve bireyi sıkı sıkı orada tutan psikolojik güdüyü [antriebe] araştırıyoruz. Oysaki bu güdüler, büyük ölçüde, bu inanç temsillerinden doğmuştur (Weber, 2015: 112).

Hatta bu güdüler Weber'e göre; inanç temsillerinin içinde yatan ve bilinçli bir şekilde egemenler tarafından üretilen dogmalardan doğmuştur. Bu gücüyle Kalvenist disiplinli Püriten ahlakın; *az tüketime karşı çok üretim* anlayışıyla elde ettiği sermaye birikiminin de itici kuvveti olmuştur. Şöyle ki; Katoliklerin ve Katolik mezheplerinin kilise içinde papaz

tarafından gerçekleştirilen günah çıkarma eylemleriyle, yaşamlarındaki günahlarından arınmaları ve bu doğrultuda kendilerini yenilenmiş hissetmeleri söz konusuydu; çünkü bu anlayış onların en temel dogmalarıydı. Fakat Katolikliğin bu dogmasına karşıt dogmalar üreten Kalvenist disiplinli Püriten ahlaka göre; ancak *çalışarak* tanrının yeryüzündeki kudreti yükseltilebilir ve günahlardan bu biçimdeki kutsal hizmetler ile uzak durabilir anlayışı hâkim olmuştur. Kalvenistler ve Püritenler, kendi ideolojik dogmalarını bu noktada biçimlendirmiştir. Böylelikle Kalvenist Püritenlerde, kilisede günah çıkarmak ve tövbe etmek yerine, günahlardan ancak tanrının kudreti adına etkinlikler düzenleyerek, çalışarak ya da tanrının yeryüzündeki kudretini temsil edecek tüketim ritüellerini sergileyerek kaçmak meşrulaştırılmıştır. Bilhassa çalışmak, bu günahlardan kaçmanın en güzel yöntemlerinden biri olarak kutsallaştırılmıştır. Sanayi devriminin Kalvenist disiplinli Püriten ahlak dogmalarının sürekli kendini yeniden ürettiği Kuzeybatı Avrupa’da gözükmesi bu nedenle tesadüfi değildir (Weber, 2015: 114-170)

Sonuç olarak; dini değerler ile kendi üretim koşullarını filizlendiren kapitalizm, bu değerleri ussallaştırarak, üretim ilişkilerini ve üretim ilişkilerinin kendini yeniden üretebilmesini hızlandıran lüks ve savurgan tüketimin yayılıp yerleşmesini maksimize etmiştir. Sanayi devriminden sonra, asıl gücünü altyapı -ekonomik- ilişkilerinden kazanan burjuva sınıfı bu gücü siyasal ve dini alanlara ivedilikle yaymıştır. Öyle ki Braudel, dinlerinin içkin özelliğinden kaynaklanan yeniye, sürekli güncellenmeye karşı olan kiliselerin bile bir zaman sonra *Modernlik* adı altında katı kurallarını esnettiğini, ve yeni olana karşı antagonist tavırlarını reforme etmek zorunda kaldığını dile getirmiştir. Kaldı ki kiliseler, sonrasında kapitalizmin yayılıp yerleşeceği yollara meşruluk zeminleri döşemiştir (Braudel, 1996: 63-65). Kısaca kapitalist ideoloji söz konusu bu üstyapı alanlarını, ekonomik alandaki gücünü pekiştirmek için kendi yörüngesine çekmiştir. Çünkü burjuvazinin altyapı ilişkilerinde hâkim olan kurallardan biri *sürekli yeni olanı* yaratmak; diğeri ise *sürekli büyüme*dir. Altyapı ilişkilerindeki bu kurallar, ancak üstyapıyla kurulan etkileşimler neticesinde burjuvaların lehine döndürülmüştür (Bookchin, 2017, 34-38; Althusser, 2000: 17-27; 32-46). Ek olarak *rekabet* anlayışı sermayedarların bu kurallarını işler hâle getiren temel üstyapı düsturlarından biri olarak alana sürülmüştür. Şöyle ki:

Sahip olduğu arazi ve şatolara her şeyden fazla değer veren feodal soyluların aksine, burjuvazinin pazaryeri ve banka kasaları dışında bir evi yoktu. Bir sınıf olarak burjuvazi dünyanın giderek daha fazla bir bölümünü fabrikaların nüfuz alanına çevirmeye başladı. Eskiçağ ve ortaçağda girişimciler ticaretten elde edilen 'haksız' kazançlara yönelik önyargılar nedeniyle normalde karlarını araziye yatırır ve bir toprak seçkini gibi yaşarlardı. Buna karşılık, modern dünyanın sanayi sermayedarları büyüme başlı

başına bir amaçmış gibi davranarak sanayinin yayılmasına ve onun sunduğu ticari güce büyük önem veren rekabetçi bir piyasa yarattılar (Bookchin, 2017: 35).

Kapitalist birikim kültürünün kendini yeniden üretebilmesi, mütemadiyen büyüyebilmesiyle; sürekli büyüyebilmesi ise rekabet düsturu ile sürdürülemez tüketim kültürünün yayılıp yerleşmesine bağlıdır. Bu sebeple burjuva sınıfı üstyapıyı kontrol etmeye başlamasıyla birlikte hem sürdürülemez tüketim kültürünün yayılıp yerleşmesine hem de rekabetin pekiştirilmesinde hayati önem arz etmiştir. Hatta Sombart, kapitalizmin, sürdürülemez tüketim biçiminin en güçlü temsillerinden biri olan lüks tüketimden doğduğunu dile getirmiştir (Sombart, 2016: 193-276). Burjuvazi nihayetinde bu etkileşimler ile alanda hegemonyasını günbegün sağlamlaştırmıştır. Gücünü sağlamlaştırıp, öte yandan, sürdürülebilir tüketimi savunan bireylerin/toplulukların güç kazanmasına her daim engel olmaya çalışmıştır. Keza bu uğurda, yine altyapı ile üstyapı arasında sistematik ilişkiler kurgulanmıştır.

2.3. Tüketim Toplumunun İnşa Edilmesinde Altyapı ile Üstyapının İlişkisi

Sürdürülemez tüketim ideolojisi ile kendini yeniden üretebilen piyasa hegemonyasında: “Ekonominin amacı birey için üretimin azamileştirilmesi değil, toplumun değerler sistemiyle bağlantılı olarak üretimin azamileştirilmesidir” (Baudrillard, 2015: 80). Bu bağlamda piyasa hegemonyasında asıl amaç [egemen zümrelerin lehine], artı-değer yaratabilecek metaların üretimini sürekli maksimize etmektir. Ekseriyetle bu uğurda toplumsal değerler (üstyapı) sürdürülemez tüketim için manipüle edilmiştir. Böylece, tüketimin artması eşliğinde hem kültürel hem de ekonomik artı-değerler sermayedarların havuzuna akmaktadır. Bu döngünün işlerliği ise; sanayi devriminden sonraki süreçlerde üstyapı ile karşılıklı etkileşim içinde olan -ve karşılıklı birbirlerini etkileyen- altyapı ilişkilerinde şekillendirilmeye başlanmıştır. Zira üretim ilişkilerinde yüksek kâr maksimizasyonu sağlayan teknolojik gelişmeler dışında, diğer sınıflı toplumlardaki üretim biçimlerinden farklı olarak kapitalist üretim biçimi; *emeği* daha sistematik bir şekilde *meta* hâline dönüştürebilmesiyle güçlenmiş bir sistem yaratmıştır. Kapitalizmin gücü; proletaryayı sistematik bir şekilde sömürebilmesine bağlıdır ki, bu sömürü bilhassa altyapı ilişkilerinde formüleleştirilip, üstyapı ilişkilerinde karşılık bulursa varlığını devam ettirebilmektedir. Çoğunlukla bu formül, proletaryaların hayatta kalabilme koşullarını, üretim araçlarını elinde bulunduran sınıflara satılan zihin ve kas güçlerinin ucuzluğuna endekslenmiştir. Bunu takiben proletarya, ancak, zihin ve kas güçlerini düşük ücretler karşılığında satarak hayatta kalabilecekleri politikalara maruz bırakılmıştır. Çünkü bireyin emek-gücü (ucuzlaştırılmış

emek gücü), kapitalist üretim ilişkileri için ve/veya sürekli maksimize edilecek meta üretimi için her daim kilit rol oynamaktadır (Marx, 2003: 156-157).

Kapitalist ideoloji, yarattığı bu sistemin işleyebilmesi için sermayedar sınıfının lehine; etik, ahlaki ve inançsal kodları değiştirecek ve dönüştürecek kültürel çalışmalar yürütmüştür. Çünkü bireyleri kapitalist üretim ilişkilerinin içine itecek ve orada tutabilecek altyapıyı kurgulamak; ayrıca, emek-gücünden yararlandıkları/yararlanamadıkları bütün insanların sorumluluklarını da üzerlerinden atacak yahut devredecek ideolojik zemini hazırlayabilmek büyük önem arz etmektedir. Dolayısıyla değiştirilen ve dönüştürülen etik, ahlaki ve inançsal kodlar; *çalışamazsan yoksul olman meşrudur* kodlarına dönüştürülmüştür. Bu sayede, emek gücünden yararlanılamayan ve yoksulluğa itilen bireylerin içinde bulunduğu düşük yaşam standartlarının nedenleri; çalışmamalarına, tembelliklerine endekslenmiştir. Yoksulluğun, sistemin bizzat kendisinden kaynaklandığı söylemleri aynı ölçüde bastırılmıştır. Bununla birlikte, daha sefil hayatların görüngüleri de emeğini satarak ayakta kalmaya çalışan başka sefil hayatlara, bir yandan kırbaç görevi görmüş; öte yandan, kendilerinden daha kötü hayatların olduğunu göstererek onları motive etmiştir (Bauman, 1999: 22-25).

Umuluyordu ki, çalışmayan fakirlerin hayatı daha da sefilleştikçe ve yoksulluğa daha da battıkça, işgüçlerini en sefil ücretler karşılığında satan, çalışan fakirlerin talihleri onlara daha çekici ya da en azından daha katlanılır gelsin; ve böylece çalışma etiği davasına destek olunabilir ve [kapitalist sınıf için] zafere daha da yaklaşabilirdi (...) Yeni dönüştürülmüş kodlar ise; ayrıca, “ıslah edilebilir ve çalışma etiğinin ilkelerine bağlı kalmaya ikna edilebilir olanlarla, tamamıyla ıslah edilemez ve alınan önlemler ne kadar dâhice ve acımasızca olsa da toplumun çıkarı için hiçbir hizmet koparılamayacak olanlar arasına açık ve nesnel bir çizgi çekti (Bauman, 1999: 24-25).

Bu bağlamda, ancak emek-gücünü satarak yaşamını devam ettirebilecek yetiye ve koşullara itilen çoğu insanın tek çaresi; sermayesi olan zümreye emek gücünü satmak olmuştur. Lakin bu satış, sermaye sınıfının çıkarları çerçevesinde emek-sermaye çelişkisine sebep olan, ucuz emek modeli çerçevesinde gerçekleşmiştir (Marx, 2003: 193-200)

Para sahibinin pazarda emek-gücünü meta olarak bulabilmesi için ikinci temel koşul şudur: Emekçi, kendi emeğinin gerçekleştirdiği metaları satacak durumda olmayıp, kendi benliğinde var olan emek-gücünü bir meta olarak satışa sunmak zorunda olmalıdır (Marx, 2003: 157-158).

Emeğini tüketerek üretimde bulunması koşulunda bireye, kendisini yeniden üretebileceği meblağlarda ücretler sunulmuştur. Ancak burada hünarlı emek gücüne sahip bireylerin, nitelik ve nicel özelliklerine göre daha yüksek meblağlara ulaşabilme ihtimalini unutmamak gerekmektedir (Marx, 2003: 156-159, 193-200).

Üretim araçlarını elinde bulunduran zümreler; üretim piyasasında var olabilmek için bu nitelikli ve/veya donanımlı zihin ve kas güçlerini (metalaştırılmış emeği) mümkün olduğunca değerini düşürerek (ucuzlaştırarak) satın alacağı rekabete girişmiştir. Çünkü söz konusu bu sistemde kârın karşılığı artı-değerdir; artı-değer uğruna maksimize edilmiş politikalar, sistemin ideolojisi ekseninde mübahtır (Marx, 2003: 172-183). “Sermayedar, değeri, üretimde kullanılan metaların toplam değerlerinden daha fazla olan bir meta üretmek ister; yani ürettiği şeyin değeri, serbest piyasadan satın aldığı üretim araçları ve emek gücünden fazla olmalıdır” (Marx, 2003: 172).

Sonuç olarak kapitalizm, hem üretilen metaları emeğiyle çıktı hâline getiren proletaryanın ücretleri üzerinde denetimli/sistemli planlar yaparak artı-değer oluşturmaktadır; hem de proletaryanın ürettiği metaları yüksek artı-değer getirecek sürümde ve sıklıkta satacak planlar kurgulayıp, bu kurguyu başarıyla uyguladığı vakit artı-değer sağlamaktadır. Ancak her iki ilişki ağında (üretim ve tüketim aşamasında) artı-değer oluşturacak ilişkiler bütünü kurgulayabildiği zaman birikimini katlamaktadır; ve böylece ideolojisinin güç ilişkilerinde galip gelmesine olanak sağlamaktadır (Weber, 2015: 64-70; Marx, 2003). Diğer bir ifadeyle, kapitalizmin, hegemonyasını sürekli kılabilmesi için üstyapı ile (bilhassa sürdürülemez tüketim ile) altyapı (bilhassa emeğin ucuzlaştırılması) arasında güçlü bir denge kurabilmesi şarttır ki, varlığını ancak böyle devam ettirebilmektedir. Bu amaçla sürdürülebilir tüketimi savunan bireyleri engelleyerek yahut sürdürülebilir tüketimi savunan bireylerin çelişkilere düşme potansiyellerini maksimize ederek ayakta kalma şansını arttırmaktadır.

2.4. Üstyapı ile Altyapının Etkileşiminde; “Rekabet”in Yeri

İşçiler arası gerçekleştirilen üretim (altyapı) ilişkileriyle eşgüdümsel olarak, işçilerin, iş dışı sosyal hayatlarındaki tüketim ilişkilerinde (üstyapı) sermaye lehine dönen çarklar tasarlanmıştır. Bu tasarlanan çarkların işleyiş mekaniğindeki temel dinamiklerden birini *rekabet* anlayışı oluşturmaktadır. Rekabetin kabul görmesinde yahut örtük hale getirilmesinde ise hedonik tüketim kültürüne elzem bir görev yüklenmiştir. Bu başlık altında söz konusu bu ilişkiler değerlendirilmeye ve çalışmanın sorunsalı ile ilişkilendirilmeye çalışılmıştır.

İlk olarak üretim araçlarından mahrum olan bireylerin habituslarında, sermayedarların kontrolünde veya manipülasyonunda, sürekli bireyselliğe vurgu yapılarak; değerler, ritüeller, inançlar ve normlar kurgulanmasına odaklanılmıştır. Çünkü sermayedarlar güdümünde kurgulanan bu kodlar sayesinde işçi-tüketici birey, hayatındaki olumlu/olumsuz olguların sebebini sistemin ektiği rekabet kültürü çerçevesinden yorumlayacağı ve yaşadığı duruma kendi eylemlerinden/yeterliliklerinden yahut yetersizliklerinden yola çıkarak

değerlendirebileceği -bireysel zeminli- bilince yönlendirilmektedir. Bu sayede asal failerin üstüne perde çekilebilmektedir. Bu bağlamda; kendilerini geliştiren bireylerin (sermayedar sınıfına artı-değer sağlayacak teknik donanımına sahip olanlar) refah seviyelerini daha fazla yükseltecek mevkilere ulaşma hevesiyle daha çok çalıştığı; kendini geliştiremeyenlerin ise üretim ilişkilerinde angarya ve daha az teknik donanımına ihtiyaç duyulan mevkilerde (ama üretim ilişkileri için önemli) hayatlarını idame ettirebilecek ücretler karşılığında çalışmaya razı geldikleri görülmektedir. Fakat söz konusu sistemin işlerliği için, kendilerini geliştiremeyen bu işçilerin, aldıkları düşük ücretler nedeniyle problem çıkaracak eylemlere kalkışmaması gerekmektedir. Bu noktada, düşük ücret alan emekçi, düşük ücret almasının nedenini kendine mâl ederek, başarısızlığının kendi eylemlerinden kaynaklandığını düşünecek kodlara maruz bırakılmaktadır. Ve bireyleri bu düşünceye itecek kodlar, sürekli güncellenerek alanda dolaşıma sokulmaktadır. Nitekim rekabet anlayışı da bu kodlardan biridir ki; bu sayede işçi, başarısızlığını rekabet arenasındaki başarısızlığına yorup, pasivize olmaktadır (Bourdieu, 2006: 83-84; Bauman, 1999: 22-29). Bourdieu ve Passeron'a göre bu kodları içselleştiren proletarya, başarısızlığını kendine yükleyecek ve kriz oluşturacak durumlara yol açan herhangi bir eyleme ilgi göstermeyecektir (Bourdieu, Passeron, 2015: 146-150). Nihayetinde A. Adler'e göre sanayi devrimi sonrası eğitimin işlevi; bireyleri bu ve bunun gibi süreçlere hazırlamak için araçsallaştırmıştır (Adler, 2009b: 159-161). Örneğin, sanayi devrimi sonrası hükümetlerin çoğu: "Üst sınıfların mutluluğu için çalışacak ve gerektiğinde kendilerinden asker olarak yararlanılabilecek itaatkâr vatandaşlar yetiştirilmesini eğitimin amacı olarak saptamış[tır]. Okullarda bu amaca uygun bir öğretim programı izlen[miştir]" (Adler, 2009b: 160).

İşsiz olan bireylerin yedekte tutulan işçi sınıfı olduğu algısı, egemen zümrelerin ideolojik aygıtları tarafından, çalışan sınıfın zihnine yerleştirilmektedir. Böylece işçiler, yaptıkları hatalarda ya da düşüşe geçen verimliliklerinin sonucunda, işini, yedekte tutulan işçi ordusundan herhangi birine kaptırabileceği korkusu ile yüzleşerek çalışmaya devam etmektedir. İşçiler arası rekabet bu sayede sermayedarların istediği ivmede seyredecektir. Kısacası sermayedar sınıfı bu şekilde, işçilerin her daim kırbacı sırtında hissetmesini sağlamakta; bireyin, işine daha fazla önem verecek disiplini içselleştirip, artı-değer üretmesini kontrol edebilmektedir (Bourdieu, 2006: 84-85). Oluşturulan bu rekabet ortamının sorunsuz gitmesi hâlinde, üretim ilişkileri sermaye sınıfının lehine işlemeye devam edecektir. Üst mevkilere çıkabilme imkânı ve donanımına sahip bireyler de, bu mevkilere kâr maksimizasyonuna artı-değer sağlayacak faaliyetlerde bulunarak erişebileceğini bilerek hareket edecek ve sermayedarlara sorun çıkarmayacaktır. İşçiler, manipüle edilmiş iş ahlakını

sorunsuzca içselleştirerek madalyonun diğer yüzünü fark etmeyecektir. Etse dahi harekete geçebilmesini engelleyecek yaptırımların korkusundan zihni bulanıklaşacaktır. Kısaca proletarya çalışacak, sermayedarlar metalaştırdığı emeğin çıktılarıyla kazanç elde etmeye devam edecektir. Kazandıklarını daha fazla artı-değere dönüştürebilmek için ürünlerini pazara yollayıp, tüketilmesini sağlayacak çizelgeler oluşturacaktır. Çizelgesindeki işler yolunda gittiği vakit de daha fazla emek gücü toplayarak (ve emek gücünü en karlı şekilde sömürecek teknikler yaratarak) daha büyük üretim ilişkileri ağına sahip olma imkânı yakalayacaktır. Böylece sermayedarlar, geniş çaplı teknolojik üretim araçlarına geçiş sağlayarak, sürekli büyüyebilme imkânına sahip olacaktır (Marx, 2003: 429-431). Fakat daha ileri teknoloji ve seri üretim ağına sahip olan sermayedarlar, büyüme/genişleme oranına paralel olarak, pazardaki ağırlarını ve ürünlerini aynı şekilde sürekli büyütme/genişletme, ve aynı ölçüde satmak/tükettirmek zorunda kalmaktadır. Zira daha önce belirtildiği üzere; kapitalizmde *büyyü ya da yok ol!* düsturu hâkimdir (Bookchin, 2017: 34-39). Bu nedenle, pazara yollanan metaların tüketime sunulması aşamasında, bu kez tüketiciler arasında rekabet duygusu *güdü formunda* işlevselleştirilmektedir. Üstelik işlevselleştirilen bu rekabet güdüsü tüketim alanında, üretim alanından daha şiddetli bir şekilde cisimleşmektedir. Daha güçlü mevkilere ulaşmak için emeğini satanlar, toplumsal alanda güçlerini en iyi şekilde sergilemek için pazardaki malların (tüketilecek metaların) seçiminde birbiriyle yarışır hâle gelmektedir.

Üretimin aksine tüketim tamamıyla bireysel bir faaliyettir ve aynı zamanda da bireyleri, birbirlerinin gırtlığına sarılacak derecede rekabet haline sokuyor. Bu tip toplumun ‘iç şeytanlar’ı tüketici piyasasının ayartıcı güçlerinden doğuyor. Nasıl *normatif düzenleme* olmaksızın üreticiler toplumu bir şey yapamazsa, tüketiciler toplumu da bu ayartma olmaksızın bir şey yapamaz (Bauman, 2013: 61).

Daha üst mevkilere çıkamayan bireyler ise var olan habitusları çerçevesinde bu yarışa dâhil edilmektedir. Çünkü piyasa hegemonyası tarafından üstyapı aracılığıyla ayartılmaya çalışılan insanların arzuları, bu arzuyu doyuranlar ve doyuramayanlar olarak ikiye bölünmektedir. Ve ayartılmanın yarattığı arzuları doyuranlar; doyuramayanların karşısında göz kamaştırıcı bir manzara gibi sürekli parıldatılmaktadır. Bunu takiben başarının göstergesi; *tüketmek/tüketebilmek* olarak somutlaşmaktadır. Böylece ayartılamayan sınıf, piyasa hegemonyasının oyununda ve bu göstergelerin şovu sonucunda kendi çapına göre tüketime katılmaya gayret göstermek isteyecektir (Bauman, 2013: 62-63).

Rekabet, prestij elde etme yarışında yine kendini göstererek bireyleri tüketime sevk etmektedir. Toplumsal alanda; birbirleriyle etkileşimler kurarak sosyalleşen insanlar, özellikle sınıflaşmanın yoğun olduğu toplumlarda, statülerini üst konumlara yükseltebilmek için sürekli prestij göstergelerinin peşinde koşmaktadır. Statülerinde bir üst konuma yükselebilen insanlar

olabilmek için girdikleri bu koşu yarışında bireyler, çoğunlukla prestij göstergelerinin bol olduğu üst sınıfın değerlerini, tüketim alışkanlıklarını ve ritüellerini benimseme yoluna gitmektedir. Onların prestij formlarına özenmektedir. Fakat sınıfsal olarak yükseldiklerinde, üst sınıfın zümrelerine ait olmak isteyen bu bireyler, üst sınıfa geçiş yaptıkları anda, gittikçe birbirlerine benzeyen insanlar konumuna düşmektedir. Çünkü bu bireyler, birbirlerini kabul etmelerinin koşulu olan göstergeleri ve ritüelleri, yani, üst zümre/sınıf olduklarının teminatı ve sembolü olan davranış kalıplarını sürekli tekrarlamaktadır. Davranış kalıpları tekrarlandıkça benzeşim yoğunlaşmaktadır; farklıklar ise azalmaya başlamaktadır. Ne var ki bu zümrenin bireyleri (aslında bütün bireyler) birbirlerine benzerlerken, öte yandan kendilerini ayırt edecek farklılıkları da aynı yoğunlukta istemektedir. Kısacası, benzeşim kadar farklılaşma isteği de bireylerin istem haritalarında alan kaplamaktadır. Bu sebeple, birbirine zıt iki duygunun (benzeşim ve farklılık) çatışmasında zihinleri flulaşan insanlar, davranış kalıpları içindeki herhangi bir eylem tipi ile zihinlerini netleştirmek isteyecektir. Kapitalizmin tarafından tasarlanan tüketim eylemlerinin niteliği işte bu noktada kendini çözüm olarak sunmaktadır. Zira insanların prestij, aidiyet, bireysel kimlik ihtiyaçlarını giderecek misyonlar, piyasa hegemonyası tarafından metalara yüklenmektedir ve söz konusu bu metalar, bireylerin zihinlerini netleştirme vaatleri ile dolaşıma sokulmaktadır. Bireyler bu vaatleri çekici bulup alımladığı takdirde ise; metaların, zihinlerini netleştirdiği sanısına kapılmaktadır. Böylece bu sanrı, piyasa hegemonyasının kendisini yeniden üretmesine olanak sağlayan ağ ilişkilerinin kurulmasında harç doku olmaktadır. Başka bir söyleyişle; bu ağın içinde yer alan bireyler, kendilerini sürekli bir statü yarışı içinde bulmaktadır ve bu statü yarışında zirvede olan gruplar ile zirvenin aşağı katmanlarında yer alan gruplar arasında sürekli bir rekabet vardır. Alt katmanda bulunan zümreler sadece ekonomik olarak değil, kültürel sermayesi bakımından da kendini yetersiz hissederek üst sınıflara öykünmektedir. Çünkü prestijin kaynağı hep bir üst sınıfın elinde olduğu enformasyonu sürekli iletişim ağında dolaştırılmaktadır. Bu dolaşan mesajı alımlayan bireyler, hiyerarşi yarışındaki oyunun içine yönelmektedir ve üst katmanlara tırmanmaya çalışmaktadır. Diğer yandan üst katmandakiler de alt katmandan gelenlerin kendisine öykünmesini tehdit olarak görüp, sürekli farklılaşma çabası içine girmektedir. Bu istenilen farklılıklar kimi zaman bir düşünceyle, farklı bir beğeni duygusuyla, sanatla bazen de tüketim kalıplarıyla kendini gösterebilmektedir (Jenkins, 2016: 154-155; Bocoock, 2014: 69-75; Simmel, 2006: 125-127). Özellikle modernizmin yayılma- yerleşme aşamasında bu farklı olma istekleri kendini *üretimle* gösterirken, postmodern çağda bu farklılıklar kendini *tüketim* eşliğinde göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda, tüketerek statü elde eden, prestij sahibi olan ve diğerlerinden farklılaşabilen yığınların hâkim olduğu bir

kültür formu alana egemen olmuştur (Belk, 1998: 105). Nitekim sürdürülemez tüketim anlayışının şiddetlendiği zamanlarda bu döneme tekabül etmektedir.

Üretim ve tüketim ilişkilerindeki bu dur durak bilmeyen dinamik değişimler sonucunda çağımıza özgün bir tüketim çemberi gün yüzüne çıkmıştır. Baudrillard buna *cehennemi tüketim çemberi* adını vermiştir:

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 dayanması nedeniyle fizyolojik ihtiyaçlardan ayrılan ve bu yüzden de istenildiği gibi güdümlenebilir hale gelen ‘psikolojik’ denilen ihtiyaçların yüceltilmesi üzerine kuruludur (2015: 83).

Böyle bir çember ile piyasa hegemonyasının istediği ortam sağlanmış olmaktadır. Keza bu nedenle endüstri (altyapı) artı-değerini daha fazla maksimize edebilmek için kültürü (üstyapıyı) kendi lehinde zapt etmeye çalışmaktadır. Üstyapıdaki dinamizmden oluşabilecek tehlikelere karşı tedbirli davranmaktadır. Sermayedar sınıfına daha fazla artı-değer sağlayacak üretim ilişkileri için kültürel kodlar, değerler, yargılar inşa edilmektedir. Dolayısıyla gerek üretim aşamasında gerekse tüketim aşamasında söz konusu bu kültürel kodlar; bireylerin ideolojilerine egemenler tarafından devletin ideolojik aygıtları vasıtasıyla nakşedilmeye çalışılmaktadır. Özetle, üstyapı ve altyapı arasında karşılıklı etkileşimler yaşanmaktadır ve bu etkileşimleri kontrol edebilen sermayedarlar, böylece, hegemonyasını sürekli yeniden üretebilecek ortamı sağlamış bulunmaktadır (Gramsci, 1986: 133-136; Althusser, 2000: 32-38). Sürdürülemez tüketim kültürü de işte bu kapitalist aygıtlar çerçevesinde sürdürülebilir tüketim felsefesinin alanını daraltmak ve bu tüketimi benimseyen bireyleri/toplulukları çelişkilere düşürüp, felsefelerinin içeriğini boşaltmayı yahut dönüştürmeyi hedeflemektedir.

Üstyapı üzerinden tüketim kodları üretmeye çalışan kapitalist ideoloji, tüketimi hızlandıramadığı, kitleselleştiremediği ve yoğunlaştıramadığı takdirde kendini yeniden üretememektedir. Sermayedarlar; salt altyapıyı kontrol ederek hegemonyasında istikrar sağlayamamaktadır. Üstyapıyı da ideolojisi yönünde çerçevelemek durumunda kalmaktadır (Althusser, 2000: 38-46). Fakat postmodern dönemde söz konusu bu çerçeveleme; sistem dinamikleri ekseninde esnekleştirilmiştir. Çünkü üstyapı ile şekillendirilen birey, modern ve postmodern dönemde farklı şekillerde değişime/dönüşüme sürüklenmiştir. Bauman’ın, *Siyaset Arayışı* eserinde bahsettiği Ernest Gellner’in mobilya sanayisi metaforu, bireyin; modern ve postmodern dönemdeki bu analitik ayrımlarını ve dönüşümlerini gözler önüne seren nitelikli bir betimleme olmuştur (Bauman, 2000: 166-167): Gellner, tek parçalı tamamlanmış gardırop/mobilya ile modüler gardırop/mobilya arasındaki farkı ele aldığı metaforuyla, postmodern öncesi toplumların birey şeması ile postmodern

toplumların birey şemasını sınıflandırmıştır. Öyle ki Gellner'a göre; eski tip gardıroplara (postmodern dönem öncesi bireylere) en baştan nihai şekil verilirdi ve bu sebepten gardıroba tekrardan başka şekiller verilmesi mümkün olmazdı. Üretiliş koşullarından mütevellit bu gardıroplar aldığı şekilden başka bir büyüklüğe ya da başka bir estetik hacme büründürülemezdi. Yani, gardırobun aldığı ilk tasarım şekli değiştirilemezdi; sabitlik söz konusuydu. Fakat modüler mobilya sanayisi ile bu durum akışkan hale getirilmiştir. Parça sanayisi ve ince işçiliğin gelişen teknoloji ile birleşmesi sayesinde, modüler gardıroplara esnek hareket ağı kazandırılmıştır. Bu gelişmeyle modüler gardıroplar parça parça birbirine geçirilecek düzeyde tasarlanmıştır. Dolayısıyla ilerleyen zamanlarda, bireyin, başka parçaları mobilyaya ekleyebilme fırsatı söz konusu olmuştur -lego oyuncaklar gibi. Yani, koşullardaki ve isteklerdeki değişikliklere göre parçaları durmadan yeniden düzenleyerek birleştirebilmek ve farklı büyüklükte, şekilde, tasarımda tekrardan kurulabilme imkânı modüler gardıropların özelliklerinde mevcuttur. Bu bağlamda, mobilya sanayisindeki eski katı-sert koşullar/yasalar akışkan hâle getirilmiştir (Bauman, 2000: 166-167). Gellner ve Bauman'a göre; modern toplumun bireyi, postmodern döneme geçerken bu modüler mobilyaya benzer şekillerde değişmiş ve dönüşüm geçirerek esnek hâle büründürülmüştür:

Modern toplumun en kayda değer ürünü olan "modüler insan" için de aynı şeyler söylenebilir. Nasıl modüler mobilyanın önceden tasarlanmış tek bir "uygun" biçimi yoksa, alabileceği olası biçimler sonsuzca genişleyebiliyorsa, modüler insanın da önceden belirlenmiş bir profili ve kararlaştırılmışlığı yoktur. Modüler insan seyyar, atılabilir ve değiştirilebilir nitelikleri olan bir yaratıktır (Bauman, 2000: 167).

Akışkanlığın parçası hâline getirilen bireylerin kültürel değerlerinde o eski sert/katı paradigmalar, kalıplar, inançlar, sınıflar arası geçiş ve bir sınıfa ait olmak için gerekli olan ritüeller, kabul gören davranışlar esnek ve belirsiz hâle gelmiştir. Böylece üst sınıflara öykünen alt sınıfların bireyleri ve kendisine öykünen alt sınıflardan farklılaşarak uzaklaşmaya çalışan üst sınıfın bireyleri arasındaki tüketim davranışları, birbiriyle öyle iç içe geçmiştir ki; hangi tüketim ritüeli hangi sınıfsal çizgi ve değeri içerdiği tam olarak saptanamaz bir hâl almıştır. Çünkü postmodern çağda aynı birey, sabahları geleneksel gıdalar tüketirken, akşam herhangi bir fastfood zincirinde hamburger ya da Uzakdoğu lokantasında suşi yiyebilmektedir. Sabah kahvaltısını klasik müzik eşliğinde yaparken, akşam yemeğinde rock müzik dinleyebilmektedir. Arkadaşlarıyla buluşacağı kafeye takım elbiseyle giderken, akşam sevgiliyle beraber dışarıda yemek yemeye spor ya da marjinal kombinasyonlar yapacağı elbiseler ile gidebilmektedir (Bocock, 2014: 86-87). Zira “farklı, ayrı, hatta karşılıklı birbirini

dışlayan tüketim kalıpları ya da boş vakit uğraşları, postmodernizmde bir araya getirilmiş [ve] daha esnek yaklaşımlar benimsenmiştir” (Bocock; 2014: 87).

Benimsenen esnek yaklaşımlar sonucunda, sermayedarlar hem sürdürülemez tüketimin alanını genişletmiş; hem de bu muğlak alanların karmaşasında sürekli tetikte olmak zorunda kalmıştır. Bu yüzden sermayedar sınıfı; pedagojik iletişim ilişkilerinden değerlere, ahlaka ve inançlara kadar birçok kültürel spesifik alanı sürekli pro-aktif stratejiler ile analize tabii tutmak zorunda kalmıştır. Üretilen metaların tüketirilmesi üzerine kurgulanan kodlar ise sermayedar sınıfının kültürel keyfiyetine meşruiyet sağlaması amacıyla toplumsal yaşamdaki tartışmalı alanların içine daha örtük bir şekilde işlenmeye başlanmıştır (Bourdieu ve Passeron, 2015: 39-41, 58-60). Kısaca, alanda benimsenen bu esnek yaklaşımlar sonucunda piyasa hegemonyasının yardımına yine üstyapının (kültürün) içkin özellikleri koşturmuştur. Çünkü kültür; etkileşim içinde olan bireylerin, etkileşimde bulunduğu araçlar vasıtasıyla az-çok uzlaşımsal olmalarını sağlamaktadır ve böylece kalabalık katmanlar olarak düzenlenmiş bireyleri birleştirmektedir (Gramsci, 1986: 230-231).

2.5. Hedonik Tüketim

Sermayedarların karşılaştığı tüketim sorunlarına karşı çözüm olması için kapitalist iktidar aygıtları tarafından şekillendirilen *hedonik tüketim kültürü* stratejik konumda bulunmaktadır. Türkçe’de hazcılık anlamına gelen hedonizm; E. Fromm tarafından hazzı ve zevke güdülenme olarak tanımlanmaktadır. Yine Fromm’un hedonizm felsefesine göre birey; haz ve zevk veren şeylere yüksek seviyelerde odaklanmaktadır (Fromm, 2011: 20). Bu yüzden piyasa hegemonyası kontrolündeki postmodern hedonik tüketim kültüründe; ihtiyacın, kullanım değerinin, faydacı tüketimin sınırları muğlaklaştırılmıştır. Çünkü:

Post-modern dünyada tüketim, artık ihtiyaçlar doğrultusunda yapılan bir eylem olmaktan çıkmış; kendini ifade etme, kimlik edinme veya bunları koruma, duygusal, duygusal ve fantazi boyutlarını kapsayan; haz veren bir boş zaman aktivitesi haline dönüşmüştür (Taşkaya ve Güneş, 2017: 234).

Bu bağlamda artık, tüketilen ürünle sağlanacak prestije, statüye, *hazza* ve *zevke* dikkat çekilmektedir. Zira hazzı ve zevke vurgu yapan göstergeler ve semboller, kitle iletişim araçları tarafından yollanmaktadır. Bu süreçte bir ürünün kullanım değerinden daha çok sembolik değeri ön plana çıkmaktadır. Fonksiyonundan ziyade biçimselliği önem kazanmaktadır. Yararından daha çok verdiği zevk rağbet görmektedir. Bundaki amaç ise; bireylerin daha fazla tüketimde bulunmasını sağlayacak toplumsal ortamı oluşturmaktır. Genel kapsamda sürdürülemez tüketimin yelpazesini genişletecek ortamı yaratmaktır. Ne var ki Baudrillard’a göre tüketim toplumunda bireye yollanan bu mesajların, sistemin çıkarlarına

uygun olabilmesi için bireyler tarafından makul seviyede alımlanması ve pratiğe dökülmesi gerekmektedir; ve tüketim edimi, bireylerin bedeninde piyasa hegemonyasının lehine cisimleşmelidir. Eğer ki birey tüketimde bulunmaz ise kendisini dışlanmış, eksik, mutsuz hissedeceği psikolojiye büründürülmelidir. Böylelikle birey manipüle edilen hiçbir *haz*, *zevk*, *arzu* üçgeninin etkisinden kaçamayacaktır (Baudrillard, 2015: 93-94). Hedonik tüketim kültürü de bu sayede yayılma-yerleşme aşamasına geçeceği meşru zemine kavuşmuş olacaktır. Nihayetinde hedonik tüketim, *haz/zevk* göndergelerinin ve söylemlerinin varlığı ile modern anlamına kavuşmuştur. Baudrillard'ın ifadesiyle: “Hazların ‘toplumsal bilinç’te bu öndelenmesi ve kendini potansiyelleştirmesi olmasaydı, tüketim ne ise o olurdu ve bu toplumsal bütünleştirme gücüne sahip olamazdı” (2015: 254). Kültür endüstrileri de işte bu sebeple *haz* ve *zevk* duygusunu ön plana çıkaran *eğlence* kavramını stratejilerinde sıkça kullanmaktadır. Ondaki beslenmekte ve yararlanmaktadır. Tüketim ediminin sürekli artarak sermayedarların lehine cisimleşmesi için onu sık sık alana sürmektedir. Eğlence teşkil etmeyen metalara dahi bu misyonu yüklemeye çalışmaktadır. Çünkü kapitalizmde, üretim ilişkilerinin kendini yeniden üretebilmesi için koşul olan tüketimin maksimizasyonu zaruridir. Kültür endüstrileri, *haz* ve *zevk* duygularını *eğlence* kavramının içinde eritip, izler-kitlenin alımlayabileceği seviyede tekrar şekillendirebildiğinde ise bu zaruri koşulun yolu açılmaktadır. Fakat yolun daima açık olabilmesi için, eğlenceye meyilli tüketiciler habitusu kontrollü bir şekilde sürekli yeniden üretilmektedir. Bu nedenle, eğlenceye karşıt olan her şeye düşmanlık besleyen bir eğilim seçilmektedir ve kültür endüstrileri tarafından mevcut problemlere karşı bu şekilde çözüm üretilmektedir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 181-183):

Kültür endüstrisi bir eğlence işletmesi olarak kalır. Bu işletmenin tüketiciler üzerindeki tasarrufu eğlence aracılığıyla uygulanır ve eğlence sonunda açık buyruklar değil, eğlence ilkesinin kendisini aşan her şeye karşı barındırdığı düşmanlıkla çözülür. Kültür endüstrisinin tüm eğilimleri bir bütün olarak toplumsal süreç sayesinde izleyicilerin etinde kemiğinde cisimleştiği için, pazarın bu dalda varlığını sürdürmesi bu eğilimleri güçlendirir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 182).

Yalnız, eğlenceye karşıt olan her şeye düşmanlık besleyen bir eğilim içinde olan kültür endüstrileri, bu düşmanlığı sergilemekten ziyade onu içinde eritmektedir. Onu amaçları içinde gizleyip araçsallaştırmaktadır. Sonuçta “kültür endüstrileri gücünü yarattığı gereksinimle arasındaki basit karşıtlığa değil onunla olan birliğine dayanır; bu karşıtlık mutlak erk ile erksizlik arasında olsa bile” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 183).

Örneğin, mekanikleştirilmiş üretim ilişkilerinin yoruculuğundan, boğuculuğundan kaçmak isteyen bireyler, boş zaman aktiviteleriyle nefes almaya çalışmaktadır. Motivasyonunu yükseltmek için iş-dışı saatlerde, *haz* ve *zevk* alacağı eğlencelere

yönelmektedir. Zihnini boşaltacağı aktivitelere eğilim göstermektedir. Bu aktiviteler, ayrıca, eğlence kavramına zıt konumlanan çalışma süreçlerine karşı, bireylerin beslemiş olduğu nefretin de dışavurumunu simgelemektedir. Fakat kapitalist hegemonya altındaki bireylerin, bu boş zaman aktiviteleri, mekanikleştirilmiş emek sürecinin seyrinden/kopyasından başka bir şey de değildir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 181-183). Çünkü “eğlence, geç kapitalizm koşullarında çalışmanın uzantısıdır” ve insanların zihinlerini manipüle eden bu eğlence aktiviteleri; “normlaştırılmış görevlerin otomatikleştirilmiş ardışıklığıdır” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 183). Kısaca bireyler, kültür endüstrileri tarafından empoze edilen eğlencesizliğe karşı düşmanlığı, farkında olmadan yine eğlencesizliğin uzantısı ile dışa vurmaktadır. Böylelikle kültür endüstrileri, çalışmanın sıkıcılığına karşı kaçış yolu olarak sunduğu tüketim nesneleri ve edimiyle, üretim ilişkilerinin kendisini yeniden üretmesine olanak sağlamaktadır. Bu sayede sürdürülemez üretim-tüketim ilişkilerinin verimini arttırmaktadır.

Ayrıca, çalışma koşullarının eğlencesizliğinden/sıkıcılığından/meکانikliğınden kaçan insanların, tüketim edimiyle kendilerini deşarj etme yatkınlıkları kültür endüstrileri tarafından sürekli pekiştirilmektedir. Bu pekiştirme işlevinin istikrarı için de kültür endüstrileri vaat ettiği şeyler ile tüketicilerini durmaksızın aldatmaktadır (Adorno ve Horkheimer, 2014: 186-187).

Olay örgüleri ve ambalajlamayla verilen haz senedinin vadesi sürekli uzatılır: aslında yalnızca vaatten ibaret olan bütün bu gösteri haince bir biçimde, hiçbir zaman gerçekleşmez; yemek yemeye gelen müşteri menüyü okumakla yetinmelidir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 186)

Bu bağlamda kültür endüstrileri, tatmine tam ulaşmaya yakınken bireyin dikkatini başka noktaya çekerek tamamen doyuma ulaşmayı ondan esirgemektedir. Böylece bireylerin arzusunu sürekli kışkırtmaktadır. Tantolos ritüeli misali bir strateji benimsemektedir (Horkheimer ve Adorno, 2014: 187). Çünkü Zeus, Tantolos’u işlediği bir kabahatten dolayı cezalandırdığında, serin ve duru suların beline kadar geldiği bir gölde onu sonsuza kadar ölümsüzlüğe, açlığa ve susuzluğa mahkûm eder. Zeus, sonra Tantolos’un çenesine kadar suyu yükseltir fakat sudan bir yudum bile almasına izin vermez. Dudakları suya değdiği anda su aniden kaybolur ve göl bataklığa dönüşür. Böylece Tantolos, ıslanmış parmaklarını çatlamış dudaklarına sürdüğünde susuzluğu daha da artar. [Zeus] omuzlarına kadar meyve dolu dallar sarkıtır, lakin Tantolos meyvelere uzanıp almak istediğinde, dallar uzanamayacağı kadar mesafeye doğru aniden uzaklaşır. Bu ceza böyle sonsuza kadar devam eder gider ve Tantolos’un arzusu sürekli kışkırtılır fakat tatmini esirgenir. (<https://jinepsgazetesi.com/makale/tantolos-efsanesi-1-1389/> erişim tarihi: 16.12.2018).

Kültür endüstrileri işte bu mitolojik hikâye misali arzuyu daima kışkırtarak sıcak tutar: “Arzunun nesnesini, kazağın içindeki göğüsleri ya da atletik kahramanın çıplak gövdesini sürekli sergileyerek, doyumun esirgenmesi alışkanlığıyla çoktandır mazoşist kılınarak güdük bırakılan yüceltilmemiş ön hazzı kışkırtır” (Horkheimer ve Adorno, 2014: 187). Özetle kültür endüstrileri; bireyin satın aldığı ürünle doyuma ulaşp, tatmin olmasını mümkün kılmaz. Doyumu/tatmini sürekli erteler. Çünkü piyasa tarafından planlanmış şekilde alana devamlı yeni ürünler sürülür. Tüketici bireylerin ilgileri, satın aldığı ürün ile doyuma ulaşacağı vakit, aniden başka ürünlere yönlendirilir. Böylece sahip olunan ürünlerden elde edilecek tatmin, algının kaydırılmasıyla birlikte sürekli deforme edilir. Ve tatmin kısır döngüsel hareketlerle ertelenir.

Bauman perspektifinden bakıldığında ise, kültür endüstrisi kuramının tersine birey, arzuladığı metayı satın almaktadır ve devamında tatmin olma duygusunu yaşamaktadır. Fakat bu tatmin, özellikle postmodern dönemde, piyasa güçlerinin zamanı sıkıştırma teknolojisiyle beraber mümkün mertebede kısa tutulmaktadır. Çünkü tüketim toplumunda bireylerin:

Peşinde oldukları haz verici duyumlar kural olarak kısa ömürlü, hatta çoğu durumda anlıktır -bir anda doğar ama bir anda da ortadan kalkar; pek az arzu tatmin edildikten sonra da yaşamayı sürdürür, failleri eylemde bulunmaya motive etmeyi sürdürmek için sürekli yeni arzulara veya yeni arzu nesnelere ihtiyaç duyulur (Bauman, 2000: 86).

Bauman’a göre şu fragmanlar gerçekleşmektedir: Birey, ilk olarak herhangi bir metaya arzu duymakta ve onu elde etmek için harekete geçmektedir. Bu süreç, metanın satın alınması ve satın alındıktan sonra kullanılması/tüketilmesi aşamasına kadar devam etmektedir ve bilhassa bu vakit aralığı, arzunun gittikçe ateşlendiği zamanlara tekabül etmektedir. Metanın satın alınıp kullanılması akabinde tatmin olma hissi yaşanmaktadır. Ancak, metaların özellikleri tatmini hızlıca sonlandıracak şekilde tasarlanmakta; dolayısıyla arzu da bu doğrultuda ivedilikle sönmektedir. Bilfiil postmodern dönemde tatmin olma hissi nihai addedilmez, kısa sürede yok olur ve arzu edilen nesne hemen unutulur (Bauman, 2012: 85-86). Çünkü “tüketim toplumu kültürü, öğrenmeyle değil, ekseriyetle unutmayla ilgilidir” (Bauman, 2012: 86). Artık tüketim toplumunda, birey açısından, yakın geçmiş zamanda tatmin sağlayan nesneler hızlıca unutulmalıdır. Sürekli başka arzulara, denenmemiş tatminlere ve tüketime koşma edimi ise bireylerin zihninde ve pratiğinde mütemadiyen yer edinmelidir. Zira:

Kazanılan ve duyulan hiçbir duyumun, bir zamanlar ‘standartları yakalama’nın vaat ettiği doyumunu sağlama ihtimali yoktur. [Çünkü ortada] yakalanacak standart yok: atlet koştuğu finiş çizgisi de uzaklaşıyor; kişi hedefine ulaşmaya çalıştıkça hedefleri sürekli kaçıyor. Rekorlar durmadan kırılıyor (Bauman, 2013: 63).

Sonuç olarak alana hâkim olan kapitalist sistem, hem üretim hem de tüketim aşamalarında işleri istediği gibi yönlendirebilmek ve hegemonyasını devam ettirebilmek için sürekli yeni stratejiler üretmektedir. Öte yandan bu stratejilerinin işlemesi için, altyapı-üstyapı ilişkilerini sürekli reforme edilmesi gerekmektedir. Çünkü mevcut sistemin karşı konumunda bulunan sürdürülebilir tüketimi savunanlar, mevcut iktidarın altyapı ve üstyapı kodlarına daima saldırmaya çalışmaktadır. Tüketime minimize edilmesi için bireyleri ikna etmeye çaba sarf etmektedir. Fakat burada, kâr odaklı rekabet kavramı, kapitalist ideolojinin bu süreci lehine çevirebilmesi için yardıma koşan temel unsurlardan biri olmaktadır. Alanda başarılı şekilde işlendiğinde, kapitalizmin kendisini sürekli yeniden üretebileceği sürdürülemez tüketim kültürünün zeminini işlevsel tutmaktadır.

2.6. Modanın Tüketim Kültürü İçindeki İşlevi

Piyasa güçleri tüketim kültürünü, alanda, kendi çıkarlarının neticesinde cisimleştirebilmek için modadan sıkça yararlanmaktadır. Bu amaçla moda anlayışını kendi iktisadi işleyiş koşullarıyla birleştirerek, bireyleri, sürdürülemez tüketime sevk edebilecek habituslar kurgulayabilmekte; buna hizmet edecek stratejiler üretebilmektedir. Üretilen stratejilerin akabinde, modanın aracılığı ile metaları toplumsal alandaki farklı sınıfların birbirinden farklı ortak değerlerine vurgu yapacak biçimde sürekli ve hızlıca dönüştürmektedir (metaların kullanım değerlerindeki nitelikleri, boyutları, estetik tasarımları vs.). Öte yandan, dönüştürülen bu metaları satın almayan/alamayan bireylerin toplum tarafından ötekileştirilmesine, dışlanmasına, yadırganmasına neden olacak ortamı da kurgulamaktadır (Yanıklar, 2010: 29-30). Bunun neticesinde birey, ancak ait olduğu -veya olmak istediği- sınıfın değerlerini, inançlarını, ritüellerini taklit ederek yaşamını idame ettirebileceğinin hissine kapılır. Onların tüketim edimlerini taklit ederek, toplumsal alandan izole olmayacağını düşünür. Tüketim toplumunda çoğunlukla;

Kendimi o grubun üyesi yapmam için gruba özgü elbiseleri giymek, gruba özgü plakları satın almak, gruba özgü müziği dinlemek, gruba özgü TV programlarını ve filmleri izlemek ve tartışmak, odamın duvarlarını gruba özgü süslerle bezemek, akşamlarımı gruba özgü yollarla ve gruba özgü yerlerde geçirmek vb. gibi işaretleri göstermem dışında bir şey yapmam gerekmez, ya da hemen hemen gerekmez. Kabileye özgü eşyaları satın alarak ve sergileyerek "kabileye katılabilirim" (Bauman, 2010: 228).

Kısaca birey, toplumsal alandan izole olmamak adına kendini ait hissetmek istediği sınıfın; ritüellerini, inançlarını, değerlerini yansıtır, o sınıfın bir uzvu olduğunu, toplumsal içeriklerinin bir taşıyıcısı olduğunu kanıtlamak zorunda bırakıldığı bir yaşam döngüsünün

içine itilmiştir. Bu bağlamda birey, ancak kendini bir sınıfa/topluluğa ait hissettiğinde ve yalnız kalmadığını bildiğinde rahata ermektedir (Simmel, 2006: 105). Sonuçta insan toplumsal bir canlıdır ve kendi genel hayat biçimini tasarlarlarken biraradılığı içselleştirmiştir. Bunu savunma sistemi olarak evrimsel süreçlerine angaje etmiştir (Simmel, 2009: 31-47). Yalnızlık tabiatında yoktur ve uygarlık tarihinde toplu halde sürdürülmemiş hiçbir yaşam şekli görülmemiştir. İnsanlar nerede boy göstermişse, bu hep topluluk hâlinde olmuştur. Nedenini açıklamak ise basittir; insan, tek başına yaşamın güçlükleriyle (fizyolojik, psikolojik güçlüklerle) başa çıkabilecek güce/donanıma sahip değildir. O güce sahip olsa bile çok fazla efor sarf etmesi gerekir ve bu durum bireyin gözünü korkutur (Adler, 2009a: 49). Dolayısıyla bireyler, toplumsal yaşamdan kopmaktan korkar. Teber'in ifadesiyle: "İnsan, cemaat hayatının veya *organik hayatı*'nın ya da *kamu hayatı*'nın dışına çıkınca, korku, acı, hüznün, kaygı duymaya başlar" (Teber, 2003: 249).

Bu anlatılanlar bağlamında birey, toplumsal alanda yalnız kalmamak amacıyla, ideolojisini alana süren egemen piyasa güçlerinin, toplumsal ödevlerini sergilemeye gayret gösterir. Çünkü insanın ruhsal yapısı tamamen otonom davranmaya evrimleşmemiştir, toplumsal pratiklerle paralel ilerleyen devinimleri içkin özelliğinde barındırır:

İnsan ruhsal yaşamı, kendi başına canı istediği gibi davranacak gücü gösteremez, sürekli olarak sağdan soldan çıkıp gelen çeşitli ödevler karşısında bulur kendini. Bütün bu ödevler, *insanların toplu yaşam* mantığına kopmaz biçimde bağlıdır (Adler, 2009a: 47).

Piyasa hegemonyasının iktisadi işleyiş koşullarıyla bağlantılı olarak alana sürülen *moda*, ödev niteliğinde bir uyumluluk testi gibidir. Post-fordist üretim biçimiyle üretilen metaların, insanlar tarafından sürekli ve hızlıca tüketilmesi ve tekrardan post-fordist üretim ilişkilerinin kendini yeniden üretebilmesi için hazırlanan bu ödevler (modaya uymak); üstyapı aracılığıyla kodlanarak bireylerin zihnine yollanmaktadır. Sosyal alanlarda daha fazla tüketim ediminin gerçekleşmesi üzerine tasarlanan estetik tasarımların, metaldaki multi-işlevsel niteliklerin, ileri teknolojik vasıfların efsununa kapılmayarak bu ödevi tamamlamayan insan tipolojileri ise yine üstyapı kodlarının etkileşimiyle geri kafalı, demode, banal olarak nitelendirilerek baskı altına alınmaktadır:

Tüketim kültüründe daha fazla malın tüketirilmesine yönelik ilkelerden biri de malların hızlı bir dönüşümünün sağlanmasında ve ihtiyaçların uyarılmasının yoğunlaştırılmasında rol oynayan maddi ve estetik eskileştirmedir. Tüketim kültürünün egemen olduğu bir toplumda yeni ürünlerin ortaya çıkmasıyla birlikte, sahip olunan ürünler miadını doldurmuş, bayağı, hantal, ilkel, işe yaramaz, modası geçmiş, hatta bir biçimde pespaye gibi görünmeye başlar. Ve bu ürünleri kullanmakla, bireyin kendisini eski kafalı, eski moda şeylere takılıp kalan geri bir kişi gibi görebileceği bir etki yaratılır. Bu durum,

ister yemek pişirmek ya da bulaşık yıkamak, ister tıraş olmak ya da yazı yazmak olsun, gündelik yaşamın birçok alanında yeni malların satın alınması ihtiyacıyla birlikte çoğu kez kendini gösterecektir (Yanıklar, 2010: 29-30).

Ayrıca, herhangi bir toplumsal grubunun değerlerini, inançlarını, ritüellerini, sembollerini taklit ederek/içselleştirerek sosyal grupların üyesi olmaya gayret gösteren bireyler; bir yandan grubun kabul görmüş üyelerine benzemeye çalışırken; diğer yandan da ait olduğu grubun tahammülleri çerçevesinde kendilerini farklı kılacak eylemlerde/devinimlerde bulunmak istemektedir. Aynı şekilde gruplar da kolektif olarak başka gruplardan farklı olmaya çalışmaktadır. Bu nedenle farklı olma isteğini salt bireysel düzlemde düşünmemek gereklidir. Bizzat bu iki kanatta da gerçekleşen farklı ve benzer olma isteği insanın içkin ruhsal özelliğidir (Simmel, 2006: 125-127). Modayı üreten antagonizma da esasen budur: “Genel olarak, moda ‘farklılaşma ile değişimin çekiciliğini, benzerlik ile uyumun çekiciliği’yle birleştiren, çoğunlukla, toplumsal farklılıkları ifade etmek üzere sınıflarda kendini gösteren bir toplumsal formdur” (Simmel, 2006: 41-42). Modanın beslendiği öğelerden biri olan benzeşim duygusu hakkında R. Jenkins, Becker (1963) ve Douglas (1966)’dan beslenerek: “Düzensizlik, düzenin ürünüdür; tanım anomaliyi meydana getirir; ve benzerlik farklılığın babasıdır” ifadesinde bulunarak, farklılığın toplumsal alandaki ve insan ruhundaki mutlak varlığına vurgu yapmıştır (Jenkins, 2016: 106). Kısacası, benzeşim kadar farklılık da modanın işleyiş yöntemlerinde kendine yer bulmaktadır. Hatta farklılık, modanın felsefesini benzeşimden daha çok beslemektedir (Simmel, 2006: 41-42).

Modanın felsefesini açıkladıktan sonra: işleyiş metodundaki görüngüleri irdelemek, bu kavramın doğasını daha iyi anlamlandırma olanağı sağlamaktadır. İrdelenecek ilk kavram ise modanın işleyiş metodundaki temel dinamiklerden biri olan *zaman* mefhumudur. Zira piyasa güçleri, zaman mefhumunun üzerinde yaptığı manevralar ile modayı işlevsel kılmakta ve böylece üretim-tüketim çarkının işlerliğini mütemediyen sıcak tutmaktadır. Ekseriyetle metalar, sermayedar sınıflarının belirlediği zaman parametreleri çerçevesinde moda kabul edilmektedir. Bizzat kitle iletişim araçlarından da bu amaçla faydalanılmaktadır. Öyle ki söz konusu bu araçlarının yardımıyla bir yıl içinde, hatta ve hatta yıl içerisindeki mevsim bölümlerinde metalara başka estetik tasarımlar veya işlerlikler yüklenmekte ve tekrar piyasaya sürülmektedir -ki bu süreç mütemediyen tekrarlanmaktadır (Bauman, 2010: 227-229). Bireyler de bu zaman dilimleri içerisinde piyasaya sürülen metaları aldığı müddetçe pozitif statüler elde etmeye ve/veya pozitif statülerini korumaya devam ettirme hakkını kazanmaktadır:

Şeyler, yararlılıklarını kaybettikleri için değil, moda olmaktan çıktıkları -görünüşlerinden, dünün tüketicileri tarafından seçilmiş ve alınmış mallar olarak kolayca tanınabildiği ve böylelikle mevcudiyetleri sahiplerinin günümüzün gelişmiş ve saygın bir tüketicisi olarak şimdiki statüsüne gölge düşürdüğü- için elden çıkarılırlar ve yerlerine yenileri konur. Bu statüyü korumak için, piyasanın sunduğu değişimlerin gerisinde kalınmamalıdır (Bauman, 2010: 228).

Postmodern kültürde moda; piyasa güçlerinin iktisadi işleyiş koşulları çerçevesinde metanın görünürdeki işlevini/kullanım değerini ve maksimum kullanım süresini, zaman çizelgeleri içinde yaptığı yenilik manevralarıyla beraber sürekli bireylerin gözünde muğlaklaştırmaktadır (Bauman, 2010: 227-228). Böylelikle bireyin gözünde, metanın görünürdeki işlevinden daha çok simgesel işlevi parıldamaya başlamaktadır: “Şayet ürünleri görünürdeki faydalarını sağladıkları müddetçe elde tutacak olsak, piyasa faaliyeti çok geçmeden çöker” (Bauman, 2010: 228). Filhakika Bauman’a göre; piyasa güçleri için felaket olarak tanımlanacak bu durumu modanın zaman mefhumu üzerindeki kontrol yetisi engellemektedir (Bauman, 2010: 227-229).

Modanın işleyiş metodundaki görüngüleri anlamlandırabilmek için irdelenmesi gereken bir başka konu ise; simgesel sermayeleriyle birbirinden farklılaşan sınıflar için, modanın nasıl bir işlevde konum aldığıdır. Nitekim sosyal sınıflar, bilhassa modayla habituslarını diğer sınıfların habituslarından farklı kılarak, sınıflarının statülerini ve sınırlarını koruyabilmektedir. Örneğin, modern kapitalist dönemde sınıflar için damga ehemmiyeti taşıyan metalar; *konumsal mallar* olarak kategorileştirilip piyasaya sürülmektedir. Böylece, toplumsal yapının üst sınıflarını tanımlayan malları ele geçirme mücadelesinde üst sınıfların göreceli ayrıcalıkları, bu sınıfların mevcut sınırlarını belirlemede önemli imtiyazlar sağlayacaktır. Fakat unutulmaması gerekir ki bu süreç dinamiktir. Zira piyasa güçleri tarafından konumsal mallar olarak kategorileştirilip moda kabul edilen bu metaları kendi sınıfsal değerlerine, ritüellerine, teamüllerine çeken/eklemleyen/yediren ve bu sayede kendisini diğer sınıfların habituslarından/sosyal pozisyonlarından ayıran sınıflar, bu pozisyonlarının teminatı olan metaları, kendilerine öykünen diğer sınıflardan da sürekli korumak zorunda kalmaktadır (Featherstone, 2005: 43-45):

Sürekli yeni malların, modaya uygun arzu edilen malların arz edilmesi ya da statü işareti olan malların alt katmanlardaki gruplar tarafından gasp edilmesi, en üsttekilerin önceki toplumsal mesafeyi yeniden tesis edebilmek için yeni (enformasyonel) mallara yatırım yapmak zorunda kalmalarıyla birlikte, adeta bir köşe kapmacaya dönüşür (Featherstone, 2005: 45).

Bourdieu, *yeni kültür arayıcıları* kavramsallaştırmasıyla üst sınıfların, alt sınıflardan kendilerini korumak için çeşitli kültürlerin ritüellerini, değerlerini, simgelerini yağmalaması

konusuna vurgu yapar. Keza A. Touraine de söz konusu bu vurguya yönelerek, postmodern çağda, kendi sınıfsal çizgilerinin sınırlarını korumak isteyen bu sınıfların çeşitli kültürleri yağmalayıp, bunları yeni simgesel metalara dönüştürebilen uzmanlara gereksinim duyduğundan bahseder. Çünkü bahsedilen bu dinamik süreç o kadar hareketlidir ki; kendi ritüelleri, tüketim edimleri, değerleri alt sınıflar tarafından yağmalanan bu üst sınıflar, yeni sembolik/simgesel metalar üretebilmek amacıyla çeşitli yerel gelenekleri ve kültürleri yağmalamak zorunda kalmaktadır! Dolayısıyla, bu yeni simgesel metaların kullanımında başvurulacak yorumlamaları güncelleyecek kültür uzmanlarına/aracılarına olan talep de, paralel biçimde artış göstermektedir (Featherstone, 2005: 45-46). Sonuçta “Simgesel malların ve tüketim metalarının aşırı arzının ve hızlı dolaşımının yol açtığı enflasyon, malların toplumsal statü işaretleri olarak okunabilirliğini tehdit etmektedir” (2005: 46). Piyasalar ile kültürün globalleşmesi ekseninde, sınır hatları belirgin toplumlarda damga işlevi gören uygun mallar da böylece deforme olmaya başlamakta ve bu mallara istikrar kazandırmak da aynı derecede güçleşmektedir. Buna nedenle de, piyasada sürekli yeni metalar yaratma koşuşturması hâkim olmaktadır (Featherstone, 2005: 46).

Bauman bu dinamiği, yeni kabilecilik olarak adlandırdığı kavramsallaştırmayla farklı boyutlarda işlemiştir. Çünkü Bauman’a göre artık sınıflara -onun tabiriyle [yeni] kabilelere- giriş-çıkışlar muğlak bir hâl almıştır ve bu kabilelere giriş-çıkış için gerekli olan ritüeller, inançlar, değerler de akışkan hâl e getirilmiştir. Bilakis eskiden, kabilelerin sınırlarını betimleyen ve giriş çıkışları denetleyen sınır bekçileri, ihtiyar heyetleri, muhafızlar vardı. Oysa postmodern çağda, bu sınırları denetleyen ne ihtiyar heyeti, ne muhafız, ne de sınır bekçileri vardır. Kısacası; içerideki üyeleri denetleyen ve/veya dışarıdan üye alımını kontrol eden failler artık yoktur. Yani yeni kabileler, sosyal koşullar vasıtasıyla zaruri olarak vardır; lakin eski zamanlara kıyasla bu kabilelere giriş-çıkışlar bütün *alan* gibi piyasa tarafından akışkan/muğlak hale getirilmiştir. Artık bireyler, giydiği elbise ve dinlediği müzik tarzıyla kendini bir kabileye ait hissedebilir, o kabilenin üyesi olabilir ve ertesi gün giydiği elbiseyi ve dinlediği müzik tarzını değiştirerek başka bir kabileye geçebilir. Örneğin postmodern dönemde birey, modayı takip ederek farklı yeni kabilelere sorunsuzca giriş-çıkış yapabilmektedir (Bauman, 2010: 227-229). Çünkü “yeni kabileler öz olarak hayat tarzlarıdır ve hayat tarzları, gördüğümüz gibi, neredeyse tamamen tüketim tarzlarından başka bir şey değildir” (Bauman, 2010: 229). Mamafih, tüketim tarzlarını seçebilmek için ve/veya tüketim edimini gerçekleştirip sınıflar arası geçiş özgürlüğünü sağlayabilmek için gerekli olan bir değişken hâlâ geçerliliğini korumaktadır. O değişkenin ismi de *paradır*. Şöyle ki; bilhassa parayla özgürlüğün sağlandığı sanrısının yaşandığı bu akışkan dönemde, kabilelerin sınır

bekçiliğini sadece ve sadece piyasa güçleri yapmaktadır. Fakat piyasa güçleri bu görevlerini eylerken manipölasyonlarını örtük kılabilmek için üniformalarını giymemektedir. Zira bu stratejileri sayesinde bazı bireylerin kabileler arası geçiş yapmalarını ve/veya bir kabileye ait olmaları için gerekli olan paraya sahip olmaktan yoksun olmalarını (yoksul olmalarını) ve bu yüzden dışlanmalarının/ötekileştirilmelerinin sorumluluğunu üzerlerinden atmaktadır. Üzerlerindeki sorumlulukları büyük bir kısmını yoksulların öz-bilincine devretmektedir (Bauman, 2010: 228-231). Keza refah devleti dönemlerinde devlet güvencesi altında olan yoksullar, artık; piyasalaşmış dünyanın yerel karakolları görevini gören devletlerin sorumluluğundan dışarı itilmiştir. Bunu takiben yoksullar -tüketim edimini minimum düzeyde sergileyenler- risklere karşı devlet sigortasının güvenli kucağından fırlatıp atılmıştır: “Artık risklere karşı toplumsal sigorta diye bir şey yok. Toplumsal olarak üretilen risklerle baş etme görevi özelleştirildi” (Bauman, 2013: 59). Ve bu durumun ideolojik mücadele alanında meşrulaşması için, risklerle baş edemeyen yoksullar günahın cisimleşmiş hâli olarak damgalanmıştır:

Gittikçe yoksul olmak suç, yoksullaşmak ise suçsal eğilim ya da niyetlerin -alkol bağımlılığı, kumar, uyuşturucu, işten/okuldan kaçma ve aylaklığın- ürünü olarak görülüyor. Yoksullar -günahın cisimleşmesinin ta kendisi olarak- bırakın ihtimam ve yardıma layık olmayı, nefret ve kınanmaya müstahaktırlar (Bauman, 2013: 59).

Sonuç olarak; alanın ektiği modanın dinamik tezahüründen kısıtlı olarak yararlanan ve bu sebeple kabileler dışında tutularak, yaşamın sosyalliğinden mahrum olanlar yine yoksullar olmuştur (fakat bundan mahrum kalmama isteğiyle modayı takip etmek, kısıtlı da olsa yoksulların habituslarında dolaşmaktadır). İnsanların, yaşamın sosyalliği dışında durmaktan kaçınma güdüsünün hakikati sebebiyle de, alanın ektiği tüketim bilincine karşıt habituslar üretmek isteyen toplulukların da hedef kitlesi yine yoksullardır, nitekim ilerleyen bölümlerde bu konuya araştırma kapsamında değinilmiştir.

2.7. Bireylerin ve Grupların Kimliklerini Etkileyen Faktörler

Sınıf ve bireysel kimliğin bazı temel özellikleri; insanların ve insanların birbirleriyle etkileşimler kurarak oluşturdukları toplumların tarihsel hareketliliğine göre sürekli değişimler/dönüşümler geçirmiştir. Fakat değişim ve dönüşümler geçirdiği kadar temel işleyişinden uzaklaşmadan, sınıfların ve bireylerin kimliğinde kendini devam ettiren ritüeller, değerler, inançlar, semboller de mevcuttur. Ekseriyetle bu benzer kalan ritüellerin, değerlerin, inançların ve sembollerin, devrilen iktidarın kurguladığı sosyal ağdan, devrimci iktidarın kurguladığı sosyal ağa temel işleyiş mantığından saptırılmadan aktarılan üstyapı kodları

olduğu ileri sürülmektedir. Weber perspektifine göre; temel işleyiş mantığından sapmadan kendini yeni iktidardaki kimliklerin (bireysel veya kolektif kimliklerin) belirgin özelliklerinde devam ettiren bu üstyapı kodlarının derin analizi yapıldığında, karşılaşılan kavram kesinlikle *dogma* kavramı olacaktır. Bourdieu perspektifinden bakıldığında ise bu derin analiz yapıldığında karşımıza çıkacak olan kavram *habitus* olacaktır. Weber, uzun süreler boyunca kendini alanda var edebilen ideolojilerin gücü, ardılı olduğu dogmalardan kaynaklanmaktadır derken; Bourdieu bu durumun, alanın habitusu yapılandırmasından dolayı kaynaklandığı ifade etmiştir (Weber, 2015: 110-113, Bourdieu ve Wacquant, 2014: 116-123). Öyle ki bu iki analiz, birbirleriyle sosyolojinin hakikat yolunda kesişmektedir.

1971 yılında Hollanda'da düzenlenen felsefe sempozyumunda bir araya gelen Foucault ve Chomsky de; Bourdieu ve Weber'in bahsedilen bu analizlerini tartışmıştır. Ve Chomsky'nin Marksist-Leninist ideoloji merkezli teorilerine kendi perspektifinden cevap veren Foucault'nun argümanları, bu konunun araştırdığı probleme farklı bir paradigmadan bakma şansı vermiştir. Şöyle ki, bu tartışmada Chomsky, burjuva ile girişeceği sınıf savaşımında, proletaryanın savaşım ideolojisinde ve savaşım vermesinin itici kuvvetinde; [evrensel] ideal adalet, değer, etik ve ahlaki kod arayışları yatmaktadır ifadesinde bulunmuştur. Ve bu kodların yüce bir amaç için topluma eğer şiddet ve baskı yoluyla işlenmesi/nakşedilmesi gerekirse, Chomsky'e göre bu şiddet ve baskı uygulanmalıdır ki, uygulandığı vakit bu onun açısından doğru ve meşru bir eylem olacaktır. Foucault ise Chomsky'nin bu teorisini eksik ve yetersiz bularak tezine anti-tez sunmuştur. Çünkü Foucault'ya göre; proletarya bu savaşımı sadece [evrensel] ideal adalet, değer, etik ve ahlaki kodların alanda yayılması ve devamında da sınıfsız toplumun yaratılması için verdiğini söylemek yetersiz bir yargıdır. Aksine bu ideal üstyapı kodları ona göre, proletaryanın kendi hareketini meşrulaştırmak için alanda dolaştırdığı söylemlerdir. Foucault açısından proletarya, sadece haklı olduğunu düşündüğünden değil, tarihte ilk defa gücü eline almak istediği için egemen sınıfla (burjuvayla) savaşmaktadır; en nihayetinde insan kazanmak için de savaşır, salt haklı olduğunu düşündüğü için değil. Gelgelelim burjuvanın adaletsiz, eşit ve özgür olmayan bir ortam yarattığını düşünen proletaryanın, burjuva sınıfı tarafından yapılan hataların aynısını sergileme ihtimali de Foucault'ya göre ciddiye alınacak derecede yüksektir. Şöyle ki, Marksist-Leninist ideolojinin ideal toplum kurgusu rol model olarak çoğunlukla burjuva toplumunun işleyiş yöntemlerini örnek almıştır (Sovyetler Birliği örneği gibi). İnsan, kendi doğasının ne olduğunu tam olarak kavramakta zorlandığından ve *yoktan* da *var edecek* yaratıcı özelliği olmadığından ötürü; mevcut iktidarı deviren karşıt iktidar zümreleri, yaşadığı ve etkileşimde bulunduğu toplumun o anki çoğu işleyiş yöntemlerini rol model olarak alıp,

kendi kurgularına eklemleyebilmektedir. Ya da devirdiği iktidarın kodlarını kullanıp söz konusu bu kodları tersyüz ederek (ama yine o kodları kullanmasına dikkat!) ilerleyebilmektedir. Bu şekilde ilerlediğini gösteren fragmanlar da tarihte mevcuttur (<https://www.youtube.com/watch?v=GHTXsER1zE&t=24s>, erişim tarihi: 07.01.2018):

Marksizm, 19. yüzyılın sonunda ve 20. Yüzyılın başında kapitalist toplumlarda insanın gelişim ve kendini gerçekleştirme potansiyeline ulaşamadığını, insan doğasının kapitalist sistem tarafından etkili bir biçimde yabancılaştırıldığını kabul etti. Ve Marksizm sonuçta özgür bir insan doğası hayal etti. Peki, insan doğasını tasavvur etmek, projelendirmek ve nihayetinde gerçekleştirmek için hangi modeli kullandı? Aslında bakarsanız burjuva modelini kullandı. Marksizm, mutlu bir toplumun, örneğin burjuva tipte bir cinselliğe, burjuva tipte bir aileye, burjuva estetik türüne yer veren bir toplum olduğunu düşündü. Ve bunun da Sovyetler Birliği'nde gerçekleştiği de çok doğru. İnsanların gerçek doğalarını görebildikleri 19. Yüzyıl burjuva toplumundan aynı anda hem gerçek hem ütöpik olan bir toplum türü dönüştürölüp inşa edildi... Sonuç olarak, sizin de fark edeceğiniz üzere insan doğasının tam olarak ne olduğunu kavramak güçtür. Burada yanılnma riskimiz yok mu? (<https://www.youtube.com/watch?v=GHTXsER1zE&t=24s>, erişim tarihi: 07.01.2018).

Althusser de iktidarı ele geçiren karşıt-iktidar mekanizmalarının, devirdiği iktidarın içkin özelliklerinde yer alan kodların algoritmalarından türediğini söyleyerek, söz konusu bu konuyu desteklemektedir:

Doğanın, insanın içinde kendisini yani doğayı kavrayacak doğal varlığı üretmesi gibi, Tin de, Doğanın sonu olmasına karşın Doğadan ve onun içinden doğar. Keza, proletaryanın kapitalizmin sonu olmasına karşın, kapitalizmden ve onda doğması gibi, kapitalizm de onda, proletaryada kendisini kavrayacak olan doğal varlığı üretir (Althusser, 2006: 203).

Özetle devrimci güçler, mevcut iktidarı devirdikten sonra kendi kuracakları altyapı-üstyapı ilişkilerinde, bazı motifleri, devirdikleri iktidarın içkin özelliğinden alıp -ve bunu ideolojik merkezinden çok fazla saptırmadan- yeniden tasarlayarak hegemonyasını kurgulayabilmektedir. Ancak, ideal etik/değer/adalet/inanç arayışlarıyla yahut vaatleriyle yola çıkan ve mevcut iktidarı bu arayışların alanda yankı bulması sayesinde yıkan devrimci güçler (devirdiği iktidarın bazı üstyapı kodlarını rol model olarak almasına karşın), alanda güç toplamasını sağlayan vaatlerini pratiğe dök[e]mez ise ortaya belirgin bir tutarsızlık çıkmaktadır. Sosyal ortamdaki bireyler de bu duruma tepki gösterip, iktidarın varlığına güç kaybettirebilmektedir. Bu nedenle devrimci güçler; yukarıdaki kurguyu pratiğe dökerken çelişkilerini gizleyebilmek için, ideolojilerinin güç kazanmasını sağlayan ve paydaşlarına vaadi olan ideal etik/değer/adalet/inanç arayışlarının hâlâ devam ettiğini ifade eden söylemler kurgulamaktadır. Ve bu söylemleri mütemadiyen ideolojik mücadele alanında dolaştırmakta; her daim insanları hoşnut tutmaya gayret göstermektedir. Çünkü Gramsci ve Althusser'e göre;

hegemonyanın uzun soluklu olabilmesi için fiziksel şiddetin cisimleşmiş hâli olan devletin baskı aygıtları yerine, şiddetin yumuşak, iknanın ise gizli olduğu devletin ideolojik aygıtlarını¹¹ kullanarak rıza üretmek daha sağlıklı bir yöntem olacaktır. Keza ideoloji, kaba şiddetten ziyade gizli ikna teknikleriyle sunulduğu zaman uzun soluklu etki yaratabilmektedir. Devletin baskı aygıtlarının yerine ikame ettirilen devletin ideolojik aygıtları daha kalıcı iktidar biçimleri yaratmaktadır (Jenks, 2007: 151-153, Althusser, 2000: 32-46). Nitekim A. Callinicos’a göre: “İdeolojiler, insanları toplumun doğası hakkında yanlış görüşler beslemeye ikna ederek mevcut üretim tarzının devamlılığını sağlamaktadır. Bu bağlamda, tarih yapanlar, devrimci dönemlerde bile, oynadıkları rollerin doğasını tam olarak anlamazlar” (Callinicos, 2009: 117-118).

Mevcut iktidarı devirip hegemonyasını kuran devrimci güçler, devirdikleri iktidarın toplumsal yapı motiflerinden ayıklamalar yapsa bile, devirdikleri iktidarın bazı modellerini rol model almaktadır. Devamında, bunu kurgulayacakları iktidar ideolojilerine eklemleyebilmektedir. Mevzubahis edilen bu yöntemi de devletin ideolojik aygıtlarıyla gizleyip, bireylerin, durumdan bihaber olmaları üzerine stratejiler üreterek güçlendirmektedir ki manipülasyon böylece daha verimli şekilde sürdürülebilmektedir (Callinicos, 2009: 117; Althusser, 2000: 32-46). Kaldı ki Callinicos’a göre; geçmişten gelen üstyapı kodlarının bir anda yok edebilmesi zaten mümkün değildir:

İnsanlar tarihlerini kendileri yaparlar, fakat onu tam istedikleri gibi yapamazlar; kendi seçtikleri koşullar altında değil, fakat doğrudan yüz yüze kaldıkları ve geçmişten devrolunan koşullar altında yaparlar. Tüm eski kuşakların geleneği yaşayanların beyninde bir kabus gibi durur. Ve tam da kendilerini ve şeyleri kökten değiştirmeye, asla var olmamış bir şeyler yaratmaya adanmış göründükleri zamanlarda, tam da bu gibi devrimci kriz dönemlerinde, geçmişin ruhlarını heyecanla kendi görevlerine aktarırlar ve dünya tarihinin yeni sahnesini geçmişin eski yüzü kılığıyla ve geçmişten borç alınan dille sunmak için onlardan adlarını, savaş naralarını ve kostümlerini ödünç alırlar (Callinicos, 2009: 117).

Bu noktada K. Marx’a sürekli atıfta bulunan Callinicos: “Egemen sınıfın fikirleri her dönemde egemen fikirlerdir: yani, toplumun egemen maddi gücü demek olan sınıf aynı zamanda egemen zihinsel güçtür de” ifadesinde bulunmaktadır (Callinicos, 2009: 118). *Komünist Manifesto*’da ise bu durum hakkında Marx ve Engels şunları dile getirmiştir:

Tarihin her çağında, varolan ekonomik üretim ve değişim biçimi ve kaçınılmaz olarak bunun yol açtığı toplumsal örgütlenme, o çağın siyasal ve düşünsel tarihinin temelini oluşturur, o çağın siyasal ve düşünsel tarihi ancak bu temelden yola çıkılarak açıklanabilir (Marx ve Engels, 2008: 104).

¹¹ Devletin ideolojik aygıtlarında yer alan baskı unsurları da bu durumda mümkün olduğunca kısıtlamaya çalışır (Jenks, 2007: 151-153)

Bu açıklamalara takiben Şu çözümlene yerinde olacaktır; karşıt iktidar ideolojisi, sosyal alanda ivme kazanıp mevcut iktidarı devirmesiyle birlikte, kurgulayacağı toplum modeline devirdiği iktidarın hâkim kültürel izdüşümlerini de yansıtabilmektedir. Ve bu durumun yaşanması Marx, Callinicios ve Engels'e göre gayet doğaldır; sonuçta, devrimci glerin devirmiŐ olduğu iktidarın zümreleri de geçen zaman diliminde egemen bir sınıftı ve bu sınıf, hegemonyasını kurguladığı dönemlerde az-çok toplumun kolektif zihnine de hâkim olmuştur. Dolayısıyla, söz konusu bu geçmiş iktidarların bireysel/toplumsal zihinlere ektiği kodlar ve bu kodlar aracılığıyla oluşturulan habitusları tarih sahnesinden bir çırpıda silmek mümkün değildir; çünkü, yeni iktidarın bünyesinde eski iktidarın izdüŐümlerine kısmen de olsa rastlamak kaçınılmazdır (Callinicios, 2009: 116-118; Bourdieu ve Wacquant, 2014: 117-118).

Özetle; devrilen mevcut iktidarın ektiği kolektif ve bireysel kimlikler ile yeni iktidarın ekmeye çalıştığı kimlikler -ki miras aldığı kültürel kodların ideolojik merkezinden çok uzaklaŐamadan ekilen kimlikler- kuŐaklar boyunca, eski iktidarın bazen asgari bazen de azami yansımaları olarak alanda dolaşmaktadır (bakınız; muhafazakarlar, dinler, sağ ideolojiler). Bunun tarihte rneği çoktur. Burjuva, feodal hükümranlığı devirip kendi hegemonyasını kurduğu vakit, devirdiği hükümranlığın birçok aristokrasi kültürünü de kendi üstyapısal kodlarına eklemlemiŐtir. Onların [aristokrasinin] sosyal aktivitelerini, sanat anlayışlarını ve lüks tüketim alışkanlıklarını rol model olarak almıştır. Özellikle Sombart bunun sosyo-psikolojik tahlilini yapmıştır. Bu tahlile göre burjuva sınıfı yükseliŐe geçtiği dönemde, ekonomik hiyerarŐide saygın konum elde etmesine rağmen kültürel hiyerarŐide aristokrasi kültürüne karşı saygınlık kazanamamıŐtır. Bilfiil sosyal alanlarda aristokrasiye karşı üstünlük elde edememiştir. Hatta o dönemlerde kültürel hiyerarşinin en üst kısmında yer alan aristokrasi sınıfı tarafından aŐađılanmıŐtır. Bunun akabinde sosyal sermaye alanında aŐađılanan burjuva sınıfı, saygınlık kazanmak için aristokrasi sınıfının kültürel formlarını taklit etmeye başlamıştır. Çünkü burjuvaların ideal olarak grdğu kültürel formlar, aristokrasinin praksislerinde kendini göstermekteydi. Dolayısıyla burjuva sınıfı; o praksislerin yansımalarını kendi kurguladıkları sosyal ağlarının içine tek tek yerleŐtirerek sorunu ortadan kaldırmaya çabalamıŐtır (Sombart, 2016: 15-167).

Sınıf savaŐımlarının diyalektik ilerlemesi ile Őekillen tarih gibi kimlikler de (bireysel/kolektif) bu savaşım ilişkilerinin etkileŐimleriyle biçimlendirilmiŐtir. Ve bu etkileşimler ile karŐısındakini etkilemiŐtir. Ekseriyetle günümüzdeki bireyler için kimliğin - bilhassa bireysel kimliğin- en çok talep edilen Şey olma unvanını elde etmesi de bu tarihsel diyalektik neticesinde belirlenmiŐtir (Baudrillard, 2015: 103). Bu başlık altında bahsedilen koşullar ve bu koşulların etkileri ise, günümüzdeki bireylerin/toplumların en çok talep ettiği

şey olan kimliklerde hâlâ izdüşümlerini göstermektedir. Sonuçta kimlik, toplumların tarihsel izleğindeki üstyapı kodlarıyla daima etkileşim içinde olmuştur. Bu bağlamda bazı rejimlerin ve tarihsel dönemlerin belirlediği kimi dinamik kodlar da değiştirilmeden yeni iktidardaki kimliklerin içerisine eklenmiştir:

Etkileşim sırasındaki değiştirilemez *zaman geçişi* haricinde, sadece mantıksal olarak olsa da bir kimlik talebi ya da atfının neden olduğu süreklilik nedeniyle kimlik tespiti içerisinde bir *zaman* anlayışı doğal olarak vardır. Süreklilik, anlamlı bir geçmiş ve muhtemel bir gelecek önerir” ve “Geçmiş, burada ve şimdiyi yorumlamakta ve geleceği tahmin etmekte yararlanılan özellikle önemli bir kaynaktır (Jenkins, 2016: 45).

Bu bağlamda, bilfiil geçmiş tarihsel etkileşimlerin izdüşümlerini şimdiki kimliklerinde sergileyebilen bireyler/toplamlar, o izdüşümlerin praksisleriyle ideolojik mücadele alanında kendilerini bedenleştirebilmektedir. Fakat bilinmesi gerekir ki; kurgulanan bu hegemonya modelleri için kolektif bedenleşme, bireysel bedenleşmeden daha etkili bir belirlenime sahiptir. Çünkü “bütün (toplum), parçadan (birey) önce gelir, parça bütünden önce gelmez; ve parça bütün bakımından açıklanır, bütün parça ya da parçalar bakımından değil... Tabiri caizse içten dışa yerine, dıştan içe...” (Mead, 1934’den akt. Jenkins, 2016: 57). Bunun akabinde kolektif bedenleşmeye öncelik veren söz konusu bu iktidarlar, kolektif bedenleşmeden bireysel bedenleşmeye doğru baskın etkileşim akışı sağlayarak, bireysel bedenleşmeyi de manipüle etmektedir yahut şekillendirmektedir. Ki bireysel bedenleşmeler iktidar nezdinde şekillendiği vakit, iktidar; bireyin bedeninden -aşağıdan yukarıya- kendine doğru geri besleme de kazanmaktadır (Foucault, 2015: 42-43). Sonuçta: “Birey iktidarın bir etmenidir ve aynı zamanda, bir etmeni olduğu ölçüde de onun aracısıdır: iktidar, oluşturduğu bireyden geçiş yapar” (Foucault, 2015: 43).

Burjuva sınıfı, feodal dönemdeki aristokrasi kültüründen devralınan lüks tüketim kodlarını (postmodern döneme kadar), üst sınıfların, diğer sınıflardan kendilerini ayırt edecek sınır çizgisi işlevi görmesi amacıyla alanda dolaştırmıştır. Fakat post-fordits tüketim ile muazzam üretim gücüne sahip olan burjuva sınıfı, postmodern çağda, ürettiklerini kitlesel biçimde ve daha hızlı tükettirip kâr elde edebilmek gayesiyle hareket etmiştir. Bu amaçla feodalizmin aristokrasisinden devraldığı söz konusu lüks tüketim kalıplarını, toplumun en alt kesiminde yer alan bireylere kadar -tabii para değişkeni ekseninde- indirmiştir. Bu geçişi de kolektif bedenden, bireysel bedene akışla sağlamıştır. Diğer bir deyişle postmodern iktidar, modernizm ideolojisinden aldığı üstyapı kodlarını, modernizm ideolojisinin merkez mantığından uzaklaştırmadan değiştirmiş ve bu değişikliği kolektif düzlemde, bireysel düzeleme gönderilen üstyapı kod akışları ile yaygınlaştırmıştır. Üstyapı kodlarının bireyler

tarafından içselleştirilip, iktidarın bizzat kendisine olumlu geri-besleme sağlanmasıyla da bu geçiş olgunlaşmıştır ve kalıcı olmaya başlamıştır (Bauman, 2010: 228-234; Baudrillard, 2015: 80-83; Foucault, 2015: 42-44). Gerçekten de modernizm ile postmodernizmin farklı -ama özünde aynı- perspektiflerde yer almasının sebeplerinden biri işte bu tarihsel diyalektiktir. Çünkü bu tarihsel diyalektik çerçevesinde geçmişten alınan üstyapı kodları, bireylere, kolektif bedenleşmelerden doğru yollanmıştır (fakat lüks tüketimin kullanım değeri, şekil değiştirmesine rağmen yine de tarihsel süreç içerisindeki kullanım amacından sapmamış, özünde aynı kalmıştır -hala saygınlık elde etmek için kullanılması da buna bir örnektir). Sadece, geçmişte sınıflar arasında sınır çizgisi olarak kullanılan lüks tüketim kalıpları; katı/sert ritüeller ve teamüller çerçevesinde uygulanırken, günümüzde bu durum daha akışkan hale getirilmiştir. Lüks tüketim toplumsal tabakanın en alt kesimine kadar inmiştir. Bunun akabinde postmodern dönemde şu yargı kulaklarda yer edinme olgunluğuna sahip olmuştur; para varsa, lüks tüketim biçimlerinin büyük bir çoğunluğunu, her birey, istediği vakit pratiğine eklemleyebilmektedir (Bauman, 2010: 232-234). Adorno ve Horkheimer'in da dediği gibi para toplumsal yaşamın tözü hâline getirilmiştir. Para varsa birçok yaşam tarzına giriş-çıkış yapabilmektedir (Horkheimer ve Adorno, 2014: 208). Ya da Harvey'in tabiriyle: "Para, bir toplumsal iktidar biçimi" olmuştur (Harvey, 2012: 212).

Özel olarak büyük miktarlarda para (piyasanın gerçek giriş bileti ve piyasanın sunduğu harikalar ülkesine gerçek pasaport) sahibi olanların gücü en övülen, gıpta edilen ve bu yüzden en prestijli ve hayranlık duyulan tarzlara yetebilir (Bauman, 2010: 233).

Sonuç olarak; geçmişten gelen üstyapı kodlarına doğduğu andan itibaren maruz kalan bireyler, bu kodları kimliklerinin habituslarında sergilemektedir. Çoğunu da farkında olmadan içselleştirip sergilemektedir. Ayrıca bu kodların önemli bir çoğunluğu geçmişten günümüze merkez mantığından çok fazla uzaklaşmadan gelmektedir. İnsanlar işte bu kodları, kolektif beden ile öznel beden arasındaki iktidar akışlarında içselleştirirken, bazı zamanlarda, bu kodları alımlamayıp değiştirmek/dönüştürmek istemektedir. Fakat söz konusu bu insanlar, mevcut düzene başkaldırdıklarında, yine bu başkaldırışı, başkaldırdıkları toplumun/kültürün sunduğu mevcut kodları kullanarak sağlamaktadır (o kodları ters çevirerek ya da kodların algoritmalarıyla oynayarak). Dolayısıyla mevcut tüketimin (sürdürülemez tüketim) değerlerini, ritüellerini, işleyişini değiştirmek/dönüştürmek isteyen bazı bireyler ve bu bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları topluluklar; sürdürülebilir tüketimi alanda yaymak istedikleri zaman, amaçları çerçevesinde bazı sürdürülemez tüketim kodlarını da kullanabilmektedir. Sürdürülemez tüketim kültüründe yer edinen estetik anlayışın sürdürülebilir tüketim kültüründe de kendine yer sağlaması gibi veya sürdürülemez tüketim

kültüründe işleyiş gösteren paranın sürdürülebilir tüketimde kültüründe de kullanılabilmesi gibi bunları birçok örnekle çoğaltmak mümkündür. Hâliyle bu durumlarda, mevzubahis edilen bireylerin ve toplulukların habituslarında çelişkilerin gün yüzüne çıkması da normalleşmektedir. Ve geçiş sürecindeki çelişkilerin belirmesi, tarihsel toplumsal ilerleyişlerin ve değişimlerin içkin özelliğinde her daim kendini göstermektedir.

2.8. Tüketim Topluluklarında Kitle İletişim Araçlarına Yüklenen Misyon

Kapitalist ideoloji, sosyal alanlarda sürdürülemez tüketim anlayışını yayarken kitle iletişim araçlarından da sık sık faydalanmaktadır. Bilfiil medya, mevcut kapitalist sistemin lehine işlev görecektir özelliklere sahip olmasından ve statükonun devamlılığına katkıda bulunmasından kaynaklı iktidarın dört büyük gücünden biri olarak kabul görmektedir. Sonuçta “kapitalist ekonominin gelişimiyle ortaya çıkan ‘tüketim kültürünün’ en büyük kurucusu [da] medyadır” (Gülsoy, 2005: 186). Dolayısıyla böyle bir gücün iktidar nezdinde kullanılması, birçok eleştirel kuramcıya göre *normal* addedilmektedir (bk; T. Adorno, L. Althusser, M. Horkheimer, S. Hall, J. Baudrillard ve diğerleri.).

Eleştirel paradigmada yer alan Frankfurt Okulunun temsilcilerinden Adorno ile Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserlerinde -özellikle kültür endüstrileri bölümünde- kitle iletişim araçlarının sürekli ‘iktidar’ nezdinde kullanılması durumuna odaklanmış ve bu konuyu derinlemesine irdemiştir. Bu analizlere göre; kültür endüstrileri ve o endüstrilerin statükoyu besleyen çıktıları, kitle iletişim araçlarının etkisiyle alanda daha hızlı yayılma imkânı yakalamaktadır. Çünkü sinemada yayınlanan film, radyoda hazırlanan programa; gazetede basılan yazıdan, televizyonda yayınlanan reklama kadar kitle iletişim araçlarının birçok kolu, bizatihi kapitalizmin kurguladığı altyapı-üstyapı ilişkilerine denge sağlayıcı işlev olması amacıyla araçsallaştırılmaktadır. Ayrıca bu isimlere göre; teknolojinin rasyonelliği altında, iktidar lehine kullanılan bir teknik güç olarak nitelendirilen kitle iletişim araçları; alanda, diğer teknolojik gelişmelerle aynı mantık çizelgesi içinde somutlaştırılmaktadır. Yani kitle iletişim araçları, mevcut iktidarın ekonomi-politik statükosunun sürdürülebilirliği açısından, diğer teknolojik gelişmelerle aynı mantık çizelgesi içerisinde işlevselleştirilmektedir. Öyle ki Adorno ve Horkheimer’in analizlerinde, tekniğin ilerlemesine katalizör olan bilim, bağlı olduğu iktidarın değerinden yalıtılamaz. “Günümüzün teknik rasyonelliği egemenliğin rasyonelliğidir. Kendisi yabancılaşmış toplumun cebri karakteridir” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 163). Dolayısıyla bu teknik rasyonelliğin bir kolu olan kitle iletişim araçlarının (bilimin değerden yalıtılmaz olması göz önünde bulundurulduğunda) sürdürülebilir tüketim ideolojisinin alanda yayılmasına engel teşkil

etmesi ve sürdürülemez tüketimin maksimize edilmesine katalizör olması, bu bağlamdan bakıldığında söz konusu olabilmektedir.

Althusser, kitle iletişim araçlarını devletin ideolojik aygıtları içerisinde tanımlamaktadır. Ona göre; ideolojik mücadele alanında mütemadiyen devam eden iktidar savaşımının, mevcut iktidar odaklarının lehine sonuçlar doğurabilmesi için, söz konusu bu aygıtlar iktidar odakları tarafından alanda sıkça kullanılmaktadır. Bunlar içinde; okul/kilise/cami ve kitle iletişim araçları en ön planda tutulan ideolojik aygıtlar olarak göze çarpmaktadır (Althusser, 2000: 32-38). O nedenle bu çalışmada kitle iletişim araçlarına derinlemesine girmeden önce, diğer ideolojik aygıtların parçalarına da kısmi giriş yapılması gerekmektedir -ki bu parçalar, eleştirel çalışmalara göre birbirleriyle sürekli etkileşim içindedir. Bu giriş içinse P. Bourdieu ile J.C Passeron'nun, devletin ideolojik aygıtları kategorisinde yer alacak *Pedagojik Eylem İlişkileri* modelini irdelemek; araştırmanın kapsamı açısından daha sağlıklı bir yol sunmaktadır. Çünkü bu model, Althusser'in ürettiği devletin ideolojik aygıtları kuramını daha net ve derin anlamlandırabilme olanağı sağlamaktadır. Ayrıyeten kitle iletişim araçlarıyla dirsek temasında bulunan devletin diğer ideolojik aygıtlarının (okul, aile, cami/kilise) birbirleriyle etkileşimini, söz konusu bu model; bütünlük içerisinde kurduğu çözümlemeyle birlikte nitelikli bir şekilde sunmuştur. Bu modelin analizlerine göre pedagojik eylem ilişkileri; gündelik yaşamın her anında ve her etkileşiminde kendini göstermekte; iktidar nezdinde sosyal ağ yaratabilmek için sürekli işlevselleştirilmektedir. Buna ek olarak; karşıt iktidar güçleri de, kendi pedagojik iletişim ağlarını kurmak için mevcut sosyal ağ içinde bu modeli kendi lehine kurgulamaya çalışmaktadır. Foucault'nun dediği gibi: "İktidar her yerdedir, keza direniş de...". Fakat burada dikkat edilmesi gereken kısım; mevcut iktidarın, direniş alanlarını bertaraf edilebilmek ve yerleşmiş iktidarını sürekli yeniden üretebilmek adına teknolojik gelişmeleri devrimci oluşumlardan daha etkili kullanmaktadır. Bu teknolojik gelişmelerle habituslara tahditler koyabilmekte ve statükocu pedagojik eylem ilişkilerini bilfiil kontrol altında tutabilmektedir (Bourdieu ve Passeron, 2015: 35-80; Swartz, 2011: 393).

Verili bir toplumsal formasyonda, bu formasyonu oluşturan grup ve sınıflar arasındaki güç ilişkilerinin Pedagojik Eylemler sisteminde hâkim konuma taşıdığı Pedagojik Eylem türü, gerek dayatma usulü gerekse de dayattığı şeye ve bunu dayattığı kişilere getirdiği tahditlerle, neredeyse her zaman dolaylı yollarla olsa da en eksiksiz biçimde hâkim grup ve sınıfların nesnel çıkarlarına (cismani, sembolik ve burada ele alınan ilişki çerçevesinde pedagojik) uygun düşer (Bourdieu ve Passeron, 2015: 37).

Başka bir deyişle, verili toplumsal formasyondaki egemen pedagojik eylem ilişkileri; kendisini cisimleştirdiği toplumlarda her zaman için bir statüko devamlılığı sağlamaya

güdümlendirilmiştir. Bu uğurda direniş öbeklerine tahditler koymaktadır. Sürdürülebilir tüketimi savunan aktivistlere uygulanan tahditler de buna örnek teşkil etmektedir. Bu doğrultuda egemen pedagojik eylem ilişkileri; grup veya sınıflar arasındaki güç ilişkileri yapısını mevcut iktidar lehine yeniden üretmek amacıyla her daim iktidar tarafından işlevselleştirilmektedir (Bourdieu ve Passeron, 2015: 71-73). Bu işlevi de:

Ya zihne kazıma ya da dışlama vasıtasıyla, egemen kültürün meşruiyetinin ikrarını tahakküm altındaki grup veya sınıfların mensuplarına dayatmayla” yapar. Ve bu dayatma; “özellikle oto-disiplin veya oto-sansür biçimini aldığı anda egemen grup veya sınıfların sembolik ve cismani çıkarlarına hiç olmadığı kadar hizmet eden disiplin ve sansürü onlara içselleştirmeye meylederek yapar (Bourdieu ve Passeron, 2015: 72).

Kitle iletişim araçları da bu minvalde bir statüko sağlamak için, egemen pedagojik eylem ilişkilerinin ürettiği sosyal formasyonun taşıyıcısı konumunda hareket etmektedir ve/veya ettirilmektedir. Onlara bağlı kalmaktadır. Eleştirel paradigmalara göre işte bu üretim süreci; bilfiil ana-akım iletişim çalışmalarının analiz ettiği gibi düz-çizgisel bir şekilde cisimleşmemektedir. İtalyan düşünür A. Gramsci’den ve Fransız düşünür Althusser’den etkilenen S. Hall; ana-akım iletişim çalışmalarına antagonist yaklaşarak, mevcut iktidar aygıtları tarafından yollanılan bu üstyapı kodlarını doğrudan alımlayanlara karşın, mesajı alımlamayan ve/veya müzakereci yaklaşan özneler de alanda mevcuttur ifadesinde bulunmaktadır (Özçetin, 2010: 150-153). Fakat devletin baskı aygıtlarının kapı arkasında muhafız edasıyla durması, öznelerin korku duymasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla bu durum, mesajı alımlamayan öznelerin, mesajı alımlamış özneler gibi tavır sergilemesiyle sonuçlanmaktadır. Zizek ise Hegel’den beslenerek bu durumun oluşmasına neden olan şeyin cevabını iktidarın öldürme/yok etme/dışlama gücünde aramıştır. Esasen orada gizli olduğunu ifade etmiştir (fakat bu durum salt kitle iletişim araçlarından yollanan mesajlara karşı gerçekleşmemektedir, gündelik yaşamdaki her kodlama ve kod-açımında bu etkileşim görülmektedir). Zizek’e göre özne, ölme korkusundan dolayı iktidarın kurucu disiplinine özgün bireyselliğini feda etmektedir. Yaşama güdüsü onu (özneyi), mekanikleştirilmiş can sıkıcı ritüeller ve yapısı bozguna uğratılmış anlam ilişkileri içindeki yaşama doğru yol almaya itmektedir. Bu nedenle özne, kendi bedenini direkt olarak yadsımak yerine, yani, ölüm tehlikesini göz önüne almamak namına kendi fiziksel varoluşunun mütemadi bir negatifleşimine, bedeninin iktidara boyun eğişine, tabiiyetine, disipline edilmesine, aşağılanışına razı gelmektedir -lakin istisnalar da mevcuttur. Söz konusu bu özneler, bahsedilen bu düşünceyle yaşamına devam ederken, öte yandan da efendisinin (iktidarın) devre dışı kalması beklentisiyle içindeki öznel duyguları sürekli bastırmaktadır. Tabiri caizse baskıya maruz

kalan özne, özbenliğinin istediği pratikleri sürekli ertelemektedir. Dolayısıyla, rıza inşa etmek isteyen iktidarın arkasında muhafız edasıyla duran baskı aygıtları yüzünden, rızanın inşası için üretilen kodları alımlamış gibi rol yapmaktadır (Zizek, 2007: 133-135). Fakat mevcut iktidar, alana yollanılan kodları alımlamış gibi yapan öznelere bu rollerini, emsal olarak gösterebilmek için kitle iletişim araçlarından doğru sergileyerek statükosunun devamlılığını sağlamaya da çalışmaktadır (Adorno ve Horkheimer, 2014: 185). Kısacası iktidarın tahakkümüne karşı, sosyal alanlarda direniş öbekleri her daim vardır. Var olmaya da devam edecektir; fakat bu öbeklerin büyük bir kesimi, çoğu zaman, ölüm korkusundan veya dışlanma tehlikesinden yahut ötekileştirilme kaygısından dolayı suskun kalmaktadır. Ya da pratiklerini bu yüzden gizlice gerçekleştirmektedir. Spinoza'yı yorumlayan Steven Nadler'in düşünceleri de bu teorileri destekler niteliktedir: "İster sözlü ister başka şekilde olsun düşüncüyü ifade etmeye karşı çıkacak bir yasanın anlamı yoktur; vatandaşlar inandıklarını söylemeye devam edeceklerdir. Bu durumda yalnızca gizli olarak yapacaklardır" (Nadler, 2017: 28).

Benzer düşüncelere sahip olan David Swartz; kültürel keyfiyetlerini bireylere/toplumlara tahakküm eden iktidarlara karşı, mevcut iktidarın kültürel keyfiyetlerindeki çelişkileri/uyumsuzlukları/adaletsizlikleri fark eden direniş öbeklerinin devamlı var olacağını iddia etmektedir. Fakat Swartz, bu direniş öbeklerinin, tahakküm edilen kültürel keyfiyetleri değiştirebilecek araçlardan mahrum olmaları sebebiyle etkisiz kaldıklarını ayrıca vurgulamaktadır. Onun ifadesiyle: "Bireyler ve gruplar çoğunlukla iktidar ilişkilerinin keyfi niteliğini açıkça görürler, ama onları değiştirecek imkân ve araçlardan yoksundurlar" (Swartz, 2011: 393). Dolayısıyla bu mahrumiyet, sürdürülebilir tüketim felsefesinin yayılmasını engelleyen bir neden olarak addedilebilmektedir. Çünkü bu toplulukların çoğu, söz konusu bu araçlardan iktidar baskısı ve gözetimi çerçevesinde mahrum bırakılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarıyla, bireylerin ve toplumların, mevcut iktidarın ekonomi-politik çıkarları çerçevesinde manipüle edilmeye çalışıldığı ve bu manipülasyon sürecinde, manipülasyonu kırabilen bireylerin de alanda mevcut olduğu bu analizler çerçevesinde fark edilmiştir. Fakat yine aynı analizlerde; mevcut iktidarın, bu manipülasyonu kırabilen bireyleri korku üzerine kurulu diğer aygıtlarıyla baskı altına almaya çalıştığı ve bu baskıya direnmek isteyen bireylerin, aygıtların caydırıcı işlevleri nedeniyle öz/hakiki-benliklerinin yansımalarını pratiklerine dökemediği de tahlil edilmiştir. Ya da gizli gizli pratiklerine döktükleri düşünülmüştür. Bununla beraber kitle iletişim araçlarının; bu baskıyı, insanların omuzlarında sürekli hissettiren işleviyle kimi bireylerin direniş kodlarını pratiğe dökmemesine yahut

direniş sergileyecek tutumlarını çelişkiye düşürebilmesine neden olabileceği değerlendirilmiştir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 184-185).

Bu başlık altında sorgulanan konuya Baudrillard perspektifinden bakıldığında ise, daha farklı noktalara değinme fırsatı elde edilmektedir. Çünkü Baudrillard'a göre asıl despotizmi; salt gerçek ile simüle edilmiş gerçeği ayırt edemeyecek ortamı yaratan ve bu ortamın kodlarını, gerçeklerin içine sızdıran kapitalist sistemin hiper-gerçekliği yaratmaktadır. Hiper-gerçeklik kısaca; uykudan yeni kalkan öznenin gördüğü rüyanın etkisinde kalması ve bunu takiben reel dünyayla, rüyada gördüğü dünyayı kısa bir süre ayırt edememesine benzemektedir. Bu bağlamda özne, hiper-gerçeklik ortamında; gerçek ile sanalı ayırt edemeyecek vaziyete düşürülmektedir. Fakat bu süre Baudrillard'ın bahsettiği gerçek dünyada, rüyadan uyanan öznenin maruz kaldığı muğlaklık süresi kadar kısa sürmemektedir. Bilakis ona göre gerçek hayatta, iktidar güdümlü kitle iletişim araçları ile sürekli enformasyon bombardımanına maruz kalan özneler; hiper-gerçeklik evrenine sürekli itilmektedir (Baudrillard, 2011: 50-58). Ve hiper-gerçeklik ortamını yaratan kapitalizm; kurguladığı simülasyonlar ile salt gerçek arasındaki farkı bulanıklaştıracak stratejileri sürekli yeniden üretmektedir. Bilfiil öznelerin gerçeklik algısını devamlı deforme etmektedir. Deforme olan gerçeklik algısıyla mevcut iktidara karşıt ideolojiler üretmeye çaba gösteren öznelerin (sürdürülebilir tüketimi savunan öznelerin) pratiklerinde çelişkiler görünmesi de bu bağlamda artabilmektedir; zira özneler, ürettikleri ideolojileri pratiklere dökerken, deforme olan bu gerçeklik algıları nedeniyle, neyin gerçek neyin hakikat olduğunu sık sık karıştırmaktadır (Baudrillard, 2011: 14- 15).

Burada bir taklit, suret ya da parodiden değil aslı yerine göstergeleri konulmuş bir gerçek, bir başka deyişle her türlü gerçek süreç yerine işlemsel ikizini koyan bir caydırma olayından söz ediyoruz. Gerçeğin tüm göstergelerine sahip, gerçeğin tüm aşamalarına kısa devre yaptıran kusursuz, programlanabilen, göstergeleri kanserli hücreler gibi çoğaltarak dört bir yana savuran bir makineden (Baudrillard, 2011: 14).

Bunların yapılmasındaki amaç; gerçeği simüle eden illüzyonun albenisiyle öznelerin başını döndürmek, bilinçlerini flulaştırmak ve böylece var olan sistemsel çelişkileri, adaletsizlikleri, çatışmaları iktidar lehine gizlemektir. İktidarın yarattığı gerçeği, öznelerin bilincine ekmektir. Disneyland illüzyonunda olduğu gibi özneler, gerçeğin simüle edildiği bir minyatür Amerika olan Disneyland'da, eğlencenin albenisine kendini kaptırarak salt gerçeği unutmaktadır. Kendini eğlencenin çekiciliğine bırakmaktadır. Gerçekle ile sanalı ayırt etmeyi bir kenara itmekte ve o anın simulakr'ına kendini teslim etmektedir (Baudrillard, 2011: 28-29). Bu durum:

Sıradan gündelik yaşantısının bir hapishaneyi andırmadığını gizlemeye çalışan toplumsal bir yapının hapishaneler inşâ etmesine benzemektedir. Disneyland'ı çevreleyen Los Angeles ve Amerika, gerçeğe değil hipergerçeğe ve simülasyona aittir. Burada sorun yanıltıcı bir yeniden canlandırılmış gerçeklikten (ideoloji) çok, gerçeğin gerçeğe benzemediğini gizleyebilmek ve gerçeklik ilkesinin devamını sağlayabilmektir (Baudrillard, 2011: 29).

Baudrillard'a göre bu bağlamda, özneler, gerçek ile sanalı ayırt edemediğinden ötürü kapitalizmin kurguladığı illüzyonlara kendini kaptırmaktadır. Onların ektiği ihtiyaçları, değerleri, tüketim kalıplarını, ritüellerini; *normal olan budur!* algısıyla içselleştirmektedir. Nitekim normallik kavramı aydınlanma çağından itibaren kapitalist sistemin çıkarlarına hizmet etmekte; ve *normal olan şeyler*, devletin ideolojik aygıtlarıyla belirlenmektedir. Bu nedenle *normal* kavramı, 20. Yüzyılın en kuvvetli ideolojik söylemlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Örneğin; kapitalizm, yarattığı tüketim kültüründeki ihtiyaçların ne olduğunu kendi çıkarları nezdinde belirlemek ve bunu insanlara empoze etmek için, öznelerin, gerçek ihtiyaçlar hakkındaki fikirlerini muğlaklaştırmak istemektedir. Bu şekilde hiper-gerçeklik evrenini kurgulamaya çalışmaktadır. Özneler de bu süreçler sonunda, sistemin yarattığı ihtiyaçları *normal* olarak kabul etmekte ve böylece edilgen/pasif bir şekilde iktidar tarafından yollanılan işlenmiş kodları içselleştirip doğallaştırmaktadır (Baudrillard, 2011: 11-12, 122-124; Güzel, 2015: 69-71; Jenkins, 2016: 226-227).

Eleştirel paradigmaların birbirlerinden farklı analizleriyle -bilhassa S. Hall'un analiziyle- Baudrillard'ın perspektifini birleştirmek gerektiğinde şu tahlil göze çarpmaktadır; devletin ideolojik aygıtları ile sermayedarların lehine işlenen kodları alana yollayanlar, yolladığı bu kodların, kod-açımı esnasında direnişle de karşılaşabilmektedir. Fakat devletin korku yaratan aygıtları neticesinde bu direniş, genellikle, salt bireyin zihninde sınırlı kalmaktadır. Bireylerin praksislerine bu direnişin yansımaları sızmamaktadır -tabii istisnalar da mevcuttur. Baudrillard'ın perspektifindeki hiper-gerçeklik kuramı ise; bireylerin direnişlerine sebep olacak olguların zaten bireyin zihninde bulanık hale getirildiği için; diğer bir deyişle, birey gerçek ile sanalı ayırt edemeyecek pozisyona itildiği için, bu bireylerin zihninde ve pratiklerinde direniş sergilemeleri mümkün olmayacaktır. Çünkü manipülasyona maruz kaldığının farkına bile varamayacaktır (Baudrillard, 2011: 27-30).

Sonuç olarak, kapitalizmin kendini sürekli yeniden üretebilmesi için zaruri koşulu olan sürdürülemez tüketim ekimi; devletin ideolojik aygıtlarıyla -ve yeri geldiğinde baskı aygıtlarıyla-, yukarıda anlatılan kurgu çerçevesinde bireylerin bilincine mütemadiyen empoze edilmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda kitle iletişim araçları da sürdürülemez tüketim kodlarını bireylerin zihnine ekmek için önemli bir pozisyonda konumlandırılmaktadır. Özellikle reklam, bu ekim için ön plana çıkan en önemli kitle iletişim araçlarından biri olarak

göze çarpmaktadır. Öyle ki Baudrillard’a göre reklam “belki de çağımızın en dikkate değer kitle iletişim aracıdır” (Baudrillard, 2015: 157). Lakin yine de, sürekli sürdürülemez tüketim mesajlarına maruz kalan bireylerden bazı kesimler; baskılara, yasalara, manipülasyonlara rağmen sürdürülebilir tüketim değerlerini, göstergelerini, ritüellerini alanda yaymak isteyecektir. Yine söz konusu bu kesimin, sürekli iktidar güdümlü mesajlara maruz kalmasından mütevellit, habituslarında çelişkilere düşmesi bu bağlamda söz konusu olacaktır.

2.8.1. Reklamların Sürdürülemez Tüketim Ekimi

Reklam sektörünün sürdürülemez tüketim ideolojisi ektiği ve bunu takiben sürdürülebilir tüketim kültürünün mücadelesini az-çok sekteye uğratabildiği öngörülebilir. Çünkü reklamlar, tüketim kültürü üzerine kurulu kapitalizmin egemen toplumsal formasyonunu insanlara empoze etmeye çalışmakta ve bu toplumsal formasyonunun sürekli yeniden üretilebilmesi için araçsallaştırılmaktadır.

Bocock’a göre reklamlar, mevcut tüketim ilişkilerini sosyal alana yaymak için idealleştirilen kapitalist tüketim edimlerini, bireylere yaymakla görevlendirilmiş araçlardır. Belirlenen bu ideal toplumsal formasyonun kendini yeniden üretebilmesi için işlevselleştirilen reklamlar bu görevlerini, sosyal ilişkiler içinde kullanılan semboller dizisini açık-anlaşılr hâle (ve ilgi çekici duruma) çevirerek yerine getirmektedir. Bunu takiben görsel/işitsel sunumlarında, potansiyel tüketicilerin yaşam tarzlarıyla uyum içinde olamaya çaba sarf etmektedir. Zira reklamlar; potansiyel tüketicilerin arzularına anlaşılabilir şekilde seslendiğinde ve onların yaşam tarzlarıyla uyum içinde olabildiği müddetçe verimini arttırmaktadır (Bocock, 2014: 60-62). Söz konusu bu durumu Bauman çalışmalarında dile getirmiştir. Ona göre, reklam ajanslarının *ikna gayretleri* zaten yerleşik olan tüketici tutumuna seslenmektedir. Ve zamanla onu pekiştirmektedir (Bauman, 2010: 225).

Bunlara ek olarak reklamlar, potansiyel tüketicileri, kapitalizmin amaçlarına uygun ve daha verimli bir şekilde manipüle edebilmek için geliştirdiği açık-anlaşılr göndergeler sistemine, kimlik pazarlamasını ilave etmektedir. Sonuçta: “Günümüzde en çok talep edilen şey, ne bir makine, ne bir servet, ne de bir eserdir, günümüzde en çok talep edilen şey; bir kişiliktir [kimliktir]” (Reisman’dan aktaran Bauldrillard, 2015: 103). Jenkins’in: “Mukaddes ve ilahi bir amaç haline gelip somutlaşan ‘kimlik’ herkesin hakkı olan bir şeydir” ifadesinde bulunması da Reisman’ın bu pasajını desteklemektedir (Jenkins, 2016: 26). Dolayısıyla her bireyin aradığı ve hakkı olan bir şeyi pazarlama stratejilerinin göndergelerine yerleştirmek, bizihi reklamın etkisini güçlendirmektedir. Bauman’ın ifadesiyle: “Ticari reklamlar satmaya çalıştıkları malları sosyal bağlamları içinde, yani tikel bir *hayat tarzının* bir parçası olarak

göstermeye özen gösterirler, öyle ki muhtemel tüketici bilerek sahip olmayı istediği böyle bir öz-kimliği satın alabilecektir” (Bauman, 2010: 115).

Öte yandan reklamlar, diğer kitle iletişim araçlarının da işlevleriyle oluşturulan örnek rol-model kimliklerini (ideal ev hanımı/ünlü/beyaz yakalı vs.) sunumlarının içeriğine sıkça eklemektedir. Bu bağlamda, sunumunu yaptığı ürünlerin satın alınmasını meşrulaştırabilmektedir. Öyle ki Baudrillard’a göre reklamlarda gösterilen bu rol model kimliklerinin, sürekli tüketimde bulunan birey şablonuna sahip olmaları bu yüzden tesadüfi değildir; bilakis bilinçli bir stratejinin yansımalarıdır (Baudrillard, 2015: 212- 213).

Reklamlarda, kimlik sunumu yapılırken; bireylerin kimliğini oluşturan nesnelerin birbirleriyle ilişkiselliği de önem arz etmektedir. Baudrillard’ın yorumuyla; nasıl bir kitap okurken, okuduğumuz kitapların gönderme yaptığı atıflar biz bireyleri başka kitaplara yönlendiriyorsa, reklamlar da sergilediği nesnelerden başka nesnelere atıfta bulunarak bizleri atıfta bulunduğu diğer nesnelere yönlendirmektedir (Baudrillard, 2015: 157-159). Çünkü: “Reklamın kitle iletişim işlevi daha çok reklamın özerkleşmiş, yani gerçek nesnelere, gerçek bir dünyaya, bir göndergeye değil, *bir göstergeden diğerine, bir nesneden diğerine, bir tüketiciden diğerine* gönderme yapan araç mantığından kaynaklanır” (Baudrillard, 2015: 157-158). Örneğin ruj reklamında oynayan modelin yüzünde salt ruja dikkat çekilmez; tam tersi, tanıtımı yapılan bu obje, diğer makyaj malzemeleriyle yarattığı uyum ekseninde sunulur. Reklamda rol alan oyuncunun yüzündeki ruj; fondöten, rimel ve allık ile yarattığı uyum içindeyken -daha doğrusu dayatılmış sistematik tutarlık içindeyken- estetik olduğu algısı potansiyel tüketicilerin bilincine gönderilir. Bu şekilde rujun tek başına bir anlam ifade etmediği, ancak diğer ürünlerle beraber kullanıldığı takdirde dayatılan güzellik mit’ine ulaşılabileceği mesajı verilir (Baudrillard, 2015: 157-160). Böylelikle bu ve buna benzer örnekleri takiben hem tüketimin alanı genişletilebilir, hem de sürdürülebilir tüketim felsefesini savunan bireylerin habituslarına bu tarz tüketim kalıplarının sızdırılması mümkün olabilir. Ekseriyetle sızdırıldığı vakitler ise, sürdürülebilir tüketimi benimseyen bireylerin çelişkilere düşme olasılıkları artış gösterebilmektedir.

Reklamların bir başka özelliği ve gücü R. Barthes ve J. Baudrillard’a göre korku yaratabilmesinden gelmektedir. Şöyle ki; reklamlar bu isimlere göre, öncelikle kapitalist ideolojinin sürekli besleyip alanda dolaştırdığı korku kültürünün sözde varlığını pekiştirmekte; sonrasında, sunumunu yaptığı ürünlerin satın alınıp kullanılmasıyla birlikte bahsedilen korku duygusunun bertaraf edilebileceğini vaat etmektedir. Örneğin temizlik ürünü tanıtan reklamlar, kurgusunda tanıtımını yapacağı temizlik malzemesinin maksimum seviyelerde tüketilmesi için, öncelikle, ev-içindeki bakterilerin korkunç derecede tehlikeli

olduğunu aktarmaktadır. Dolayısıyla buradan doğru korku duygusunu ön plana çıkartmakta yahut beslemektedir. Sonrasında ise; sunumunu yaptığı temizlik malzemelerinin satın alınmasıyla birlikte, tehlikeli bakterilerin minimum seviyelere indirileceğinden ya da tamamen bertaraf edileceğinden bahsederek bireyi tüketime teşvik etmektedir. Veya sağlığın metalaştırıldığı reklamlarda; ilk olarak, bütün bireylerin potansiyel kanser üyeleri olduğundan dem vurulmaktadır. Devamında, şu marka ürünün şu çayını tüketirseniz bu tehlikeden maksimum seviyelerde korunacaksınız söylemleri peş peşe izler-kitlenin zihnine yollanmaktadır. Hâl böyle olunca, çayı satın alıp içmesiyle beraber sözgelimi hastalıktan korunabileceği algısı yaratılmaktadır. Şayet birey, verilen mesajı alımlarsa, bu algı doğrultusunda tüketime yönelebilmektedir (Barthes, 2014: 33-34; Baudrillard, 2015: 216-217).

Sürekli sizin bakımınızı üstlenen bir toplumun ideolojisi sizi iyileştiren ve özellikle de potansiyel hasta olarak iyileştiren bir toplum ideolojisinde doruk noktasına ulaşıyor. Bu ‘tedavi’ söyleminin her yerde, profesyonellerde, gevezelerde ve çözümleyici ahlakçılarda tutarlı olabilmesi için büyük toplumsal bünyenin gerçekten de iyiden iyiye hasta olduğuna ve genellikle bitkinlik ve dengesizliğin kıyısında olan tüketicilerin oldukça dayanıksız olduğuna inanmak gerekiyor (Baudrillard, 2015: 216).

Kısacası günümüzde, pedagojik eylem ağının içine iktidar tarafından yerleştirilen ve buradan da reklamlara aktarılan söylemler, bireyleri sürekli potansiyel tehlikelerle iç içe olduğu korkusuyla sarmalamaktadır. Bunun akabinde bireylere; mevcut kaygılarının/korkularının tüketilen nesneler ile bertaraf edebileceğini vaat etmektedir. Kuşkusuz bu söylemlerin içeriği de büyük bir çoğunlukla kapitalizm menşelidir ve bilinçli bir şekilde tasarlanıp alanda dolaştırılmaktadır. Çünkü: “Söylem belirli bir alanda telaffuz edilebilecek meşru ve olası ifadeleri belirler ve belirli bir konu, nesne, süreç üzerine nasıl konuşulabileceğini yapılandırır” (Kress, 1989; 7’den akt. İncoğlu vd., 2014: 2) ve “kimin, ne zaman, hangi otoriteye dayanarak konuşabileceğini, ya da konuşamayacağını belirler” (Cheek, 2004: 1142’den akt. İncoğlu vd., 2014: 2). Sonuçta “söylem sınıflandırır, böler, sistematikleştirir ve sınıflandırmanın kurallarını belirler” (Foucault, 2002; 41’den den akt. İncoğlu vd., 2014: 2). Özetle, pedagojik eylem ağından reklamlara aktarılan bu korku söylemleri, kapitalistlerin kontrolünde bilinçli bir şekilde üretilmektedir. Nihayetinde bu söylemler ile bir yandan kapitalizmin kendini yeniden üretmesine; öte yandan da iktidara karşıt direnen kesimlerin mücadelesini, -örneğin, sürdürülebilir tüketim ideolojisini savunan grupları- sekteye uğratabilecek manipülasyonlar işlevselleştirilmektedir. Reklamlar, söylemlerin bu işlevselliği sayesinde güçlenip varlığını devam ettirmektedir. Çıkarlarına hitap

etmesi nedeniyle kapitalizm menşeli söylemlerin işlerliğini güçlendirmektedir. Keza sağlık söylemleri bunun en sık tekrarlanan örneklerini teşkil etmektedir:

Robertson (1998: 155) sağlık üzerine söylemlerin kimi zaman moda kimi zaman demode olduğunu ama bu sürecin keyfi işlemediğini belirtir. Sağlık söylemleri üretildikleri toplumsal, siyasal ve ekonomik bağlamla derinden alakalıdır ya da bu bağlam tarafından koşullanmaktadır. Bize içinde yaşamakta olduğumuz çağın kültürel, ideolojik ve siyasal kodları hakkında fikir verir. İdeal ve meşru hayat tarzları; makbul ve makbul olmayan davranışlar; tüketim kalıpları; toplumsal ve kültürel hiyerarşilerin yeniden üretimi ve ideal yurttaşlık hakkında ipuçları sağlar (İnceoğlu vd., 2014: 4).

Bauman için reklam sektörü; piyasa hegemonyasının pekiştirilmesi amacıyla cisimleşen ve bu amacı doğrultusunda ikna teknikleri/stratejileri üreten bir mekanizmadır. Buradan hareketle ikna ona göre reklamın temel prensibi olarak lanse edilir. Örneğin herhangi bir sorun tespit edip, o soruna çözüm üretecek bir meta icat eden firma/kurum veya birey; ürettiği metanın, bahsedilen sorunlara karşı işlevsel olduğunu tüketicilere anlatmak ve ürünün tüketim evresine geçişini hızlandırmak isteyebilmektedir. Bu bağlamda reklamın ikna tekniğinden faydalanabilmektedir (Bauman, 2010: 221-222). Nedeni ise basittir: “Muhtemel kullanıcıların inandırılması gerekir, aksi halde [potansiyel tüketiciler] o nesneyi para harcamaya değer görmeyecekler, onu satın almayacaklardır” (Bauman, 2010: 222). Neticede bireyler, satın alma ediminden önce, satın almayı düşündüğü ürünün sorunlarına çözüm getireceğine (ki bu sorunların varlığı Bauman’a göre sistem tarafından sürekli üretilmekte ve kamçılanmaktadır) veya arzularına hitap edeceğine inanmak istemektedir. Bilhassa o ürünün kullanımından sonra pişman olmayacağına emin olmaya çalışmaktadır. Mesela parfüm satın almak isteyen herhangi bir tüketici, alacağı parfümdeki kokusunun çevresindeki insanlar tarafında çekici bulunacağına emin olmak ister. Yahut beyaz çamaşırlar için deterjan satın aldığı anda, o deterjanın çamaşırları ilk günkü gibi beyaz kılacağına güvenmek ister. İşte reklamlar, kullandığı teknik ve stratejilerle -sunumunda uzman veya kanaat önderlerine yer vererek, görsel efektleri ve metaforları etkin kullanarak vs.- potansiyel tüketicilerin kafasındaki bu soru işaretlerini, sunumunu yapacağı markanın lehine giderebilmek amacıyla alanda somutlaştırılmaktadır. Çıktılarını tüketen izler-kitleyi ikna edip, tüketime teşvik edebilmesi doğrultusunda varlığına ihtiyaç duyulmaktadır (Bauman, 2010: 222-223).

Ayrıca Bauman’a göre; yeni keşiflerin çözüm ürettiği sorunların bazılarında birey bihaberdir; yani, daha önceden o sorunlar ile iç içe olduğunun farkında bile değildir. Bu durumlarda reklam, bireyi ilk olarak bahsedilen sorunla iç içe olduğuna ikna etmekte; sonrasında, sunumunu yaptığı ürünün satın alınıp kullanılmasıyla birlikte bahsedilen sorundan kurtulacağını vaat etmektedir (Bauman, 2010: 222). Örneğin trekking yapan bazı bireylerin,

trekking ayakkabısı üretilmeden önce kullandıkları ayakkabılarının trekking koşullarına uygun olup olmadığından bihaberdir. Fakat üretilen trekking ayakkabısının sunumu çerçevesinde, böyle bir sorun olduğu algısı yaratılınca bazı bireyler, üretilen trekking ayakkabılarıyla beraber zorlu yürüyüş parkurlarını daha rahat tamamlayabileceğini düşünmektedir (Bauman, 2010: 223). Çünkü ilgili reklamın sunumunda, bireylere, söz konusu metaların alınmasıyla beraber bahsedilen sorunlardan muaf olacağı algısı ekilmiştir. Bunu takiben mesajı alımlayan bazı potansiyel tüketicilerin kafası karışabilmekte; hatta kimi zamanlarda, sunulan ürünleri satın almak için eylemde bulunmamak bu bireyleri, bahsedilen sorunların çözümlerinden istifade edemeyeceği kaygısıyla sarmalamaktadır. Böylece kaygının giderileceği uzamlar da, reklamlar ile sunulan markaların mekânlarına endekslenecektir (Bauman, 2010: 223-224).

Bilfiil tüketim kültürünü pekiştiren reklamlar, ayrıca, metaları kategorilere ayrıştırıp sınıflandırılmaktadır. Örneğin reklamlar (ve reklamların işlevselliğine katalizör olan diğer kitle iletişim araçları) trekking yapmayı bir *kültürel aktivite* olarak sınıflandırıp aktarmakta ve bu aktivitenin yapılabilmesi için gerekli olan materyallerin, sembollerin, imgelerin satın alınıp kullanılmasını teamüller/ritüeller altında sunmaktadır. Bu sınıflandırılan, kategorileştirilen ve teamüller ile sarmalanmış kültürel faaliyetlerde yer almayı da sosyal getirileri olan bir eylem olarak aktarmaktadır. Dolayısıyla “kültür, kendisini özel ve sosyal getirileri tartışmasız olan ek bir hediye biçiminde sunduğu için, alınması da bir fırsata dönüşmektedir. Bir şeyler kaçırmam korkusu izdihama yol açmaktadır” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 214). Sürdürülebilir tüketim kültürünün alanda yayılmasını isteyen bazı bireyler de, bu fırsatların ve getirilerin albenisine kimi zamanlarda kendilerini kaptırmakta ve ait olduğu grubun suni ihtiyaç diye nitelendirdiği tüketim nesnelerini satın alabilmektedir. Tüketim ideolojileriyle bu bağlamda çelişebilmektedir.

Kendi bedenini ve bedeninin çevresinde yer alan nesneleri verili toplumsal formasyonun kategorileştirdiği iyi/kötü, güzel/çirkin, sağlıklı/sağlıksız, doğru/yanlış yargıları doğrultusunda düzenlemeye itilen birey, bu kategorileştirmelerin bazı olumlu olan taraflarını alımlayarak, satın alarak veya öğrenerek iktidarın yönlendirdiği şekilde kendini normalleştirebilmektedir. Ekseriyetle iktidarlar, bu olumlu ile olumsuz olanların ayrımını da bilfiil bilimsel disiplinlerin verileriyle ve bu verileri aktaran ideolojik aygıtlarla belirlemektedir (Foucault, 2007: 38-39, 44, 77-78). Belirleme esnasında ise uzlaşımdan ziyade iktidarın çıkarları ön planda tutulmaktadır. Çünkü Foucault’ya göre “en büyük fantasma, istençlerin evrenselliğiyle oluşturulan toplumsal bir beden fikridir” (2007: 39), fakat “toplumsal bedeni ortaya çıkaran şey konsensüs değildir, bizzat bireylerin bedenleri

üzerindeki iktidarın maddiliğidir” (2007: 39). Reklamlar da iktidarın işte bu maddiliğine hizmet etmektedir. Lakin bu süreç her daim dinamiktir ve bu dinamik süreçte iktidar; tahakkümünü veya manipülasyonunu mevcut koşulların dinamiğine göre planlar kurgulayarak uygulamaktadır. Kısaca güncellemeler esas alınmaktadır. Çünkü:

Jimnastik, idmanlar, kas geliştirme, çıplaklık, güzel bedenın yüceltilmesi... tüm bunlar, çocukların, askerlerin bedeni üzerinde, sağlıklı beden üzerinde iktidarın uyguladığı kararlı, inatçı, titiz bir çalışmayla insanı kendi bedenini arzulamaya götüren hattadır. Ancak iktidar bu etkiyi yaratır yaratmaz, bizzat iktidarın bu kazanımlarıyla aynı hatta, iktidara karşı bedenın talep edilmesi, ekonomiye karşı sağlığın talep edilmesi, cinselliğin, evliliğin, erdemin ahlaki normlarına karşı zevkin talep edilmesi kaçınılmaz olarak ortaya çıkar. İktidarın güçlenmesine neden olmuş şey, aynı anda, saldırıya uğramasının da nedeni olur (Foucault, 2007: 39).

Bu bağlamda, iktidarın kendi lehine yarattığı düzenlemelerin içkin özelliğinde, kendisine karşıt saldırılar düzenleyen itici kuvvetleri yaratması da söz konusu olmaktadır. “İktidar bedeninin içinde mesafe kat etmiştir, yine bedeninin içinde saldırıya uğramış bulur kendini” (Foucault, 2007: 39). O yüzden bizatihi iktidar modelleri bu süreçte, uğradığı saldırıları egale edebilmek amacıyla bedenın isyanını kontrol altında tutmak zorunda kalmaktadır. Hâliyle stratejilerini de sürekli güncellemeleri esas alarak düzenlemeleri icap etmektedir. Örneğin, cinsellik üzerinde sıkı ve muhafazakar baskılar ile düzenlemeler yapan iktidar, bir zaman sonra cinsel bedenın isyanıyla karşılaşacaktır. Bunu takiben iktidar, bedenın isyanına yanıt olarak bir kurgu üretmek zorunda kalacaktır. Foucault’ya göre günümüzde, iktidarın söz konusu işte bu isyana karşı yanıtı, mevcut koşulların dinamiği çerçevesinde denetim-baskı biçiminden, denetim teşvik biçimine dönüşüm ile sağlanmaktadır. Bu teşvikte reklam’ın işlevi de muazzam boyutlara ulaşmıştır; çünkü reklam bu savaşımın çıkış noktalarından biri olarak işlevselleştirilmiştir ki, teşvik reklamın en bilinen işlevlerindendir. Örneğin: Cinsel bedenın üzerinde bir zamanlar kapalı/muhafazakar baskılar kuran iktidar, bu baskılara karşı direniş ile karşılaşması sonucunda, bireylere şu şekilde seslenmeye başlamıştır: *Çırılçıplak soyunabilirsin, dekolteli de giyinebilirsin, mini etek de giyebilirsin; fakat zayıf, güzel ve bronz tenli olmayı ihmal etmemelisin*. İktidar odakları bu söylemler eşliğinde, bireyleri, zayıflamaya yönlendirerek diyet yiyeceklere ve fitness salonlarına teşvik etmekte; bronz tenli olmaları içinse solaryuma ve bronzlaştırıcı kremlere yönlendirmektedir. Özetle, tüketime teşvik etmektedir; fakat kendi çıkarlarına hitap eden bu uygulamaları da gizlemektedir. Bedenın kuşatılmasına zemin hazırlayan kategorileştirmeler/sınıflandırmalar ile bireyleri bir yandan tüketime teşvik ederken, diğer yandan da örtük pedagoji ile rızalarını inşa etmektedir (Foucault, 2007: 39-40).

Bunlara ek olarak Adorno ve Horkheimer için reklam, kültür endüstrilerini sürekli canlı ve faal tutan bir ara mekanizma işlevi görmektedir. Çünkü kapitalist verili toplumsal formasyonu -normali ve anormali- mütemadiyen iktidar lehine pekiştiren kültür endüstrileri, reklamlar aracılığıyla verimini arttırmakta ve/veya reklamlar sayesinde kendini yenileyebilmektedir. Öyle ki bu isime göre reklam, kültür endüstrilerinin *yaşam iksiridir* (Adorno ve Horkheimer, 2014: 215). Reklamları kültür endüstrilerinin yaşam iksiri yapan olgu ise şu iki nedene bağlanmaktadır; birincisi, “kültür endüstrisinin ürünü, bir meta olarak vaat ettiği keyfi durmaksızın salt bir vaade indirgediği için sonunda, keyif verememekten ötürü gereksinim duyduğu reklamlarla örtüşür” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 215). Diğer bir ifadeyle, reklam bu tıkanma durumunda, bahsedilen işlevleri sayesinde tüketicileri büyük endüstriyel birliklere zincirleyerek, bireyler ile kültür endüstrileri arasındaki bağları tekrardan güçlendirir. İkincisi ise; kültür endüstrilerinin tekelleşen spesifik güçleri, oyunu belirleyen kapitalist sistemin yapısı nedeniyle rekabet piyasasında gittikçe daha fazla güçlü olmak ister. Bu noktada alternatif rakiplerini devre dışı bırakabilmek için de reklamlara ihtiyaç duyar. Şöyle ki:

Reklam ajanslarının talep ettiği fahiş fiyatları sürekli ödeyebilenler, yani ancak zaten işin içinde olanlar ya da bankaların ve endüstri sermayesinin kararıyla uygun bulunanlar, satıcı olarak sözde pazara ayak basabilir. Sonunda yine endüstriyel birliklerin cebine geri akan reklam giderleri, istenmeyen dışlananları zorlu bir rekabet savaşında yenmeyi gereksiz kılar; reklam giderleri, söz sahibi olanların dışarıya karşı kapalı kalmalarını güvence altına alır (Adorno ve Horkheimer, 2014: 215)

Sonuç olarak reklam, sayılan bu özellikleriyle: “totaliter devletlerde hangi işletmelerin açılıp, hangilerinin sürdürüleceğini denetleyen iktisadi kurul” işlevi görür (Adorno ve Horkheimer, 2014: 215). Böylelikle sürdürülebilir ve sürdürülemez tüketim kültürlerinin konumlandırılmasında da kapitalist sistemin sözcüsü olur.

2.9. Arzu ve İhtiyaç Kavramlarının Tüketim İlişkilerindeki Yeri

Kapitalist ideolojinin, sosyal alanlardan habituslara doğru aktardığı ve sürdürülemez tüketim ekiminde dayanak olarak kullandığı *ihtiyaç* ve *arzu* kavramları, sürdürülemez tüketimin tırmandırılmasında içerik ve kapsam bakımından kullanışlı bir esneklik sağlamaktadır. Bu bağlamda arzu ve arzudan doğru ihtiyaçlar, ekseriyetle sürdürülemez tüketim lehine araçsallaştırılmaktadır.

2.9.1. Arzu Kavramı

J. Butler’a göre; toplumsal cinsiyet gibi arzu kategorisi de, iktidarın belirli bir biçimleniminin sonuçları çerçevesinde şekil almaktadır (Butler, 2017: 35). Benzer şekilde düşünen Bauman’a göre; insanı harekete geçiren temel dinamiklerden biri olan arzu kavramı, toplumsal iktidar ilişkileri bünyesinde, mevcut iktidar odaklarının lehine şekillendirilmektedir. Ve bu uğurda araçsallaştırılmaktadır. Kısaca eleştirel paradigmalara göre; birey tarafından arzu duyulan nesnelerin büyük bir çoğunluğu, mevcut kapitalist iktidar kanadının güdümünde ve onların lehine belirlenmekte ve/veya yönlendirilmektedir (Bauman, 2010). Çünkü yönlendirilmek istenilen bu kavram Spinoza’nın deyişiyle: “İnsanın bir özelliği değildir, insanın özüdür. [Nihayetinde] insan olmak arzu duymak demektir, istektir” (Baker, 2014: 95). İnsan, sürekli arzu duymaya mahkum bir varlıktır; çünkü “bizim herhangi bir şeyi arzulamamız ya da istememiz aslında evrensel durumumuzdur, evrensel ve sonsuzca mahkum olduğumuz bir haldir” (Baker, 2014: 167). Dolayısıyla böyle bir mutlak güç, kapitalist iktidar kanadının lehine sonuçlar doğurabilecek potansiyele sahiptir. İşte tam da bu yüzden arzu kavramı, kapitalizmin egemen zümreleri tarafından kontrol edilmek istenecektir. İktidar kanadının, kendi tabanını yönetebilmesi için işlevselleştirilecektir. Zira Bauman’a göre kapitalist iktidar öbekleri bu manipülatif yöntemle; “başkalarının arzularını kendi çıkarına hizmet eder hale getirebilmektedir” (Bauman, 2010: 130-131).

Deleuze ve Guattari ise bu kavramı daha fazla parçalara ayırarak incelemiş ve bu detaylı inceleme doğrultusunda arzu politikalarının oluşturuluş ve alana sürülüş kısımlarını gün yüzüne çıkarmaya çalışmıştır.

Öncelikle bu iki düşünür, arzu kavramını genel hatlarıyla tanımlamaya çaba sarfetmiştir. Bu noktada da Spinoza’dan beslenilmiştir. Örneğin Deleuze, Spinoza’nın töz kavramına yoğunlaşmış ve onun; “ortak tözünü, bir ‘var olma erki’ olarak yorumla[mıştır]; ona göre erkin kendisi, gerçekleşmedikçe, kendi başına var olmaz” (Deleuze 1990’dan akt. Goodchild, 2005: 75). Yani Deleuze *öz* ile *varoluş* arasındaki ikili karşıtlığı kaldırarak var olma erkini “ontolojik bir varoluş haline gelme arzusu” olarak tanımlamıştır (Goodchild, 2005: 5). Öte yandan bu iki isim Nietzsche’nin çalışmalarından hareket ederek *sürekli üretim* kavramını *oluş* sözcüğüyle eşdeğer kılmıştır (Uysal, 2017: 235). Çünkü arzu kavramı sürekli bir oluşun -sürekli bir üretim sürecinin- için özelliğine atıfta bulunmaktadır. Esasen Deleuze ve Guattari’nin, “olmak, arzulamaktır” (Goodchild, 2005: 75) söylemiyle dile getirilmek istediği şey de budur; onlara göre arzu kavramı; *oluşturmak*, *ilişki kurmak* ve *üretmek* kavramlarıyla iç içedir (Goodchild, 2005: 75). Dikkatle bakıldığı zaman, toplumsal ilişkilerin ana örgülerini belirleyen temel nosyonların hepsi *oluşturmak*, *ilişki kurmak* ve *üretmek*

etrafında belirlenmektedir (Goodchild, 2005: 74-76). Bu yüzden iki isim tarafından toplumsallaşmanın asal noktasına arzu kavramı yerleştirilir. Arzu olgusu; Deleuze ve Guattari'a göre kuşkusuz, varoluşun mutlak gerçeği ve itici kuvveti kabul edilen oluşun bir içeriğidir, onun dinamiğidir. Çünkü: “Arzu, varoluş düzlemine içkindir; arzu varoluşun içkin düzlemidir” (Goodchild, 2005: 5). Varoluşun içkin özelliğinde arzu olgusu kendine yer bulamaz ise *oluş* var olamaz. Zincirleme bir şekilde düşünüldüğünde ise şu sonuç ortaya çıkar; *arzu* olmaz ise *oluş* olmaz, *oluş* olmaz ise *evrimin* kendisini devam ettirebilmesi mümkün olamaz (Goodchild, 2005: 74-75). Dolayısıyla oluş kavramı burada; sürekli devam eden dinamik ilişkiler zincirine göndermede bulunmaktadır.

“Olmak, bir ilişkiye girmektir, bir oluş olmaktadır; zaten kendileri birer değişim olan koşullar arasında yeni bir duygulam¹², ilişki ya da değişim üretmektir” (Goodchild, 2005: 75). Bu ifadelerle bakıldığında insandaki arzu kavramının, oluşun arenası olan sosyal ilişkilerde cisimleştiğini ve bu ilişkiler çerçevesinde var olup pratiklere döküldüğünü söylemek gerekmektedir -nitekim sosyal ilişkilerde sürekli bir oluş sürecine gönderme yapmaktadır (Goodchild, 2005: 70-77). Sosyal ilişkiler ise ilksel dönemden itibaren *ben* ile *öteki* arasındaki ilişkileri sağlıklı kılmak ve *ben* ile *öteki* arasındaki özgürlüğü deforme etmeyecek bir ortam yaratmak için somutlaştırılan soyut kavramların -tanrı, devlet, hukuk vb.- kurgulandığı bir alana işaret etmektedir (Bauman, 2013: 70-80). Söz konusu bu alan içerisinde insanların kendi yarattıkları erk odakları da vardır ve bu odaklar; “oluş”un alametifarikası olan ilişkiler bütünü (özellikle toplumsal ilişkileri) kontrol etmekte veya kendi lehlerine yönlendirmektedir. Bunu da nadiren bedenler üzerine uyguladığı direkt kuvvetle (şiddetle), işlevselleştirmektedir. Tersine “Erk, iletişim ve anlam kanalları, belirli bilinç türlerinin kurulması, belirli dil kullanımları ve bedenlerin ve organların örgütlenmesi ve dağılımı aracılığıyla işler” (Goodchild, 2005: 234). Bu alanlara nüfuz ederek arzuyu kontrol eder. Bireyler, bu ilişkilerin içinde arzuyla etkileşim kurmakta ve arzuya erişebilmektedir (Goodchild, 2005: 74-76). Sonuçta: “Kişi, diğer varoluş tarzları halinde ifade edilmiş oluşlarla karşılaşarak arzuya erişebilir. [Çünkü] arzu, oluşlar birbirleriyle bağlandığı zaman üretilir” (Goodchild, 2005: 76). Deleuze’un kısa bir ifadesiyle: “Arzu, bulaşıp yayılarak kendisini üretir” (Goodchild, 2005: 76). Bu bulaşmalar: “Karşılıklı olarak duygulamsal ve dönüştürücü olan toplumsal ilişkilerin gerçek üretimidir. Bu yüzden arzuyu üretmek ve bilmek, bir arzu politikasını ifade etmektedir” (Goodchild, 2005: 76).

¹² Duygulam: “Bir kuvvet uygulayan duygu; deneyimlendiği bir bilinçle ilişkili olarak tanımlanmayan, kişisel öncesi, saf duygu durumu; etkileme ya da etkilenme yeteneği” (Goodchild, 2005: 336).

Keza bu noktada Deleuze ve Guattari, arzunun, özgün ve sağlıklı bir arzuyu temsil edebilmesi için *özgürleştirilmesi* gerektiğine dikkat çekmektedir. Zira onlara göre arzu özgürleştirildiği vakit ve erk odaklarından bağımsızlaştırıldığı zaman sağlıklı özgünlüğe yaklaşacak; akabinde nitelikli bir üretim makinasına, fabrikasına dönüşecektir (Goodchild, 2005: 13-21). Fakat burada dikkat edilmesi gereken nokta onlara göre şudur; arzu, insanın içinden gelen aşkın veya içgüdüsel bir şey değildir. Aynı şekilde Foucault da böyle düşünür ve “toplumun şekillendirdiği şeyin altında gizlenen hakiki bir benliğimiz olduğu fikrinden şüphe duyar” (https://twitter.com/ilker_kocael/status/1058735125222043648, erişim tarihi: 05.11.2018). Kaldı ki Foucault, Deleuze ve Guattari için: “Arzu, önceden var olan, bastırmaya bağlı bir içgüdü değil, aksine toplumsal üretimin içinde üretilmesi gereken bir şeydir” (Goodchild, 2005: 203). “Bilinçdışı bir aşkın kaynağı değil, aksine toplumsal ilişkileri kuşatmasıyla aynı anda yaratılması gereken bir içkin *fabrika*’dır” (Goodchild, 2005: 203). Bu yüzden özgünlüğün, çeşitliliğin ve çokluğun söz konusu olacağı arzular, özgürlüğün sağlandığı ve bastırılmanın bertaraf edildiği arzu fabrikaları içinde yaratılabileceği ve sosyal alanlara eklenilebileceği dile getirilir. Öte yandan, öznelere özgürleştirilmemiş arzu biçimlerinde; bastırılmış duyguların bilinçdışında yuvalanması söz konusu olacak ve özne bu yuva içinden, hangilerini alıp hangilerini almayacağını bilinçsizce erk odaklarının kontrolünde belirleyecektir. Böylece özgünlük minimum seviyelere indirgenecek, çokluk/çeşitlilik deforme edilecektir. Guattari ve Deleuze’un felsefesinde, bu nedenle *sağlıklı* ve *nitelikli* arzunun üretimi zenginleşeceği *çokluk* ve çokluğu besleyen *kaos*’dan gücünü almaktadır (Goodchild, 2005: 13-21). Keza sürdürülebilir tüketimin itici kuvveti olabilecek arzu biçimleri de bu kaosun içindeki özgürlük mücadelelerinde şekillenmektedir. Dolayısıyla sürdürülebilir tüketimin alanda etkin olabilmesi için bu bağlamda arzunun özgürleştirilmesi elzem sayılır.

Kaos olgusuna bakıldığında, onun, özgürlüğün sağlandığı ortamlarda gelişip olgunlaştığı görülmektedir. Özgürlüğün olmadığı yerlerde ise çeşitliliği/çokluğu besleyen kaos cisimleşmemekte; bilakis, baskı ve baskının itelediği tekdüzelik, sabitleşme, tek tipleşme belirlemektedir (Goodchild, 2005: 259-306). Ekseriyetle Deleuze bu noktada duygulamaların alış-verişine dikkat çeker. Çünkü öznelere, duygulamalarını karşılıklı etkileşimler ile yersizyurtsuzlaştırmadığı¹³ vakit, duygulamaları alışkanlıklara dönüştürecektir. Böylelikle

¹³ Deleuze’un burada kullandığı yersizyurtsuzlaşma kavramı; arzunun yuvasını terk edip yabancı kısımlarda dolaşmasına gönderme yapmaktadır. Zıttı olan yurt-yurt edinme ise; “kişinin ilişki kurduğu ve iş gördüğü kendi meskenini oluşturan nesneler, fikirler ve kişiler grubu[dur]; bir yer-yurt çoğunlukla bir bütün olarak kavranır” (Goodchild, 2005: 339).

öznelerin duygulamaları sabitliği referans alacaktır. O yüzden Deleuz felsefesinde yersizyurtsuzlaşma eylemi ön plana çıkarılır ve bunu takiben karşılıklı değişimlere adım atmak, sabitliği kırarak olan sorgulamalar yapmak ve arzunun serbest dolaşımı için çabalamak önemsenir. Zıttı olan yeryurt edinmek ise; duygulamaları ve duygulamlardan doğru arzuları baskılamayı, sabitleştirmeyi ifade ettiği için tasvip edilmez. Kısaca bu iki isimin felsefesinde bir katmanlaştırma sürecine atıfta bulunmakta ve bu katmanlaşma sürecindeki duygulanımların yersizyurtsuzlaşması olumlanmaktadır. Yer-yurt edinme ise olumsuzlanmaktadır. Örneğin Deleuze, olumsuzladığı yert-yurt edinme ile sabitleşen duygulamaları bir kene örneğiyle açıklar. Çünkü kene: “Ağaç dallarında ışığa doğru tırmanmak; geçmekte olan bir memelinin kokusunu alıp kendisini memelinin üzerine bırakmak; ve kan emmek için memelinin en sıcak bölgesini bulmak” (Deleuze, 1998: 124’den aktaran Goodchild, 2005: 74) için içgüdüsel hareket etmektedir. Varoluşsal çizgisi bu şekildedir. Fakat “eğer ortamda hiç ağaç yoksa ya da memeli zamanında ortaya çıkmazsa, kene ölecektir” (Goodchild, 2005: 74). Çünkü sabitleşmiş bir duygulamı vardır. Deleuze bu ve buna benzer potansiyellere ya da sabitleşmiş alışkanlıklara “duygulam” [affect] adını vermektedir (Goodchild, 2005: 74). Deleuze’e göre söz konusu bu duygulamalar, insanlarda, ancak ve ancak karşılıklı ilişkiler neticesinde gerçekleşen yersizyurtsuzlaşmalar ile alışkanlıklardan, *akışkan*’lığa geçecektir. Geçmediği takdirde ise aynı kene gibi insanların arzuları da *sabit* çizelgelerde seyredecek, yükselmeyecek; gelişip zenginleşmeyecektir. Böylece insan, arzularının potansiyel çeşitliliğinden bihaber kalacaktır (Goodchild, 2005: 70-77). Bu sebepten Deleuze ve Guattari’nin felsefesinde yersizyurtsuzlaşmaya hayati bir önem atfedilir. Fakat Deleuze ve Guattari tarafından her yersizyurtsuzlaşmaya da bu olumlama bahşedilmez. Zira Onlara göre yersizyurtsuzlaşma *görelî* ve *mutlak* yersizyurtsuzlaştırma olarak ikiye ayrılır. Görelî olanı; “bir yerden koparak bir başka yerde yeniden yer yurt edinmeyle sonuçlanan öngörülebilir bir hareket oluşturur” (Çalcı, 2012: 21). Yani göstergeler bir referans noktasından kaçır ama tekrar başka bir referans noktasına yerleşir/bağlanır. Amiyane tabirle başka bir yer-yurtlaşmaya doğru hareket eder ve bu yüzden yine başka erk odaklarının referans göstergelerine bağlanır ve tekrardan yeniden yer-yurt edinir (Çalcı, 2012: 21). Oysa mutlak yersizyurtsuzlaşma tamamen kopuşu temsil eder. “Sadece bir yerden kopmayı değil, yerin kendisini de koparmayı temsil eder” (Çalcı, 2012: 21). Deleuze’un ifadesiyle: “Görelî yersiz-yurtsuzlaşmada hep bir geri dönüş gerçekleşir ama mutlak yersiz-yurtsuzlaşma geri dönük hareketlerden bağımsızlaşarak kaçır çizgilerinin olumlu bir anlamını keşfeder” (Deleuze 1988’den aktaran Çalcı, 2012: 21-22). Bu bağlamda paranın akışı

üzerinden Deleuze'un bu ayrımlarını ifade etmeye çalışan Sercan Çalcı şöyle bir analitik yorumlamaya gider:

Para, sürekli birinin cebinden bir başkasının kine girer, bir cepten kopup diğerine geçer; bu durum, görelî yersiz-yurtsuzlaşmayı tarif eder. Aktarım denilen şey bu tür görelî yersiz-yurtsuzlaşmalara rastlar kimi zaman. Paranın bir cepten diğerine, bir kasadan diğerine, bir hesaptan diğerine geçtiği o aradaki zaman, paranın kimseye ait olmadığı o ilginç an tümüyle üzerine düşünölmeye değerdir. Ancak, olumlayıcı bir yersiz-yurtsuzlaşma için paranın aşkın gösteren olarak konumunu yeniden üreten sistemin kendisi kırılmalıdır. Para, her şeyin karşılığı olarak şişirilmiş ve patlatılmış bir gösterendir belki de. Artık tümüyle boş bir gösteren haline gelerek sanallaşmaktadır. Paraya çevrilemeyen bir şeyle karşılaştığında kendisini o şeye çevirebilen bir hokkabazdır para. İşte tam da bu çevirme ve çevrilme trafiğinin dışına çıkmaktır söz konusu olan (Çalcı, 2012: 22).

Olumlanan mutlak yersizyurtsuzlaşmayla gerçekleşecek olan bu arzu devriminin verim alacağı zemin kaosa arzu duymaktadır. Öyle ki: "Arzu devrimi, yaşam enerjisini kaostan alır; yeni değerlendirme sistemleri yaratarak ve heterojen değerlerin yeni 'kıyıları'na doğru yumuşak bir kayma gerçekleştirerek üniter değerlendirmeye karşı çıkar" (Guattari, 1989: 65-67'den aktaran Goodchild, 2005: 290). Dolayısıyla kaos Deleuze ve Guattari için olumsuz bir kavram değildir. "Dans eden bir yıldız doğurabilmek için, insanın içinde kaos olmalıdır" diyen Nietzsche gibi Deleuze ve Guattari de, kaos kavramını olumlar. Nitekim kaosun beslediği çeşitlenme veya çokluk ortamının sürekliliği arzuların sabitleşmesine, tek tipleşmesine engel olmaktadır. Arzunun erk odaklarından sıyrılıp yersizyurtsuzlaşmasına olanak sağlamaktadır (Goodchild, 2005: 290).

Özetle bu iki düşünür, arzunun, özgür bir alanda dolaşım imkânı yakalayabilmesi için bir arzu devrimi modeli sunar. Bu arzu devriminin şeması da Marksist ve Anarşist temelli kuramlardan farklılık gösterir. Şöyle ki; Deleuze ve Guattari'a göre mevzubahis edilen bu özgürleş[tir]me süreci "toplumsal beklentilerden kurtularak özgürleşme yerine, toplumsal ilişkilere girerek özgürleşmeye" gönderme yapar (Goodchild, 2005: 15). Devrim, onlara göre senaryoyu yırtıp atmakla ilgili değildir. Devrim onlara göre: "İçsel gelenekler ve beklentilerin yanı sıra dışsal politik ve ekonomik kurumları unutmak ya da yıkmak sorunu değildir, çünkü o zaman geriye hiçbir şey kalmaz" (Goodchild, 2005: 15). O nedenle devrim bu iki düşünöre göre senaryoyu yırtıp atmak yerine senaryoya *eklemeler* yapmakla sağlıklı bir hâle büründürülebilir. "Bir tüfek yerine bir paket iskambil kâğıdı sallayan asker, farklı bir öykünün gelişim olanaklarını gösterir" (Goodchild, 2005: 15).

Bu bağlamda, sürdürülebilir tüketim felsefesinde ekoloji temelli bir arzu devrimi yaratabilmek için Deleuze ve Guattari da referans alınacak iki önemli isim olarak karşımıza çıkar. Bu iki ismin savunduğu arzu devrimi ve arzu etrafında belirlenen öznelîk: bir toplum

ekolojisinden ve bir çevre ekolojisinden ayrı tutulmaz. İnsani hedefler ise her daim ön planda tutulur (Goodchild, 2005: 240). Onlara göre karşılıklı biçimde duyguların yersizyurtsuzlaştırması ile birlikte doğanın özünden çıkmış insan modeli türer ve gelişir (Goodchild, 2005).

Bocock'un *Tüketim* adlı kitabındaki arzu bölümüne bakıldığı zaman ise; Freud ve Lacan'ın, öncelikle, arzuların ilk biçimlendiği dönemleri odak noktası yaptığı görülmektedir. Çünkü onlara göre insanlar; bebeklik ve çocukluk çağında öğrenim ile elde ettikleri deneyimlerini, yetişkinlik hayatındaki pratiklerine ve arzularına yansıtmaktadır (Bocock, 2014: 88-89). Öyle ki bebeklik ve çocukluk dönemlerinde etkileşimde bulunduğumuz göstergeler, semboller ve imgeler ile ilk biçimlenişini alan bilinçdışı arzularımız, yetişkinlik dönemlerimizde reklamlar yoluyla tekrar yüzeye çıkarılabileceği iddia edilmektedir. Bocock'un ifadesiyle: "Bu ilk bebedksi duygu ve heyecan tabakalarının yetişkin tüketicilerde de devam ettiği varsayılır, çünkü bu duygular bilinçdışında kalıp, reklamlar yoluyla yüzeye çıkartılabilmektedir" (Bocock, 2014: 91). Fakat burada, bebeklik ve çocukluk dönemlerinde biçimlenen arzuların, yetişkinlik dönemindeki arzulara tamamen nüfuz edip, bu dönemi kontrol ettiği de söylenmez; sadece, söz konusu bu ilk arzuların yetişkinlik dönemlerinde mühim izler bıraktığı aktarılır (Bocock, 2014: 88-90).

Ayrıca Lacan, tüketim olgusunun arkasındaki arzuların salt bedensel/biyolojik işlevlerin yansıması olarak algılanmasına karşı çıkar ve bu yaklaşımı determinist bir bakış açısı olarak nitelendirir. Bu yüzden kültürel sembollerin, göstergelerin ve imgelerin insan arzusundaki yerini ve konumunu sorgular.

Lacan, Freud'un "içgüdüler" veya temel bedensel güdülerden türeyen dilek ve arzular kavramının, bir gösterge, yani dil ve kültürün bir elemanı ile bağlantılı hale geleceği düşüncesini ekler. Hatta bu durum bir bütün olarak beden için de söz konusu olabilir. Bu, bizim yalnızca biyolojik bir beden içinde yaşamayıp, bedenle ilgili bu kavramlarımızı kısmen konuşarak ve başkaları ile karşılıklı etkileşime girerek geliştirdiğimiz ve bu kavramların ya da gösterenlerin bedenimizin arzuları ile iç içe geçtikleri, onların içine işledikleri sonucunu doğurmaktadır (Bocock, 2014: 93)

Baudrillard, arzu kavramını *idealist bir uygulama* olarak ele almıştır. Ona göre; "modern ve postmodern tüketiciler maddi gereksinimlerini giderdikleri kadar, hatta belki bundan da fazla, duygusal arzularını doyurmaya çalışmaktadır" (Baudrillard'dan akt. Bocock, 2014: 83). Bu bağlamda, özellikle postmodern dönemin tüketim anlayışında arzu duyulan ve tüketilen nesnelerin salt kullanım değerine bakılmamaktadır. "Tüketilen 'gerçek' çikolata, 'gerçek' otomobil, ev veya mobilya değildir" (Baudrillard'dan akt. Bocock, 2014: 118). "Aslında bu 'gerçek' nesneler, arzuların yerine konan şeylerdir; doyurulması istenen arzular,

sembolik arzular olup, kültürel sembolizm tarafından dolayımından, biyolojik olarak sahip olunan arzular değildir” (Baudrillard’dan akt. Bocock, 2014: 118). Doyurmak istediğimiz daha çok duygusal arzularımızdır. O nedenle sürdürülemez tüketim ile kendini yeniden üretebilen kapitalizm, arzu kavramının bu yapısı üzerine özellikle titremektedir.

Ayrıca, arzu akışkan bir yapıya sahiptir. Buradaki akışkanlık kavramı; “arzuların biyolojik olarak belirlenmelerinin yanı sıra, bir insanın yaşam döneminin tümü için oluşturulmuş sabit bir kalıp da olmadığını ve zaman içinde değişebileceğini anlatır” (Bocock, 2014: 103). Dinamik yapıya sahip işte bu arzuların, kapitalizmin piyasa güçleri tarafından gideceği yönünün belirlenebilmesi, istedikleri tüketim çılgınlığının kapısını aralamaktadır. Hatta kimi zamanlar kapıyı sonuna kadar açmaktadır. Nitekim reklamlar da özellikle bu nedenle alanda sık sık kendine yer bulmaktadır. Çünkü sürdürülemez tüketim kültürü; “tüketim mallarının alışveriş merkezinde arzu yaratacak ve arzuları uyaracak şekilde sergilenmesine ve reklamlarının yapılmasına bağlıdır” (Bocock, 2014: 98).

Sonuç olarak kapitalizm, bilhassa arzu kavramını kâr politikaları çerçevesinde yönlendirdiği zaman kendini yeniden üretebilmektedir. Yönlendiremediği zaman ise ürettikleri metaların ellerinde kalma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu bağlamda, kapitalizmin kendisini şu süreçte sürekli yeniden üretebilmesi göz önünde bulundurulduğunda, arzularımızın ne çerçevede yönlendirildiği hakkında genel bir yargıya varabilmemiz mümkün olmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir tüketim ilişkilerinin alanda güç kazanabilmesi için, bu tüketimi savunan bireylerin arzu kavramı üzerinde sürekli sorgulamalara girişmesi ve bu sorgulama çerçevesinde arzuyu özgürleştirmeye yönelmesi gerektiği değerlendirilebilmektedir.

2.9.2. İhtiyaç Kavramı

İhtiyaç kavramını en genel anlamda; “çoğunlukla bireyin tabi olabileceği bir yoksunluğun, eksikliğin ve dengesizliğin giderilmesi sürecinde gerekli addedilen mallara göre tanımlanan standartlar olarak değerlendirmek olanaklıdır” (Soper, 1981; Doyal ve Gaugh, 1991; Slater, 1997’den akt. Yanıklar, 2010: 25-26). Bu tanıma takiben ihtiyaç kavramının; kültürlere, teknolojik gelişmelere, ekonomik süreçlere ve tarihsel dönemlere göre farklı anlamlar taşıdığını dile getirmek yerinde olacaktır. Zira “ihtiyaçlar nesnel olmakla birlikte, kavramlaştırılmaları, karşılanma yolları ve onlara yüklenen göreceli önem, toplumsal tarihsel olarak değişmekte, gelişmekte ve genişlemektedir” (Buğra, 2003: 30). Marx’ın 1844 *El Yazmaları*’na bakıldığında zaman; özellikle, toplam üretim düzeyindeki artışlar neticesinde ihtiyaç kavramının anlam alanında dalgalanmalar gerçekleştiği ve bu dalgalanmalar

çerçevesinde ihtiyaçların sofistike özelliklere büründüğü görülmektedir. Nitekim Marx’a göre; toplam üretim düzeyinin minimum seviyelerde gezindiği ülkelerin halklarında, gözlemlenebilen ihtiyaç kavramına bakış açıları netlik göstermekte; ve bu kavramın anlam alanı ufak-tefek değişimler dışında standart kalmaktadır. İhtiyacın ne olduğuyla ilgili fikirler halkın zihninde hala karmaşık bir hâl almamıştır. Örneğin balık yağı ve kokmuş balık yiyerek yaşamlarını sürdüren Samoyet halkının toplam üretim düzeyinin minimum seviyelerde olması -ve bu halkın kültürel sisteminin kapalı bir yapıya sahip olması- nedeniyle [genellikle] bu coğrafyada, herkesin, gıda ihtiyaçlarına ve ihtiyacın anlam alanına bakış açıları aynıdır. Oysa toplam üretim düzeyinin maksimum seviyelerde olduğu coğrafyalarda (örneğin İngiltere’de/Amerika Birleşik Devletleri’nde) meta yelpazesi, üretim düzeyi ile birlikte çeşitlendiği için, bu coğrafyalardaki halkların temel gıda ihtiyaçlarına bakış açıları paralel biçimde karmaşıklasmaktadır. Ki bu toplumların temel gıda üretim ağlarından dahi lüks kapsamında yer alan yüzlerce/binlerce ince detaylı metalar üretildiği görülmektedir. Buna binaen bireylerin bu coğrafyalarda, temel gıda ihtiyaçlarına bakış açıları bile karmaşık bir hâl bürünmektedir (Marx, 2013: 27). “Çünkü toplam üretim arttığı için -ve arttığı ölçüde-gereksemeler, isteklerde” de artış gözükcektir (Marx, 2013: 27). Çeşitliliğin içinde neyin ihtiyaç olduğu, neyin ihtiyaç olmadığı da aynı doğrultuda belirsizleşecektir.

Ayrıca, üretim düzeyinin artış göstermesi sonucunda yükselen gelirler Gervasi’ye göre ihtiyacın anlam alanını şekillendirmektedir. Çünkü gelirlerin yükselmesi peşi sıra tüketim olanaklarının genişlemesine ve piyasaya hızla yeni malların girişinin eşlik edeceğine işaret etmektedir (Gervasi’den akt. Baudrillard, 2015: 69). Buna ek olarak gelirlerin artması, yalnızca yeni malların piyasaya girmesine değil, “aynı zamanda aynı malın niteliklerinin artmasını da [sağlamaktadır]” (Baudrillard, 2015: 69). İhtiyaç kavramının bu bağlamda anlam alanı da daha karmaşık bir hâl almaktadır. Dolayısıyla bu örneklere istinaden, ihtiyaç kavramının spesifik özellikler barındırdığını söylemek böylece mümkün olmaktadır.

İhtiyaç kavramının, nesnel ihtiyaçlar ile öznel ihtiyaçlar arasındaki fark dalgalanmalarına en fazla tabi olduğu dönemlerden birinin üretkenliğin arttığı bolluk dönemleri olduğu dile getirilmiştir. İşte üretkenliğin ivme kazandığı bu dönemlerin belirgin reaksiyonları sonucunda “*arzular istekler*’e, istekler de *ihtiyaç*’lara” dönüşebilmektedir. Mallar, farklı kullanım alanlarına dağıtılabilmektedir (Yanıklar, 2010: 26). Bunu takiben sık sık alanda; “lüks kabul edilen mallar gerekli mallara, gerekli oldukları düşünülen mallar da standart ihtiyaçlara” (Yanıklar, 2010: 26) çevrilmektedir. Zira belli bir ihtiyacın *standart ihtiyaçlar paketine* geçişi, onun daha önce *seçkin paketten* geçmiş olmasına gönderme yapar (Baudrillard, 2015: 70). Yukarıdan aşağıya doğru bir baskın etkileşim akışı söz konusu olur.

İhtiyaçlar zinciri, nesneler ve mallar zinciri gibi öncelikle toplumsal olarak seçicidir: İhtiyaçlar ve tatminler, mesafenin ve farklılaşmanın göstergeler yoluyla sürdürülmesi olan bir mutlak ilke, bir tür kategorik toplumsal buyruk gereğince aşağıya doğru (trickling down) süzülür. Toplumsal bakımından ayırt edici şeyler olarak tüm nesne yeniliklerini koşullandıran bu yasadır (Baudrillard, 2015: 70).

Anti-kapitalist paradigmalara göre; ihtiyaç kavramının yönlendirilen dönüşümleri esnasında, dönüşümün yönünü belirleyen kapitalist iktidarların müdahaleleriyle kavramın bizatihi anlamı ve kapsamı sermayedarların lehine tanımlanmaktadır. Fromm'un *Psikanalizin Bunalım*'ı adlı eserinde yer verdiği Marx'ın *ihtiyaç analizi* de söz konusu bu konuya odaklanmıştır. Bahsedilen çalışmada Marx öncelikle istek kavramını değerlendirmiş, sonrasında, ihtiyaca dönüştürülen dürtülerin (arzuların) analitik profilini çizmiştir. Ve çizilen bu profile bağlı kalarak kapitalist üretim ilişkilerinin dürtüleri yönlendirdiği üzerine yargıya varmıştır. Şöyle ki; Marx bu çalışmada, gözlemleri doğrultusunda dürtüleri *sürekli/sabit dürtüler* ve *göreceli dürtüler* adıyla iki başlığa ayırır. Dürtülerden biri olan sabit/sürekli dürtüleri -yine gözlemlerine dayandırarak- açlık/cinsellik gibi zorunlu dürtüler ekseninde çerçevelendirir. Diğer dürtü olan göreceli dürtülerin biçimlenişini de sosyal ve ekonomik ilişkilerin etkilerine endeksler -örneğin para kazanma hırsını bu dürtünün somut örneklerinden biri olarak belirtir (Fromm, 2008: 72-73). Böylece Fromm'a göre Marx;

Görece arzuların (dürtülerin yerine kullanılan başka bir sözcük), 'insan doğasının ayrılmaz bir parçası olmayıp kökenlerini belirli toplumsal yapılara ve belirli üretim ve iletişim koşullarına borçlu olduklarını' söyleyerek aradaki farkı iyice netleştir[ir]. Burada Marx, görece arzuları; toplumsal yapı, üretim ve iletişim koşullarıyla çoktan ilişkilendirmiştir ve böylece birçok insani arzunun -insan güdülenmesinin büyük bir bölümünün- üretim süreciyle belirlendiği anlayışını benimseyen dinamik psikolojisinin temelini atmıştır" (Fromm, 2008: 72-73).

Özetle Marx, ihtiyacın yönünü belirleyen görece arzuların, kapitalist üretim ilişkilerinin kurguladığı hegemonya çerçevesinde manipüle edildiğini ifade etmektedir. 19. yüzyıldan sonra devlet mekanizması da Raymond Williams'a göre; kapitalist ideolojinin işte bu üretim ilişkilerinin meşrulaştırıcı görevini üstlenmiş ve bu ortamın pekiştirici unsuru olmuştur (Williams, 1993: 100-102).

Öte yandan Marx, biz insanlar dünyaya geldiğimiz andan itibaren kişisel yetilerimizi üst seviyelere çıkarabilecek nesnelere ihtiyaç duyarız ifadesinde bulunur (Fromm, 2008: 74-75). Yani, Maslow'un çizdiği ihtiyaçlar hiyerarşisindeki *kendini gerçekleştirme* ihtiyacı, Marx'ın felsefesinde de insanın içkin özelliği olarak kabul görmüştür (Miller, 2012: 31). Psikoloji disiplinine Marx'ın çalışmalarını eklemleyen Fromm'un söyleyişiyle: "İnsandaki kendi kendini gerçekleştirme ihtiyacı, açıkça insan dinamizminin kökenidir" (Fromm, 2008:

75). Dolayısıyla, bu bakış açılarına göre bireyler kendilerini gerçekleştirme idealarını somutlaştırabilmek için bazı nesneleri araçsallaştırmak isteyebilmektedir. Diğer deyişle; kendilerini geliştirmek amacıyla araçsallaştıracağı nesnelere ihtiyaç duyabilmektedir ki, buna ihtiyaç duyması da Fromm, Marx ve Maslow'a göre gayet doğaldır. Esasen insanlara problem çıkaran nokta da bu zaruriyetten kaynaklanmamaktadır. Örneğin, Marx'a göre sorun; burjuva hegemonyasının, insanın bu kendini gerçekleştirme ihtiyacını çıkarları çerçevesinde deforme etmesinden kaynaklanmaktadır (eğitim/medya/din/bürokrasi vs. ile). Çünkü bireyler -ve genel kapsamda toplumlar-, kapitalist menşeli bu deformasyon ile kendi özbenliğini kavrayamayacağı muğlaklık ortamına itilmektedir. Bu etki çerçevesinde kendilerine yabancılaş[tırıl]makta; ve bizatihi yetisini tanıyıp, kendi kendisini nasıl, ne zaman ve ne şekilde gerçekleştireceğini bilemeyecek edilgenliğe entegre olmaktadır. Hâl böyle olunca, kendine yabancılaşan bu bireylerin evrimsel süreçlerde kazandığı koruma kalkanları devre dışı kalmaktadır. Böylece bu bireyler, nelere ihtiyaçları olup-olmadığını, çekildiği kapitalist yörüngeye ve bu yörüngedeki belirleyici kuvvet olan sermayedarların manipülasyonları çerçevesinde varmaktadır (Fromm, 2008: 72-78). Bauman'a göre tüketim kültürü de işte bu ilişkilerin işlevselleştirilmesiyle kurgulanıp pekiştirilebilmektedir. Ona göre “tüketim kültürü, sürekli olarak bireyin denetimi dışındaki güçler tarafından belirlenen bir ihtiyaçlar silsilesi yaratan ve herkesin tüketici olmasını gerektiren özel bir özgürlüğü zorunlu kılan bir kültürdür” (Bauman 2006'dan akt. Yanıklar, 2010: 26). Mamafih Bookchin için bu özgürlük salt *illüzyondan* ibarettir. Sözde *özgür* seçimler bilfiil liberal örtük kodlar ile sarmalanmış, ekseriyetle bireylerin seçim mekanizmaları da bu kodlar ile denetim altına alınmıştır. Bilinç, bu eksende liberal düsturlar ile çerçeveslendirilmiştir (Bookchin, 1994: 149-216).

Eleştirel paradigmalarda, ihtiyaç kavramının profilini çizmeye çalışan Veblen, Duesenbery ve Galbraith, göze çarpan diğer önemli düşünürlerdir. Bu isimler de ihtiyaç kavramının, kapitalizmin kendini yeniden üretebilmesi adına manipüle edildiğini iddia etmiştir (Buğra, 2003: 39-40). Örneğin Veblen, gerçek ihtiyaçlardan sapmalara neden olan unsurları irdelemiş, bu doğrultuda toplumsal etkileşimlerin ihtiyaçları nasıl şekillendirdiğini analiz etmiştir. Bu analizlerinde iki temel unsur göze çarpmaktadır. Bunlardan biri *boş zaman etkinlikleridir*, diğeri *gösterişçi tüketimdir*. Öyle ki Veblen'e göre bu iki temel unsur, kişinin mevki ve statüsünü korumasında temel belirleyici rolleri üstlenmektedir. Bilhassa gösterişçi tüketim; bireylerin toplumsal bir birey olarak kabul edilebilmelerinde yahut toplumsal yaşama güçlü bir şekilde katılabilmesinde son derece önemli bir konuma yerleştirilmektedir (Buğra, 2003: 39- 45). Nihayetinde bireylerin sosyalleşmeye çalıştığı bu toplum yapısı avcı-toplayıcı yaşamdan, yerleşik yaşama geçişle birlikte toplumsal hiyerarşinin maddi temelleriyle

sarmalanmıştır (Erol, 2017: 262). Bunu takiben toplumsal katmanlaşma içinde, hiyerarşinin sınırlarını ve/veya sınıfların ayrımını çizen belirli ritüeller, değerler, semboller kurgulanmıştır (Swartz, 2011: 232-244; Simmel, 2006: 105-107).

Bazı yazar ve bilim insanları avcı-toplayıcılıktan tarıma (ya da daha kesin konuşmak gerekirse bahçe tarımına) geçişi, insan türünün toplumsal sorunlarının da başlangıcı olarak görüyor (...) Bazı açılardan, bu görüşe katılmamak mümkün değil. Örneğin insanlar artık yerleşik düzene geçtiği için servet biriktirebiliyordu diyebiliriz. Bu da refah seviyesi ve toplumsal mevki de farklılıklara yol açtı. Aynı zamanda yerleşik düzen “iş bölümü”nün de ortaya çıkmasına sebep oldu. Kimileri tarlaları ekerken kimileri ürünleri depolamak ve dağıtmakla ilgileniyor, kimileri ise ev ve diğer binaları inşa ediyordu. Benzer bir şekilde yerleşik düzen, insanları sınırlar konusunda da daha hassas yaptı ve -servet birikiminin de göz önünde bulunduracak olursak- bu durum savaşların ortaya çıkmasına neden oldu. Son olarak, “tarım devrimi”ne neden olan nüfus artışının da savaşla ilgisi olduğu söylenebilir. Çünkü artık kullanılabilecek kaynaklar kısıtlı olduğundan onlar için rekabet etmek ve savaşmak gerekiyordu (Taylor, 2015: 44).

Keza gösterişçi tüketim esnasında kullanılan semboller, ritüeller ve değerler; işte bu hiyerarşik yapılar içinde kullanılan statüsel değerleri besleyecek şekilde tasarlanmaktadır. Ancak bu amaçla tasarlandığında “*toplumsal sınıflandırma ve farklılaşma sürecine*” ivme kazandırmaktadır (Baudrillard, 2015: 67-68). Kuşkusuz, toplumsal sınıflar arasındaki söz konusu bu farklılaşmalar oldukça, mevcut hiyerarşik düzenin ve kapitalizmin bizatihi varlığı sürekli beslenecektir. Sonuçta kapitalizmin hüküm sürdüğü toplumlarda “her birey kendini farklılaştıran toplumsal kazançlarını mutlak kazançlar gibi yaşar, bu arada konumlar yer değiştirirken farklılıklar düzenin sürmesini sağlayan yapısal zorlamayı yaşamaz” (Baudrillard, 2015: 68). Yapısal zorlamanın yaşamaması ekseninde, tüketimin sınırsızlaşması *hız kazanır* (Baudrillard, 2015: 68-69). Bookchin de bu nedenle hiyerarşilerin ve sınıflı yapıların varlığı, kapitalist ideolojilerin somutlaştığı yerlerde daha çok yerleşik hâle gelir der (Bookchin, 2017: 34-39). Nitekim bireyler, ancak böyle toplum yapılarında mevki ve statü göstergelerinin yüksek olduğu ürünleri sınıfsal hiyerarşinin üst konumlarına tırmanabilmek için veya üst sınıfların zümrelerine benzeyip alt sınıfların zümrelerinden farklılaşabilmek için fiziksel ihtiyaçlarının yerine tercih edebilir. Filhakika gösterişçi tüketimin işlevselleştiği nokta da ekseriyetle burasıdır (Buğra, 2003: 40). Şöyle ki;

Toplumdaki hiçbir sınıf, en düşkün durumdaki yoksullar bile, alışılmış gösterişli tüketimden [kendini] tümüyle sarfınazar etmez. En güçlü zorunluluğun yarattığı bir baskı olmadan, bu tüketim kategorisine ait son eşyalardan vazgeçilemez. Son incik boncuktan veya paraya dayanan nezahetin son hilesinden de vazgeçilinceye kadar sefalet ve sıkıntıya göğüs gerilecektir (Veblen 1899/1934’den akt. Buğra, 2003: 40).

Aynı bakış açısı, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini yetersiz bulan Miller için de geçerlidir. Çünkü Miller'a göre birey, bazı zamanlarda, zorunlu fiziksel ihtiyaçlarından (yemek, uyku) ödünler vererek yahut bu ihtiyaçlarını erteleterek önceliğini sosyalleşme (aşk, iş, saygınlık kazanma) ihtiyaçlarını giderecek ürünlere/hizmetlere verebilmektedir. Örneğin maddi imkanı kısıtlı olan herhangi bir birey, pahalı ama prestij değeri yüksek olan bir meta için yemek öğünlerinden kısıtlamalar yaparak, söz konusu bu metaları satın alabilmektedir -ki bu da bir nevi gösterişçi tüketimdir. Veya söz konusu metayı satın alabilmek için daha az uykuyu göz önüne alarak işinde mesaiye kalabilmektedir (Miller, 2012: 32-33). Antrparantez Miller'a göre bu biçimdeki hareketler hayvanlarda da gözlemlenmektedir. Örneğin folklar, ilksel ihtiyaçlarından olan gıda tüketimini, üreme ihtiyacı için geri geri palana itebilmektedir. (Miller, 2012: 32).

Duesenbery de ihtiyacın profilini çizerken tüketimin sembolik yönüne atıfta bulunur. Mevzubahis edilen bu sembolik tüketimlerin, nüfusun en yoksul kesimde dahi yer yer öncelikli konuma getirildiğini dile getirir (Buğra, 2003: 41). Devamında, Veblen'i izleyerek neden toplumun en yoksul kesimlerinde bile bu tarz gösterişçi tüketimlerin görüldüğünü açıklar:

Kendi başına bir amaç olarak daha yüksek bir yaşam standardına ulaşmanın başlıca toplumsal hedef olması, tüketim kuramı açısından büyük önem taşımaktadır. Çünkü bu, daha kaliteli mallar edinme arzusunun kendine özgü bir yaşam biçimi halini alması anlamına gelir. Bu, daha fazla para harcanması için bir dürtü oluşturur; hatta bu dürtü, para harcamakla karşılanacağı varsayılan ihtiyaçlardan doğan dürtüden bile çok daha güçlü olabilir (...) *hangi türden olursa olsun bir ihtiyacı* karşılamak bakımından hiçbir yararı olmayan bir malı edinmenin saygınlık kazandırdığı toplumların var olduğu bilinmektedir (Duesenbery, 1952: 28-29'dan akt. Buğra, 2003: 41).

Veblen ve Duesenbery, bireylerin, üst sınıflara tırmanabilmek için ve/veya başkalarına benzeme arzusuyla gerçekleştirdikleri bu tüketim faaliyetlerini savurgan tüketim olarak görür; ve bu bağlamda tüketilen ürünlere duyulan ihtiyacın *gerçek ihtiyaçlar olmadığı*'ni iddia ederler (Buğra, 2003: 39-41).

Bu iki isme ek olarak Galbraith de Duesenbery ve Veblen'le aynı paradigma içinde yer almakta ve bu iki ismin düşüncelerini onaylamaktadır. Fakat bu iki isme ek olarak Galbraith; ayrıca, sermayedarların talep yönlendirmesine dikkat çekmektedir. Galbraith'e göre: "Talebin doğuşunda etkili olan ve onu gerçek ihtiyaçların karşılanmasından uzaklaştıran, tüketicinin özgür seçimi değil, reklam faaliyetidir" (Galbraith, 1972 ve 1976'dan akt. Buğra, 2003: 42). İnsanları sürekli tüketmeye yönlendiren ve ihtiyacın gerçek anlamını aşındıran kitle iletişim araçları, burjuva ideolojisinin kendini yeniden üretebilmesi için daha

fazla tüketici eğitimi adına değil de, daha fazla bira ve türevlerinin tüketilmesi adına toplumun zihnini deforme etmektedir (Buğra, 2003: 42).

Adorno da diğer eleştirel kuramcılarla benzer perspektiften bakarak ihtiyaç kavramını tanımlamaya çalışmış ve bu bağlamda kapitalizmin, insanları ihtiyaç-dışı tüketimlere yönlendirdiğini iddia etmiştir. Çünkü Adorno'ya göre; modern kapitalizmde meta yelpazesi muazzam boyutlara ve çeşitliliğe ulaşmış; parası olan birey de bu meta yelpazesi içinden istediğini alabilecek sözde seçim özgürlüğü ile sarmalanmıştır. Fakat bu özgürlüğün illüzyondan ibaret olması söz konusu olmaktadır ki, nitekim Adorno için asal sorun zaten bu noktada başlamaktadır. Ona göre insanlığın temel problemlerinden biri; kapitalizmin meta çeşitliliği ile yarattığı muğlaklık ortamında başlar; gerçek ihtiyaçların ne olduğuyla ilgili sorgulamaların cevabı hakkında bireylerin zihnini deforme etmesiyle de devam eder. Ekseriyetle bu deformasyon için reklamlar, filmler ve afişler, kısaca kitle iletişim araçlarının bütün versiyonları işlevselleştirilir (https://www.youtube.com/watch?v=TA_kKfGHZQI, erişim tarihi: 14. 06. 2018). Böylelikle “gerçekten ihtiyacımız olan şeylerin ne olduğunu unutuyoruz ve bizim için gerçek mutluluğa ulaşmamızla ilgilenmeyen şirketler tarafından imal edilmiş arzularla yetiniyoruz. Bolluk dünyasında yaşadığımızı düşünmemize rağmen gerçekten ihtiyacımız olan duyarlılık, anlayış, sakinlik [ve] içgörü[yü]” kaybediyoruz (https://www.youtube.com/watch?v=TA_kKfGHZQI, erişim tarihi: 14. 06. 2018).

Adorno da Galbraith gibi ihtiyaçların deforme edildiği süreçte kitle iletişim araçlarının önemine dikkat çekmek istemiş ve bu doğrultuda reklamlarda kullanılan tekniklerin stratejisini açıklamıştır. Ona göre reklamcılar; “bize bir şey satmaya çalıştıklarında öncelikle gerçekten istediğimiz bir şeyi gösteriyor ve daha sonra [da konuyu] aslında ihtiyacımız olmayan bir şeyle ilişkilendiriyorlar” (https://www.youtube.com/watch?v=TA_kKfGHZQI, erişim tarihi: 14. 06. 2018). Örneğin:

Bir grup arkadaşın sahil kenarında yürümesini ve muhabbet etmesini, piknik yapıp eğlenen bir aileyi gösteren reklamlar izliyoruz. Reklamlar bize bunları gösteriyor çünkü topluluk olmayı ve dostluk bağlarını arzuladığımızı biliyorlar; fakat endüstriyel ekonomi bizi yalnız ve tüketir durumda tutmayı tercih ediyor. Bu şekilde, reklamı izledikten sonra 25 yıllık bir viski ya da hiçbir yolda yasal olarak en yüksek hızda kullanamayacağımız oldukça güçlü arabalar alma dürtümüzü baki kılabiliyorlar (https://www.youtube.com/watch?v=TA_kKfGHZQI, erişim tarihi: 14. 06. 2018).

Ayrıyeten bu konulara ek olarak; insanların, ihtiyaç duydukları bazı ürünlere salt kullanım değeri ekseninde bakmadığını, ürünlerin sembolik değerlerine de önem vererek yorumlamalarda bulunduklarını basit düzeyde şu karşılaştırmayla anlamlandırmak mümkündür: Marx, 1844 *El Yazmaları*'nda; “besinden sonra, giyim ve barınak, insanlığın iki

büyük gerekmesidir" (Marx, 2013: 60) ifadesinde bulunmaktadır. Fakat buradaki giyim bilhassa ısınma ihtiyacına gönderme yapmaktadır. Barthes de *Göstergebilimsel Serüven* adlı eserinde göstergelerin, insan yaşamındaki önemini vurgulamış ve bu bağlamda bazı metaların (giysilerde dahil), bazı zamanlarda, kullanım işlevinden ziyade toplumsal alana gönderdiği mesajlardan dolayı satın alındığını dile getirmiştir. Bu noktada Barthes, sembolik değerlerin önemine atıfta bulunmuştur (Barthes, 1993: 166). Marx ve Barthes'in gönderme yaptığı işte bu iki farklı analizin birleştiği nokta ise aşağıda izah edilmiştir:

Örneğin, bir kişi bir elbise alıp giydiğinde bu maldan yalnızca ısınma ihtiyacını karşılamak gibi maddi bir yarar sağlamaz, aynı zamanda bu malın kişinin beğenisini ve toplumdaki konumunu ortaya koymak, başkalarına toplumdaki varlığıyla ilgili bir 'mesaj' göndermek gibi sembolik bir yararı da vardır (Buğra, 2003: 45).

Yani bireylerin, toplumun diğer üyeleriyle anlamlı ilişkiler kurabilmek için, sosyal arenada, geçmiş veya şimdiki iktidarlar tarafından belirlenen sembolik değerleri de göz önünde tutarak tüketimde bulundukları iddia edilmektedir. Nihayetinde bu sürecin sürekli tekrarlanması sonucunda, bireyler (zihinlerinde), ihtiyacın kavramsal alanını değerlendirirken bu manipülasyon çerçevesinde anlamlandırmalara başvurabilmektedir (Buğra, 2003: 45). Gelgelelim diğer taraftan, söz konusu bu sembolik değerlerin, sermayedarlar tarafından, sürdürülemez tüketim kültürünün ivme kazanması amacıyla manipüle edildiği de bilinmektedir. Keza Douglas ile Isherwood (1979), Bourdieu (1979) ve Appadurai (1986) gibi düşünürler tarafından; tüketimin sembolik yönünü bilinçli bir şekilde pekiştiren ve tüketimin anlam alanını bu doğrultuda çerçovelendiren kapitalist aygıtların varlığı etik çerçevelerde sorgulanmıştır. Öyle ki bu düşünürlerin sorgulamalarına göre söz konusu aygıtlar, insanlar arasındaki hiyerarşik niteliğe sahip toplumsal ilişkileri korumakta ve bu ilişkileri koruyan kodları maksimize etmektedir -örneğin beğeni duygusunu ve/veya estetik anlayışını yönlendirmektedir. İhtiyaç kavramının anlam alanı ise bu bağlamda muğlaklaştırılmaktadır (Buğra, 2003: 45-56). İhtiyacın muğlaklaştırılması nedeniyle de bireyler, sistem tarafından sürdürülemez tüketime doğru daha kolay yönlendirilebilmektedir.

İhtiyacın profilini çizmeye çalışan ana-akım çalışmalar ise; eleştirel paradigmalara karşısında konumlanmaktadır. Bu paradigmalara göre; satın aldığın ürün sana fayda sağlıyorsa, o ürün senin gerçek ihtiyacını temsil etmektedir (Buğra, 2003: 37-38). Nitekim bu kuramın en önemli temsilcilerinden Jevons'un belirttiği gibi: "Bir kişi bir şeyi ne zaman *de facto* [fiilen] arzularsa, ona sahip olması yararınadır. Hatta bir kişi için zararlı olan bir şey bile bilgisizlikten dolayı istenebilir, satın alınabilir ve kullanılabilir; öyleyse faydası vardır" (Jevons, 1905: 12'den akt. Buğra, 2003: 37). Örneğin, "sade, dayanıklı yünlü bir elbise

yararlıdır; parlak ipekli bir elbise fantezi nesnesidir” (Jevons, 1905: 12’den akt. Buğra, 2003: 37) argümanı irdelendiğinde, bu perspektife göre söz konusu her iki meta, bireye yarar sağladığı için gerçek ihtiyaca tekabül etmektedir (Buğra, 2003: 37-38).

Sonuç olarak; eleştirel paradigmalara göre ihtiyaç kavramı, kapitalizmin kendisini sürekli yeniden üretebilmesi için bağımlı olduğu sürdürülemez tüketim kültürü ekseninde şekillendirilmektedir. “Marx’a göre, (yeni) ihtiyaçlar etkin piyasa talebinin sağlanması ve kapitalistler için daha fazla kârın gerçekleştirilmesi için gerekli görülen kaynağın bir ögesidir” (Yanıklar, 2010: 27). Bilfiil “Durkheim ve Weber’le aynı görüşü paylaşan Marx için piyasa sistemleri, araçsal ve formel bir mantığa göre zorunlu olarak ihtiyaçları yönlendirmekte ve çarpıtmaktadır” (Yanıklar, 2010:27). Baudrillard’a göre; bahsedilen bu yönlendirme ve çarpıtma işlevleri toplumsal *değerleri* kontrol etmekle sağlanabilmektedir. Zira günümüzde “ihtiyaçlar artık nesnelerden çok değerleri hedef alır ve ihtiyaçların tatmini öncelikle *bu değerlerin benimsenmesi* anlamına gelir” (Baudrillard, 2015: 80). Böylece “tüketicinin bilinçdışı, otomatik temel tercihi tikel bir toplumun yaşam tarzını benimsemek” (Baudrillard, 2015: 80) durumuna indirgenir. Söz konusu bu durumda yapılan seçimleri *tercih* olarak addedebilmek ise *mümkün olamaz!* (Baudrillard, 2015: 80). Fakat yukarıdaki analizler bağlamında eleştirel paradigmlar, “ihtiyacın karşılanmasından sapan tüketim kalıplarını akıl dışı olarak görüp bir yana atma eğilimi” (Buğra, 2003: 37) de taşımaktadır. Bu nedenle, tüketim davranışlarının akıl dışı gibi görünen noktalarının ardyöresinde yatan bazı ihtiyaçların varlığını göremeyebilmektedir. Tüketimde bulunan bireyi tamamen edilgen görme hatasına düşebilmekte ve böylece tüketim sürecinin bütünsel analizinden mahrum kalabilmektedir¹⁴ (Buğra, 2003: 37). Ana-akım paradigmlar ise; ihtiyaç kavramının anlam alanını açıklamaya çalışırken, tüketiciyi edilgen boyuttan, etkin boyuta taşır. Bireylerin, “kendi ihtiyaçları konusunda en iyi yargıçlar” olduğunu iddia eder. Fakat bu paradigmlar da ihtiyaç kavramının anlam alanını belirleyen kapitalizmi ve onun arkasında yatan ideolojik ve tarihsel parametreleri görmez; yahut bu parametrelere ilgilenilecek kadar değer atfetmez (Buğra, 2003: 38). Böylece kapitalist ideolojinin kendisini yeniden üretebilmesi için ihtiyaç kavramını nasıl tüketim ilişkilerine angaje ettiği gözden kaçırılır. Yahut etik dışı, anti-ekolojik zeminlere oturtulan sürdürülemez tüketimin ihtiyaçlar hiyerarşisi bilinçli bir şekilde perde arkası yapılır.

¹⁴ Ayrıca uyarı mahiyetinde, Ayşe Buğra şu yorumumda bulunmaktadır; insan ihtiyaçlarının zorunlu (biyolojik) olanlarıyla, sembolik olanları (lüks) arasında bir sıralama yapmaya kalkışmak yanlış sonuçlar doğurabilir. Zira bu görüşün arka-planında yatan zorunlu ihtiyaçların öndelenmesi fikri, “ihtiyaçlar üzerinde diktatörlük”e doğru ilerleme tehlikesiyle karşılaşmamıza sebep olabilmektedir (Buğra, 2003: 31).

Nihayetinde ana-akım çalışmaların Adorno ve Horkheimer'a (2014) göre hegemonik bilimsel değerlerden yalıtılması doğasına terstir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM İDEOLOJİSİNİN ANA-AKIM VE ELEŞTİREL PARADİGMALAR ÇERÇEVESİNDEN TARTIŞILMASI

Buraya kadar alanın sürdürülemez tüketim kültürü ekimindeki tarihsel, ekonomik ve kültürel arka-plan betimlemesi ve açılması yapılmıştır. Fakat bu ekime karşı direnişte olan yapıların nasıl, ne zaman ve nerelerde ortaya çıktığı tam olarak anlatılmamış; ve bu hareketlerin sosyal alanlardaki yansımaları/yankıları irdelenmemiştir. O nedenle bu yansımaların/yankıların irdelenmesi ile hem araştırmanın problematiği hem de amacı çalışmamızın bu bölümünde belirginleştirilmeye çalışılmıştır.

Kapitalist sistemin sürdürülemez tüketim ekimine karşıt olarak oluşturulan sürdürülebilir tüketim ideolojisi en basit anlamıyla; bugünün kaynaklarını tüketirken, gelecek kuşakların da yaşam haklarını dikkate alarak tüketimde bulunmak ve bu bağlamda stratejiler üretmek olarak tanımlanmaktadır. Bunu takiben bu ideolojide, yararlanılacak kaynakların tüketimi esnasında, o kaynakların sağlıklı bir şekilde kendini tekrar yenileyebileceğini düşünerek hareket etmek ve söz konusu bu kaynakların doğal dengesine zarar vermemek önem arz etmektedir. Çünkü bilhassa bu sayede o kaynakların kendini tekrardan yenileyebileceği, böylelikle gelecek kuşaklara kendini aktarabileceği ileri sürülmektedir. Nitekim söz konusu bu çıkarımsal düşüncenin temsili olan sürdürülebilir tüketim ideolojisinin; ekolojik dengeye istikrar kazandırabilmek için alanda cisimleştiği iddia edilmektedir (Karalar ve Kiracı, 2011: 65-67). Fakat bu kavramın, kapitalizmin yarattığı ekolojik krizlere antagonist yaklaşan anti-kapitalist toplumsal hareketlerin sesini kısmak ve söz konusu bu hareketlerin etkisini pasivize edebilmek için alana sürüldüğü de iddia edilmektedir. Zira sürdürülebilir tüketim kavramının ortaya çıkmasına sebep olan *sürdürülebilirlik* ideolojisi, anti-kapitalist ekolojik hareketlere göre, bünyesinde reformist özellikler barındırmaktadır. Sosyo-ekolojik sorunların mevcut sistemin bizzat kendisinden kaynaklandığını değil, sistem içerisindeki eksikliklerden ya da düzeltilebilecek çelişkilerden kaynaklandığını ve bunun da yapılacak belirli rötuşlarla bertaraf edilebileceğini savunur (Mutlu, 2017: 28-29). Marksist ideoloji ise “bu tür çelişkilerin kapitalist sistemin doğasından kaynaklandığı ve ‘düzeltici rötuşlarla’ giderilmeyeceğini” (Mutlu, 2017: 30) iddia eder. Aynı şekilde, anti-kapitalist ekolojik hareketler tarafından da sorunun bizzat kaynağı kapitalist üretim ve tüketim zinciri görülür ve bunu takiben, zinciri devamlı kılan kapitalizmin işleyiş biçimlerine karşı radikal tavırlar alınır. Manifestolarına, sistemin kökten dönüştürülmesi ile ilgili tahliller ve teoriler eklemlenir. Kısaca, Marksistler ve anti-kapitalist ekolojistler,

kapitalist üretim ve bölüşüm zincirinin ayrılmaz parçası olan sürdürülemez tüketime karşı radikal ve devrimci bir perspektif benimser (Mutlu, 2017: 28-29). Bu söylemlere dayanak teşkil eden olgular, kıyaslamalar ve karşılaştırmalar ilerleyen bölümlerde daha sık dile getirilmiştir. Hemen belirtmek gerekir ki bu araştırmada, sürdürülebilir tüketim kavramının içeriğinde gizlenmiş örtük çıkarılara ilişkin felsefi tartışmalara kısıtlı biçimde değinilmiş, sürdürülebilir tüketim kavramının mealen tanımı esas alınmıştır. O tanım ise şudur: “Bugünün kaynaklarını tüketirken, yarın ki kuşakların da yaşam haklarını göz önünde bulundurmak” (Erol, 2017: 273).

Bununla birlikte, mealen esas alınan sürdürülebilir tüketim ideolojisi tarihten kopuk bir şekilde aniden ortaya çıkmış bir hareket değildir; bilakis çıktığı dönemin öncüllerinden beslenmiş/etkilenmiş bir oluşum özelliğine sahiptir. Gerçekten de bu hareket, 1960’lı yıllardaki toplumsal ekoloji hareketinden ve 1960’lardaki toplumsal ekoloji hareketini etkileyen aydınlanma dönemi ideolojisinden ve geçen iki yüzyılın devrimci geleneğinden etkilenmiştir (Bookchin, 2017: 70). Başka bir deyişle, sürdürülebilir tüketim ideolojisi ve bu ideolojinin ortaya çıkmasına katalizör olan toplumsal ekoloji ve diğer anti-kapitalist ekoloji hareketleri; “Marksizm’den ve klasik anarşistlerin (özellikle de Peter Kropotkin’in) analizlerinden ya da 1936 ile 1937 yılları arasındaki İspanyol Devriminde doruğa ulaşmış olan büyük devrimlerden hiçbir zaman kopuk olmamıştır” (Bookchin, 2017: 70). Örneğin, sözde¹⁵ sürdürülebilirlik kavramının tarih sahnesine çıkmasında önemli bir rolü olan Brundtland Raporu; 1960’larla birlikte etkili olmaya başlayan ekolojik çevre hareketlerinin kendisine geniş çaplı alan bulabilmesi ve böylece baskı oluşturabilmesi nedeniyle hazırlanmıştır (Mutlu, 2017: 31). 1960 yıllarında başlayan bu ekoloji hareketlerin büyük bir kısmı da Marksist ve/veya Anarşist menşeli hareketlerden etkilenmiştir. Diğer bir söyleyişle, liberal sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasında bile Marksizm ve Anarşizm akımlarının ve bu akımlardan beslenen ekolojist hareketlerin dolaylı veya dolaysız yoldan etkisini gösteren tarihsel görüngüler mevcuttur. Dolayısıyla söz konusu bu görüngüler ve bu görüngülerin birbirleriyle bağlantılı olan ortak yönlerini ve gizilgüçlerini açıklamak tezin kapsamı açısından kritik öneme sahiptir. Sonuçta bu açılım, en nihayetinde sürdürülebilir tüketimin evrimini ve hareket çizelgesini anlamlandırabilme olanağı sunmaktadır. Bu nedenle, tezin bu bölümünde ilk olarak sürdürülebilir tüketim ideolojisi kavramsal olarak incelenmiş, sonrasında ise bu ideolojiyi etkileyen ya da bu ideolojinin ortaya çıkarılmasını zorunlu kılan;

¹⁵ Burada ve buradan sonraki bütün “sözde sürdürülebilir...” ile başlayan cümlelerde, sürdürülebilirliğin liberal kanadına gönderme yapılmaktadır.

Anarşist, Eko-Anarşist, Marksist ve Anti-Kapitalist Ekolojist hareketler kuramsal olarak açılmıştır. Devamında da açılan kuramların karşılaştırılmaları yapılmıştır.

3.1. Sürdürülebilirlik Kavramı ve Kuramı

18. yüzyıldaki sanayi devrimi ile başlayıp günümüze kadar gelen tarihsel süreçte ülkeler; ekonomik ilerleme adı altında doğal kaynaklarını fütursuzca/dengesizce kullanarak üretim ve tüketimin frekanslarını arttırmışlardır (Hayta, 2009: 144). Bunu takiben, doğanın diyalektiği bağlamında ortaya ekolojik ve sosyo-ekolojik krizler/çıkmazlar çıkmıştır. İşte *sürdürülebilirlik* ideolojisi bu sorunlara karşı çözüm olarak sosyal alanlara kendini sunmuş ve ilk kez 1970’li yılların başında telaffuz edilmeye başlanmıştır. Bu tarihte telaffuz edilmesinin altında ise birçok nedenler yatmaktadır. Lakin bunların içinden bilinen iki neden, sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasında diğerlerine göre daha önemli bir rol oynamıştır. Bunlardan biri, kapitalist sistemin yaşam ağına ciddi zararlar veren praksislere, bu döneme tekabül eden zamanlarda daha da ivme kazandırmasıdır. Diğeri ise; bu praksislere antagonist hareketlerin, geçmiş dönemlere nazaran bu dönemde daha geniş çaplı gündem ve kitle oluşturmayı başarmasıdır. Gerçekten de söz konusu bu dönemde basılıp yayımlanan kitaplarda, dergilerde ve dünya çapında düzenlenen toplantılarda mevcut ekonomik sistem sorgulanmış; bunu takiben ekolojik diyalektiğin işleyiş şeklini deforme etmeyecek yeni bir ekonomik sistem tasarlanmaya çalışılmıştır (Karalar ve Kiracı, 2011: 63-64). “Sözgelimi, 1972 yılında İsveç’in başkenti Stockholm’de BM Çevre ve Kalkınma Konferansında ‘tek bir dünyamız var’ görüşü benimsenmiş, 1987 yılında hazırlanan Brundtland Raporunda ise sürdürülebilir gelişme düşüncesi tanımlanmıştır” (Karalar ve Kiracı, 2011: 64). Son otuz yıldır ekonominin ve kalkınmanın birçok alt alanında söz konusu bu kavram tartışılmış ve bu doğrultuda pek çok tanım ve alternatifler üretilmiştir (Atrek ve Madran, 2017: 3). Japonya’da, 1997 yılında 178 ülkenin katılımıyla (Türkiye’de dahil) gerçekleştirilen Kyoto Protokolü de, sürdürülebilir kalkınma misyonuyla hareket edeceğini ilan eden en geniş çaplı oluşumlardan biri olarak alanda kendini somutlaştırmıştır. Kyoto protokolü kısaca, sera etkisi yaratan gazların kullanılmasını/salımlarını kısmak üzere sanayileşme oranı yüksek ülkelere çeşitli hedefler koyan uluslararası antlaşmadır. Ancak, kurgunun diğer tarafından (eleştirel açıdan) bakıldığında söylenmesi gerekir ki bu protokol, karbon salınımına engel teşkil edecek geniş çaplı engeller oluşturmamış; bilakis, koyduğu belirli şartlar ekseninde karbon salınımına izin vermiş ve karbon salınımının devam edeceğinin sinyallerini vermiştir (Turgut, 2014: 143).

Kyoto Protokolü, en gelişmiş ülkeleri yasal olarak bağlayıcı karbon salımı hedefleri belirlemiştir. Ama bu bağlayıcı miktarı aşmak için çeşitli yöntemler de kabul edilmektedir. “Temiz enerji” üreten firmalar,

karbon ticareti aracılığıyla geleneksel enerji üreten olmaları durumunda çevreye salacakları karbon miktarı kadar satış yapabileceklerdir. Böylece örneğin HES inşa etmek karbon ticareti aracılığıyla kâr elde etmenin bir aracı haline geldiği için çevre yıkımına rağmen HES inşa edilmektedir (Yılmaz ve Yılmaz, 2011). Ülkeler ağaç dikerek daha fazla karbon salımı yapmaya hak kazanmaktadır. Kuzey'deki çevresel düzenlemelerden kaçmak için çevresel düzenlemelerin sıkı olmadığı Güney ülkelerine yatırım yapmak da üretimi azaltmamak için kullanılan başka bir yöntemdir (Turgut, 2014: 143).

Aynı şekilde dünya çapındaki Kyoto Protokolü benzeri diğer toplantılarda/buluşmalarda/oturumlarda da mevcut sistemin içkin özelliklerinin, ekolojik dengeyi bozan asal unsurlar olabileceği fikri sorunsallaştırılmamıştır. Tam tersi, mevzu bahis edilen bu toplantılarda/buluşmalarda/oturumlarda, ekolojik sorunların kapitalizmin içkin özelliklerinin değil, onun uygulama yöntemlerindeki eksikliklerden kaynaklandığı varsayılmıştır (Mutlu, 2017: 28). Bunu takiben “çoğulculuğa dayalı toplumsal ve demokratik yapılarla söz konusu sorunların giderilebileceği” (Mutlu, 2017: 28) öngörülmüş, eksikliklerin doldurulabileceği kabul edilmiştir. Liberalizm eksenli sürdürülebilirlik kavramı işte bu anlayışla sistemleştirilmiş ve bu anlayışın çerçeveselendirmesiyle Birleşmiş Milletler düzeyinde birçok antlaşma, çalışma, konferans ve düzenlemeyle somutlaştırılmıştır. Çoğunlukla bu konferanslara Türkiye de katılmış ve konferanstaki kararlara imza atmıştır. En çok ön plana çıkan BM konferansları/antlaşmaları/sempozyumları şunlardır: 1992 Rio Dünya Zirvesi, 2002 Johannesburg Dünya Zirvesi, 2003, 2005, 2006, 2007, 2009, 2011 BM Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu Marakeş Uzmanlar Toplantısı (Hayta, 2009: 145). Mamafih bu toplantıların/antlaşmaların/oturumların ekolojik sürdürülebilirlik amacıyla çevreyi/doğayı merkeze alan niteliklere sahip olup-olmadığı hâlâ tartışılmaktadır.

Kısacası liberal sürdürülebilirlik kavramı mevcut sistemin eksik yönleri olduğunu vurgulamış ve bu eksiklerin ciddi sorunlar yarattığını kabul etmiştir. Bu bağlamda [reformist perspektifli] bir değişime ihtiyaç duyulduğunu dile getirmiştir. Devamında da çeşitli alt başlıkları sürdürülebilirlik kavramı altında toplamıştır. Sürdürülebilir işletme, *sürdürülebilir tüketim*¹⁶, sürdürülebilir üretim, sürdürülebilir kalkınma vs. alt başlıklar bunlardan birkaçını oluşturmaktadır (Atrek ve Madran, 2017: 3-4).

Ekseriyetle sürdürülebilirlik ideolojisi, mevcut sistemin iktidar ilişkilerindeki adaletsizliklere, kaynakların tüketimindeki irrasyonel dağılımlara, doğaya karşı sergilenen olumsuz tutumlara ve küresel ısınmayı maksimize eden üretim-tüketim ilişkilerine karşı sergilenen antagonist tavrın bir tezahürü olarak alanda kendini sunmuştur. Eskiden daha çok

¹⁶ Sürdürülebilir gelişme fikrinin tüketim alanına yansımalarıyla sürdürülebilir tüketim kavramı ortaya çıkmıştır (Karalar ve Kiracı, 2011: 64).

ortak kullanım alanı olan bazı ürünlerin (televizyon, telefon, bilgisayar vb.) gittikçe bireyselleşen tüketim alışkanlıklarına entegre edilmesiyle birlikte, savurgan tüketime ivme kazandırılmasına tepki gösterilmesi gerektiği savunulmuştur (Karalar ve Kiracı, 2011: 64-65). Bu bağlamdan bakıldığında kavramın ortaya sunduğu fikirler teorik olarak yerindedir, etik ve ekolojiktir; fakat anti-kapitalist paradigmalara göre bu iddiaların büyük bir çoğunluğu illüzyonlardan ya da kandırmacalardan ibarettir. Çünkü kapitalizmin bizatihi işleyiş şekli; etik ve ekolojik teorileri, etik ve ekolojik pratikler ile bütünleştirecek fitrata sahip değildir; nihayetinde içkin özelliği buna müsaade edememektedir (Mutlu, 2017: 29-45). Bu nedenle sürdürülebilirlik ideolojisinin, ekolojik yıkıma karşı iyileştirme çabalarına vurgu yapan çevreci hareketlerin radikalizmine karşı, ana-akımın kontrollü bir illüzyonu yahut manipülasyonu -tabiri caizse ekolojist ve Marksist hareketlerin etkisini minimize etme stratejisi- olduğu iddia edilir. Yani sözde sürdürülebilirlik kavramı anti-kapitalist paradigmalara göre kapitalizm menşelidir ve kapitalist ideoloji, bu kavramın içeriğine salt kendi çıkarlarını gözeterek örtük kodlar eklemektedir. Bu örtük kodlar ile bireyleri pasivize etmektedir. Ancak bu kodlar, detaylı incelemeyle kendini açığa çıkarmaktadır (Turgut, 2014: 140-142). Şöyle ki; anti-kapitalist paradigmalara göre liberal perspektifli sürdürülebilirlik ideolojisi, sürdürülebilir kalkınmanın gerekli olduğunu reddetmemektedir. Sürdürülebilir kalkınma da esasen ekonomik bir büyüme düsturundan ayrı düşünülememektedir. Gelgelim sürdürülebilir bir ekoloji için ekonomik ilerlemenin veya büyümenin yüzde sıfır olması bile şu anda yeterli değildir; bu bağlamda ayrıca ekonomik küçülmenin göze alınması gerekmektedir. Ekonomik küçülme (gerileme) fikri ise pazar fikriyle çelişkiye düştüğü için, kapitalist sistem hakim olduğu müddetçe uygulanması mümkün gözükmemektedir (Turgut, 2014: 145; Bookchin, 2017).

Öte yandan Harvey'e göre; bahsedilen bu sürdürülebilirlik ideolojisi, özellikle piyasanın yan etkileri çerçevesinde ortaya çıkmış muhalefet hareketlerinin farklı (ama oldukça da olumlu) bir uzam-zamansal boyuta doğru iştirak etmelerine de katkı sunabilir (Harvey, 2008: 239). Filhakika Harvey'e göre bu oluşumların dinamizminden yararlanmak elzemdir.

Sürdürülebilir ekolojik kalkınma retoriğinin tamamı, müphem ve tanımlanmamış olsa da, kendi anlık çıkarlarımızın görüş alanını aşan sorumluluklar ve yükümlülükler olduğu hissine dayanır. En uç noktaya çekildiğinde bu hak, ayrıca evrim sürecindeki iradi rolümüz ve sadece kendi türümüze karşı değil, aynı zamanda yaşama şansı bizim eylemlerimize bağlı olan sayısız başka türe karşı da sorumluluklarımız olduğunu kabul eder (Harvey, 2008: 307).

Sonuç olarak; sürdürülebilirlik fikrinin içinde kapitalizmin çıkarları gizlenmiş olsa dâhi, anti-kapitalist ekolojik hareketlerin bazı özelliklerini -baskı grupları sayesinde- az ya da çok teorik içeriklerine eklemleyebilecekleri söz konusu olmaktadır. Nihayetinde kapitalist düzen; kendi dışında gelişen radikal oluşumlar olacağına, kendi kontrolünde gelişen bir reformist örgüt (örneğin STK'lar) olsun istemektedir. Bu örgütler üzerinden söz konusu ekolojik ve sosyo-ekolojik krizleri kontrol edebileceğini düşünmekte; bu bağlamda, baskı gruplarının lehine olabilecek ufak tavizler vermektedir (Turgut, 2014: 137-165). Dolayısıyla, liberalizm eksenli sürdürülebilirlik ideolojisinin verdiği bu tavizler ile çıkabilecek çatışmalardan yararlanmak ve bu çatışmaların izdüşümlerini içsel-dışsal yaşamlarında yaşayan insanlara ulaşıp, onlarla temasta bulunmak ve böylece anti-kapitalist ekoloji hareketlerinin kitlesel alanını büyütmek önem arz etmektedir (Harvey, 2008: 229-230).

3.1.1. Sürdürülebilir Tüketim

Sürdürülebilir tüketim kavramı; “1992 yılında Rio’da düzenlenen Dünya Zirvesi’nin Sürdürülebilir Gelişme Eylem Planı çerçevesinde yer alan 21. gündem maddesinde yer alarak literatüre girmiştir” (Hayta, 2009: 145). Fakat geniş çaplı bir şekilde ilk kez, 1994 yılında Oslo’da gerçekleştirilen bir sempozyumda ele alınmış ve tanımlanmıştır (Atrek ve Madran, 2017: 4). Sonrasında ise bu kavram üzerine birçok tanımlamalar yapılmıştır. İşte bu tanımların bazılarını R. Karalar ve H. Kiracı, “Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi” adlı çalışmalarında yer vermiştir. Bu çalışmadaki tanımlara göre:

“Sürdürülebilir tüketim davranışı, sürdürülebilirliğe ilişkin üç temel amaç olan kaynak kullanımını, atıkları ve kirliliği azaltmaya hizmet eden davranışlar olarak” tanımlanabilmektedir (Williams ve Dair 2007: 162’den akt. Karalar ve Kiracı, 2011: 65).

“Sürdürülebilir tüketim, endüstriyel üretimin neden olduğu ekolojik sorunlara bir çözüm oluşturma arayışında olan bir söylemdir” (Dolan, 2002: 170’den akt. Karalar ve Kiracı, 2011: 65).

“Sürdürülebilir tüketim, doğal kaynaklara aşırı yüklenmeden ve çevreyi yok etmeden, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama olanaklarını da göz önünde bulundurarak bugünkü gereksinimlerimizi karşılama biçimidir” (Mortensen, 2006: 142’den akt. Karalar ve Kiracı, 2011: 66).

“Sürdürülebilir tüketim, bireylerin özel tüketim davranışlarında yapacakları politik ve çevreci tercihleri ile elde edecekleri *ekolojik yurttaşlığın* uygulanmasına ilişkin bir araçtır” (Seyfang 2005’den akt. Karalar ve Kiracı, 2011: 66).

Ekolojik yurttaşlık ise; günlük hayatımızdaki seçimlerin ötekiler üzerindeki ekolojik etkilerini minimum seviyelere indirgemeyi hesap eden ve nerede, nasıl, ne şekilde yaşamamız gerektiğini sorunsallaştıran bir kavramsallaştırmadır (Seyfang 2005'den akt. Karalar ve Kiracı, 2011: 66). Seyfang'ın mevzubahis ettiği bu *ekolojik yurttaşlık* kavramsallaştırmasına benzer bir içerik Bookchin'in teorilerinde de yer almaktadır. Bookchin perspektifinde yurttaşlık kavramı; antik Atina'daki (kölelik ve sınıfsal farklılıkları pekiştiren uygulamaları dışında) *doğrudan demokrasi* biçiminin içkin özelliğinde bulunan yurttaşlık kavramıyla eşanlamli tutulmuştur. Bu bağlamda Bookchin için yurttaşlık; ortak hareket etmenin, ortak kullanımın ve eşit bir katılımın vücut bulmuş hâlidir. Bireyin günlük hayatındaki davranışlarında, öteki bireyleri de düşünme biçimidir; rasyonel aklın ve bu akli denetleyecek merkezleştirilmiş mekanizmaların kurulmasıyla halkın kendi kendini sağlıklı bir şekilde yönetme çabalarıdır; ve/veya bu çabaların tezahür bulmuş yansımalarıdır. Nitekim söz konusu bu yurttaşlık kavramı Bookchin paradigmasında, çevreci politik meseleleri de içine alan *toplumsal ekoloji* kuramında kullanılmıştır. Bu kurama göre yurttaşlar, eylemlerini gerçekleştirirken, başka bireylerin yaşam ve ekolojik haklarını da göz önünde bulundurarak hareket etmektedir (Bookchin, 2017: 57-64). Aynı şekilde Seyfang'ın ekolojik yurttaşlık kuramsallaştırmasında da bireyler; gündelik yaşamlarındaki pratiklerden bizzat kendileri sorumludur ve bu pratiklerinde bireyler, ötekilerin üzerindeki negatif ekolojik etkileri minimum seviyelere indirmek için sürekli kendini sorumlu hissetmektedir. Buradan hareketle bireyler sürekli kendilerini sorgulamaktadır (Karalar ve Kiracı, 2011: 66). Deleuze ve Guattari'a göre arzuların da bu tip toplumlarda özgür kalması zaruridir; çünkü arzu, iktidar odaklarından kurtulup, özgürleştiği bu tarz alanlar bulduğu vakit, karşısındaki insana engel değil, zenginlik katacaktır. Ortaya çıkan kaos ise bu alanın oluşabilmesi için engel değil, basamak olacaktır. Bastırılmış arzular, karşılıklı saygınlığın genel-kabul gördüğü işte bu tip toplumlarda özgür kalınca, cisimleştikleri sosyal alanda, karşısındaki özneye zarar değil fayda sağlamaktadır. Çeşitlilik ise sosyal ahenk içinde bir bütünlük sağlamakta ve bu bütünlük; o toplumun sağlıklı yönde zenginleşmesine araç olmaktadır (Goodchild, 2005).

Antrparantez; sürdürülebilir gelişme paradigmasına bağlı olarak ortaya çıkan sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir üretimi de kapsamaktadır. Çünkü: “Çoğu kez sürdürülebilir üretim ve tüketim faaliyetleri, sürdürülebilir tüketim kavramı altında birleştirilmektedir” (Hayta, 2009: 145).

Sonuç olarak; sürdürülebilir tüketim kavramını ortaya çıkaran sürdürülebilirlik anlayışı, Ahmet Mutlu'nun “Ekolojinin İdeolojisi: Sürdürülebilir Gelişme-Toplumsal Ekoloji Karşılaştırması” (2017) adlı makalesindeki tespitler çerçevesinden bakıldığında; kapitalist

menşeli oluşum olduğunu fark etmek mümkün olacaktır. Fakat bu ideolojinin ortaya attığı teorilerin mealen bazı anlatıları ve kavramın tanımı anti-kapitalist toplumsal ekoloji hareketlerin ve Marksist hareketlerin manifestolarında da kendini gösterdiği görünmektedir (Bookchin, 1996, 2017). Dolayısıyla, sürdürülebilir tüketim kavramının olumlanan bu anlamlarıyla ele alan anti-kapitalist oluşumların tezahürlerine bakmak ve bu tezahürlerin sözde değil, bilfiil kaideye alınacak pratikler ile yapılıp-yapılmadığını araştırmak tezin niteliği açısından elzemdir. Bu yüzden diğer bölümlerde bu konuya odaklanılmıştır. Saha çalışmasında ise odaklanılan söz konusu bu teoriler çerçevesinde derinlemesine görüşme soruları tasarlanmıştır.

3.1.2. Sürdürülebilir Tüketimin Kapsamı ve Bireyin Yaşamında Yer Edinmesi

Sürdürülebilir tüketim kavramının anlamı salt kuramsal olarak kaldığında, sloganlaşarak sembolik bir anlam ifade etmekten öteye geçemeyeceği dile getirilmektedir. O nedenle bu anlayışın güç, tutarlılık ve işlerlik kazanabilmesi için hem liberal perspektiften uzaklaşması (daha önce bahsedilen praksis felsefelerindeki tutarsızlıklardan kaynaklı), hem de ekolojik sürdürülebilirlik merkezli radikal çevreci toplulukların pratiklerinde somutlaşması gerekmektedir. Fakat günümüzde bu hedef çoğu kez ters istikamette işlemektedir. Ekolojik krizlerin eşliğinde, sürdürülebilir tüketim felsefesinin ivme kazanması beklenirken yerine, tam tersi, sürdürülemez tüketim pratiklerinin arttığı görülmektedir. Nedeni ise basittir: Tüketim biçimlerinin ve metaların çeşitlilik kazanması ve bu çeşitliliğin gittikçe ivme kazanmasına katalizör olan bireysel tüketimin ön plana çıkması; ayrıca, sembolik tüketimin sürekli kendini yenileyerek statü göstergelerine eklemelenmesi, sürdürülemez tüketimin içkin özelliklerini günbegün maksimize edecek pratiklere yol açmaktadır (Hayta, 2009: 145-146).

Her aktivite ya da iş için özel olarak üretilen eşyalar, ortak kullanılan televizyon, bilgisayarlar gibi pek çok araç ve eşyanın kullanımının bireyselleşmesi, endüstriyel üretim sonucu ürün fiyatlarındaki hızlı düşüşler, bireysel otomobil kullanımının hızla artması ve teknolojik gelişmelerin hızı nedeni ile eşyaların yenilenme süresinin kısalması gibi birçok faktör tüketim toplumlarının oluşması ve gelişmesine etki etmektedir (Sanne 2002'den akt. Hayta, 2009: 146).

Bu yüzden sürdürülebilir tüketim ideolojisinin pratik alandaki hâkimiyeti de [genellikle] asgari düzeylerde seyretmektedir (Hayta, 2009: 145-146). Dolayısıyla, sürdürülebilir tüketim felsefesinin sosyal alanlardaki asgari etki frekansını yükseltebilmesi için ekolojik problemlerin temel nirengi noktası olan kapitalizmin nitelikli bir tahlili yapılmalıdır. Ardından da bu tahliller çerçevesinde sürdürülebilir tüketim felsefesinin yaratıcı ve stratejik hamlelerle sosyal alanlara eklemelenmesi gerekmektedir. Yoksa mevcut ideoloji, doğası

gereği, sürdürülemez tüketim kültürünün sağlıklı ve kâra odaklı uygulamalarını günbegün pekiştirebilecektir (Mutlu, 2017: 26-56). Bakıldığında, liberal anlatılar ile donatılmış sürdürülebilir tüketim felsefesi bu pekiştirmelerin karşısında konumlanacak ve bu etkinin sirayetini engelleyebilecek içeriklere/potansiyele sahip değildir. Çünkü liberal perspektifin yörüngesindeki sürdürülebilir gelişme anlayışıyla aynı paradigmada bulunan sözde sürdürülebilir tüketim felsefesi, “genelde kapitalizme özelde de neo-liberalizme göre biçimlenmektedir” (Mutlu, 2017: 28). Dolayısıyla bu anlayış, bireylere ve toplumlara, sürdürülebilir bir doğanın öğeleri olarak değil de, ekonomik ilişkilerin parçacıkları olarak bakmaktadır (Mutlu, 2017: 29). Öyle ki bu kavram ilk resmi anlamını Bruntland Raporu’yla kazanmıştır ve bu rapor; “bütünüyle endüstriyalist bir yaklaşımla yazılmıştır” (Mutlu, 2017: 31). Fakat sol liberter akımdan gelen Bookchin ve onun Toplumsal Ekoloji kuramına eklenilebilecek [mealen esas alınan] sürdürülebilir tüketim kavramı ise, ekolojik-denge ile uyumlu, özgür insanların yaratımını hedef alır. Şöyle ki;

Toplumsal ekoloji’nin ekonomik görüşü, özgürlükçü bir toplum için kâr arayışının sınırlandırılmasına ve giderek ortadan kaldırılmasına dayanır. Bu nedenle, herhangi bir ekonomik girişim, kâr arayışını sınırlandıracak bir toplumsal yapı içerisinde var olmak zorundadır. Bu ekonomik girişim, sadece kendi işyerinin kar arayışını değil, ekonomik yaşamın tamamını genel olarak kontrol edecek bir toplumsal yaşamın içinde olmak durumundadır (...). Dikkat edilirse, Toplumsal Ekoloji’nin ekonomi politikaları, kapitalist ideolojideki “serbest özgür girişim” ve “bireycilik” ilkelerinin tersine, bir üst “sınırlarıcı” (Halk Meclisleri) ile “toplumculuk” ilkelerine dayanır ki bunlar, Marksist ideolojinin etkileridir” (Mutlu, 2017: 33-34).

Bu nedenle tez içerisinde savunulan sürdürülebilir tüketim kavramı, liberal kanatta değil de, radikal sol kanatların perspektiflerine gönderme yapmaktadır.

Ayrıca küresel tüketimin 1970 yılından bu yana her yıl ortalama % 3 artış göstermesi, hem kapitalizm menşei sürdürülebilir tüketim felsefesinin işe yaramadığını göstermektedir; hem de sürdürülemez tüketim ideolojisinin içkin özelliklerinin sürekli pekiştirildiğini istatistiksel olarak kanıtlamaktadır. Fakat küresel düzlemde her yıl artış gösteren bu verilerin tüm ülkeleri kapsamadığı da bilinmektedir. Örneğin, 1970 yılından bu yana [ortalama] dünya genelinde % 3 tüketim miktarı artmasına rağmen; 1973-1998 yılları arasında herhangi bir Afrikalı’nın tüketimde bulunma oranı % 20 dolayında azalmıştır (Karalar ve Kiracı, 2011: 67). Dolayısıyla bu veriler, şu soruyu da beraberinde getirmektedir: Eşit olmayan tüketim oranları, yani, aşırı tüketimin gerçekleşmesi kadar yetersiz tüketimin de var olması ekolojik sürdürülebilirlik açısından sakınca barındırır mı? İşte bu soruya verilecek cevap Karalar ve Kiracıya göre; evet’tir, çünkü:

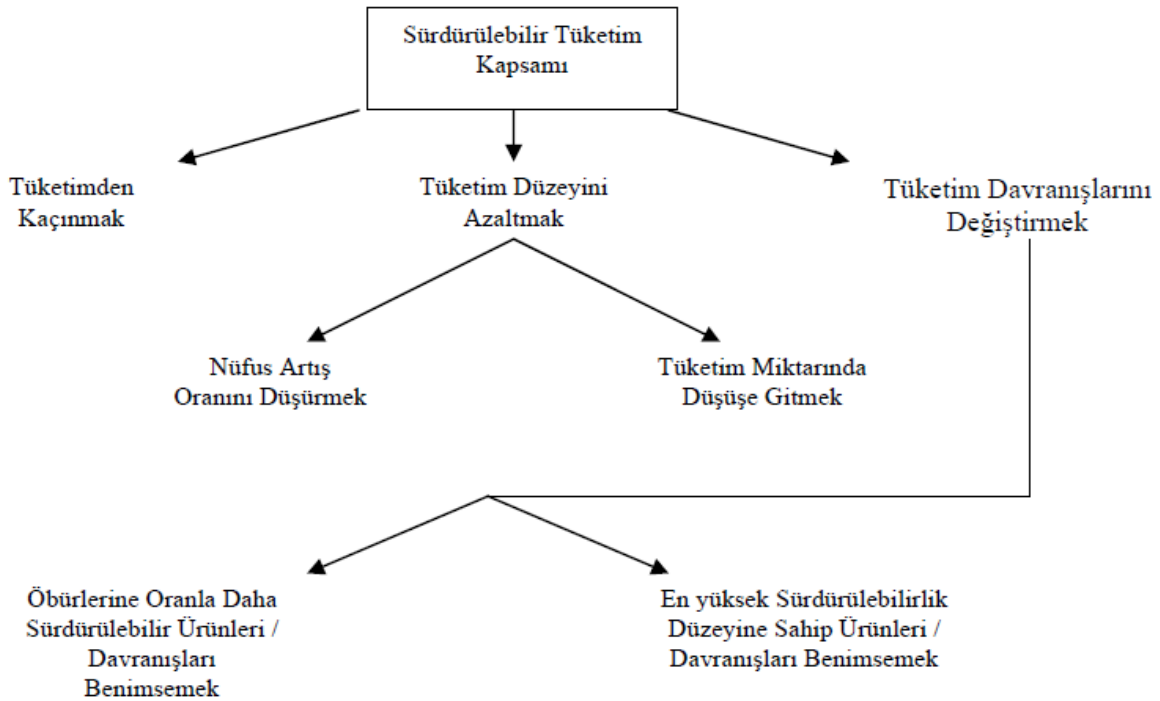
Güneydoğu Asya'daki fakir balıkçılar siyanürle balık avlayarak denizaltı ekosistemini tehdit etmektedir. Aynı şekilde, Afrika'daki Sahra Çölü'nün güneyindeki fakir çiftçiler, pirinç yetiştirecek alan yaratmak için bölgedeki ağaçları yakmaktadır. Bu eylem, bölgedeki erozyon olasılığını yükseltmekte ve çölleşmeye yol açmakta; uzun dönemde ise yoksulluğu ve yoksunluğu oluşturmaktadır (Karalar ve Kiracı, 2011: 67).

Bu açılardan bakıldığında, sürdürülebilir tüketim ideolojisinin tutarlılık ve güç kazanabilmesi için bir yandan [sürdürülebilir tüketimi savunan radikal topluluklar aracılığıyla] aşırı tüketime ivme kazandıran kodların etkisini geriletmesi/engellemesi; öte yandan da yetersiz tüketimin -adaletsiz dağılımın- çarpıklığını bertaraf edecek uygulamaları azamileştirmesi gerekmektedir (Karalar ve Kiracı, 2011: 67).

Ekolojik dengeyi gözeten bireysel kararların bilhassa satın alma (tüketme) esnasında insanları etkilememesi ise ayrı bir öneme sahiptir. Şöyle ki; UNEP ve UNESCO aracılığıyla 2000 yılında 24 ülkedeki 5000'den daha fazla katılım gösteren gençler ile sürdürülebilir tüketim ideolojisi hakkında ve bu ideolojiye yönelik yaklaşımları hakkında bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaya göre gençlerin gelecekle ilgili en büyük korkuları ve kaygıları arasında; çevre kirliliği ile gelir uçurumlarının arasındaki farkın hızla artış göstermesi bulunmaktadır (Hayta, 2009: 146). Fakat "aynı çalışma gençlerin sürdürülebilir tüketime katkılarının satın alma sırasında değil, satın aldıkları ürünlerin tüketimi ve elden çıkarılması, geri dönüşümü vb. gibi aşamalarda olabileceğini düşündüklerini de göstermiştir" (Hayta, 2009: 146). Böylece bu çalışmada, gençlerin, sürdürülebilir tüketimi savunmalarına ve sürdürülemez tüketimin doğuracağı sonuçlardan kaygı duymalarına rağmen, önlemlerini yanlış biçimlerde aldıkları fark edilmiştir. Örneğin, basit düzeyde düşünülürse bu bireylerin, takas pazarlarından ya da ikinci el pazarlarından ürün alarak sürdürülebilir tüketimin yararına hareket edecekken, ya da ellerindekiyle yetinecekken; yeni bir giysi alıp, tüketimin arz-talep mantığını kapitalist kültürün lehine çevirdikleri görülmüştür. Nyberg ve Sto (2000)'da, günümüzdeki gençlerin "sürdürülebilir tüketimi, satın alma kararlarını da içine alan bir yaşam biçimi olarak benimsemediklerini" (Hayta, 2009: 146) söylemesi de bu analizi desteklemektedir.

Karalar ve Kiracı da, Fuchs ve Lorek (2005: 262), Schaefer ve Crane (2005: 78), Mont ve Plepys (2008: 2)'e referans vererek sürdürülebilir tüketimin, bireylerin ve toplumların alışkanlıklarına yerleşebilmesi için, öncelikle, bu tüketim felsefesinin kapsayacağı alanı genişletecek çalışmalar yapılması gerektiğini belirtmektedirler. Devamında, bu düşünürlerin teorilerine bağlı kalarak sürdürülebilir tüketimin kapsamını genişletebilmek için başlıca iki çözüm yolu sunulmaktadır. Bu yollardan birincisi *tüketim davranışlarını sürdürülebilir tüketime doğru dönüştürmektir*, ikincisi de *tüketimin miktarını azaltmaktır*

(Karalar ve Kiracı, 2011: 68). Karalar ve Kiracı söz konusu bu çözüm yolunun içeriğini aşağıdaki Şekil 3.1’de genel hatlarıyla şu şekilde çizmiştir:



Şekil 3.1 Sürdürülebilir Tüketimin Kapsamını Genişletebilmek İçin Başlıca İki Çözüm Yolu (Karalar ve Kiracı, 2011: 69).

Birinci çözüm olarak sunulan madde içerisinde potansiyel tüketicilerin, ekolojik dengeye uygun ürünlere yönelmeleri ve bu bağlamdaki tüketim pratiklerini pekiştirmeleri, sonrasında da var-olan bütün tüketim alışkanlıklarını sürdürülebilir tüketime doğru kaydırmaları gerektiği ifade edilmektedir. Örneğin; “daha az kaynak kullanılarak üretilen, tüketim aşamasında enerji gereksinimi daha az olan ve neredeyse tamamı geri dönüştürülebilir malzemeden yapılan ürünlerin tüketilmesi bu çözüme [birinci maddeye] yönelik eylemleri açıklamaktadır” (Karalar ve Kiracı, 2011: 68). İkinci çözüm yolu olan tüketim düzeyini azaltmak -ve tüketimden kaçınmak- içinse; potansiyel tüketicilerin, yerleşik tüketim alışkanlıklarını sorgulayarak mevzubahis edilen bu tüketim alışkanlıklarını olabildiğince sürdürülebilir tüketim ideolojisi yönünde içselleştirmeleri ve tüketim miktarlarını da bu doğrultuda minimize etmeleri ifade edilmektedir. Daha az bireysel araç kullanmak ya da toplu taşıma araçlarını kullanmak; daha az giysi tüketiminde bulunmak ya da çevreye zarar veren ürünleri tüketerek elde edilen bazı kişisel tatminlerden kaçınmak; daha az elektrik tüketmeye gayret göstermek vb. gibi eylemler de ikinci çözüm yolunun örnek pratiklerini teşkil etmektedir (Karalar ve Kiracı, 2011: 68-69). Bunu takiben Hayta’ya göre; sürdürülebilir tüketim nezdindeki bu değişimlerin, bireysel düzlemde yerleşik hale gelebilmesi için

hükümetler, sivil toplum örgütleri, eğitim kurumları düzeyinde de politik hamlelerin gerçekleşmesi gerekmektedir. “Bireylere sürdürülebilir tüketim davranışlarının kazandırılması açısından hükümetler politikalarında, sivil toplum örgütleri hareketlerinde ve eğitim kurumları programlarında bu hususlara yer vermelidir” (Hayta, 2009: 147). Söz konusu bu değişimi hükümetler düzeyinde az-çok başaran İsveç “enerji ihtiyacının büyük bir kısmını çöplerden elde etmekte, enerji elde etmek için çöp ithalatına dahi girişebilmektedir” (Başçı, 2015: 57). Dolayısıyla İsveç hükümetinin bu politikası, sürdürülebilir tüketim politikalarına emsal oluşturabilecek niteliğe bürünmektedir. Ancak Eko-Anarşistler ve Eko-Anarşizmi besleyen diğer Anarşist perspektifler, bahsedilen bu çözüm yollarının geçici kısa süreli kazanımlar getireceğini iddia etmektedir; çünkü bu perspektiflere göre bahsedilen sorunların asıl kaynağı hiyerarşik örgütlenmelerin kendisidir. Hükümetler (devletler) ise bu hiyerarşik örgütlenmelerin en net somutlaşmış hâlleridir (Marshall, 2003). Bizzat sorunun temel kökeni olan kapitalizmin akışı ve yayılışı da nihayetinde devletler aracılığıyla sağlanmaktadır. Dolayısıyla, bu sorunun en büyük sosyo-politik ve sosyo-ekonomik kısmı olan devletin ve kapitalizmin bizzatlığı varlığı, eko-anarşistlere göre dağıtılmalı yahut tabiri caizse parçalanmalıdır (Erol, 2017: 271).

Antrparantez, zengin ulusların gönüllü olarak tüketim miktarlarını kısıması da, sürdürülebilir tüketim yayılmasına ve ikinci çözüm yolunun işlerlik kazanmasına destek olmaktadır. Şöyle ki:

Dünyanın taşıma kapasitesi, ekosistemlerin dengede almalarına izin verecek maksimum birey sayısını belirtmektedir. Ekolojik ayak izi ise, bir insanın atıklarının yok edilmesi de içinde olmak üzere, tüm gereksinimlerini karşılamak için kullandığı biyolojik alanı ölçmekte kullanılan bir araçtır. Bu kavramlara bağlı olarak, eğer tüm dünya Batı Avrupa ülkeleri ve ABD yurttaşları gibi tüketse birkaç dünyaya daha gereksinimimizin olacağı sıkça vurgulanmaktadır. Bu yüzden, sürdürülebilir tüketim olgusunun başarıya ulaşabilmesi için, özellikle yüksek düzeyde tüketime dayalı gelişmiş ülkelerin çevresel sorumlu tüketim davranışına geçmesi ve tüketim düzeylerini azaltması gerekmektedir (Schaefer ve Crane, 2005: 78’den akt. Karalar ve Kiracı, 2011: 68).

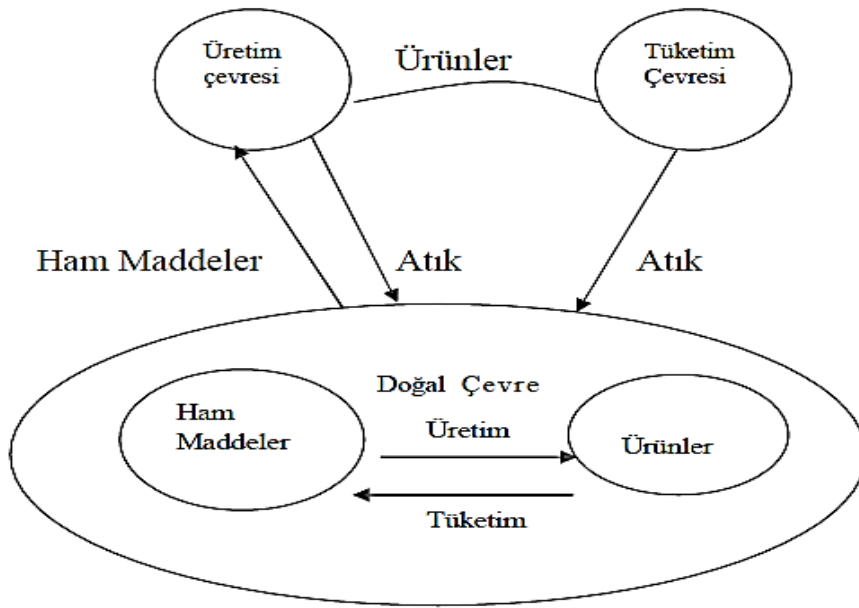
Küresel çapta yapılan ekolojik ayak izi analizlerinden bahseden ünlü doğa aktivisti Jonathan Dawson’ın; “dünyanın kendini yenileyebilme kapasitesinin üzerine çıkarak doğal sermayesinden yemeye başladığımızı ve eskiden olduğu gibi, gezegenimizin yenilenebilen doğal kaynakları ile sürdürülebilir olarak yaşamadığımıza” (Dawson, 2012: 16) vurgu yapmaktadır. Bu analizleri takiben Hayta’ya göre; gittikçe çeşitlilik kazanan tüketim alışkanlıklarından kısıtlamalar yapmak ve çevreye zarar veren tüketim alışkanlıklarından uzaklaşabilmek için -kısaca sürdürülebilir tüketimin yayılması için-, özellikle *tüketici eğitime* önem vermek gerekmektedir. Çünkü tüketici eğitimi bu noktada kilit rol

oyunmaktadır. Sonuçta “toplumdaki her bireyin tüketme zorunluluğu nedeni ile tüketim, bireylerin kararlarını ve içinde yaşadığı toplumu olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir” (Hayta, 2009: 147). Bu nedenle tüketicilerin, tüketim esnasında neye bakacakları, nelere dikkat edecekleri, nasıl seçim yapacakları ve niçin tüketimlerini minimum seviyelere indirmeleri gerektikleri hakkında şiddetsiz/dayatmasız bir dil ile eğitim almaları, sürdürülebilir tüketim ideolojisinin alanda sağlıklı bir şekilde yayılabilmesi için fayda sağlayacaktır. Nitekim “tüketici eğitiminin verilmesi; tüketicilerin gelirlerini en iyi şekilde kullanmalarına yardımcı olmak[ta], piyasa ve piyasadaki mal ve hizmetler hakkında bilgisini artırarak akılcı kararlar verebilme kapasitelerini geliştir[mektedir]” (Babaoğlu ve Altınok, 2008’den akt. Hayta, 2009: 147). Dolayısıyla bireylerin tüketimde bulunurken içinde yaşadığı doğaya karşı kendilerini sorumlu hissedecekleri etik değerlere sahip olmaları ve bu etik değerler ekseninde tüketici eğitiminin varlığını sürdürmeleri, bilhassa sürdürülebilir tüketimin alanda yayılması için elzemdir. Öyle ki “bu noktada tüketici eğitimi bireyin rasyonel ve etkili bir şekilde hareket ederek kaynaklarını doğru kullanmasına, teknolojiye uyum sağlamasına ve bilinçli tüketiciler yetiştirilmesine yardımcı” olmaktadır (Hayta, 2009: 147). Kişinin şahsi karakterini sürdürülebilir tüketim lehine değiştirebilecek itici kuvvet de, söz konusu bu eğitim ile sağlanmaktadır. Sonuçta kişi değişmedikçe, “kişinin dışında değişen yasa ve uygulamaların fazla bir önemi” olmayacaktır (Hayta, 2009: 147).

Tüketici her şeye rağmen son sözü söyleme gücü olan bir kişidir. Eğitilmiş tüketici tipinin geliştirilmesi ile de, tüketicinin bu gücünü sağlıklı ve etkili bir biçimde göstermesi, ihtiyaçlarına göre önceliklerini daha iyi saptayabilmesi ve böylelikle de sorumlu bir tüketici kitlesinin oluşması sağlanabilir. Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun her ülke bu sorumlu tüketici tipini yaratmak zorundadır (Hayta, 2009: 147).

Tüketici eğitimini nitelikli bir şekilde alımlayan ve bu bağlamda çevre bilinci gelişmiş olan bireylerin, sürdürülebilir tüketim felsefesinin yayılıp yerleşmesine katkı sağlaması da aynı ölçüde nitelikli bir hâl alır. Zira “çevre bilinci kazanmış sorumlu tüketiciler, çevredeki kaynakların varlığı, kullanım maliyeti, kullanımın çevreye ve kendilerine olan etki boyutlarını değerlendirebilmektedir” (Bener ve Babaoğlu, 2008: 3). Fakat unutulmamalıdır ki bu iyileşmelerin sadece belirli kişiler arası ilişkilere indirgenmemesi son derece önem arz etmektedir. Çünkü “yeryüzünün kendisi kirlenmişse, kişisel ‘büyüme’ye ve ‘iyileşme’ye yönelik sağaltıcı tekniklerle kişilerarası ilişkileri ve özneliği arındırmak da yeterli olmayabilir” (Goodchild, 2005: 262). Kısaca sürecin mümkün olduğunca kolektif düzlemde yayılıp yerleşmesi ve bunu binaen genişlemesi gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik perspektifiyle incelenen üretim faaliyetleri de sürdürülebilir tüketimin tutarlılığı için elzemdir. Sonuçta bu üretim süreci bitince, doğadan alınan hammaddelerin yine doğaya atık olarak atılması söz konusudur. “Bu atıkların bir kısmı doğa tarafından yeniden kullanılarak hammaddeye dönüştürülebilirken, bir kısmı da doğal kaynakların kirlenmesine neden olmaktadır” (Bener ve Babaoğlu, 2008: 2).



Şekil 3.2 Atık Döngüsü (Bener ve Babaoğlu, 2008).

Dolayısıyla, Şekil 3.2’de görüldüğü gibi döngüde kullanılan hammaddelerin tekrardan kullanılması ve/veya tekrar kullanılması mümkün olmayan ürünlerin çevreye zarar vermeyecek faktörlere sahip olması, sürdürülebilir tüketim ideolojisinin genel manifestolarından biri olarak kritik pozisyona sahiptir (Bener ve Babaoğlu, 2008: 2-3).

Sonuç olarak, bu analizler bağlamında sürdürülebilir tüketim ideolojisinin hem üretim hem de tüketim aşamasında belirli politikalar ile düzenlenmesi icap etmektedir. Ve bu politikaların pratiklere sağlıklı bir şekilde dökülmesi için tüketici eğitiminin alanda işlerlik kazanması gerekmektedir. Söz konusu bu tüketici eğitiminin ve politikaların alanda eksik/yetersiz/yanlış biçimlerde yayılması durumunda ise, hâliyle, sürdürülebilir tüketim ideolojisine yönelmiş topluluklarda veya bireylerde çelişkilerin ortaya çıkması mantıken artış gösterebilmektedir.

Antrparantez, sürdürülebilir tüketim perspektifinin reformist ayağında dâhi söylemleştirilen -ama gerçekte tam tersi ekilen- yardımlaşma, ortaklaşma, paylaşma gibi temel düsturların göz ardı ve deforme edilmesinin bizzat kapitalizmin kendi içkin

özelliklerinden kaynaklı olduğunu iddia eden Neo-Marksistler, Anarşistler, Eko-Anarşistler ve Anti-Kapitalist ekolojistler de vardır. Bu akımlar, liberal anlatılanlardan daha eleştirel ve radikal çözümlemeler sunmaktadır. Dolayısıyla anti-kapitalist paradigmaların bu tarihsel, ekonomik, politik ve kültürel çözümlemelerini, önerilerini, savunularını incelemek, araştırmanın ortaya attığı problemlere daha berrak çözümlemeler yapma imkânı sunmaktadır. Bu nedenle çalışmanın devamında ilgili eleştirel paradigmaların çözümlemelerine araştırma kapsamında yer verilmiştir.

3.2. Eleştirel Ekolojik Paradigmaların Evrimsel Bakışıyla Sürdürülebilir Tüketimi Anlamak

Genel düzeyde bakıldığında, sürdürülebilir tüketim ile sürdürülemez tüketim ideolojisi arasında belirli kodlar farklılık göstermektedir. Örneğin, sürdürülemez tüketim ideolojisinde bireyselliğe/bencilliğe vurgu yapan kodlar ön plandayken; sürdürülebilir tüketim ideolojisinde kolektivizme, yardımlaşmaya ve karşılıklı saygıya vurgu yapan kodlar ön plana çıkarılmaktadır. Buna mukabil, yine de sürdürülemez tüketim anlayışı sosyal alanlarda daha fazla rağbet görmektedir. Nedeni ise; bireylerin, söz konusu bu iki çeşit tüketim ekolünün farklılıkları arasından hangilerinin sağlıklı ve nitelikli olduğunu düşünürken dışarıdan müdahalelere maruz kalmalarıdır. Zira kapitalist ideolojinin aygıtları tarafından bu seçim esnasında, sürdürülemez tüketimin lehine argümanlar tasarlanmakta ve bireylerin zihinleri bu bağlamda bulandırılmaktadır. Ana-akım bilimsel çalışmaların da yardımıyla üretilen bu argümanlara; kapitalizmin bizzat kendisinin pekiştirdiği bencillik, rekabet etme, kâr ve sürekli kazanma hırsları doğallık adı altında eklenmektedir. Şöyle ki;

Günümüzde kapitalizm, sadece bir toplumsal ilişkiler sistemi olmasıyla değil, aynı zamanda 'tarihin sonu' olmasıyla -daha doğrusu, 'insan doğasının' en temel niteliklerini (insanın sözde rekabet etme, kazanma ve büyüme 'güdüsünü') dışa vuran doğal bir toplum olmasıyla- da açıktan açığa bõbürlenmektedir (Bookchin, 2017: 73).

Mevcut sistem bu bõbürlenmesini *Darwinizm*'i çarpıtarak *Sosyal Darwinizm*'e dönüştürmesine borçludur. Çünkü bu şekilde kapitalizmin meşrulaştırıcı mekanizmalarına doğallık söylemleri eklenmiştir. Aynı şekilde Teber de bu konuya çalışmalarında yer verir. Ona göre; Darwin'in bilhassa bitkiler ve hayvanlar dünyasındaki dinamik süreci ele alırken (*Türlerin Kökeni* eserinde) kullandığı karşılaştırmalı anatomi yöntemi, bilinçli bir şekilde burjuva mekanizmaları tarafından çarpıtılmıştır (Teber, 2003: 342-343). Ya da Teber'in kendi deyişle: "Darwin'in genel olarak hayvanlar ve bitkiler için savunduğu, 'doğal ayıklama', 'yaşam savaşı' önerileri, kapitalizmin kıyasıyla sürdürdüğü 'pazar savaşı' sömürge politikası,

ırkçılık gibi gerici ideolojiler için de temel sağlama yolunda kullanılmaya, çarpıtılmaya başlanmıştır (Teber, 2003: 343). Kısaca, burjuva ideolojisi, ideolojik zeminini doğallaştırabilmek (meşrulaştırabilmek) için Darwin'in evrim kuramına sarılmış ve bu bağlamda kuramın özünü boşaltmıştır. Sonrasında ise Malthus'un, Haeckel'in ve Spenser'in tüm gerici teorilerini bu boşalttığı özün içine katmıştır. Örneğin, doğada *en güçlü* olandan daha çok aslında *en uyumlu* olan canlı varlığını devam ettirir diyen Darwin'in bu söylemi, doğada *en güçlü* olan canlı varlığını devam ettirir argümanına dönüştürülmüştür. Böylece, insanların birbirleriyle rekabet etme eylemleri doğallık zeminine yerleştirilmiş ve rekabet kavramı meşruluk kazanmıştır (Teber, 2003: 340-343; Zengin, 2017: 233-235). Fakat, asıl bağlamından saptırılmadan Darwin'in teorilerine bakıldığı vakit, burjuvazi söylemlerinin tam tersinin geçerli olduğu gözükmemektedir. Çünkü Darwin uyum anlayışına güçten daha fazla önem atfetmiştir. Ona göre: "Uyum üstünlüğü olanlar gelecek kuşakların gen havuzuna daha fazla dâhil olacaktır. Çevreye uyma yeteneği ise her zaman iyi ya da güçlü olmakla örtüşmemektedir" (Zengin, 2017: 233).

Sosyal Darwinizm'i hatalı ve çarpıtılmış bulan F. Engels ise 12 Kasım 1875 yılında Lavrov'a yazdığı mektupta eleştirilerini şu şekilde dile getirmiştir:

Darwin'ci var olma savaşı kuramının -Sosyal Darwinizm'e dönüştürülmüş biçimiyle - tümü Hobbes'un her insanın her insana karşı savaş kuramının ve burjuva ekonomisinin rekabet kuramının, Malthuscu nüfus kuramıyla birlikte, toplumdan hayvansı doğaya geçirilmesinden ibarettir. Bu iş gerçekleştirildikten sonra, aynı kuramlar, organik doğadan tarihe geçirilir ve insan toplumunun sonsuz yasaları olarak geçerli oldukları böyle kanıtlanarak ilan edilir. Bunun çocukça bir tutum olduğu açıktır. İnsan ve hayvan toplulukları arasındaki temel ayrıcalık, hayvanların olsa olsa toplayıcı olabilmelerine karşın, insanların üretici olmalarıdır. Sadece bu tek ama çok önemli ayrım bile hayvan topluluklarına ait yasaların insan topluluklarına uygulanmasını olanaksız kılar (Teber, 2003: 343).

Bu bağlamda burjuva ideolojisi, *insan insanın kurdudur* prensibini ve insanların birbirleriyle rekabet etmelerini meşrulaştırmak istemiş; ana-akım bilimsel çalışmalar ile de yaratmak istediği bu argümanlara destek sağlamıştır. Oysa Bookchin, yapılan biyolojik araştırmaların verileri ekseninde ortaya attığı teorilerinde bu durumun tam tersinin geçerli olduğunu iddia eder. Ona göre yaşamdaki bütün metabolik gelişmelerin, evrimlerin, etkileşimlerin en sağlıklı ve nitelikli olanlarında rekabet, bencillik, bireysel kazanç düsturu değil; bilakis "ortak yaşamsal" düstur hâkimdir (Bookchin, 1996: 78-79).

Son zamanlardaki veriler, Peter Kropotkin'in karşılıklı yardımlaşmaya (mutualism) dayalı doğalcılığın sadece türler arasındaki ilişkilere değil, kompleks hücresel biçimler arasındaki ilişkilere de uygulanabilir olduğunu desteklemektedir. Biyalog William Trager'in on yıl önce 'varoluş mücadelesi' ve 'en uygun olanın hayatta kalması'na ilişkin, ironik biçimde belirttiği gibi: 'çok az kişi farklı

organizma türleri arasındaki karşılıklı işbirliğinin -ortak yaşamın- çok önemli olduğunu ve ‘en uygun’ olanın bir diğerine, hayatta kalması için en çok yardım eden olabileceğini anlamıyor (Bookchin, 1996: 78-79).

Bookchin, bütün kompleksif canlıların oluşmasını sağlayan çok hücreli organizmaların hücrenel yapılanmasında bile söz konusu bu durumun görüldüğünü dile getirir. Örneğin diğer hücrelere kıyasla daha karmaşık yapıya sahip olan “ökaryotik hücre -bir organizmayı oluşturan bir hücre-, daha az kompleks ve daha ilişkisel prokaryotların veya tek hücreli organizmaların yüksek işlevli ortakyaşamsal bir düzenlemesidir” (Bookchin, 1996: 79). Kısaca mevzubahis edilen bu durumda, daha nitelikli ve gelişmiş hücrelerin (metabolizmalarında) arka-planında dâhil ortak-yaşamsal bir örgütlülüğün ve işlevsel yardımlaşmanın olduğu görülmektedir. Sonuçta, tüm hayvan ve insan topluluklarında; “genel bir olgu olan dayanışma, burjuvaların bizi iyice aptallaştırmak için her türlü nakarat biçiminde erdemini övdükleri yaşam mücadelesiyle, rekabetle karşılaştırılamayacak kadar önemli bir doğal yasadır -genel bir olgudur” (Kropotkin, 2013: 39).

İşte konu edilen bu nitelikli ve doğal etkileşim ağına -ortak yaşamsal düsturuna- tarihte en çarpıcı ve en etkin şekilde darbe vuran oluşum, Bookchin’e göre kapitalizmin bizzat kendisi olmuştur (Bookchin, 2017: 38-39). Keza bu düşünce kendini Kropotkin’de de gösterir. Örneğin Kropotkin, ilkel komünal dönemde alış-verişin (satış) bile etik dışı veya yasak kabul edildiğini iddia eder; çünkü alış-veriş sürecinde alıcı az ya da çok soyulmaktadır. Ve iki taraftan biri her zaman aldatılmaktadır. Bu sebeple de ilkel komünal dönemlerde alış-veriş hor görülmüştür. Bunun yerine yardımlaşmaya, paylaşmaya hoşgörölü yaklaşılmıştır (Kropotkin, 2013: 31-33). Fakat kapitalizmde (sadece kapitalizmde değil ama en şiddetlisi kapitalizmde görüldüğü için kapitalizmde) bu durumun tam tersi süreç sürekli pekiştirilmektedir. Zira Bookchin’e göre kapitalist piyasa sistemi, insanların birbirleriyle (hatta dış doğayla) yardımlaşmasına veya birbirlerini tamamlamasına motive etmemiş; bunun yerine mübadele ile metalaşma üzerine kurulmuş üretim ve bölüşüm ortamının en çarpık şeklini toplumsal yapıya uygun görmüştür (Bookchin, 2017: 39). İşte bu duruma, tüketime evrimsel açıdan bakan ve eserlerinde liberal paradigmalara dâhi yer veren G. Miller da değinmiştir. Bu bağlamda, Miller’a göre; sanayi devriminden sonraki piyasanın mübadele ve metalaştırma üzerine kurulu hareket ağına daha geniş yollar açan *pazarlama devrimi*, paylaşmaktan ve dayanışmaktan ziyade amaca giden yolda birbirlerine kullan-at metaları gibi bakan -ve davranan- insanlar yaratmıştır. Sonrasında ise sermayedarlar, insanların işte bu rekabet ve bireysel çıkar duygularını daha da kamçılacak stratejiler geliştirmiş ve ortak-yaşamsal düsturu böylece şiddetli şekilde deforme etmiştir. Miller’ın, demokrasinin yolunu

açarak politikayı üretici güçten tüketici gücün eline veren Fransız Devrimi gibi aynı ölçüde bir devrim olarak gördüğü işte bu pazarlama devrimi; üretimin algoritmalarına tüketicilerin de (gittikçe daha da bireyselleşen, bencilleşen tüketicilerin) isteklerini katmıştır (2012: 47-57). “Çünkü piyasa pazarlamacılığı, politik demokrasi ve dinsel reformlarda ortak payda gücün hizmet üreticilerinden hizmet tüketicilerine geçmiş olmasıdır” (Miller, 2012: 53). Fakat bunu bireyin özgür iradesini düşündüğü için değil; bilakis onu tüketim ilişkilerine daha bencilce katabilmek için yapmıştır. Özgürlüğün saltanatını yüceltiyoruz argümanlarıyla da bu durumun asıl amacını gizlemiştir. Kısaca mevcut ideoloji, bireylere daha çok meta satabilmek için bu değişimlerin ve dönüşümlerin önünü açmıştır (Baudrillard, 2015: 98-103). Durum böyle olunca da hizmet üreticileri, hizmet tüketicilerin arzularını daha da iştahlandırarak yöntemler seçerek, tüketimin çeşitliliğini (kendi çıkarları çerçevesinde) muazzam boyutlara ulaştırmıştır. Kaldı ki kapitalist ideoloji bunu yaparken, öte yandan, ortak yaşamsal örgütlülüğün ve yardımlaşmanın önünü kesecek yöntemleri alana sürmeyi eksik bırakmamıştır. Bu amaçla da semiyotizme başvurulmuştur; çünkü semiyotik ilişkilerin önem kazandığı üretim-tüketim ilişkilerinde *narsizm* daha şiddetli biçimde yüzeye çıkmaktadır (Miller, 2012: 53-57). Semiyotik tüketimde: “Ürünlerin zihinle bağdaşımı gerçek fiziksel kaliteden daha çok önem kazandığı için öznel haz, sosyal statü, düş ve yaşam biçimleri narsistik sözde spiritüalizmi (...)” (Miller, 2012: 54) tetikleemektedir. Böylece; “tüketicinin arzularıyla ürünler arasında öyle bir bağdaşım yaratılıyor ki ürün tüketiciye saf fiziksel biçiminin temin edebileceğinden daha değerli görünüyor” (Miller, 2012: 54). Daha değerli görünen bu ürünleri almak için ise bireysel çıkarları kamçılanan insanlar, yardımlaşmayı bir kenara itmekte ve bencil hislere ya da rekabete rağbet göstermektedir (Miller, 2012: 47-57). Öyle ki sistemin tetiklediği narsizm, sürekli toplumun *biz* kavramına saldırmakta, *ben* kavramını da güçlendirmektedir. Bireysel çıkarları böylelikle insanların gözünde parıltılatmaktadır. Her şeyin en iyisini -diğerlerinden daha iyisini- hak ettiğini düşünen bireyler kümesi yaratmaktadır (<http://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/8220/selfie-narsisizm-kulturunun-bir-septomu#.Wti6FqBWt59>, erişim tarihi: 19.04.2018). Diğer deyişle; ben’e tapınma toplumu ortaya çıkartılmaktadır ki, bu ünlü ben’e tapınma anlayışı Politzer’e göre “toplumdan bir cengel ormanı yaratmaktadır” (Politzer, 2012: 62).

Günümüz dünyasında dayanışma, yardımlaşma, diğerkâmlık ve yurttaşlık ruhu toplumdan çekilirken, toplumsalın ölümü kaçınılmaz oluyor. Bu yüzden toplum tepkisini yitirmiş cansız bir ceset gibi ve bu yüzden ilğimiz tamamen bedene yönelmiş haldedir. Bireysel çıkar, kamu yararının önüne geçince, “biz” ile başlayan cümleler de yerini “ben” ile başlayan cümlelere bırakıyor. Böylece, önce dile yerleşen birinci tekil şahıs zamiri, sonra düşünceyi ve duyguyu şekillendirerek bencilliği türetiliyor. “Ben” ve “kendilik” günümüz kültürünü tanımlayan en önemli kavramlar haline geldi. İnsanlar, artık, sürekli

olarak kendileriyle ilgileniyorlar; bu da narsisizmi psikolojik bir hastalık olmaktan çok sosyolojik bir semptom haline getirmektedir (<http://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/8220/selfie-narsisizm-kulturunun-bir-septomu#.Wti6FqBWr59>, erişim tarihi: 19.04.2018).

Filhakika söz konusu narsizm günümüz tüketim toplumunu çok iyi karakterize etmektedir. Çünkü tüketim toplumunun ivme kazandırdığı yarış ve rekabet kültürü sonucunda:

Herkes sadece kendini önemli görmekte ve sadece kendini mutlu etmeye çalışmaktadır. Nitekim narsisizm kültürünün belirleyici özelliklerinden biri de sağlığın ve kişisel gelişimin kolektif bir saplantı haline gelmiş olmasıdır (<http://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/8220/selfie-narsisizm-kulturunun-bir-septomu#.Wti6FqBWr59>, erişim tarihi: 19.04.2018).

Dolayısıyla narsisistik duyguları kamçılanan insanlar, sürekli bireysel haz/mutluluk peşinde koşmakta ve bunu mukabil sürdürülemez tüketimin alanı genişlemektedir. Paralel biçimde sürdürülebilir tüketim ideolojisi de az-çok pasivize edilmektedir.

Kropotkin, *Anarşist Ahlak* adlı eserinde, insanların sürekli haz ve mutluluk peşinde koşmasını, acıdan da aynı ölçüde kaçmasını doğal bir güdü olarak lanse etmiştir (Kropotkin, 2013: 16-21). Ekseriyetle antik çağın materyalist ahlak anlayışında da aynı durum söz konusudur. Hatta insanın en temel arayışı olarak lanse edilen haz ve mutluluk kavramı, o dönemlerde ‘iyi/iyilik’ nosyonlarıyla eş tutulmuştur (Teber, 2003: 283). Fakat Kropotkin haz ve mutluluk arayışında olup acıdan kaçan insanın portresini basit bir biçimde tanımlamamıştır. Söz konusu bu yargısının ardından derinlemesine analizlere ve ayrımlara gitmiştir. İşte bu detaylı analizlere binaen Kropotkin; “karısına ya da metresine mücevher satın almak için işçilerini kuruş kuruş soyan” (2013: 18) burjuva da, son ekmeğini veya son parasını bir fakire veren insan da, bu eylemlerini haz ve mutluluk -ve aynı ölçüde acıdan kaçabilmek- için yapmaktadır der. Çünkü son ekmeğini ya da son parasını veren kadın, bunu, daha sonra çekeceğini düşündüğü vicdan azabından kurtulmak için yapmaktadır. Vicdanen rahatlayıp mutlu olmak için pratiklerine dökmektedir (Kropotkin, 2013: 16-18). Aynı şekilde, bu dünyadaki bedeninin haz ve zevk almasını engelleyip çileciliği seçen sofiler de bu eylemlerini öteki dünyada alacaklarına inandıkları mükafatlar için yapmaktadır. Öteki dünyada alacaklarını düşündükleri haz ve mutluluklar için söz konusu bu çilecilik felsefelerini kabullenmektedirler (Zizek, 2007: 135). Kısaca: “Zevk elde etmeye çalışmak, acıdan kaçınmak organik dünyanın genel gerçeğidir (başkaları buna yasa diyecektir). Hatta yaşamın özü budur” (Kropotkin, 2013: 22). Fakat Kropotkin için bu durum, bencilce mutluluk peşinde koşan ve bu mutluluğunu öteki insanların mutsuzluğu üzerinden kuran bireyleri haklı göstermemektedir. Onların söz konusu bu hareketlerinin, yaşamın özü olarak görülen mutluluk ve haz arayışından kaynaklanıyor diye meşrulaştırmak etik olmamaktadır. Zira haz

ve mutluluk peşinde koşup, acıdan kaçmamıza sebep olan güdülerimize evrimsel süreçte belirli etik ayrımlar konulmuştur (Kropotkin, 2013: 24). Kropotkin'e göre; "Boğulan bir insanı yaşamı pahasına kurtarmakla, saatini çalmak için onu boğmanın aynı değerde iki davranış olduğu" anlamını çıkarsamak ahlaksızlık olacaktır (Kropotkin, 2013: 24). Ya da diğer bir örnekle; "insanlığın özgürlüğü için çalışması nedeniyle idam sehpasında ölen şehit ile arkadaşlarını soyan küçük alçağın -her ikisi de bir zevk elde etmek istediğinden- aynı değerde olduğu sonucunu" (2013: 24) çıkarsamak haksızlık olacaktır. Nitekim bunun aynı değerde olduğunu söyleyenlerin:

(...) Ne iyi ne de kötü bir kokuyu, ne gülün güzel kokusunu, ne de şeytan tersi ağacı salgısının pis kokusunu ayırt etmemek gerektiğini, çünkü bu kokuların moleküllerin hareketlerinden başka bir şey olmadığını; ne güzel ne de kötü bir tat olduğunu, çünkü kinin acısının da, goyav ağacı meyvesinin tatlılığının da moleküllerin hareketlerinden kaynaklandığını; ne fiziksel güzellik ne de çirkinlik, ne zekilik ne de aptallık olduğunu, çünkü güzelliğin ve çirkinliğin, zekânın ya da aptallığın da organizma hücrelerinde hareket eden kimyasal ve fiziksel titreşimlerin sonucundan başka bir şey olmadığını eklerlerse, hala saçmalamadıklarını, ama en azından bir delinin mantığına da sahip olduklarını söyleyebiliriz (Kropotkin, 2013: 24-25).

İyi olan ise Bentham ve Mill'e göre; "birey için değil, tüm ırk için güzel ve iyi olandır" (Kropotkin, 2013: 31). Kötü olan da bunun tam tersidir. Bu bağlamda insanların pratikleri eğer topluma ve dünyaya yararlıysa iyidir; zararlıysa kötüdür (Kropotkin, 2013: 31). İyi ve kötü nosyonu, ayrıca, zekâ veya bilgi düzeyine göre değişmektedir; ancak, özü her daim aynı kalmaktadır (Kropotkin, 2013: 32-33).

Soya [topluma] neyin yararlı ya da zararlı olduğuna dair değerlendirme değişebilir, ama özü değişmeden kalır. Ve hayvanlar aleminin [aynı şekilde insanlar aleminin] tüm felsefesi tek bir cümleye sığdırılmak istenirse, karıncaların, kuşların, köstebeklerin ve insanın bir noktada hemfikir oldukları görülebilir (Kropotkin, 2013: 33).

Hemfikir oldukları nokta ise şudur: "Aynı koşullarda sana yapılmasını istediğin şeyi sen de başkalarına yap!" (Kropotkin, 2013: 33). Ve bu görüşe şu eklenir:

Bunun yalnızca bir öğüt olduğuna iyi dikkat et; ama bu öğüt, toplum içinde beraber yaşayan hayvanların uzun deneyiminin ürünüdür; ve insan da dâhil muazzam toplumsal hayvan kitlesi içinde, bu ilkeye göre davranma alışkanlık haline geldi. Zaten bu ilke olmadan hiçbir toplum varolamaz, hiçbir soy savaşması gereken doğal engelleri yenemezdi (Kropotkin, 2013: 34).

"Sana nasıl davranılmasından hoşlanırsan, sen de başkalarına öyle davran" ilkesi paralel şekilde dayanışmayı ve eşitlik duygusunu da geliştirmektedir. Kropotkin'e göre; zaten bu sayede insan soyu hayvanlar âlemindeki cılız soyunu korumuş ve zekâsını geliştirerek

günümüze gelmiştir (2013: 42). “Dahası, toplumun her bir üyesi, toplumun diğer üyesiyle dayanıştığını hissettikçe, zaferin ve her türlü ilerlemenin temel unsuru olan şu iki nitelik tüm toplumda daha çok gelişir: Bir yandan cesaret, ve diğer yandan bireyin özgür inisiyatifi” (Kropotkin, 2013: 43). Esasen hâlâ bu duygu gerici anlayışlara karşı devrimler yaratmaktadır ve her türlü kölelik sistemine karşı koymaktadır. Çünkü, ancak bu duyguların geliştirildiği zihinlerde sömürü ve köleliğe dayalı bir toplum eleştirilir ve bu bağlamda sömürünün, insan doğasının değerini deforme ettiği kabul edilir (Kropotkin, 2013: 56). Bununla birlikte:

Darwin'in Malthus'tan aldıklarının dışında kalan şeyleri gözardı ederek onu kabalaştırıcıların hoşuna gitmese de, dayanışma duygusu topluluk olarak yaşayan tüm hayvanların yaşamında ağır basan yöndür. Kartallar serçeyi parçalar, kurt köstebekleri parçalar, ama kartallar ve kurtlar avlanmak için kendi aralarında dayanışırlar; serçeler köstebekler de yırtıcı hayvanlara karşı öyle iyi dayanışırlar ki, yalnızca beceriksizlikleri yüzünden yakalanırlar (Kropotkin, 2013: 38-39).

Kropotkin, işte bu prensipteki dayanışma anlayışını, çoğu kez; dincilerin, yöneticilerin, monarşilerin, yasa koyucuların, yargıçların, sermayedarların vb. kurumların deforme ettiğini iddia eder. Bu nedenle Kropotkin, söz konusu etik ilkeleri yok sayan kurumların diskalifiye edecek mücadelelerin gerekliliğinden dem vurur; dayanışma ilkelerinin -ortak kullanım, eşitlik, paylaşma vs.- soysuzlaştırılmaktan kurtarılması gerektiği savunulur. Fakat bu süreçte mevzu bahis edilen kurumların veya kişilerin (yargıçların, monarşilerin, sermayedarların vs.) ortaya çıkardığı nitelikli üretimleri ve gelişmeleri topyekûn reddetmemek de onun için önem arz eder (Kropotkin, 2013: 35-50). Çünkü: “Kuran her gün yıkanmayı buyuruyor diye asla yıkanmayacağını, bir hijyenist olan Musa Yahudilere domuz yemeyi yasaklıyor diye trışın mikrobu bulaşmış domuz eti yiyeceğini” (Kropotkin, 2013: 44) söylemek akıl dışı olacaktır. Kropotkin'in işte bu usu, bir zaman sonra, Bookchin'in savunduğu diyalektik usla kendini devam ettirmiştir.

Sonuç olarak bir yanda rekabet, bencillik, yarış, bireysel çıkar kodlarının pekiştirildiği kapitalizm ideolojisi, ve bu ideolojinin devamlılığı için zaruri koşul olan sürdürülemez tüketim kültürü vardır; diğer yanda ise dayanışmanın, paylaşmanın, birbirini tamamlamanın, kısaca ortak-yaşamsal kodları içinde barındıran sürdürülebilir tüketim ideolojisi vardır. Bu bağlamda kapitalist ideoloji, daima haz ve mutluluk peşinde koşan ve bu uğurda sürekli tüketimde bulunan (sürdürülemez tüketimde bulunan) insanların davranışlarını Sosyal Darwinizm perspektifinden bakarak açıklamaya/yorumlamaya çalışırken, ve buradan doğru mevcut üretim-tüketim ilişkilerini meşrulaştırmak isterken; eleştirel paradigmaların çoğu, Kropotkin'in yorumlarını esas almış ve mevcut-tüketim ilişkilerini sorgulayıp, sorunlu bulmuştur. Kaldı ki kapitalist ideolojinin, bilimsel çalışmaların bazı doğrularını seçerek alıp,

bazılarını çarpıtarak/saptırarak argümanlarına eklememesi ve bu durumun eleştirel çalışmalar ile defalarca ifşa edilmesi, Kropotkin'in mevzubahis edilen analizlerini desteklemektedir (Teber, 2003: 335-344; Kropotkin, 2013: 23-34). Çünkü sermayenin birikimi için piyasa tarafından pekiştirilen sürdürülemez tüketim ideolojisi, ekolojik sürdürülebilirliği deforme eden bir sürü yan etkiler barındırmaktadır.

Piyanın yan etkileri (yani, fiyat mekanizmasına dahil olamayan maliyetler) çok çeşitli toplumsal, ekonomik ve siyasal sorun ortaya çıkardı. Bunların arasında en önemlileri kaynakların gelişigüzel kullanılması, doğal yaşam alanlarının yok edilmesi ve acil müdahale gerektiren bir dizi çevresel sorundur. Her ne kadar kolaylıkla iç edilmiş olsa da, kısmen bu tür sorunlarla yüzleşmek üzere geliştirilen "sürdürülebilirlik" kavramı sermaye birikimininkinden farklı bir uzamzamansal ufka işaret etmektedir (Harvey, 2008: 239).

Antrparantez, sürdürülebilir tüketim felsefesinin mevcut tarihsel ve evrimsel süreçlerle temasını diyalektik us anlayışıyla çözümlenmesi, yapılan karşılaştırmaların ortak, çelişkili, çatışmalı noktalarını yakalamakta referans sağlayabilmektedir. Bu sebepten dolayı konuya bir alt başlıkta, diyalektik us biçiminin araştırma bağlamında irdelenmesiyle devam edilmiştir.

3.3. Diyalektik Us ile Sürdürülebilir Tüketime Bakış

Eleştirel paradigmalardan sunduğu bazı teoriler, sürdürülebilir tüketim ideolojisinin tarihsel evrimine de açıklık getirmiştir. İşte bu araştırmanın konusu kapsamında, söz konusu bu paradigmalardan ortaya çıkışını sağlayan itici kuvvetler, ve bu düşüncenin işlevliğini savunan toplulukların hareket ağlarındaki edimsel görüngüler tezin problemi çerçevesinde açılmıştır. Ekseriyetle bu açıklamada diyalektik us biçimi dikkate alınmıştır ki, bilhassa bu ideolojinin ortaya çıkıp güçlenmesine neden olan itici kuvvetin çoğu temsilcileri, diyalektik düşünme biçimi etrafında toplanmıştır. Onlara göre diyalektik us; *değişimi*, *devinimi* ve *süreçleri* düz-çizgisel incelemeyen düşünce akımlarına gönderme yapmaktadır. Örneğin Bookchin'e göre diyalektik us; “sadece değişim değil, gelişimdir; sadece devinim değil, sapmadır; sadece süreç değil, dolayımıdır (mediation); ve sadece sürekli değil, birikimseldir” (Bookchin, 1996: 142). Aynı şekilde G. Politzer için de diyalektik us durağan ve mekanik ilişkilere değil; hareketliliğe, devinime gönderme yapmaktadır. Çünkü maddenin özünde hareket vardır ve “hareketsiz madde, maddesiz hareket denli akıl almaz bir şeydir (Politzer, 2012: 57). Engels tarafından da söz konusu bu göndermeler kabul görür. Bu bağlamda, evrimsel hareketlerdeki *denge* ilişkilerinin dinamizmi sorgulanır. Ona göre: “Dünyada hareket, hareket ile dengenin karşılıklı değişimi olarak farklılaşmıştır; her bir hareket her denge yönünde çaba gösterir, bir bütün olarak hareket her dengeyi yok eder”

(Engels, 2014: 269). Dolayısıyla, “her denge ancak *görelî* ve geçicidir” (Engels, 2014: 269). Kısaca bu paradigmanın temsillerinde, doğanın işleyiş örgüsündeki diyalektik etkileşimler referans alınmıştır. Bunu takiben diyalektik usu esas alarak yanlısamalardan/hatalardan/determinizmden kaçınılmak istenilmiştir (bkz; K. Marx, F. Engels, D. Harvey, M. Bookchin, T. Adorno, M. Horkheimer, Marcuse vs.).

Diyalektik düşünme biçimiyle doğanın işleyişini analiz etmeye çalışan Bookchin ise Toplumsal Ekoloji kuramıyla her daim [mealen esas alınan] sürdürülebilir tüketim ideolojisini besleyen önemli isimlerden biri olmuştur. Çoğunlukla Bookchin, diyalektik usla; doğal evrimi ve bu evrimin nereye doğru yönelebileceğini ve nereye doğru yönlendirilmesi gerektiğini araştırmış, bu çerçevede teoriler üretmiştir. İlkın, ona göre “doğayı anlamak fazlasıyla karmaşık bir süreçtir; çünkü bu süreç düz-çizgisel ve durağan değil, sürekli devinim halinde hareket eden karmaşık bir süreçtir (Bookchin, 1996: 22). Bu devinimsel hareketler ise birikimsel bir şekilde ilerlemektedir. Nihayetinde geçmişteki her eylem, gelecekteki olguyu etkileyerek şekillendirebilmekte ve/veya şekillenmesine neden olacak gizilgüçler¹⁷ üretebilmektedir (Bookchin, 1996: 40). Diğer deyişle; geçmişte olan edimler ve nesneler, yeni (şimdi) olan edimlerin ve nesnelerin içinde her zaman kendini devam ettirmektedir. Örneğin: “Fosil kayıtlarının bize söylediğı gibi, memeli kılırları ve kuşların tüyleri sürüngen pullarının daha sonraki farklılaşmalarıdır ve bütün hayvanların dişleri ise solungaçların daha sonraki bir farklılaşmalarıdır” (Bookchin, 1996: 46). Ve balık pulları insan kolundaki kıla evrilirken, kılın oluşmasını sağlayan şeyin içinde özünü hala korumaktadır (Bookchin, 1996: 46-47). Dolayısıyla böyle bir süreci, yani, doğal dinamik evrimi, durağan bir şekilde inceleme metodolojisine sahip olan ampirik/deneysel çalışmalarla anlamlandırabilmeye uğraşmak, Bookchin’e göre yetersiz ve eksik olacaktır. Hatta bu metodoloji, var olan gerçekliğı de saptıracaktır (Bookchin, 1996: 41-42). Çünkü deneysel usun; bina veya köprü konstrüksiyonunu inceler gibi bir fetüsün oluşmasını veya ortaya çıkmasını çözümlemesi, Bookchin’e göre sosyo-ekolojik açıdan sağlıklı sonuçlar doğuramaz (Bookchin, 1996: 44-45).

Bookchin paradigmasında, salt ampirik ve/veya deneysel çalışmalarla doğayı ve insan toplumunu incelemek ya da doğa ile insan toplumunun ilişkiselliğini bütünsel bir bakış açısıyla saptamak mümkün değildir. Çünkü uzlaşımsal us¹⁸ (ampirik us), incelemek istediğı nesneyi ya da edimi durağan niteliklerin belirlediğı koşullar altında analiz etmektedir. Bookchin’in deyişle: “Gelişen bir şeyi ‘belirleyen’ sınırlar değıştiğı zaman, -örneğin, kum toprak olduğı zaman- *uzlaşımsal us* sanki birbirinden bağımsızlarmış gibi kumu kum olarak

¹⁷ Bir olguyu etkileyen ara form olgular/hareketler (Bookchin, 1996).

¹⁸ Bookchin, salt ampirik/deneysel usu, uzlaşımsal us olarak adlandırır (Bookchin, 1996).

ve toprağı toprak olarak ele almaktadır” (1996: 26). Veya bir bebeğın erişkine döndüğü zaman evriminde uzlaşım sal us, bebeğı çözüml emeye çalışırken, bebeğın erişkine doğru gelişimini araştırmaz; bebeğın o anki (şimdiki) var-oluş durumunu araştırır (Bookchin, 1996: 26-27). O sebeple Bookchin, uzlaşım sal usun deneysel yaklaşımını: “Geçmişin organik, birikimsel sürekliliğini günümüzle ve her ikisini de geleceğın sürekliliğıyle bütünleştiren mantıksal dokuyu yok eder” çıkarımıyla eleştirmektedir (Bookchin, 1996: 42). Bu tezde, kuramsal çerçevemizi diyalektik us temelinde kurmamız ve bu yaklaşımın yol göstericiliğinde konuyla ilgili diğ er makro ve mikro kuramsal yaklaşımları senkretik bir tutumla yardıma çağır mamız Bookchin’in bahsettiğı bu bütünleştirici mantıksal dokudan uzaklaşmamak amac ıyladır.

Bookchin gibi Harvey de kendini, diyalektik us biçimini savunan düşünce insanlarından biri olarak sunmuş ve bu us ile mevcut kapitalist sisteme karşı alternatif ütopya¹⁹ modeli oluşturmuştur (Harvey 2008: 224-241). Bu bağlamda, “Amerikan enternasyonalizminin yarım yüzyıllık uzam-zamansal ütopyacılığ ına²⁰” karşıt alternatif ütopya biçimleri üretmeye çalışan Harvey; Amerikan enternasyonalist hareketinin şu anki mevcut koşullarda ütöpik değıl distöpik bir şekilde devam ettiğini ve bu duruma karşı direniş odakları oluşturulmadığı takdirde, söz konusu bu distöpik hareketlerin devam edip, ekolojik ve toplumsal bütünlüğe zarar vereceğini iddia etmiştir. Amerikan enternasyonalist hareketinin [sözde] ütopyasına karşıt konumlanan ütopyaların bir an önce ortaklaşa somutlaşacakları düzlem bulmaları ve bu düzlem içinde ivedilikle güçlerini maksimize etmeleri gerektiğini dillendirilmiştir (Harvey, 2008: 237). Keza çoğı eleştirel paradigma tarafından Harvey’in bu kaygıları haklı görülmüştür. Çünkü onlara göre Amerikan enternasyonalist hareketi, İngiliz Püritenizm’i ile sarmalanmış emperyal bir harekettir. Şöyle ki; Püritenizm’in ahlakını içselleştirmiş bütün toplumlar kendilerini tanrı tarafından seçilmiş bir topluluk olarak görmekte ve ırklarını yüceltmek istemektedir. Doğayı da evcilleştirilmesi ya da kontrol altında tutulması gereken bir nesne olarak yorumlamakta; kendilerine karşı bir yabancı düşmanmış gibi değ erlendirip, üzerinde tahakküm kurmaya çalışmaktadır (Toska, 2018: 254).

Amerika’daki doğayı “uluyan yabancı” olarak isimlendiren [püriten] seçilmişlerin gerçekten seçilmiş insan olup olmadıkları da bu yabancı ne kadar evcilleştirebilecekleri, onu ne kadar kontrolleri altında

¹⁹ Ütopya kavramı Harvey için önemli bir kavramdır; çünkü “ütopya vizyonu olmadan hangi limana doğru yelken açmak istediğimizi belirleme şansımız yoktur” (Harvey, 2008: 232). Bookchin ise; “bu toplumsal ve ekolojik krizler karşısında, artık yaratıcı olmama lüksümüz yok; artık ütopyacı düşünce olmadan yapamayız” ifadesinde bulunmaktadır (Bookchin, 1994: 124).

²⁰ Esasen bu ütopya, asıl vaat ettiklerinde başarısız olmuş bir sözde ütopyadır (Harvey 2008: 224-241).

tutarak dönüştürebileceklerine de bağlanmıştı. Diğer bir ifadeyle seçilmiş olmanın ölçüsü doğaya verilecek zararlar da doğru orantılıydı. Doğanın kendilerine karşı bir düşman ve tehdit olduğunu algılayan seçilmiş insanlar bu düşmanı yenilgiye uğratmanın ve tehditleri ortadan kaldırmalarının, yani doğaya zarar vermenin kendi başarıları ile doğrudan ilgili olabileceğine inanmışlardı (Toska, 2018: 254).

Kısaca Püriten seçilmişler, kendilerini, mevzubahis edilen görevlerin liderleri olarak görmüşler ve bu çerçevede kutsallarını, inançlarının emri gereğince enternasyonalist hâle dönüştürmeye çalışmışlardır. Bilfiil Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere gibi bu hareketi enternasyonalist hâle dönüştürürken, emperyalist niteliğe büründürmüştür. Buradan hareketle kuzey Amerika'ya ve hatta bulundukları kıtanın dışına çıkarak tüm dünyaya yayılmaya çaba sarf etmiştir. Püritenizm ile kutsanmış kapitalizmin taşıyıcısı olma rolünde, dünyanın belirli bölgelerinde doğayı katletmeyi kendilerine meşru görmüştür. Sürdürülemez tüketim biçiminin, kendi ideolojilerini yeniden üretebilmesi için zaruri şart olması nedeniyle de, yayıldıkları tüm coğrafyalarda tüketim toplumlarını yaratmıştır (Toska, 2018: 253-270). Bu sözde kutsalın, post-modern dönemde, ABD önderliğinde zuhur bulan şeklini John Belammy Foster *Ecology Against Capitalism* isimli eserinde şu şekilde yorumlamıştır:

[Foster], kapitalist ekonominin öncelikle ve en çok kârın artırılmasına odaklandığından, ekonomik büyümenin dünya nüfusunun büyük çoğunluğunun mutsuzluğu ve sömürsünü de içeren her türlü bedele rağmen gerçekleştirilmesinin peşinde olduğunu ve bu heyecanlı büyüme koşuşturmasının genellikle enerji ve maddelerin çabuk ve aşırı derecede tüketilmesine bunun yanı sıra çok daha fazla atığın çevreye bırakılmasına neden olduğunu, böylelikle de çevresel yıkımın arttığını vurgulamaktadır (Foster 2002'den akt. Toska, 2018: 263).

Fakat gözden kaçırmamak gerekir ki bu yayılımlar içinde, yararlı bazı gelişmeler de yaşanmıştır. Bu nedenle Harvey, *diyalektik us* biçiminin, ulaşılmak istenilen alternatif uzam-zamansal ütopya biçimine yaklaşımda temel araç olarak görmektedir. Çünkü Harvey, kapitalist sistem içinde tez ile anti tez karşılaştırmaları çerçevesinde elde edilecek sentezlerin var olduğunu düşünmekte ve bunların da kurgulanacak uzam-zamansal ütopya *olumlu* bir şekilde kullanılabileceğini dile getirmektedir. Harvey bu amaçla ilk olarak diyalektik us ile kapitalizmi incelemiş; sonrasında, kurgulamaya çalıştığı bu alternatif uzam-zamansal ütopya (Harvey burada Einstein'a da gönderme yaparak, uzam ve zamanın ayrılmaz bütünlüğüne de dikkat çekmiştir) biçiminin içeriğini, mevcut koşulların durumuna göre biçimlendirmiştir. Diyalektik usla çözümlediği analizlerinde; kapitalist sistemin ağır sömürü ilişkileri üzerine kurulduğunu, adaletsizliği pekiştiren, *savurgan tüketim* yol açan ve eşitsizliğe gittikçe ivme kazandıran kurumsallaşmalara sahip olduğunu tahlil etmiştir. Kapitalizmin bünyesinde yer

alan söz konusu bu çarpıklıklar ile, bu çarpıklıklara sebep olan kurumsallaşmaları ve o kurumsallaşmaların itici kuvvetlerini kurgulanacak yeni alternatif ütopya nasıl yer edineceğini saptamaya çalışmıştır. Ve kapitalist sistem içerisinde üretilen bazı kodların (örneğin teknolojinin) içeriklerini, yeni kurgulanacak alternatif ütopya modelinin değerlerine dönüştürerek, etik bir dünya uzamını ve zamanını kurgulayabilmenin mümkün olduğunu ileri sürmüştür. Diyalektik düşünme de esasen bu noktada kendini göstermektedir. Yani Harvey'in diyalektik usla girdiği çözümlemelerde söylediği ve dikkat edilmesi gereken husus olarak sunduğu şey; alternatif ütopya oluşumunu kurgularken, mevcut düzenin çarpıklıklarından dolayı tüm kültürel ve teknolojik kodları topyekûn reddetmemek gerektiğidir (2006: 225-231). Zira karşıt/zıt görünen bazı kodlar, birbirlerini destekleyerek ya da dengenin oluşmasına katkıda bulunarak sürecin daha sağlıklı bir niteliğe bürünmesini sağlayabilmektedir. İşte bu durum: “Somutlaşmış formlarıyla günümüze kadar gelen çeşitli ütopik tasarımların (uzamsal oyunların) birbirini mutlak anlamda dışlamadığını düşündürür bize” (Harvey, 2008: 226). Bizi: “Seçenek, çeşitlilik ve farklılığı vurgulayan uzamsal oyunların eşanlı olarak var olabileceği fikrini benimsemeye teşvik eder” (Harvey, 2008: 226). Başka bir deyişle, kapitalizmin içindeki bazı teknolojik gelişmeler, kodlar, üretimler, teamüller; yeni kurgulanacak alternatif uzam-zamansal ütopyanın sağlıklı bir nitelik kazanmasına etkide bulunacak özellikleri de bünyesinde barındırabilmektedir. Dolayısıyla bunların hepsini diyalektik us biçimiyle açığa çıkartılması elzemdir ki Harvey, bu nedenle mevcut sistemin bütün kodlarını dışlamanın akıl dışı olacağını ifade eder. Hakeza bu diyalektik düşünme biçimi kendini Bookchin'de de gösterir:

Postmodern dönemin birçok düşünürü ahmakça bir biçimde bilim ve teknolojiyi insanlığın selamet ve refahına karşı başlıca tehdit olarak görürken, bazı [bilimsel] disiplinler de maddenin ve yaşamın en gizli sırları hakkında bizlere muazzam bilgiler sunmuş ya da bize gerçekliğin bütün önemli özelliklerini değiştirebilme ve insani ve gayri-insani yaşam türlerinin refah durumunu iyileştirebilme yeteneği kazandırmıştır (Bookchin, 2017: 78).

Kuşkusuz, doğal evrime olumlu/pozitif kodlar kazandırabilen insan zekâsının bu kodlarını, salt kapitalist sistemin içinde üretilmesi nedeniyle topyekûn reddetmek Bookchin'e göre de akıldışı bir harekettir. Öyle ki Bookchin Toplumsal Ekoloji kuramında; “teknoloji, zorlu çalışmayı, maddi güvensizliği kaldırdığı için özgür bir toplumun ön koşulu” olarak kabul edilmiştir (Zengin, 2017: 244). Aynı düşünce biçimi kendini -Toplumsal Ekoloji kuramı da dahil- birçok anti-kapitalist ekoloji hareketlerinin evrimleşmesinde önemli katkıları olan Frankfurt Okulunun düşünürlerinde de görülür. Frankfurt Okulunun temsilcilerinden Marcuse, Adorno ve Horkheimer; teknolojinin, doğanın insan üzerinde kurduğu katı

tahakkümü esnetebilmesi sayesinde, insanların, bu esneklik sağlayan teknolojiyi kullanarak kendilerine özgürlük alanları yaratabileceğini dile getirmişlerdir. Böylelikle doğanın, insanlar üzerlerinde kurduğu katı tahakküm biçimlerinde kırılmalar yaşanabileceğini iddia etmişler ve bu bağlamdaki teknolojinin güdümüyle kurulan bazı ideaların, insanın evrimsel sürecine pozitif yansımalar bırakabileceğini savunmuşlardır. Fakat Frankurt Okulunun yine aynı düşünürleri, Aydınlanma Döneminden sonraki zamanların tahlilinde, diyalektik us ile ayrımlara (kategorileştirmelere) gidilmesi gerektiğini de vurgulamıştır. Çünkü onlara göre Aydınlanma Dönemi felsefesinin deforme edilmesi sonucunda *başkalaşım* geçiren modernizm felsefesi (ve hâliyle kapitalizm), kendini sürekli yeniden üretebilmek için bilimi ve teknolojiyi araçsallaştırmış ve etik idealarından ve asıl amacından uzaklaştırmıştır. En nihayetinde söz konusu bu bilim ve teknoloji insanı doğaya karşı özgürleştirememiş; bilakis insanların üzerindeki hiyerarşiyi veya otoriteyi maksimize edecek yöntemlerin güçlenmesine aracı olmuştur. Aynı uygulamaları doğaya da yansıtmıştır. Kısacası, kapitalizm güdümündeki bilim ve teknoloji, var-oluşunu sağlayan evrensel etik prensiplerine pek bağlı kalmamış ve böylelikle yolundan sapmıştır (Zengin, 2017: 239-240). Sonuçta; burjuva hegemonyasının ivme kazandığı dönemlerde bilimsel gelişmeler, yola, insanları doğa karşısında özgürleştirme hedefleri ve vaatleriyle çıkmıştır. Ama çelişkili biçimde yine aynı bilim ve teknoloji, mevcut faaliyetleriyle insanları özgürleşmekten ziyade, tam tersi, insanın insan üzerindeki tahakkümünün her zamankinden daha şiddetli olmasını sağlayan araçların ve kavramların üretilmesinde katalizör olmuştur (Zengin, 2017: 239). “Teknik akıl [kapitalist] pratik aklın hizmetine girmiştir” (Zengin, 2017: 239). Bunu takiben “teknoloji tüm kültür alanlarını da soğurup [liberal] politik erkin meşrulaşmasına yarar hale gelmiştir” (Zengin, 2017: 239). Dolayısıyla bu şekilde işleyen teknoloji, “egemenliğin haklılığını ortadan kaldırmayıp korur ve totaliter toplumsal dokuyu sıkılaştırır. Teknolojinin özgürleştirici gücü [yalnızca] bir özgürlük propagandasına dönüşür” (Marcuse, 1997; 117, 124, 125’den aktaran Zengin, 2017: 239). Bu nedenledir ki Bookchin, tasarladığı toplumsal ekoloji perspektifinde, bilimin ve teknolojinin kapsamına ekolojik ve anti-otoriter etik değerlerin eklenmesini şart kılmaktadır. Yalnızca bu etik değerler ekseninde eko-teknolojinin ve bu teknolojinin pratiklere döküldüğü eko-toplulukların, özgürlüğün dinamikleri olabileceğini savunmaktadır. Aynı şekilde insanın da hiyerarşik ilişkiler için araçsallaştırılmasından ancak bu etik kodların etkinleştirilmesiyle kurtulabileceğini ifade etmektedir (Zengin, 2017: 243-244). Çünkü Bookchin’e göre; mevcut kapitalizmin ürettiği çarpıklıklarının/sorunların -ki sürdürülemez tüketimde bunlardan biridir- temel kaynağı teknolojinin bizatihi kendi özünde yatmamaktadır. Sorunun temel kaynağı kapitalizmin içkin özelliklerinde yer alan *hiyerarşi, rekabet, kâr*

odaklılık, bencillik, insan-merkeziyetçi vb. gibi kodların, bilimin ve teknolojinin içine sızdırılmasında yatmaktadır. Bu yüzden bahsedilen sorunları çözmek için salt teknolojinin kendisine değil; teknolojinin nasıl, ne şekilde ve hangi amaçlar için kullanıldığına da bakmamız gerektiği Bookchin tarafından üzerine bastırılarak söylemleştirilmiştir. Ayrıca Bookchin, sorunların köküne inip araştırılmasını, sonrasında ise tanımlanan sorunların radikal düzenlemeler süzgecinden geçirilip yorumlanmasını aynı derecede önemsemiştir (Erol, 2017: 274; Zengin, 2017: 243-244).

Bookchin ile benzer noktalara değinen ve teknolojinin burjuva hegemonyasının çıkarları çerçevesinde araçsallaştırıldığını söyleyen A. Çoban’a göre kapitalizm:

Özel mülkiyete, emek sömürüsüne, artık değere, artık nüfusa, sermaye birikiminin sürekli kılınmasına, bunu olanaklı kılmak üzere üretim ve tüketimin sürekli büyümesine, bu büyümeyi olanaklı kılan teknolojik gelişmelerle desteklenmiş doğal kaynak sömürüsünün sürekli artmasına ve yaygınlaşmasına dayanan bir üretim tarzıdır (Çoban, 2012: 100).

Çünkü: “Schum Peter’in yazdığı gibi büyümenin olmadığı kapitalizm oksimorondur” (Erol, 2017: 274). Tekrardan söylemek gerekirse; bu paradigmanın temsillerine göre sorunun temel kaynağı teknolojinin bizatihi varlığında yatmamaktadır. Sorunun temel kaynağı, teknolojinin yönetilişine yön veren hegemonyanın mevcut politik, ekonomik, siyasi, ahlaksal ve etik kodlarındaki çarpıklıklarında gizlidir. Bu yüzden teknolojinin direkt kendisine yüklenilmesi ve bu bağlamda teknolojinin bütünsel olarak sorgusuz yadsınması Bookchin’e göre hataların düzeltilmesine değil, tersine, hataların devamlılığına sebep olacaktır. Ayrıca teknolojinin direkt yadsınması, kapitalizme karşıt alternatif oluşumların önüne set oluşturduğu gibi; öte yandan, kapitalist sistemin kendini meşrulaştırmasına katkıda bulunarak, burjuva hegemonyasının kendini mütemadiyen yeniden üretmesine de aracı olması söz konusu olmaktadır (Bookchin, 2017: 77-80; Erol, 2017: 273-282). Kısaca: “İnsanlığın hayret verici nesnel ilerlemeler ve iyileşmeler (özgür ve rasyonel bir toplum yaratacak türden ilerlemeler) sağlayacak araçlar üretme kapasitesine sahip olduğunu” (2017: 79) dile getiren Bookchin; yaratılan bu araçlardan Toplumsal Ekoloji hareketinin de bilfiil yararlanmasını sağlamak, hem hareketin başarısı için hem de insanlığın evrimi için hayati önem taşımaktadır (2017: 78-80). Bookchin bu sebeple derin ekolojistler veya romantik ekolojistler diye kategorileştirdiği bazı ekolojik hareketleri sık sık eleştirmektedir. Çünkü ona göre derin ekoloji benzeri hareketler, direkt teknolojinin karşısında yer alarak veya Malthusçuluk gibi ekollere destek vererek kapitalist sistemin kendini yeniden üretmesine ambalaj hazırlamaktadır. Esasen, bu ambalajlama ile alanda muhalif dinamikler üretmeye çalışan derin ekolojist hareketler ve türevleri; “küçük burjuvaların haşarı ve eksantrik olma hevesini doyuran, alınıp satılabilecek

bir butik ideoloji olmanın ötesine geçememektedir” (Bookchin, 2017: 71). Bookchin bu yüzden bir yandan ilkel döneme geri dönüşü savunan; öte yandan, insanları hayvanlardan ayıran özellikleri yadsıyan bu indirgemeciliği eleştirmektedir. Bu determinist yaklaşımların, kapitalist menşeli ambalajlanmalara maruz kaldığını vurgulamaktadır (Bookchin, 2017: 71-72).

Ekoloji de, genellikle insanları hayvan olarak gören bir indirgemeciliğe, neo-Malthusçu “açlık siyasetine”, insan karşıtlığına ve biyo-merkezciliğe ya da “eko” merkezciliğe -kısacası; toplumsal hiyerarşinin zirvesinde bulunan ingiliz kraliyet ailesi ile hiyerarşinin en alt katmanındaki lümpen anarşistlerin aynı ölçüde memnuniyet verici bulacakları bir pastişe- vurgu yapan çeşitli ‘derin ekolojiler’ tarafından [sonuçları kapitalist ideolojinin yararına olacak şekilde] tekrar tekrar ambalajlanmaktadır (Bookchin, 2017: 71-72).

Oysa Bookchin’i besleyen Marcuse açısından, hem insanın hem de doğanın özgürleşmesi; “teknoloji öncesi [döneme] dönüş anlamına gelmez; insanı ve doğayı, sömürünün hizmetindeki bilim ve teknolojinin yıkıcı kötü kullanımından kurtarmak için teknolojik uygarlığın başarılarının kullanımını geliştirmek anlamına gelir” (Marcuse, 1998: 56-69’dan aktaran Zengin, 2017: 240). Gelgelelim teknolojiyi direkt yadsıyan ve diyalektik usu esas almayan derin ekolojistler ve neo-Malthusçular günümüzde azımsanmayacak kadar çoktur. Söz konusu bu gruplar; mevcut ekolojik sorunların çözülmesi esnasında doğru noktaları yakalama gücünü minimize etmektedir (Harvey, 2008: 267-268). Zira alanda kapitalist iktidar odaklarının muhalif hareketleri çelişkilere düşürebilmek, pasivize edebilmek veya bu anti-kapitalist muhalif oluşumların içeriğini boşaltabilmek amacıyla; derin ekolojist ve benzeri hareketleri kendi yörüngesine soktuğu ve bunu takiben de söz konusu hareketleri çıkarları çerçevesinde kullandığı da gözlemlenmiştir (Bookchin, 2017: 69- 74).

Ayrıca R. Unger’dan beslenen Harvey, mevcut toplumsal uzamların içkin özelliklerinin, alternatif bir uzaman-zamansal ütopya biçimine dönüştürülmesi ediminden önce, ilk olarak bireyin kendini dönüştürmesi gerektiğini dile getirmektedir. Aksi halde, toplumsal tabanlı ilerleme kat edecek olan hareketlerde çelişkiler belirecektir. Dolayısıyla bu durum, hedeflenen alternatif ütopya kurgusunun tutarlılığına da zarar verecektir (Harvey, 2006: 228-230). “Kendimizi ancak kurumsal dünyamızı dönüştürmek suretiyle dönüştürebiliriz; zira kurumsal dönüşüm ancak kendimizi dönüştürme arzusu aracılığıyla gerçekleşir” (Harvey, 2008: 229-230). Keza Paris Komünü’nün ve Harvey’in yer aldığı paradigmanın öncüllerinden olan Elisse Reclus için de aynı teori geçerlidir. Reclus, “insanın ekolojik, özgür bir toplum kurabilmesinin ön koşulunun kendi benliğini dönüştürüp bağımsız, dayanışmacı birey olarak varlığını gerçekleştirmesi olduğunu” (Malçok, 2018: 148) vurgular.

Fakat söz konusu bu durumun tersinin, yani, bireyin kendini dönüştürmeden çevreyi dönüştürme girişimleri, bazı zamanlarda sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklarda da gözükmekte ve bahsedilen bu durum, bireylerin çelişkiye düşme ihtimalini azamileştirmektedir. Böylece hareketin tutarlılığını da zedelemektedir (Harvey, 2008: 228-230).

Harvey, mevcut kurumsallaşmış düzeninin içinde yer alan arkaik birikimlerin diyalektik etkileşimlerine de dikkat çekmiştir. Bunu takiben mevcut düzenin, yine diyalektik usla alternatif ütopyalara dönüştürülebileceği Harvey'in düşünce şemasında kendini cisimleştirmiştir. Fakat:

Bu diyalektik aynı zamanda materyalist anlamda otorite ve sabitleme sorunlarıyla yüzleşebilme yetisine sahip olmalıdır. Herhangi bir sabitleme (bir şeyi yapma) kendi otoritesini içerir, çünkü ne kadar oyuncu bir ruhla kurgulanırsa kurgulansın, herhangi bir tasarımı somutlaştırmak demek, bazen geçici bir süre için, bazen de görece kalıcı nitelikli olarak, başka tasarımların somutlaşma olanağının önünü kapamak demektir (Harvey, 2008: 241).

Harvey, söz konusu bu problemlerle karşılaşıldığında anti-otoriter tavır içinde bir strateji ve argüman benimsemenin hayati önem taşıdığını iddia etmektedir (2008: 242). Paralel biçimde bu düşünceyi Bookchin de savunmaktadır. Bookchin perspektifinde; kurgulanacak yeni oluşumların içeriğinde tahakküm biçimlerini gittikçe minimize edecek ve sonrasında da hiyerarşinin/otoritenin katı kurallarını def edebilecek yöntemler geliştirmenin elzem olduğu görülür (Bookchin, 2017: 68-71). Marksist ekolde yer alan Harvey'in uzam-zamansal ütopyasında veya kendisinin toplumsal ekoloji kuramında yahut bunlardan beslenen sürdürülebilir tüketim felsefesinin anti-kapitalist hareketlerde zuhur bulan frekanslarında da bu geçerlidir. Nitekim tarihte, bu tarz oluşumlarda hiyerarşinin bertaraf edilmesinin ne kadar önemli olduğunu gösteren işaretler mevcuttur. E. Reclus'a göre; Paris Komünü'nün ilk başta başarıya ulaşmasının temel nedeni hiyerarşiden arınması ve bu çerçevede toplumsal tabana yayılmasıdır. Sonrasında başarısız olmasının nedeni ise; Paris Komünü'nün devlet refleksi ile hareket edip bütün Fransa'ya yayılmaya çalışmasıdır (Malçok, 2018: 148). "Oysa komünün gerçek gücü, hiyerarşik olmayışında ve tabana yayılmasındaydı" (Malçok, 2018: 148). İşte bu bağlamda kullanılacak *sosyal diyalog*, anti-otoriter tavır sergileyebilmek için biçilmiş kaftan görünümündedir (Bookchin, 2017: 80). Fakat öte yandan bu diyalog yöntemi; ne kadar tahakküm ve hiyerarşiden arınabilmeyi sağlar ki sorunsalını da beraberinde getirmektedir. Ki C. Falzon'un, Foucault'dan beslenerek oluşturduğu *sosyal diyalog* kuramı bu sorulara cevap olma niteliğiyle kendini alanda somutlaştırmaktadır.

Falzon, sosyal diyalog kavramıyla “ben” ve “öteki” arasındaki ilişkileri analiz etmiş ve bu ilişki çerçevesinde otoriteden arınmış, etik bir diyalog yöntemi bulmaya çalışmıştır - buradaki ben ve öteki salt kişisel algılanmamalıdır; devletler, halklar arasındaki ilişkileri de kapsamaktadır. Falzon’a göre ben; eğer salt kendi düşüncelerini, uygulamalarını, değerlerini ötekine empoze etmeye çalışıp, ötekine kulak vermezse, kendi fanusunu yaratır ve bu fanusun dışına çıkabilecek gelişmeyi gerçekleştiremez. Çünkü bu süreçte ben, kendisini geliştirecek olan ötekini tahakküm altına almış ve böylelikle zihnini ötekilere kapatmıştır (2001: 57). “Kendi organize edici ilkelerine hapsolma, steril tekrara mahkum olma ve yeniliğe kapanma tehlikesi” ile karşı karşıya kalmıştır (Falzon, 2001: 76). Falzon buna *totalleşen düşünme* demektedir (2001: 58). Ona göre söz konusu bu durumda ben, sağlıklı bir etkileşim kurabilmek için ötekinin düşüncelerine, değerlerine, inançlarına kulak vermeli ve bu doğrultuda iletişim kurmaya çaba göstermelidir. Fakat Falzon, bunu yaparken dengeyi sağlamanın da elzem olduğunu ileri sürmektedir; çünkü söz konusu bu süreçte ben, bazı zamanlarda kendini tamamen ötekine teslim edebilmektedir. Bu bağlamda, ötekinin tahakkümüne maruz kalıp pasifleşebilmekte ve kendini sürekli ötekiyle doldurabilmektedir. Kuşkusuz bu durumda sağlıklı bir ben de oluşamamakta ve birey kendini bilmemekte yahut tanıyamamaktadır. Kendini tanıyamayan ben ise ötekiyle sağlıklı bir ilişki kuramamaktadır (Falzon, 2001: 56-59). Burada can alıcı nokta Falzon’un paradigmasına göre şudur: Ben ve öteki arasındaki ilişki her daim dengede tutulmalıdır; sırası geldiğinde ben aktif olmalı ve ötekine direnmeli, sırası geldiğinde de ben pasif olmasını bilmeli ve ötekinin ideolojisine kulak vermelidir; aynı şekilde bu süreç öteki içinde geçerli olmaktadır. Ayrıca, birinin diğerini kolayca şekillendirmesi veya etkisi altına alabilmesi mümkün olduğunca bu bağlamda engellenmelidir. Her insanın, *özne* olarak kabul edilmesi de bu noktada elzemdır (Falzon, 2001: 58-66). Aynı şekilde, A. Touraine de Falzon’la benzer düşüncülere sahiptir. Touraine’ye göre; ancak her insanı birer özne olarak kabul ettiğimiz zaman sağlıklı bir toplumun kapısını açabiliriz ve “ancak karşılıklı olarak birbirimizi birer *özne* olarak kabul ettiğimizde, birlikte ve farklılıklarımızla yaşayabiliriz” (Touraine, 2005: 212) ifadelerinde bulunmaktadır.

Antrparantez Falzon, kurduğu bu modeli, insanın, dünyayla olan ilişkisine benzetmektedir. Çünkü insanlar dünyayı aktif bir biçimde şekillendirmeye çalışırken, doğal dünya bunu tabi olmamakta, bilakis direnmektedir. Hakeza doğal dünya da insanı şekillendirmeye çalışırken, insanlar tamamen pasif olmamakta; bilfiil doğal dünyaya direnmektedir. Ekseriyetle bu direnişler, sağlıklı ve etik bir gelişmenin/ilerleyişin kilit noktasını açmakta ve anti-otoriter tavrın yerleşmesine katalizör olmaktadır. Fakat bu

direnışler karşılıklı bir şekilde birbirlerine zarar veren direnişlere tekabül etmemektedir. Bu biçimdeki direnişler, sınırları açmaya yarayan “yaratıcı aşma”nın ana mekanizmasını oluşturan işlevlere sahiplik yapmaktadır (Falzon, 2001: 58-66).

Dünya organize edici kategorilerimizin yalnızca pasif bir ürünü değildir. O istediğimiz gibi kolayca yorumlayabileceğimiz bir şey değil, aynı zamanda yorumlarımızı aşan, yorumlarımıza direnen, hakkındaki kavrayişlarımızı gözden geçirmeye zorlamak suretiyle sırası geldiğinde bizi etkileyen bir şeydir de (Falzon, 2001: 59).

Ben ve öteki arasındaki işte bu sosyal diyalog formu oluştuğu zaman iki taraf (ben ve öteki) kendi doğrularının mutlak doğru olmadığını sezmeye başlamaktadır. Karşılıklı etkileşimlerinin ve tüm bu etkileşimlerde gerçekteşmiş olan direnişlerin, gelişmenin itici kuvveti olduğunu kabullenmektedir. Böylece insanlar, doğrularını tabulaştıracak kurumsallaşmaları hayatından çıkarmaya dikkat etmektedir. Bu algı Falzon’a göre; sosyal diyalog formunun işlerliği için ciddi önem taşımakta veya deyim yerindeyse sosyal diyalog formunun olmazsa olmaz ön koşulu olmaktadır (Falzon, 2001: 62-64).

Ayrıca bu sosyal diyalog formunun işlerliği için metafizik ilişkiler Falzon’a göre devre dışa bırakılmalıdır; zira metafizik olgulara kulak veren transendental bireyler, kendilerini, sorgusuz sualsiz ötekine (tanrıya) teslim etmekte ve böylece pasifleşmektedir. Devamında da bu tarz bir pasifliği içselleştirmekte ve bu pasifliği hayatının diğer alanlarına taşımaktadır (Falzon, 2001: 72-80).

Sonuç olarak; kapitalizm, kendini yeniden üretebilmesi için bağlı olduğu tüketim biçimini bütün ideolojik ve baskı aygıtlarını kullanarak yaymak, kontrol etmek istemektedir. Bu bağlamda *bireyselliği* (bencilliği), *rekabeti*, *sürekli büyüme* anlayışını ve *kâr etme* düşturunu kullandığı ideolojik ve baskı aygıtlarının içerisine eklemleyip yaymaktadır. Bunu takiben arzuları ve ihtiyaçları istedikleri üretim ve tüketim şekli için manipüle etmektedir. Hiyerarşiyi ve sınıflı toplum yapısını da, sosyal alanlara ve bu alanların parçacıkları olan habitusları kontrol edebilmek amacıyla işlevselleştirmektedir. Ekolojik dengeyi gözetmeyen sürdürülemez tüketim pratiklerini ana-akım çalışmalar eşliğinde insanın evrimsel özelliği olarak sunmaya çalışmaktadır. Böylece, bizatihi işleyiş şeklini meşrulaştırmakta ve insanlara empoze ettiği düşturları doğallaştırmaktadır. Ancak, anti-kapitalist paradigmalara göre; kapitalizmin bu işleyiş şekli doğal değildir, tam tersi, evrimsel süreçlerimize *aykırı* özellikler barındırmaktadır. Doğanın diyalektik yapısına uzlaşmaz karşıtlıklar yaratarak zarar vermektedir. İnsanın evrimsel sürecinde [hâlâ] *olmazsa olmaz* özelliklere sahip *yardımlaşmayı*, *toplumsallığı*, *ortak kullanımı* ve *paylaşmayı* deforme etmektedir. Hiyerarşı ve iktidar ilişkilerinin cisimleşmesine ivme kazandırarak sosyal diyalog yöntemini geri plana

itmektedir. Böylelikle, sağlıklı toplumun ve doğanın diyalektik yapısını diyalektik us ile anlamlandırıp, bu yapıya uyum sağlanılmasını sekteye uğratmaktadır. Uyumu esas alıp yaşamaya çalışanları da maksimum boyutlarda çelişkilere kanalize etmektedir. Dolayısıyla söz konusu çelişkileri minimum düzeylere indirip, evrimsel süreçte insanın gelişimine önemli katkılarda bulunan bu elzem düsturların tekrardan yaygınlaştırılmaya çalışılması ve buna bağlı kalınarak üretim-tüketim ilişkilerinin esas alınması anti-kapitalist paradigmalara göre hayati önem taşımaktadır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın bu bölümünde örneklem, çalışmada kullanılan veri toplama aracı, yöntem, verilerin toplanması ile verilerin analizine yer verilmiştir.

Nitel yöntemin benimsendiği bu çalışmada yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği uygulanmıştır. Nitel araştırmalar, “ürünlerden ya da çıktılarından daha çok süreç ile ilgilenmektedir” (Altunay vd., 2014: 64). Dolayısıyla nitel araştırmalarda, nicel araştırmalardaki gibi nümerik veriler değil, anlamlara odaklanılmaktadır. Bu çerçevede görüşmecilerin söylemleri yorumlanabilmektedir (Demir, 2014: 287-290).

Nitel çalışmalar içerisinde yer alan yarı yapılandırılmış görüşmeler ise; sağladığı belirli ve dengeli esneklikten dolayı araştırmacılar tarafından sıkça tercih edilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler “ne tam yapılandırılmış görüşmeler kadar katı, ne de yapılandırılmamış görüşmeler kadar esnektir, iki uç arasında yer almaktadır” (Altunay vd., 2014: 64). Ayrıca bu görüşmelerde açık uçlu sorular sorulması ve bu sorulara verilen cevapların takip edilerek yönetilmesi, araştırmacıların görüşmecilerden detaylı bilgi almasını sağlamaktadır (Demir, 2014: 291). Sıralanan bu avantajlarından dolayı çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

Görüşmecilerin verdiği cevapların yorumlanmasında eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Söylem analizi en basit tanımıyla dilin incelenmesidir. “Metin (yazılı) ve konuşma (sözel) halinde bulunan söylemler üzerinde odaklanır” (Çelik ve Ekşi, 2008: 108). Eleştirel söylem analizi ise; “güç ilişkileri, değerler, ideolojiler, kimlik tanımlamaları gibi çeşitli toplumsal olguların dilsel kurgulamalar yoluyla bireylere ve toplumsal düzene nasıl yansıdığı ve nasıl işlendiği ile ilgilenir” (Çelik ve Ekşi, 2008: 113). Van Dijk (1997)’inde işaret ettiği gibi eleştirel söylem analizi; “söylem ya da dil kullanımının sadece biçimsel (fonolojik ya da sözdizimsel) yönü ile ilgilenmez. Bundan ziyade ilgi odağını sosyal ve kültürel bağlam içinde iletişim kuran dil kullanıcılarının oluşturduğu sosyal olaylara çevirir (Barker ve Galasinski, 2001’den aktaran Çelik ve Ekşi, 2008: 105). Bu nedenle, araştırmanın problemi çerçevesinde sorulan derinlemesine görüşme sorularına cevap veren görüşmecilerin; ideolojilerini, güç ilişkilerinin zihinlerine yansımalarını ve değerlerini kavrayabilmek için eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmıştır.

4.2. Verilerin Toplanması

Araştırmaların verileri görüşmecilerin izni ile rahat cevap verecekleri bir ortamda, dikkatlerinin dağılmayacağı koşullarda, ses kaydı alınarak toplanmıştır. Ses kayıtlarının yanında not alma tekniği de kullanılmıştır. Bütün görüşmecilere sorular aynı anlamı çağrıştıracak sözcüklerle ve tonlamalarla yöneltmiştir. Sonrasında ise; görüşmecilerden elde edilen ses kayıtlarının deşifreleri aracılığı ile elde edilen yazılı metinlere dayalı olarak belirlenen temalara göre kategorikleştirilen veriler analiz edilmiştir.

4.3. Veri Toplama Aracı ve Analizi

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Karşılaştırmalı sonuçlar elde etmek amacıyla tercih edilen yarı yapılandırılmış görüşme formu, tez kapsamında odaklanılan eleştirel çalışmaların verileri ışığında, sürdürülebilir tüketimi savunan bireylerin praksis felsefelerini anlamlandırabilmek için geliştirilmiştir. Bu formun, tezin problemiyle ve kapsamıyla uyumlu olduğunu ve açık anlaşılır dille ifade edildiğini ve uygulanabilir olduğunu tasdik edebilmek amacıyla pilot çalışma yapılmış ve pilot çalışmanın sonucunda soruların işlerliği onaylanmıştır.

Saha çalışması boyunca bütün görüşmecilere aynı anlama gelecek sorular sorulmuş ve farklı anlamlara mahal verecek sorulardan kaçınılmıştır. Böylece iç geçerlilik ve tutarlılık sağlanmaya çalışılmıştır. Görüşmenin aktarılabilirliğini etkili kılabilmek amacıyla da görüşme süreci ve bu süreçte elde edilen veriler ayrıntılı bir şekilde betimlenmiştir. Veriler araştırmanın kapsamına, problemine ve amacına bağlı kalınarak sistematik hale getirilmiştir. Bulgular, konuyla ilişkili literatür çerçevesinde yorumlanmıştır.

4.4. Örneklem

Bu tezde, araştırmanın çalışma grubunu belirlerken *amaçlı* örneklem yöntemlerinden biri olan ölçüt örneklem biçimi kullanılmıştır. “Ölçüt örneklem, örneklem problemle ilgili olarak belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesneler ya da durumlardan oluşturulmasıdır” (Altunay vd., 2014: 64). Dolayısıyla uygun çalışma gruplarını belirlerken alanın sürdürülemez tüketim ekimine karşı direnişi seçen ve bu direnişin sistematik ilerleyişinde farklı ideolojilere sahip olan gruplar gözetilerek seçim yapılmıştır. Seçilen bu gruplar, bazı paradigma farklılıklarından ötürü iki bölüme ayrılmıştır. Söz konusu bu grupların bir bölümünü Marksist teorileri benimsediğini iddia eden topluluklar, diğerini ise anti-kapitalist ekolojik yaşamı savunduğunu iddia eden topluluklar oluşturmaktadır. Türkiye’de, Marksist teori çerçevesinde (legal düzlemde) toplanıp faal olan 111 topluluk²¹ yer

²¹ (<http://www.fikirkarargahi.com/turkiyede-faal-sol-orgutler-icin-anahtar-liste/> erişim tarihi: 24.01.2019).

alırken, anti-kapitalist ekolojist ideoloji çerçevesinde toplanıp faal olan 195 topluluk²² (ya da oluşum) yer almaktadır. Bu toplulukların Antalya ilinde faaliyet yürüten kolları da mevcuttur. Tez kapsamında, işte bu topluluklar arasından, aktif faaliyet yürüten toplamda 6 topluluk içerisinde 12 kişiyle 08.10.2018 ile 22.10.2018 tarihleri arasında görüşülmüştür. Bu 6 topluğun 3 tanesi Marksist teoriyi benimsemiş, diğer 3'ü ise anti-kapitalist ekoloji felsefesini benimsemiş topluluktur. Her topluluktan 2 kişiyle görüşülmüştür ve bu 2 kişiden 1'i yer aldığı topluluğun yönetiminde yer almaktadır. Elbette bu toplulukların dışında var olan ve sürdürülebilir tüketimi savunan başka topluluklar da mevcuttur. Fakat zamanımın kısıtlılığı ve maddi koşulların yetersizliği; diğer toplulukları tezin içeriğine eklemeyi sınırlandırmıştır. Aşağıdaki iki tabloda görüşmecilerin demografik özellikleri verilmiştir.

Tablo 4.1 Marksist Teoriye Benimseyen Topluluklarda Yer Alan Görüşmecilerin Demografik Özellikleri

Marksist Topluluklardaki Görüşmeciler	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Cinsiyet:	Kadın	Erkek	Erkek	Erkek	Erkek	Erkek
Yaş:	20	32	26	24	20	45
Meslek:	Öğrenci	Kamu Çalışanı	Öğrenci	Öğrenci	Turizm Çalışanı	Emekli
Öğrenim durumu:	Lisans Devam Ediyor	Lisans Mezunu	Lisans Devam Ediyor	Lisans Devam Ediyor	Lisans Devam Ediyor	Lisans Mezunu
Yaşadığı Yer:	Antalya	Antalya	Antalya	Antalya	Antalya	Antalya

Tablo 4.2 Anti-Kapitalist Ekoloji Teorilerini Benimseyen Topluluklarda Yer Alan Görüşmecilerin Demografik Özellikleri

Anti-kapitalist Ekolojist Topluluklardaki Görüşmeciler	E1	E2	E3	E4	E5	E6
Cinsiyet:	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Erkek
Yaş:	30	36	47	29	40	43
Meslek:	Yazılımcı	İşsiz	Kitapçı	Ressam	Ressam	Emekli
Öğrenim durumu:	Lisans Mezunu	Lisans Mezunu	Lise Mezunu	Lisans Devam Ediyor	Lisans Mezunu	Lisans Mezunu
Yaşadığı Yer:	Antalya	Antalya	Antalya	Antalya	Antalya	Antalya

²² (<https://www.ekoharita.org/ekoloji-haritasi/> erişim tarihi: 24.01.2019).

Tablo 4.1 incelendiğinde araştırmaya katılan Marksist toplulukların üyelerinden 5'inin erkek, 1'inin kadın olduğu gözükmemektedir. Mesleklerine bakıldığında 3'nün öğrenci, 1'inin kamu çalışanı, 1'inin emekli ve 1'inin turizm çalışanı olduğu; öğrenim durumlarına bakıldığında 2'sinin lisans mezunu, 4'ünün lisans hayatının devam ettiği bulgulanmıştır. Ayrıca 6'sının yaşadığı yer Antalya'dır. Tablo 4.2 incelendiğinde; araştırmaya katılan anti-kapitalist ekolojist topluluklarda yer alan üyelerin 4'ünün erkek, 2'sinin kadın olduğu görülmektedir. Mesleklerine bakıldığında 2'sinin sanatçı, 1'inin esnaf, 1'inin emekli, 1'inin yazılımcı ve 1'inin işsiz olduğu; öğrenim durumlarına bakıldığında 4'ünün lisans mezunu, 1'inin lise mezunu, 1'inin lisan hayatının devam ettiği görülmektedir. Ayrıca bu 6 kişinin yaşadığı şehir de Antalya'dır.

4.5. Bulgular

Antalya ili içerisinde sürdürülebilir tüketim felsefesini benimsemiş topluluklarla yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen nitel veriler, araştırmanın kapsamıyla ilgili literatürdeki tartışmalar ışığında değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler için nitel veriler tematik olarak sınıflandırılmış, tablo hâlinde görselleştirilmiştir. Bir kısmına metin içlerinde yer verilerek değerlendirmeler yapılmıştır. Ayrıca verilerin metin ve tablolar içindeki tematik sınıflandırılması esnasında görüşmecilerin ifadeleri anlam kaybına uğratılmadan kısaltılmıştır. Görüşmecilerin isimleri/kimlikleri gizlilik prensibine bağlı kalınarak kodlanmış ve bu çerçevede aktarılmıştır. Buna mukabil sürdürülebilir tüketim felsefesini savunan Marksist toplulukların görüşmecileri “M” harfi ile kodlanmış ve “M1, M2, M3, M4, M5, M6” olarak sıralanmıştır. Anti-kapitalist ekolojist toplulukların görüşmecileri ise “E” harfiyle kodlanmış ve “E1, E2, E3, E4, E5, E6” olarak sıralanmıştır.

Çalışmanın bulgular bölümünde, araştırma kapsamında belirlenen araştırma soruları aşağıdaki Tablo 4.3'de görüldüğü gibi temalara ve alt temalara ayrılmış, sonrasında bu temalara bağlı kalınarak bulgular kısmı açılmıştır.

Tablo 4.3 Verilerin Analizi Sonucu Ortaya Çıkan Tema ve Alt Temalar

1. Tüketicinin Sınırı Üzerine Belirtilen Görüşler.
1.1 İhtiyaç Kavramı Hakkında Görüşler.
1.2. Arzu Kavramı Hakkında Görüşler.
2. Sürdürülemez/Sürdürülebilir Tüketim Felsefelerinde Üstyapının İşlevi.
2.1. Yeniden/Tekrar Kullanım ve Geri-Dönüşüm Uygulamaları Hakkında Görüşler.

2.2. Estetik ve Moda Kavramları Üzerine Görüşler.
2.3. Lüks Tüketim Üzerine Görüşler.
2.4. Tüketim, Pedagojik Eylemler ve Kimlik Arasındaki İlişkisellik.
3. Hedonik Tüketim ile Ekolojik Denge Arasındaki İlişki.
4. Tüketim Toplumunda Medyanın Yerine İlişkin Görüşler.
4.1. Reklamlar Hakkındaki Görüşler.
5. Sürdürülebilir Tüketimi Benimseyen Toplulukların Mikro-İktidar Biçimlerine Karşı Tutumu.
6. Teknoloji ve Sürdürülebilir Tüketim Felsefesi Arasındaki İlişki.
7. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Topluluklardaki Çelişkiler.
8- Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Karşılaştırılması.
8.1 Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Birbirleriyle Benzediği Yönler.
8.2 Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Birbirlerinden Farklılaştığı Yönler.

4.5.1. Tüketicinin Sınırı Üzerine Belirtilen Görüşler

Görüşmecilerin, kendilerine yöneltilen “tüketimin sınırı sizce ne olmalı?” sorusuna karşı verdiği cevaplar içinde en belirgin olarak “ihtiyaç” kavramı göze çarpmıştır. Öyle ki bu soruya cevap veren 12 görüşmeci de, tüketimin sınırının genel hatlarıyla ihtiyaç çerçevesinde çizilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Fakat tüketimin sınırının, kapitalizmin ikna araçları tarafından belirsizleştirildiği ve bu çerçevede sınırın, sınırsız bir hale getirilmeye çalışıldığı yine görüşmecilerin büyük bir çoğunluğu tarafından dile getirilmiştir. Bazı görüşmecilerin yorumları şu şekildedir:

Tüketicinin sınırı deyince, bir kere öncelikle insanın en temel ihtiyaçları baz alınmalıdır. Giyim gibi, gıda gibi, barınma gibi... Buradan başlamalı. Ancak günümüzde bunun sınırı yok. Çünkü kapitalizm sınırsız bir tüketim “özgürlüğü” sunuyor... Kapitalizm tüketime kurulu ve kâra dayalı bir sistemdir. Ürettiği malları tüketirmek üzere kurulu olduğu için de ürün çeşitliliğini sürekli arttırarak, insanları tüketmeye yönlendirmektedir (M6).

E6 kodlu görüşmeci tüketimin sınırını çizerken estetik ve medyanın işlevselliğine odaklanmıştır:

Tüketimin sınırı bence ihtiyaç temellinde olmalı... İnsan, ihtiyacı olan şeyleri tüketmeli... Ama işte günümüzde estetik kavramını da kullanarak ihtiyacı olmayan şeyleri insanlara satmak, yedirmek gibi maalesef sistemin bir manipülatif yapısı var. Bunu da tabii medya gibi, reklam gibi, tasarım gibi şeylerle çok şeytanca kullanılabiliyor... Bir yere girdiğiniz zaman ihtiyacınız olmayan tonlarca şeyi alıp çıkmış olabiliyorsunuz (E6).

Bir başka görüşmeci tüketimin minimize edilmesi gerektiğini dile getirmiş ve bunun üzerine görüşlerini bildirmiştir:

Tüketimin sınırı, insanların ihtiyacı kadar olmalı. İhtiyacı dışındaki tüketimleri yapmamalı; yani tüketim faaliyeti minimum düzeyde olmalı. Peki, toplumlar minimum düzeye indirebilir mi tüketimlerini? Zor! Çünkü kapitalist düzen minimize edilmiş tüketime fırsat vermiyor (M3).

E5 kodlu görüşmeci de yukarıdaki görüşmecilerin yorumlarını desteklemiş ve şunları ifade etmiştir:

Tüketimin sınırı kesinlikle ihtiyaçlar olmalı. İhtiyaç dediğimde izafi oluyor; ama gerçekten hayati ihtiyaçlar çerçevesi içinde olmalıdır diye düşünüyorum. Fakat tüketimin mevcut kapitalist şartlarda sınırı, psikolojik ihtiyaçlar çerçevesinde yönlendiriliyor. Gerçek ihtiyaçlar ise geri plana itiliyor... Bence tüketim, gerçek ihtiyaçlar ekseninde sınırlandırılmalıdır (E5).

Bu görüşler, tüketimin sınırını ihtiyaçlar çerçevesinde çizmiştir. Fakat ihtiyaç denilen kavram “ekonomi biliminin ilgilendiği tüm bilinmeyenler arasında en inatçı bilinmeyendir” (Baudrillard, 2015: 78). Bu şekilde nitelendirilen ihtiyaçlar; “nesnel olmakla birlikte, kavramlaştırılmaları, karşılanma yolları ve onlara yüklenen görece önem, toplumsal tarihsel olarak değişmekte, gelişmekte ve genişlemektedir” (Buğra, 2003: 30). Nitekim bu bakış açısı M6 kodlu görüşmeci tarafından dile getirilmiştir:

İhtiyaçların sınır tabii ki de çağlara göre değişir. Mesela bundan iki yüzyıl öncesindeki insanın ihtiyacıyla, bugünkü insanın ihtiyaçları arasında farklar var... O dönemlerde bilgisayar yoktu şimdi bilgisayar var. Ve bilgisayar bir ihtiyaç haline geldi. Aynı şekilde cep telefonu da... Çünkü iki yüzyıl önceki insanların geldiği yerle bugünün insanların geldiği yer arasında fark olduğu gibi, tüketimde de farklılıklar oluşur. Tüketim çeşitliliğinde ve tüketim mallarında farklılıklar oluşabilir. Aynı şekilde ihtiyaçlarda da... (M6).

Bu bağlamda Baudrillard, günümüzde sürekli değişen ihtiyaçlarımızın artık nesnelerden daha çok değerleri hedef aldığını belirtilmiştir. “İhtiyaçlar artık nesnelerden çok değerleri hedef alır ve ihtiyaçların tatmini öncelikle bu değerlerin benimsenmesi anlamına gelir. [Böylece] tüketicinin bilinçdışı, otomatik temel tercihi tikel bir toplumun yaşam tarzını benimsemektir (Baudrillard, 2015: 80). Dolayısıyla “artık bu bir tercih değildir! -ve tüketicinin özerkliği ve

bağımsızlığı kuramı bu noktada yalanlanır” (Baudrillard, 2015: 80). Baudrillard’ın perspektifinden bakıldığında, tüketimin sınırını çizmeye çalışan Marksist ve anti-kapitalist ekolojist toplulukların, hâlâ hegemonyasını sürdüren kapitalist toplumlarda yaşamaları sebebiyle, mevcut sistemin belirlediği metaları ihtiyaç olarak kabullenip satın alabilmeleri söz konusu olabilmektedir. Bu da yer yer bu toplulukların üyelerinin sürdürülemez tüketim değerlerini/ritüellerini sergileyebilecekleri anlamına gelebilmektedir.

M. Douglas ile B. Isherwood’un *Tüketimin Antropolojisi* adlı eserlerinde belirttiği gibi, tüketimin kendisini anlamamız için, tüketim fikrinin kendisini tekrar toplumsal sürecin içine yerleştirmek ve bu çerçeveden incelemek gerekmektedir (Douglas ve Isherwood, 1999: 8). Bu çerçeveden incelendiği zaman tüketim; “başka insanlarla ilişki kurmaya ve bu ilişkinin kurulabilmesi için dolayım kuran malzemelere sahip olmaya dönük toplumsal ihtiyacın parçası olan çalışma güdüsünü açıklayan aynı toplumsal sistemin bütüncül bir parçası olarak” tanımlanmaktadır (Douglas ve Isherwood, 1999: 8). Sürdürülebilir tüketim felsefesini benimseyen toplulukların, mevcut kapitalist sistemin toplumsal yapısından kendilerini topyekûn soyutlamalarının mümkün olmayacağı göz önünde bulundurulduğunda; tüketimin sınırını çizmeye çalışan bu toplulukların, zaman zaman çizdikleri bu sınırların içinde mevcut tüketim kültürünün pratiklerini sergilemesi bu bağlamda değerlendirilebilmektedir. “Kendiniz için bir şey satın almadan önce, *her zaman* dikkatlice ihtiyacım olup olmadığını değerlendiririm, diyebilir misiniz?” sorusuna cevap veren M3 kodlu görüşmecinin cevabı bu düşünceyle ilişkilidir:

Her zaman bu değerlendirmede bulunurum diyemem; çünkü kapitalizm sana satmak istediği şeyleri dayatıyor ve bazen de seni ikna edebiliyor. Yani onun ikna etme araçları senin ikna olmama araçlarından daha iyi, daha güçlü durumda... Yani bunun yanlışlığını görüyorsun ama bazen gördüğün gibi davranamıyorsun... Bu hayatın her alanında böyle... İhtiyacımız kadar üretmiyoruz-tüketmiyoruz. Tüketimin sınırını da bu bağlamda muğlak çiziyoruz. Buna ben de dâhilim... (M3).

Ayrıca M3 kodlu görüşmeci gibi M2, M6 ve E6 kodlu görüşmeciler de, bir şey satın almadan önce *her zaman*, dikkatlice ihtiyacım olup olmadığını değerlendiremem; çünkü bazen *sistemin dayatmaları çerçevesinde kararlar verebiliriz* şeklinde ifade etmiştir.

Bu bağlamda M2 kodlu görüşmecinin, tüketimin sınırının nasıl çizilmesi gerektiğiyle ilgili yorumu ise şu çerçevededir:

Tüketimin sınırı, doğanın kendini tekrar üretebildiği bir eşik çerçevesinde çizilmelidir... Yani tüketimin sınırı; bizim arzularımızdan/iştahımızdan daha çok, doğanın kendini tekrardan yenileyebileceği bir eşik çerçevesinde çizilmeli... Çünkü insanın ve bazı canlıların her faaliyetleri, doğada bir kirlilik

yaratacaktır. Ve burada doğanın özümseyebileceği bir kirlilik eşiği vardır... Tüketimlerimiz ile o eşiği aşmamamız gerekiyor ki, söz konusu işte bu eşik bizim tüketimimizin sınırı olmalı (M2).

Söz konusu eşik, mevcut kapitalist düzen tarafından fazlasıyla aşılmaktadır. Bu eşiği dengeye oturtmaya çalışan devrimci oluşumların çoğu, Deleuze ve Guattari'a göre, mevcut sistemi direkt yıkmak/parçalamak isteğiyle yaklaşımları nedeniyle sağlıklı bir yöne doğru yol almamaktadır. Şöyle ki: "Devrim, senaryoyu yırtıp atmak, içsel gelenekler ve beklentilerin yanı sıra dışsal politik ve ekonomik kurumları unutmak ya da yıkmak sorunu değildir. Çünkü o zaman geriye hiçbir ilişki kalmaz" (Goodchild, 2005: 15). Aksine devrim: "Senaryoya eklemeler yaparak, başka yerlerden stratejiler alıp umulmadık değişiklikler yaparak gerçekleşir" (Goodchild, 2005: 15). Dolayısıyla bu eklemlemeler esnasında, mevcut sistemin içindeki belirli sürdürülemez tüketim kodlarını alıp, deneyimlemek de söz konusu olabilmektedir. Bu da sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların yer yer sürdürülemez tüketim kalıplarını sergilemeleri manasına gelebilmektedir. Esasen Deleuze ve Guattari'a göre bunun yaşanması da gayet normal ve kaçınılmazdır (Goodchild, 2005). Aynı şekilde bu düşünce kendini Foucault'da da göstermektedir. Foucault'ya göre; mevcut iktidarı yıkıp, kendi iktidarını ya da oluşumunu kurgulamak isteyen iktidarlar ve/veya oluşumlar, yer yer yıkmak istedikleri iktidarın bazı sembollerini, değerlerini, ritüellerini, pratiklerini alımlayabilmekte ve bunu yeni kurguladıkları oluşumlarında sergileyebilmektedir (https://www.youtube.com/watch?v=_GHTXsER1zE&t=24s/, erişim tarihi: 07.01.2018). Bu da ortaya çelişkiler çıkarabilmektedir.

Sonuç olarak; tez kapsamında görüşme yapılan hem Marksist toplulukların hem de anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyeleri, ihtiyaç kavramının sınırını çizmeye çalışırken, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini göz önünde bulundurmıştır. Ayrıca her iki paradigmanın üyeleri de mevcut iktidarın manipölasyonlarına maruz kalabileceklerini dile getirmiş ve bu bağlamda, çecekleri etik tüketim şemalarının içerisine kimi zaman günümüz tüketim kültürünün pratiklerinin sızabilme ihtimalinden bahsetmiştir. Sürdürülemez tüketim faaliyetlerinin habituslarına sızma tehlikesine karşı disiplinli bir tavrın gerekliliğinden dem vurulmuştur.

4.5.1.1. İhtiyaç Kavramı Hakkında Görüşler

Tüketimin sınırının ihtiyaçlar çerçevesinde çizilmesi gerektiğini söyleyen görüşmeciler, ihtiyaç kavramı hakkındaki genel kanıları A. Maslow'un ihtiyaçlar piramidiyle aynı çizelgede yer almaktadır (M2 ve E3 hariç). Maslow'un *İnsan Olmanın Psikolojisi* (2001) adlı eserinde belirlediği bu piramide göre; insanın ilk iki ihtiyacının fizyolojik ve güvenlik

ihtiyacı olduğu ifade edilmiştir. Bunlara temel ihtiyaçlar adı da verilmektedir. Gıda, su, giyinmek, üremek, barınmak bunların en bilindik örneklerini oluşturmaktadır. Bu ihtiyaçlardan sonra insanın sosyalleşme ihtiyacı gelmektedir. İnsanın kendini gerçekleştirmek için bir sanat dalını öğrenmesi veya sosyalleşmek için herhangi bir kulübe üye olması yahut üzerindeki stresi atabilmek için konsere/tiyatroya gitmesi gibi eylemler ise bu ihtiyaçların somut pratiklerini göstermektedir. Bu eksenle ihtiyaç kavramını tanımlayan görüşmecilerin düşünceleri şu şekildedir:

İhtiyaç, insanın yaşaması için lazım olan gerekliliklerden doğar. Örneğin barınma, beslenme ve üreme bir ihtiyaçtır. Bunların üçü, bir insanın insan olabilmesi, hatta bir canlının var olabilmesi için gerekli bir durumdur. Barınamazsanız ölürsünüz, beslenemezseniz ölürsünüz, üremezseniz ölürsünüz; yani soyunuz kurur ve soyunuz ölür... Tabii ki ihtiyaç özellikle bugünkü şartlarda, salt bu üç şeyle sınırlı değildir... Aynı zamanda ihtiyaç, örneğin; bir tiyatroya gitmek de ihtiyaçtır. Güzel bir sinemada güzel bir film izlemek de ihtiyaçtır. İnsanın ruhsal beslenmesini, kısaca ruh dünyasını güzelleştirir bunlar... (M6).

E4 kodlu görüşmeci de benzer yorumda bulunmuştur:

İhtiyacı daha çok temel ihtiyaçlar üzerinden tanımlarım. Hani umumi ihtiyaçlar üzerinden tanımlarım. Ne gibi? Barınmak, beslenmek, giyinmek gibi temel hayati gereksinimler... Sonuçta insanların en temel ihtiyaçları bunlardır. Bunlardan sonra ise sosyal ihtiyaçlarımız gelir (E4).

Yine aynı şekilde M5 kodlu görüşmeci de ihtiyaç kavramı hakkında M6 ve E4 kodlu görüşmeciler ile aynı çizelgede açıklama yapmıştır:

İhtiyaçlarımız en başında temel ihtiyaçlarımızdır. İnsanın karnını doyurması, su içmesi, yemek yemesi, barınması gibi ihtiyaçlardır. Sonrasındaysa, gelişimimiz üzerinde etki edebilecek, ruhsal anlamda, zihinsel anlamda geliştirebilecek tüketimlere de ihtiyaç derim. Yani bu sanat da olabilir, edebi bir kitap da olabilir vs. (M5).

Diğer bir görüşmecinin ifadesine göre ihtiyaç:

Yaşamsal gereksinimlerdir. Yani barınma, giyinme, gıda gibi fizyolojik ihtiyaçlar... Ondan sonra, tatil de olabilir tabii, sonuçta insanlar şehirde bunalabiliyor; o sebeple tatile de gitmeli insan... Sonra kültür ihtiyacı var. Yani bunun dışında belki sayamadığım 1-2 şey daha vardır. Onun dışında da yaşaması için çok fazla şeye ihtiyacı yok bence insanın (E6).

E1 kodlu görüşmeci ise yapılan açıklamalara ek olarak estetik kavramına değinmiştir:

İhtiyaç için öncelikle insanın kendi temel ihtiyaçlar olan; yeme, içme ve barınma ihtiyaçlarını sıralarım. Bunları hallettikten sonra da belki bunun üzerine en fazla kendi estetiğini kurgulayabilirsin. Çünkü bu

estetik; hem giydiğin şeyi etkiliyor hem de lezzet dediğimiz kavramla da biraz ilişkilidir. Esasen bu şekilde estetik bence, ihtiyaçların döngüsünü de belirliyor (E1).

Görüşmeciler psikolojik ihtiyaçları ve fiziksel ihtiyaçları birbirinden ayırmış ve göreceli şekilde fizyolojik ihtiyaçlara önem atfetmiştir. Yaşamak için fizyolojik temel ihtiyaçların önemi göz ardı edilememektedir; fakat Douglas ve Isherwood için yine de bu ayırımları yapmak, insanın tüketimini ve ihtiyacını anlamlandırabilmekte, eksiklikler yaratabilmektedir (Douglas ve Isherwood, 1999: 87-88).

Fiziksel ihtiyaçlara hizmet eden mallar -yiyecek ve içecek-, bale ve şiiirden daha az anlam taşıyan şeyler değildir. Hayatı sürdüren ve sağlığı koruyan mallar ile zihin ve kalbe hizmet eden öbürleri -ruhsal mallar- arasındaki yaygın ve yanıltıcı ayrıma, gelin bir son verelim. [Çünkü] bu yanlış ayırım, [kendini] bir fuzuli lüksler yığınının, tüketici ahmaklığının ve kötücül reklamcılığın bir karışımıyla açıklanmaya bırakır (Douglas ve Isherwood, 1999: 87).

Douglas ve Isherwood’a göre; ihtiyaç kavramı üzerinde yapılan Maslow tarzı bu eksik tanımlamalar, ihtiyacın gerçekten ne olduğu hakkında fikir elde etmemizin bütünselliğine zarar vermektedir (Douglas ve Isherwood, 1999: 87-88). Şöyle ki;

Toplumdaki hiçbir sınıf, en düşkün durumdaki yoksullar bile, alışılmış gösterişli tüketimden [kendini] tümüyle sarfınazar etmez. En güçlü zorunluluğun yarattığı bir baskı olmadan, bu tüketim kategorisine ait son eşyalardan vazgeçilemez. Son incik boncuktan veya paraya dayanan nezahetin son hilesinden de vazgeçilinceye kadar sefalet ve sıkıntıya göğüs gerilecektir (Veblen 1899/1934’den aktaran, Buğra, 2003: 40).

İnsanlar, ruhsal ihtiyaçlarını giderirken sosyalleşebilmek ve sosyalleştikleri alanda statü/güç elde edebilmek adına zaman zaman ihtiyaçlarının sıralamasında değişiklikler yapabilmektedir. Bu görüş G. Miller tarafından da dile getirilmiştir. Miller’a göre insanlar, kimi zamanlarda fizyolojik ihtiyaçlarının bazı kısımlarını -örneğin güvenlik ihtiyacını-, psikolojik ihtiyaçlarını gidermek için geri plana itebilmektedir (Miller, 2012: 32-33). Öyle ki Bauman’ın: “Postmodern insanlar bir parça mutluluk karşılığında kendi güvenlik potansiyelinin bir kısmını takas ediyor” (Bauman, 2013: 10) ifadesiyle göndermede bulunduğu durum, Miller’ın bahsettiği konuyu destekler niteliktedir. Özetle, insanlar, Maslow’un çizdiği ihtiyaçlar hiyerarşisinde ikinci kademedede yer alan *güvenlik ihtiyacını* zaman zaman sosyalleşmek -ve hatta zaman zaman sosyal statülerini sosyalleştikleri ortamda semiyotik tüketimle sergilemek- adına son sırada yer alan *kendini gerçekleştirme ihtiyacıyla* takas edebilmektedir. Dolayısıyla görüşmecilerin Maslow tarzında ihtiyacı tanımlamaları, ihtiyaç kavramı hakkındaki fikirlerinde eksiklikler olabileceğini göstermektedir. Bu durum, ihtiyaçların giderileceği

tüketim eylemi esnasında, görüşmecilerin, sürdürülemez tüketim ritüellerini sergilenmesine ve böylece benimsedikleri felsefeyle çelişkiye düşmelerine zemin hazırlayabilmektedir. Çünkü ihtiyacın ne olduğuna dair ortaya çıkan bilgi eksikliği ve bu eksikliğin oluşturduğu boşluğu, mevcut kapitalist sistemin bizzat kendisi ivedilikle doldurabilmektedir (Douglas ve Isherwood, 1999: 33-35). Böylece:

Yeni şey -daha iyi çim biçme makinası ya da daha büyük buzdolabı-, her nasılsa zorunlu bir mal haline gelir. Bu yeni şey kendine sahip olunmasının zorunlu olduğunu dayatır ve hane halkına, kendisi olmadan daha ilkel bir çağın kaosuna geri çekileceklerini bildirerek onları tehdit eder (Douglas ve Isherwood, 1999: 34).

Nitekim görüşmecilerin yorumları içinde, E3 kodlu görüşmecinin ifadesiyle M6 kodlu görüşmecinin yorumu kıyaslandığında, bu kanıyı destekler nitelikte örnekler belirmektedir. Örneğin E3 kodlu görüşmeci, ihtiyaç hakkında şu yorumlarda bulunmuştur:

İhtiyaç bence ekolojik etik çerçevesinde verilen eğitimler ile insanlara aktarılmalıdır. Dayatılmamalıdır, aktarılmalıdır! İnsan, o zaman neye ihtiyacı olup olmadığını kendisi karar verecektir. Temel nirengi noktası da burasıdır bence! Çünkü bizim ihtiyacımızı ne? Kim belirliyor? Biz bunu tam olarak bilemiyoruz... Bence bize ihtiyaç diye sunulan şeyler aslında tasarım harikalarıyla, reklam yaratıcılığıyla bize yutturuluyor, empoze ediliyor. Hani biz gerçekten kendi hayatımızla hesaplaştık, işte bir yerden bir yere giderken o kadar da çok özel araca binmemiz gerekmediği ortaya çıkar... Dolayısıyla bu koşullandırılmaları insanların da direnmesi gerekmektedir. Mesela ben hâlâ şahsi otomobil almıyorum. Alabilecek gücüm var ama almıyorum! (E2).

M6 kodlu görüşmeci ise özel şahsi otomobilin eski zamanlara göre daha ucuz olduğunu belirtmiş ve bu bağlamda özel şahsi otomobillerin satın alınmasında sakınca görmediğini izahat etmiştir:

Artık günümüz kapitalist şartlarda insanın bir evinin ve bir arabasının olması lüks bir durum değildir. Tabii bu evinin nasıl bir ev, arabasının ise nasıl bir araba olmasıyla da ilgilidir... İşte eskiden arabası olan insana “ooo arabası var, vay be!” falan diyorduk. Şimdi özel/shahsi arabalar neredeyse her ailede var... Yani yaygınlaştıkça otomobiller, neredeyse herkes bütçesine göre ikinci el falan alıp bir otomobil sahibi olabiliyor... Benim de ikinci el satın aldığım bir arabam var (M6).

Bu iki yorum kıyaslandığında, E3 kodlu görüşmecinin yorumu ihtiyaçlarımızın yönlendirildiği üzerinedir ki, Galbraith'e göre ihtiyaç duyularımızın kâr odaklı kapitalizm tarafından koşullandırılması günümüzün en büyük problemlerinden biridir (Baudrillard, 2015: 81). Öyle ki, kapitalist sistem ekolojik dengeyi gözetseydi toplu taşıma sistemini geliştirilip, insanların ulaşım ihtiyacını bu noktaya çekebilirdi. Fakat kapitalist sistem, aksine, otobanların yapısını geliştirilip alanını genişletmekte ve insanların ulaşım ihtiyaçlarını gidermeleri için

özel otomobiller satın almaya koşullandırmaktadır. Bu bağlamda yorumda bulunan E3 kodlu görüşmecinin fikirleri, sürdürülebilir tüketim anlayışıyla tutarlıdır. Zira E3 kodlu görüşmeci; insanların bu kadar özel otomobillere koşullandırılmasına ve bu koşullandırılmaya insanların olumlu cevap verip, özel otomobillere rağbet göstermesini eleştirmektedir. Kendisi, bu sebeple özel/şahsi otomobil satın almadığını dile getirmiştir. Ancak M6 kodlu görüşmeci yaptığı açıklamada, kapitalist sistemin otomobilleri ucuzlatması neticesinde, insanların özel arabalar satın alabilmesini meşru görmüştür. Ayrıca bu görüşmeci başka yorumunda kendisiyle çelişebilecek şu yorumda bulunmuştur:

Bu dünyada her ailenin evinde bir tane araba olduğunu düşünebiliyor musunuz? Ekolojik felaket demektir bu! Böyle bir şey olmaz! Herkesin özel bir binek otomobile ulaştığı dünyada, yani fosil yakıt yakan bir otomobili olduğu zaman bu ekolojik felaketle sonuçlanır (M6).

Baudrillard'ın “insan, sadece otomobilleri satmak üretmekten daha zor olduğundan beri insan için bir bilim nesnesi haline gelmiştir” (Baudrillard, 2015: 82) cümlesi de, bu bağlamda sorunun nereden kaynaklandığını net bir şekilde göstermektedir. Dolayısıyla, M6 kodlu görüşmecinin yorumu, benimsediği felsefeyle çelişkiye düşebileceğini göstermektedir. Çünkü ekolojik denge için buradaki temel sorun; özel/şahsi otomobil satın alma gücünün artması değil, özel/şahsi araba kullanımının artmasıdır. Öte yandan, buradaki çelişkinin temel nedenlerinden bir diğeri ise; ihtiyacın ne olduğu ve ekolojik dengeyle uyumlu bir şekilde nasıl giderileceği ile ilgili bilgi eksikliğidir -ve dahil olduğu ideolojik çevre ile epistemolojik bağ kopmuş görünmektedir. Çünkü M6 kodlu görüşmecinin ulaşım ihtiyacının giderilmesi konusunda sorun olarak gördüğü asıl konu maddi imkânlardır. Maddi alım gücünün artması çerçevesinde ulaşım ihtiyacının özel arabalar ile giderilmesi söz konusu bu metinde M6 kodlu görüşmeci için sorun teşkil etmemektedir. Adorno'ya göre bu süreçlerde asıl sorun, bu metalleri sadece parası olan insanların alabilmesi değil, sorun; kapitalizmin, meta çeşitliliği ile yarattığı muğlaklık ortamında gerçek ihtiyaçların ne olduğuyla ilgili bireylerin zihnini deforme etmesidir (https://www.youtube.com/watch?v=TA_kKfGHZQI, erişim tarihi: 14.06.2018). Böylece bu deformasyonlar sonucunda, özel/şahsi otomobillerin birer zorunlu ihtiyaca dönüştürülmesi normalleştirilebilmektedir.

M6 ile aynı topluluk içerisinde bulunan M2 kodlu görüşmeci de, özel otomobil satın almanın maksimize edilmesini ekolojik denge için zararlı olduğunu düşünmektedir:

Düzenli bir işte çalışıyorum, düzenli kaldığım bir evim var... Diyorum ki peki, bunların yanında bir de arabaya ihtiyacım var mı? Şimdi maddi ekonomik durumum açısından araba alabilecek bir gücüm var. Fakat ben bu duruma şu açıdan bakıyorum; ben diyorsam eğer tüketim faaliyetlerindeki sınır eşiği,

doğanın kendini yenileyebilme imkanı çerçevesinde olmalı; eee o zaman benim şahsi araba almam da bu eşiği açmaya neden olan şeylerden biri olmayacak mı? Bence olacak! (M2).

Buradan hareketle M6 kodlu görüşmecinin, hem araştırmanın kurduğu kuramsal çerçeve ekseninde; hem de E3 ile M2 kodlu görüşmecilerin yorumlarına binaen, sürdürülebilir tüketim felsefesiyle tutarsız pratikler sergilediği değerlendirilmesi yapılabilir.

Bir başka görüşmecinin “kendi düşünceleriniz çerçevesinde ihtiyacı tanımlasanız ne dersiniz?” sorusuna verdiği cevap şu şekildedir:

Sıfır noktasına gelip kapitalist koşullardan kendini soyutladığında ihtiyaç, etrafta bulduğun bir salkım üzümdür. Veya ağaçtan, aç anına denk geldiğinde kopardığın bir elmadır... Üşüdüğün zaman üzerine aldığın bir hırkadır. Kısaca, mevcut tüketim kültürünün bize verebileceği hiçbir şey olmadığını kabul ettiğimizde; beliren ihtiyaçlarımız aslında sıradandır... Çünkü bu durumda mevcut metaların, markalı giysilerin, seni mahkûm ve bağımlı kıldığını fark ediyorsun... Hâlbuki en üşüdüğüm günde bile üzerime örtebileceğim basit bir örtü beni ısıtır ve ihtiyacımı karşılar... Hatta böyle durumlarda beni ısıtanın aslında kalbim olduğunu fark ettim; yani o anda kalbim genişliyor ve bedenimi ısıtıyor gerçekten (E2).

İhtiyaç kavramı üzerine E2 kodlu görüşmecinin verdiği cevabın içeriksel özellikleri, Bookchin perspektifinden bakıldığında derin ekoloji düşüncesinin yansımaları olarak nitelendirilebilir. Bu yansımalar, Bookchin’e göre; anti-kapitalist ekoloji hareketlerine bilfiil zarar vermekte ve bu hareketin içinde yer alan bireyleri çelişkilere düşürebilmektedir. Çünkü derin ekoloji perspektifi; mevcut süreçleri diyalektik us ile değerlendirmemektedir. Bu nedenle, mevcut sistemin içindeki verili materyalleri/nesneleri ve ilişkileri topyekûn reddetmeye yeltenmektedir (Bookchin, 2017: 71-72). Bookchin’in kurguladığı toplumsal ekoloji hareketi ile derin ekoloji hareketlerinin ayrıldığı noktalar şu noktada belirmektedir: Öncelikle bu iki düşünce biçimi; insanın doğaya egemen olduğu ve doğaüstünde tahakküm kurduğu gerçeğinde ortak kaniya varmaktadır. Lakin bu tespitin sonrasında derin ekoloji hareketi, ekolojik krizin temel kaynağına ademi-merkeziyetçi düşünceyi yerleştirmektedir. Ademi-merkeziyetçiliğin alternatifi olarak da biyo-merkezciliği öne sürmektedir. Toplumsal Ekoloji açısından bu görüş doğal evrimi yok saymakta ve evrim sürecindeki farklılaşmaların ortaya çıkardığı çeşitliliği/çokluğu bir gelişim olarak gör[e]memektedir. Dolayısıyla, insanın, doğal evrim içindeki gelişen ve diğer canlılardan daha kompleksif sinir sistemi sayesinde çevresini ve kendisini değiştirebilme potansiyeline sahip olduğunu yadsımaktadır (Bookchin, 2013; 48). Bunun da ötesinde, insanın beşeri gerçekliği yaratan akıllı ve akıl aracılığıyla yöntem geliştirme becerisi de yok sayılmaktadır. E2 kodlu görüşmecinin üşüdüğü zaman bir hırka ile üşüme sorunu ortadan kaldırmayı doğal görmesi, derin ekolojinin söz konusu bu

fikirsel izlerini barındırmaktadır. Fakat insan isterse, akıllı ile yenilenebilir enerji sahaları kurabilmekte ve bu temiz enerjiyle çalışan bir ısıtıcı üretebilmektedir. Yine E2 kodlu görüşmeci: *Dışarıdan ihtiyaç olarak görüp de aldığım her şey, bana fayda vermedi, aksine zarar verdi* ifadesinde bulunmuştur. Ancak, burada ona zarar veren tüketim ilişkileri, kapitalist sistemin kâr odaklı üretim ve tüketim ilişkilerinden kaynaklanmaktadır. Sorunun asıl kaynağı topyekûn insan ilişkileri ve icatlarından dolayı değil, mevcut sistemin üretim ve tüketim anlayışından doğmaktadır. Bunu takiben E2 kodlu görüşmecinin bu bakış açısı, sürdürülebilir tüketim anlayışının mealen anlatısını da içinde barındıran toplumsal ekoloji hareketiyle çelişmektedir. Ayrıca toplumsal ekoloji anlayışı insanın sadece doğadaki bir elmayla yahut bir salkım üzümle beslenmesine razı gelmemektedir:

Toplumsal ekoloji bir açlık ve maddi yoksunluk ekolojisi değil, bir bolluk ekolojisidir; israfın -daha doğrusu ihtiyaç fazlasının- yeni bir değerler sistemi tarafından kontrol altına alınacağı ve akıl dışı davranışlar sonucunda kıtlığın ortaya çıkması halinde, halk meclislerinin demokratik süreçlerle rasyonel tüketim standartları oluşturacağı rasyonel bir toplum yaratılmasını amaçlar (Bookchin, 2017: 99).

Sonuç olarak; insanların, sosyalleşmek ve kişisel gelişim adına gerçekleştirdikleri tüketimlerinin ihtiyaç olabileceği hem Marksist toplumların, hem de anti-kapitalist ekolojist toplumların üyeleri tarafından dile getirilmiş ve kabul görülmüştür. Yine her iki paradigmanın üyeleri tarafından, insanın bu ihtiyaçlarının, sermayedarlar tarafından mevcut üretim ve tüketim ilişkilerine göre yönlendirilmeye çalışıldığı ifade edilmiştir. Bu bağlamda, bireylerin zihinlerinde, ihtiyacın ne olduğuyla ilgili fikir karmaşa yaratılabileceği benzer ifadelerle vurgulanmıştır. Fakat anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyelerinde, ihtiyacın anlam alanına ait sorgulamalarda, dayatılan mevcut ihtiyaçlara ve bu ihtiyaçlar çerçevesinde yapılan tüketimlere karşı konulan tavır, Marksist topluluklara kıyasla daha kuvvetli olduğu görülebilmektedir. Yeterli paranın olması dahilinde özel/şahsi arabanın satın alınmasını meşru görebilen M6 kodlu görüşmeciye karşı, anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyelerinde bu tarz söylemlerin dile getirilmemesi buna örnek teşkil etmektedir. Ayrıca, anti-kapitalist ekolojist toplulukların (E2) kimi üyelerinde, kapitalist ideolojinin ürettiği, ama ekolojik dengenin sağlanabilmesi için esas alınabilecek metalleri reddedebilecek söylemler yer alabilirken, Marksist toplulukların üyelerinde bu şekilde yorumlamalara rastlanılmamıştır.

4.5.1.2. Arzu Kavramı Hakkında Görüşler

Arzu kavramı bu araştırma için temel nirengi noktalarından biridir; çünkü evrimin ve insan ilişkilerinin dinamiğini arzu kavramı oluşturmaktadır (Goodchild, 2005: 74-75). Spinoza'nın, arzuyu insanın özü olarak konumlandırması da bu yargıyı destekler niteliktedir.

(Baker, 2014: 95). Dolayısıyla arzu kavramının; sürdürülebilir tüketim kültürünün aktif bir şekilde yayılabilmesi için, söz konusu bu kültürü savunanlar tarafından eksiksizce anlamlandırılması gerekmektedir. Bunu ortaya çıkarabilmek için görüşmecilere arzu kavramı üzerine şu şekilde soru sorulmuştur: “Piyasadaki ürünler içinde sizin arzularınıza hitap eden ürünlerin, gerçekten de sizin arzularınız olup olmadığını sorguluyor musunuz?”. Sorulan bu soruya E3 kodlu görüşmecini verdiği cevapta arzusunun manipüle edildiği dile getirilmektedir:

Tabii bu sorgulamaları zihnimde gerçekleştiriyorum. Mesela diyelim ki; bir ekstrem spora heves sarıyorum... İşte o anda o sporun ürünlerini alayım mı diye kendi kendime sorular soruyorum. Bu sporu gerçekten ben yapabilecek miyim? Bu sporu birileri yapıyor ve ben acaba bu kişilere özendiğimden dolayı mı buna merak salıyorum diye kendimi sorguluyorum. Yani, sonuçta ben de herkes gibi dağın tepesinde bundy-jumping yapmak zorunda değilim... Ama maalesef biz insanlar -ben de dâhil olmak üzere- bu gibi tuzaklara düşebiliyoruz... Bazen bu bence haset duygusundan dolayı gelişen bir şey oluyor. İşte bilmem kim Babadağ’ından atlama yapıyormuş, sen de onun fotoğraflarını görüyorsun sosyal medyadan ve o duygunun deneyimini arzuluyorsun... (E3).

Bu cevabı yorumlarken doğanın evrimsel döngüsünü yüzeysel de olsa aktarmak gerekmektedir. Çünkü insanlar *birinci doğa* diye adlandırılan bir doğadan evrimleşmiştir. Ve bu birinci doğa, insanların içinde yaşadığı doğaya koşulsuz biat ettiği dönemleri tasvir etmektedir (Bookchin, 2017: 17-18). *İkinci doğa* dediğimiz kavramsallaştırma ise insanın toplumsallaşıp, doğanın üzerinde yavaş yavaş kurduğu tahakkümler neticesinde kendine özgürlük alanları yaratabilmesine gönderme yapmaktadır (Bookchin, 2017: 17-18). Ve bu doğa Marcuse’a göre; bilhassa kapitalizmin yerleşip yayılmasıyla birlikte farklı bir anlam alanına kavuşmuştur. Zira: “Tüketici ekonomisi ve şirket kapitalizminin politikası insanı meta biçimine saldırganca ve libidinal olarak bağlayan [başka] ikinci bir insan doğası” (Marcuse, 2013: 20) yaratmıştır. Kısaca, bu doğanın içinde kendini mütemadiyen tüketim ile var edebilecek olan kapitalizm; insanları, sürekli tüketime sevk edecek stratejiler ile yıkıcı bir şekilde meta fetişizmine yönlendirmiştir. Stratejilerini işler hâle getirebilmek amacıyla en önemli yeri bizzat arzu kavramının karakteristik yapısına ayırmıştır. Ayırmaya da devam etmektedir; çünkü kapitalizm, sürekli yeni arzular imal ederek “bir zamanlar normatif düzenlemenin yerine getirdiği işi” yapabilmektedir (Bauman, 2000: 86). Tanıtım ve ticari reklamcılık aracılığıyla arzuların doyumunu sürekli satın alma faaliyetlerine endeksleyerek; “bir zamanlar asayiş kuvvetlerinin işgal ettiği yeri” (Bauman, 2000: 86) tanıtım ve reklamcılığa devredebilmektedir. Bu çerçevede arzuyu kışkırtıp harekete geçiren kapitalizmin, postmodern dönemde en temel vaatlerinden biri; “keyif verici ve daha önce denenmemiş bir duyumun yaşanacağı vaadidir” (Bauman, 2000: 86). E3 kodlu görüşmecinin bahsettiği ekstrem sporlarını deneyimlemek arzusu da, kapitalizmin işte bu kışkırtmalarını

temsil etmektedir. Keza bu noktada E3 kodlu görüşmeci, zaman zaman çelişkiye düştüğünü açıkça kendisi dile getirmiştir. Zaten kapitalizm, bu tarz çelişkilerin sıklıkla yaşanması için heterojen arzuları serbest bırakıp, herkesi sonsuzca arzulayan bireyler olarak tatmin etmeye çalışmaktır (Bauman, 2000: 196). Veya tatmin olacaklarını vaat edip, deyim yerindeyse, bireylerin ağızlarına bir parmak bal çalmaktadır. Böylece, sürdürülemez tüketimin maksimize edilmesi amacıyla bireylerin arzularını devamlı sıcak tutmaktadır (Horkheimer, Adorno, 2014: 187).

Arzuyla ilgi soruya cevap veren E4 kodlu görüşmeci konuya daha farklı bir pencereden bakmıştır:

Arzularımın bana empoze edilip, edilmediğini sorguluyorum tabii ki de! Mesela uzun süre akıllı telefon kullanmamaya direndim, yani bunu almak için bana dayatılan arzuya direndim; fakat verdiğim çevre mücadelesi olduğu için en sonunda akıllı telefon aldım... Ama hala bazı teknolojik gelişmelere tepki duyabiliyorum, hani buna ihtiyacım yok, neden alayım diye kendi kendimi sorguluyorum. Yani tuşlu bir telefonda işime yarıyor, neden dokunmatik telefona arzu duyayım ki... Bunun bir dayatma olduğunun da farkındayım; çünkü değişen dünya aslında bizi zoraki bir şekilde satmak istediği şeylere kanalize ediyor... (E4).

Bu yoruma binaen Bauman'ın, *Yasa Koyucular ve Yorumcular* adlı kitabındaki şu analizi, konuya açıklık getirmektedir:

Yeni egemenlik tarzının ayırt edici özelliği, bastırmanın yerine baştan çıkarmayı, zorla düzenlemek, yerine halkla ilişkileri, otorite yerine reklamcılığı, kurallar dayatmanın yerine gereksinim yaratmayı geçirmesidir. Bireyleri bugün topluma bağlayan şey, onların birer tüketici olarak etkinlikleri, tüketim çevresinde düzenlenmiş yaşamlarıdır (Bauman, 2003: 200).

Özetle bu bireyler, bazı şeyleri satın almamaya çalışsa bile, maruz kaldığı kapitalist ideolojik aygıtların mesajları ve toplumsallaşmanın gereklikleri neticesinde istemediği şeyleri satın alabilmektedir. Daha doğrusu istemediği bazı materyallerin işlevselliğine gereksinim duyabilmektedir. Dolaylı yoldan bu gereksiniminin giderilmesine de arzu duyabilmektedir. E4 kodlu görüşmeci, arzu duymadığı bazı şeylerin gereksinim haline getirilmesine ve bu bağlamda gereksinim haline getirilen materyallerin işlevselliğine arzu duyabileceğini ifade etmiştir. Böylelikle, bazı zamanlarda, benimsediği felsefeyle çelişki sayılabilecek tüketimleri sergileyebileceğini dile getirmiştir.

Diğer bir görüşmeci, sistemden kendimizi tamamen soyutlamamızın mümkün olamayacağını dile getirmiş ve söz konusu soru için şöyle bir yorumda bulunmuştur:

Alış-veriş yaptığımda, aldığım bir ayakkabının rengi bana yakışmıyor mu diye kendi kendime soru soruyorum ya, işte bu soruyu sormak bile zaten toplumsal refleksi de içinde barındırıyor... Yani salt

bağımsız yaşayıp da karar verdiğimiz bir sorgulama değil bu... Toplumsal ilişkilerin yansımaları barındırıyor içinde. Bu bağlamda bence yüzde yüz sistemin empoze ettiği şeylerden bağımsız değiliz (E1).

Freud'un ve Lacan'ın psikanalitik yaklaşımlarına göre insanlar, bebeklik ve çocukluk dönemlerinde, öğrenmeyle elde ettikleri deneyimlerinin birçoğunu yetişkinlik dönemlerindeki davranışlarında sergileyebilmektedir. Diğer bir deyişle; insanların bebeklik ve çocukluk dönemlerinde öğrendikleri semboller, ifadeler ve beğeniler, yetişkinlik dönemlerindeki tüketim anlayışlarını tamamen olmasa da hatırı sayılır bir seviyede şekillendirmektedir (Bocock, 2014: 88-89).

Bebeklerin içinde doğduğu ve sosyal olarak eğitildiği çeşitli ve farklı kültürler (yani inançlar, ahlâki değerler ve sembolik kapsamlar dizisi) bilinç dışında, çocukların ve yetişkinlerin davranışlarında değişik sonuçlar oluşturur (Bocock, 2014: 89).

Bocock, bebeklik döneminden kalan duyguların ve heyecan katmanlarının, insanların yetişkin olduğu zamanlarda da varlığını devam ettirdiğini dile getirmiş ve bu duyguların “bilinç dışında kalıp, reklamlar yoluyla yüzeye çıkartılabildiği”ni ifade etmiştir (Bocock, 2014: 91). Öte yandan söz konusu bu durum, salt bebeklik ve çocukluk dönemlerini kapsamamaktadır. Aksine insanlar, yetişkin olduğu dönemlerde de arzularını sosyal süreçler ekseninde bilinçli veya bilinçsizce dönüşümlere/değişimlere sokmaktadır (Bocock, 2014: 94). Nitekim *arzunun akışkanlığı* deyimini buradan gelmektedir. Çünkü: “Arzunun akışkanlığı deyimini arzuların biyolojik olarak belirlenmelerinin yanı sıra, bir insanın yaşam döneminin tümü için oluşturulmuş, sabit bir kalıpta olmadığını ve zaman içinde değişebileceğini anlatır” (Bocock, 2014: 103). Arzuların toplumsal refleksler eşliğinde değişimlere ve dönüşümlere uğrayabileceği dile getirilir (Bocock, 2014: 94). E1 kodlu görüşmecinin, ayakkabı satın alırken seçeceği rengi etkileyen toplumsal refleksler de bu duruma örnek teşkil etmektedir. Ve bu yönlendirmeler, genellikle, kapitalizmin kendini sürekli yeniden üretebilmesi için bağlı olduğu sürdürülemez tüketim kanalıdır. Dolayısıyla E1 kodlu görüşmecinin sürdürülebilir tüketim felsefesini savunmasına rağmen, sürdürülemez tüketim pratiklerini sergilemesi bu bağlamda değerlendirilebilir.

“Piyasadaki ürünler içinde sizin arzularınıza hitap eden ürünlerin, gerçekten de sizin arzularınız olup olmadığını sorguluyor musunuz?” sorusuna verilen diğer cevaplar genellikle *evet sorguluyorum ve bu sorgulama ekseninde ihtiyacım olan şeyleri alıyorum* çerçevesindedir. Yani bu görüşmeciler, sermayedarların manipülatif tuzaklarına düşmediklerini, arzularının bu sınıfların kontrolündeki aygıtlar tarafından kısıtlanmasına izin

vermediklerini dile getirmişlerdir. Örneğin M1 kodlu görüşmecinin aşağıdaki cevabı, diğer görüşmecilerinde cevabını temsilen özetler niteliktedir:

Evet sorguluyorum. Şöyle sorguluyorum; bu bana birileri tarafından empoze mi ediliyor; yoksa bunu gerçekten ben mi beğendim diye kendimi sorguluyorum. Eğer gerçekten hoşuma gitmişse, alabileceğim bir şekildeyse ve fiyattaysa da satın alıyorum... Tam olarak bu beğeni benden kaynaklı değil de, başka bir dış sebepten kaynaklı olduğunu düşünürsem o ürünü satın almıyorum (M1).

Bu şekilde yorumda bulunan M1 ve diğer görüşmeciler (E1, E3, E4 hariç), arzularının kendi kontrollerinde olduklarını dile getirmişlerdir. Fakat Lacan'a göre arzu ve libidolar aynı dil gibi bir yapıya sahiptir. Birey, doğduğu andan itibaren öğrenmeye başladığı dil gibi, bilinçdışında, arzu ve libidolarını tanıdığı kültür çerçevesinde oluşturmaya/şekillendirmeye başlamaktadır (fakat bu dil gibi rasyonel bir yapıda olmaz). Kısaca, dil gibi insanların arzuları ve libidoları da doğduğu kültürün kodlarıyla çerçevenmekte ve yönlendirilmektedir (Bocock, 2014: 94). Lacan'ın yorumuna binaen M1 ve diğer görüşmecilerin ifade ettiği gibi arzunun üzerinde böyle bir öznel kontrolden bahsedebilmek zor gözükmektedir. Çünkü aydınlanma dönemiyle birlikte arzunun tasarımı bir devrim yaratılmıştır. Buna *arzulamada Kopernikçi devrim* denilir. Bu devrime göre insanlar artık arzu duyduğu nesnelerin etrafında değil, nesneler insanların arzuları etrafında dönecektir. Ve nesneler, arzulanabilir kişisel tasarımlara endekslenecektir (Baker, 2014: 152- 153). Arzulanan olan, arzulamaya değer olan şey “bundan böyle, nesnenin kendisini dayatmasıyla değil, kendi dayattığımız tasarımın senteziyle” oluşturulacaktır (Baker, 2014: 153). Öyle ki meta yelpazesinin muazzam boyutlara ulaşacağı süreçler bu devrimle başlamıştır. Söz konusu bu tasarımlar, kapitalizm gibi bir sistemin kontrolünde kâr odaklı hedeflerle sentezlenerek tüketici piyasasına sürülmüştür. Tüketici bireylerin arzuları sürekli kışkırtılmıştır. Öte yandan arzu denilen kavram özellikle kolektif bir yapıya göndermede bulunmakta ve o alan içinde biçimlenmektedir. Deleuze'un ifadesiyle: “Arzu kolektiftir: Kolektif üretimde gerçekleşen toplumsal ilişkinin bir niteliğidir. İnsanlar arasındaki gerçek ilişkilerden oluşan, kişinin kurduğu bir toplumsal düzlem ve içinde yaşadığı bir yaşam tarzıdır” (Goodchild, 2005: 306). Dolayısıyla, geniş meta yelpazesinin olduğu ortamda, kâr odaklı bir yönetimin hegemonyası altında kışkırtılan ve toplumsal ilişkiler çerçevesinde şekillenen arzuların steril bir şekilde kontrol edebileceğini söylemek zorlaşmaktadır. Kâr odaklı hareket eden kapitalizmin empoze ettiği arzular çerçevesinde zaman zaman gayri ihtiyari tüketimlerde bulunmak bu bağlamda değerlendirilebilmektedir. Nitekim bütün insanlar gibi araştırmaya katılan görüşmecilerin de sürdürülemez tüketim faaliyetlerine itecek arzular bu şekilde empoze edilmektedir. Bu arzular çerçevesinde görüşmecilerin sürdürülemez tüketimde bulunma ihtimalleri söz konusu

olabilmekte; benimsedikleri felsefeyle çelişkiye düşmeleri kapitalist toplum var oldukça az ya da çok gerçekleşebilmektedir. Çünkü iktidar:

Yalnızca baskı uygulamaktan -bastırmaktan, engel çıkarmaktan, cezalandırmaktan- ibaret olmadığını, arzuyu yaratarak, zevki kışkırtarak, bilgiyi üreterek; bundan daha derine nüfuz ettiğini de göstermektedir. İktidar bedeni çalıştırır, davranışa nüfuz eder, arzu ve zevkle iç içe girer (Foucault, 2007).

Sonuç olarak; iktidarın bu sarmalından kaçmak Deleuze, Guattari ve Foucault'ya göre o kadar kolay görünmemektedir. Aynı şekilde, arzuyu bu iktidar sarmalı içinde steril bir şekilde kontrol ettiğini söyleyen bireylerin sözlerine tamamen itimat etmek de bahsedilen analizlere göre zordur. Buna karşın, yine de, steril bir şekilde arzularını kontrol edilebileceğini düşünen görüşmeciler, hem Marksist toplulukların hem de anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyelerinde belirebilmektedir. Öte yandan, arzunun biçimlenişinde tamamen otonom olmadıklarını ve yönlendirilebileceklerini dile getiren görüşmeciler anti-kapitalist ekolojist topluluklarda yer alırken (E1, E3, E4), Marksist toplulukları temsil eden görüşmecilerin yorumlarında buna benzer sorgulamalara rastlanılmamıştır.

4.5.2. Sürdürülemez/Sürdürülebilir Tüketim Felsefelerinde Üstyapının İşlevi

Özellikle Marksist kuramcılar tarafından kullanılan *üstyapı* kavramı kültür kavramına; karşısında konumlanan *altyapı* ise ekonomi/üretim ilişkilerine göndermede bulunur (Althusser, 2000: 25). Bu iki kavram arasında, tarih boyunca sürekli bir etkileşim yaşanmış ve ikisinin arasındaki bu etkileşim, iktidar biçimlerinin tasarımlarına göre devamlı değişikliğe/dönüşüme uğramıştır. Fakat “Marx'ın [da] dediği gibi, eğer bir toplumsal formasyon üretimde bulunurken, aynı zamanda üretim koşullarını da yeniden üretmezse, hayatını bir yıl bile sürdüremeyeceğini bir çocuk bile bilir” (Althusser, 2000: 17-18). Bu kaide, özellikle kapitalizm gibi altyapı ilişkilerine önem veren bir sistem için hayatidir; ancak, bu altyapı ilişkilerinin kendini yeniden üretebilmesi, her daim yine üstyapı ilişkilerine bağlı kalmaktadır (Althusser, 2000: 19-24).

Kapitalist altyapı ilişkilerinin kendini yeniden üretebilmesi için gerekli olan üstyapı ilişkileri ise; modernizm ve postmodernizm dönemlerinde değişimler geçirmiştir. Katı, kuralcı ve akışkan olmayan bir kültür modeli sunan modernizmden; daha esnek, kuralsız, akışkan bir kültür modeli sunan postmodernizme doğru kayış yaşanmıştır. Bauman'a göre; tüketim çılgınlığına da bu doğrultuda ivme kazandırılmıştır (Bauman, 2015: 12-16). Nitekim Baudrillard'ın ortaya attığı hiper-gerçeklik kavramsallaştırması, varlığını bu akışkanlıktan almaktadır. Çünkü birey, söz konusu bu akışkan ortamda o kadar çok mesaj bombardımanına

tutulmaktadır ki; gerçek ile sanal ayırt edemeyecek zihinsel süreçlere itilmektedir. Gerçeklik algıları bu doğrultuda sakatlanmaktadır. Gerçeklik algısı deforme olan bireylerin aradıkları hakikat de, bu bağlamda, iktidarın yolladığı mesajlar çerçevesinde yoğrulmaktadır. Aynı şekilde, bireylerin ihtiyaçları da sakatlanan bu gerçeklik algısının itici kuvvetiyle iktidarın güdümüne sokulmakta; böylece, tüketim toplumu yayılıp/yerleşecek zemine kavuşmaktadır (Baudrillard, 2011: 14-15; 50-58). E4 kodlu görüşmecinin; *kimi zaman neyin ihtiyaç neyin ihtiyaç olmadığını, neyin lüks neyin lüks olmadığını karıştırıyorum* yorumu Baudrillard'ın bu analiziyle ilişkilendirilmesi mümkündür.

Bauman'a göre günümüzde kültür artık "yasaklardan değil, tekliflerden, kurallardan değil, önermelerden" oluşmaktadır (Bauman, 2015: 15). "Ayartma ve baştan çıkartma yoluyla çekici ve cezbedici şeyler ortaya koymakla meşguldür; polis gücü yerine halkla ilişkiler (PR) kullanarak ve yeni görevler değil, yeni ihtiyaç ve istekler üreterek, tohumlarını atarak ve büyütür" (Bauman, 2015: 15) kendini var etmektedir. Çünkü:

Günümüz toplumu, tüketim toplumudur. Burada, kültür, tüketiciler tarafından, dünyanın geri kalanı gibi, potansiyel müşterilerin durmaksızın yön değiştiren dikkatlerini bir göz kırpması süresinden biraz daha fazla çekebilmek için mücadele eden, bir tüketim ürünleri deposu olarak algılanır (Bauman, 2015: 16).

Kısacası artık kültürün (üstyapının) işlevi; mevcut ihtiyaçların doyurulması üzerine değildir; bilakis sürekli ve sonsuzca yeni ihtiyaçlar yaratmak üzerine işlev görmektedir (Bauman, 2015: 19). Hatta Bookchin'e göre günümüz toplumlarında meta fetişizmi, ihtiyaçlar fetişizmi ile birbirine o kadar çok yedirilmiştir ki, tüketim faaliyetleri bu yüzden *akıl dışı* bir hâl almıştır.

Kapitalizm üretim için üretime yol açtığı gibi tüketim için tüketime de yol açar. Büyük burjuva düsturu "büyü ya da öl"ün, "satın al ya da öl" gibi bir karşılığı vardır. Malların üretiminin, kullanım değerleri, gerçek fayda nesneleri olarak işlevleriyle ilişkisi kalmadığı gibi isteklerin de artık insanlığın gerçek ihtiyaç duygusuyla ilgisi kalmaz. Mallar ve ihtiyaçlar kendilerine özgü kör bir hayat edinirler; onları üreten ve tüketen insanların kaderini belirler görünen fetişleştirilmiş bir biçim, akıldışı bir boyut alırlar. [Böylece] Marx'ın ünlü kavramı "meta fetişizmi", "ihtiyaç fetişizmi"nde paralelini bulur (Bookchin, 1994: 156).

Keza E1 kodlu görüşmecinin söyledikleri de bu konuyla ilişkilidir:

Ali Şeriatî şey der; siz nesneyi kullanamıyorsanız nesne sizi kullanır der. Hatta bu durumu "Alınasyon" [alienation] kavramsallaştırmasıyla açıklar. Yani nesnenin kendisine dönüşmek; örneğin arabalaşmak ya da paralaşmak veya "şeyleşmek" gibi... Bir şeye sahip olma gücünüz burada tutkuya dönüşüyor ve o tutkuya sahip olduğunuzda da siz o nesneye dönüşüyorsunuz. Hatta Şükrü Erbaş'ın: "Bunalıyoruz

çocuk bunalıyoruz, biçim veremediğimiz şeylerin biçiminiz alıyoruz” diye bir şiiri vardı. İşte bu dizeler her şeyi anlatıyor aslında... Gerçekten de siz elinize geçen parayı nasıl kullanacağınızı, doğayla ilişkiler açısından iyi tasarlayamazsanız paranın nesnesi haline geliyorsunuz ve bu sizin davranışlarınızı belirliyor (E1).

Fakat yine de böyle bir alanda, söz konusu bu tüketim kültürüne ve davranışlarına karşı direniş sergileyen habituslar da ortaya çıkmaktadır. Tüketim kültürünü besleyen iktidar odaklarına karşı, direnişi seçen gruplar her daim alanda belirmektedir. Gramsci’ye göre; hegemonyasını kuran kapitalizm, her iktidar gibi, kurduğu bu hegemonyasında nihai zafer elde etmiş değildir. Ve hegemonya kavramı nihai zafere değil, sürekli bir mücadele alanına göndermede bulunmaktadır (Gramsci, 1986: 73-76). Foucault için de aynı görüş esastır:

İktidarın olduğu her yerde, her zaman direniş vardır, biri ötekiyle iç içedir: “... Bir iktidar ilişkisi olduğu andan itibaren, bir direniş olasılığı da vardır. Hiçbir zaman iktidarın kapanına düşmeyiz; belirli koşullar içerisinde ve kesin bir strateji uyarınca, her zaman onun etkisini değiştirebiliriz” (Foucault, 2015: 285).

Bahsedilen bu mücadele alanında, kapitalizmin ektiği sürdürülemez tüketim kültürüne karşı sürdürülebilir tüketimi savunan direniş odakları da mevcuttur ve bu direniş odakları; sürdürülebilir tüketim felsefesini, üstyapı ilişkilerinden sosyal alanlara yaymak istemektedir. Söz konusu bu üstyapı ilişkilerinde ise, mevcut tüketim anlayışına karşı direniş sergileyen grupların geliştirdiği belirli yöntemler vardır. Tez kapsamında bu yöntemler, verilen cevaplar ekseninde alt temalarda sunulmuş ve tutarsızlıklar/çelişkiler tez kapsamında sınanmıştır. Çünkü M3 kodlu görüşmecinin dediği gibi; *her an çelişkilere düşmememiz ihtimal dâhilindedir; çünkü kapitalizmin ikna etme araçları, sürdürülebilir tüketimi savunanların ikna olmama araçlarından daha iyi, daha güçlü durumdadır*. Ya da Swartz’ın söylediği gibi: “Bireyler ve gruplar çoğunlukla iktidar ilişkilerinin keyfi niteliğini açıkça görürler, ama onları değiştirecek imkân ve araçlardan yoksundurlar” (Swartz, 2011: 393). Bu araçlardan yoksun olmaları, mücadelelerinde başarısızlıklara ve tutarsızlıklara sebebiyet verebilmektedir (Swartz, 2011: 392-394).

Ek olarak; alt temalara geçmeden önce, sürdürülebilir tüketimin bu direniş odaklarında yer alan bazı görüşmecilerin yorumlarına değinmek, direnişe ilişkin söylemlerini ve yöntemlerini daha net anlamlandırma olanağı sağlamaktadır. Bu yoruma binaen M6 kodlu görüşmecinin direniş göstergelerine sahip yorumu şu biçimdedir:

Tabii ki de savurgan tüketime karşı çıkıyoruz ve sade yaşamaya çalışıyoruz. Yani bu topluluk zenginlerin evi değil ki! Dolayısıyla buradaki üyelerimizin yaşam standartları, mevcut gelir durumları, ücretleri de bellidir. Bu topluluğünde lüks yaşamak, aşırı savurgan tüketimde bulunmak gibi bir şey

yok. Olamaz. Birçok arkadaşımı ben biliyorum misal zeytinini evinde kendi kurar. Reçelini kendi yapar. Köyünden meyvesini getirir vs. Böylece kışa hazırlığını yapar (M6).

Bir başka görüşmeci ise bu noktada toplum yararına yapılan eylemlere değinmektedir:

Biz toplum destekli tarım yapmayı gündemine almış; toprağı kirletmeyen zehirsiz tarımı kesinlikle ilkesel olarak benimsemiş insanlarız örgütsel olarak. Bunu da aynı zamanda toplum yararına yapmak istiyoruz... Kapitalizmin mevcut üretim ve tüketim kültürüne karşı direnmeye çalışıyoruz... Örneğin, genel olarak yiyeceklerimizi ortak alıyoruz ve ortak tüketiyoruz. Karbon ayak izini azaltmak için tek kargo kullanıyoruz. Antalya'ya çok yakın üreticileri tercih ediyoruz... Yemekleri bazen beraber yapıp beraber yiyoruz... Sosyalleşmek için dışarıda faaliyetler düzenliyoruz. Diğer insanlar da gelsin, faaliyetimizi görsün diye... Bu arada bu yemeklerin hepsi, vejeteryan, vegan ve sağlıklı adil gıdadan oluşuyor... (E3).

Biri Marksist diğeri anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan bu iki görüşmecinin yorumları, kapitalist üretim ve tüketim pratiklerine karşı direniş odaklarının olduğunu ve mevcut üretim-tüketim ilişkilerine karşı bu direniş odaklarının, kendilerine has yöntemler üretmeye çalıştıklarını gösteren söylemler barındırmaktadır. Bu bağlamda M6 kodlu görüşmeci; *sade yaşamın* ve *bireysel gıda üretiminin* önemine dikkat çekerken; E1 kodlu görüşmeci *sürdürülebilir tarımın*, *veganlığın/vejeteryanlığın* ve tekelleşen piyasa güçlerinin yerine *yerel üreticiyi* desteklemenin önemine dikkat çekmektedir. Günümüzde hayvan endüstrisinin, birçok endüstriye kıyasla çevreye daha çok zarar verdiği göz önünde bulundurulursa, anti-kapitalist ekolojist topluluklarının vurguladığı veganlık/vejeteryanlık, sürdürülebilir doğa için ayrı bir öneme sahiptir. Çünkü “hayvancılık ve yan ürünlerinden kaynaklanan karbondioksit (CO2) yıllık 32.000 milyon ton ve bu miktar dünya çağındaki sera gazı emisyonunun %51’ini oluşturuyor” (<https://veganlik.org/cevre/>, erişim tarihi: 22.12.2018). Marksist topluluklarda yer alan görüşmecilerin yorumlarında veganizm ve vejeteryanizm felsefesine ait düşüncelerle karşılaşılmamıştır. Aynı görüşmecinin söylemlerinde sürdürülemez tüketim ya da aşırı tüketim olarak ifade edilen durumun kendi topluluklarında yaşanmamasının nedeni olarak işaret edilen noktada “maddi yetersizlikler” vurgusu hâkimken, anti-kapitalist ekolojist topluluklarda “kapitalizmin mevcut üretim ve tüketim kültürüne karşı direniş” baskın niyet olarak görülmektedir.

Ayrıca yardımlaşma, paylaşma ve ortak kullanım anlayışları direniş odakları tarafından benimsenmiş diğeri elzem düsturlardır. Nitekim bu düsturların benimsenmesi anti-kapitalist paradigmalara göre önem arz etmektedir; zira burjuva ideolojisi, *insan insanın kurdudur* prensibini alanda meşrulaştırmaya çalışarak, insanların birbirleriyle rekabeti maksimize etmeye çalışmaktadır. Böylelikle pazar çıkarlarını sağlama almayı hedeflemektedir

(Teber, 2003: 340-344). Öte yandan sermayedarlar, yardımlaşmayı ve paylaşmayı alanda pasivize edebilmek amacıyla insanların narsistik duygularını ön plana çıkaracak politikalar inşa ederek insanları bencil olmaya itmektedir. Öyle ki sistemin tetiklediği narsizm, sürekli toplumun *biz* duygusuna saldırmakta, *ben* duygusunu güçlendirmektedir. Bireysel çıkarları insanların gözünde parıldatmaktadır. Her şeyin en iyisini -diğerlerinden daha iyisini- hak ettiğini düşünen bireyler kümesi yaratmak için üstyapı ilişkilerini yönlendirmektedir. Bu şekilde tüketimi bireysel düzleme indirgeyerek, sürdürülemez tüketimin alanda güç kazanmasına itici kuvvet oluşturmaktadır (<http://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/8220/selfie-narsisizm-kulturunun-bir-sempptomu#.Wti6FqBWr59>, erişim tarihi: 19.04.2018). Fakat Bookchin, yapılan biyolojik araştırmaların verileri ekseninde ortaya attığı teorilerinde bu durumun tam tersinin sağlıklı bir yaşam biçimine olanak verdiğini tespit etmiştir. Çünkü ona göre yaşamdaki bütün metabolik gelişmelerin, evrimlerin, etkileşimlerin en sağlıklı ve nitelikli olanlarında rekabet, bencillik, bireysel kazanç düsturu değil; bilakis *ortak-yaşamsal* düsturları hâkimdir -yani ortak kullanım, yardımlaşma, paylaşma pratikleri sergilenmektedir (Bookchin, 1996: 78-79). Bu yüzden sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir bir doğa için yardımlaşmanın, ortak kullanımın ve paylaşmanın benimsenmesi önemlidir. Zira ortak kullanım, paylaşma ve yardımlaşma anlayışları insanların *biz* duygusunu güçlendirir ve tüketimin bireysel düzlemden toplumsal düzleme geçmesini sağlar. Böylelikle tüketimi de minimize eder. Örneğin Marx'ı oldukça etkileyen C. Fourier'in tasarladığı toplum yapısında: "Ortak üretilen yiyecekler az enerji kullanmak amacıyla büyük mutfaklarda pişirilir. Hep beraber büyük yemekhanelerde yenilir. Çamaşırların tek bir yerde toplanıp yıkanılması sağlanır" (Malçok, 2018: 145). Buna benzer amaçlar için, kapitalizmin kontrol etmeye çalıştığı üstyapı ilişkilerinde, söz konusu bu düsturlar ile direniş alanları kurgulayabilmek hem Marksist, hem de anti- kapitalist ekolojist düşünürler için son derece elzemdir. Bu analizleri takiben görüşmecilere ortak kullanım, yardımlaşma ve paylaşma düsturlarının topluluklarında faal olup-olmadığına dair soru sorulmuştur. Verilen cevaplar şu şekildedir:

Biz zaten komün yaşamın örgütlenmesini istiyoruz... Bunun için çabalıyoruz... İşte aynı yerde kalmak, aynı yemekleri yemek vs. gibi... Örneğin parti büromuzda hep birlikte yemek yemek başlamıştık, baya da bir ekonomik oluyordu. İşte paralarımızın bir kısmını partiye aktarıyoruz ve o parayla gidip tavuk ciğer alıyoruz (paketi 6 liradan) 2-3 paket ve böylece 10-15 kişiyi doyuyoruz... Yani bugün 10-15 kişinin lokantaya gittiği zaman vereceği 150 liradansa, 30-40 liraya bunu halletmiş oluyoruz. Bu da tüketimi biraz daha azaltıyor. Kıyafet de aynı şekilde, yani dolaplarımız ayrı değildir bizim evimizde, dolaplarımız birliktedir... Zaten kimsenin de değildir giysiler, "biz"imdir... (M3).

Bir başka görüşmeci: *Tabii ki de bu anlayışları önemsiyoruz ve komün yaşamaya çalışıyoruz. Komün demek ortaklaşa demek, o sebeple birçok şeyi paylaşmaya, ortak kullanmaya çalışıyoruz* (M4) yorumunda bulunmuştur. Diğer bir görüşmecinin bu konu hakkındaki kanaati ise şöyledir:

Paylaşma ve dayanışma bizim ilkemizdir. Örneğin kitaplarımızı paylaşıyoruz. Ya da biri köyden zeytin getiriyor ve topluluğumuzdaki birine hediye veriyor, diğeri de ona başka bir şey veriyor. Ürettiklerimizi paylaşıyoruz. Bu gibi anlayışlar var kısaca... Veya üyelerimizden bazıları kendi ürettiği şeyleri topluluğumuzun bürosuna getirip buzdolabına koyuyor, isteyen gelip oradan yiyor. Bazen de beraber yiyoruz. Bu tarz ortak kullanım anlayışlarımız var (M6).

Paylaşma, yardımlaşma ve ortak kullanım düsturu hakkında Bookchin'in teorilerini savunan E1 kodlu görüşmecinin fikirleri ise şunlardır:

Evet ortak kullanım anlayışımız, paylaşma ve yardımlaşma anlayışımız kesinlikle var. Çünkü bazı materyaller/nesneler vardır ki bunların herkeste olması lazım değildir. Örneğin basit anlamda söylersek hassas tartı böyledir. Bizim örgüt içerisinde kullandığımız bir materyaldir ve ayda bir kere ürettiğimiz şeylerin dağıtımı esnasında kullanılır. Dolayısıyla bu tartıdan ayrı ayrı herkesin birer tane alması yerine, tek bir tane alınıp ortak kullanılması daha fazla tartı tüketilmesi engeller... Bu aynı zamanda şu bilinci de geliştirir; müşterekler halinde ortak hareket etme bilincini geliştirir (E1).

Sonuç olarak; paylaşma, ortak kullanım ve yardımlaşma anlayışı, görüşmecilerin yer aldığı topluluklarda yeterli olmamasına rağmen, aktif bir şekilde pratiklere yansıtılmaya çalışıldığı görülmektedir. Ayrıca, Marksist topluluklarda yer alan görüşmecilerin hepsi bu düsturların dikkate alındığını belirtirken; anti-kapitalist ekolojist topluluklarda, bu düsturların dikkate alındığını sadece E1 ile E3 kodlu görüşmeciler dile getirmiştir. Söz konusu düsturların benimsenmesinde kişi sayısı önemli bir faktör olduğundan dolayı; Marksist toplulukların üyeleri tarafından bu düsturların benimsenmesi, anti-kapitalist ekolojist topluluklara kıyasla daha çok önemsendiği fikri yukarıdaki görüşmecilerin verdiği yorumlar bağlamında değerlendirilebilmektedir.

Yukarıdaki yorumlar ışığında, direniş odaklarının, kapitalizmin ürettiği üstyapı ilişkilerine karşı kendi kültürel ilişkilerini geliştirdikleri görülebilmektedir. Bu direniş odaklarında yer alan görüşmecilerin, praksis felsefelerinde ne ölçüde çelişkiler görüldüğünün belirlenebilmesi için alt temalar çerçevesinde sorular yöneltilmiştir.

4.5.2.1. Yeniden/Tekrar Kullanım ve Geri-Dönüşüm Uygulamaları Hakkında Görüşler

Sürdürülebilir tüketim anlayışını benimseyen toplulukların, yeniden/tekrar kullanım ile geri dönüşüm anlayışlarını içselleştirmeleri ve uygulamaları beklenir. Çünkü bu uygulamalar,

kapitalizmin sürdürülemez tüketimini kısmen de olsa azaltmakta ve bu tüketime karşı ufak direniş alanları sağlayabilmektedir. Ayrıca bu uygulamalar doğadan daha fazla hammadde alımına bir nebze de olsa engel olabilmektedir.

Tanım olarak yeniden/tekrar kullanma; “bir ürünü daha sonra kullanmak üzere saklama, tamir ettirme, ikinci el kullanımı ve kullanılan ürünün eskimemesi için onu çok dikkatli bir şekilde kullanma” davranışlarına verilen isimdir (Başcı, 2015: 57). Geri dönüşüm uygulamaları ise; “uygun ürünleri aynı ya da benzer kategori ürünlerine dönüştürme işlemine” verilen addır (Başcı, 2015: 57). Geri dönüştürmedeki esas anlayış, kullanılan materyallerin özlerini tekrardan hammaddeye dönüştürmektir (Başcı, 2015: 56-57). Bu bağlamda ürün ambalajlarını ayrıştırarak atmak bu geri dönüşüm uygulamalarına hizmet etmektedir.

Araştırma kapsamında yeniden/tekrar kullanım anlayışı için sorulan soru: “Eskiyen veya bozulan ürünlerinizi çöpe atmak yerine başka bir amaç için kullandığınız oluyor mu?” şeklindedir. Bu soruya görüşmeciler tarafından verilen cevapların bir kısmı şöyledir: *Yani bir kere kot montumdan çanta yapmıştım. Onun dışında pek fazla böyle şeylerle uğraşmışlığım yok; ama eskiyen ürünlerimi de direkt çöpe atmam!* (M1). Başka bir görüşmeci ise:

Şöyle söyleyeyim, internette mesela kendin topla kendin yap gibi videolar var. Örneğin eskiyen nevresim takımlarını uygun boyutlarda kesip, tekrardan nevresim takımı yapıyorlar. Buna benzer bir şey yapmıştım bir kere. O da kalem kutusu gibi bir üründü. Bir kere de kazağımdan bere yapmıştım. Fakat bu tarz yeniden kullanım anlayışını hayatımda çok nadir uyguladım, yeterli değildir (M4).

M3 kodlu görüşmeci bu soruya, eskiyen eşyalarını yeniden/tekrar kullanıma sokmaktan ziyade, bu eşyalarını ihtiyaç sahiplerine verdiğini dile getiren cevap vermiştir:

Hayatım boyunca hiçbir kıyafetimi çöpe atmadım. Eskiince yer bezi olarak da kullanmadım. Genelde uzun süreli giyiyorum. En olmadı ihtiyacı olan başka kişilere veriyorum. Mahallede ihtiyacı olanlara kıyafet toplayan yerler var, oralara veriyorum... Kesinlikle çöpe atmıyorum... Kendim için yeniden kullanılacak seviyeye getirmesem de, ya da başka bir amaç için kullanacak şekle sokmasam bile gidip yoksullara veriyorum, çöpe atmam! (M3).

E1 kodlu görüşmeci de bu tarz uygulamalarda diğer görüşmeciler gibi yeterli olmadığını dile getirmiştir:

Yeniden kullanım için temel düstur şudur; bir şey almazsın, mevcut elindeki eşyaları alır kullanırsın. Parçalarından yeni şeyler bir araya getirirsin... Buna da hevesim var ve küçük küçük bunları deneyimliyorum. Örneğin evimdeki bir lambayı, paletlerle kendim yapmıştım... Hatta bu lamba benim estetik ihtiyacımın bir yönünü de kapattı. Çünkü kendi estetik anlayışıma göre tasarladım bu lambayı... Bu tür eğilimlerim var yani. Fakat şu an için yeterli değilim (E1).

Bir diğerk görüşmeci ise eşyalarının kullanım ömrünü *tamir ettirerek* uzatmaya çalıştığını ifade etmiştir:

Mümkün mertebede eşyalarımı çöpe atmam... Eşyalarımın kullanım ömrünü olabildiğince uzatmaya çalışırım. Örneğin lap-topum yakın zamanda arızalanmıştı. Tamir ettirene kadar çok bilgisayarıcı gezdim, sonunda da tamir ettirdim... Bu elektronik aletlerin tamiri öyle bir şey ki artık, arızası oldu mu, onu atın kıvamına geliyor... Lakin ben 8-10 tane bilgisayarıcı dolaştım ve bilgisayarımı uygun fiyata tamir ettirdim... Bu arada şunu da söyleyeyim; eski zamanın insanları bu tarz konularda daha bilinçli hareket ediyorlar... Ben omlar kadar yeterli değilim açıkçası... Bu da benim öz-eleştirim olsun (M2).

Görüldüğü gibi yukarıdaki cevaplarda ortak tema; *yapıyorum ama tam olarak yeterli değilim* şeklindedir. Fakat bu anlayış yeterli seviyelere getirildiği ve yaygınlaştırılabildiği vakit sürdürülebilir tüketim için mücadele alanları yaratabilmektedir. Salt giysi, ev eşyası ve belirli dekorasyon alanlarında bile olsa bu yeniden/tekrar kullanım anlayışı, mevcut tüketim kültürüne karşı küçük direniş alanları kurgulayabilmektedir. Reclus'nün dediği gibi: “En kötülerimiz biriktirmekle [sermaye anlamında] ve atmakla yetiniyor; en iyilerimiz yeniden dönüşüme sokmakla...” (Clark ve Martin, 2016; 24).

Aynı şekilde belirli teknolojik aletler de bu yeniden kullanım anlayışı ile teknolojik çöp olmaktan kurtulabilmektedir. Öyle ki kuramsal çerçevede yer verilen Harvey'in ütopya modelinde, teknolojik aletlerin yeniden/tekrardan kullanımı kolay olacak şekilde üretilmesi önem arz etmektedir (Harvey, 2008: 330).

Öte yandan, bu yeniden/tekrar kullanım uygulamaları ile boş alüminyum ambalajlarından kalemlikler yapılabilir; boş cam kavanozları temizlendikten sonra saklama kabına çevrilebilmektedir. Metal bir konserve ambalajını iyice temizledikten sonra çiçek saksısı olarak kullanılabilir; bozulan bilgisayarın sabit diski, taşınabilir harici diske dönüştürülebilmektedir. Dolayısıyla bu uygulamalar daha az cam, metal ve alüminyum tüketilmesi anlamına gelir. Aynı şekilde meyve atıklarını, yumurta kabuklarını, çay kalıntılarını kompost adı verilen bir çeşit gübreye dönüştürmek de bu bağlamda mümkün olabilmektedir (<https://www.slideshare.net/melosel/yeniden-kullanm>, erişim tarihi: 11.11.2018). Nitekim kompost gübre örneğini E2 kodlu görüşmeci uyguladığını dile getirmiştir: *Biz burada (Çıralı'da) bitki atıklarını bile kompostta dönüştürüyoruz* (E2).

G. Miller da *Tüketimin Evrimi* adlı eserinde yeniden/tekrar kullanım ve kendin üret konularına değinmiştir. Eskiye yahut bozulan veya kullanılmayacak kıvama gelen bazı eşyaların yeniden kullanıma çevrilmesinin, mevcut kapitalist sisteme karşı ufak ama nitelikli bir tepki olduğunu ifade etmiştir (Miller, 2012: 299-300). Bu tarz yeniden kullanımların,

kişinin özgün estetik değerini ortaya çıkarabileceği için yaratıcılığını da arttırabileceğini dile getirmiştir (Miller, 2012: 299-300).

Ürünleri sizin üretmeniz kullanılan malzeme ve aletler ucuz olduğunda, gerekli yetenekler kolayca öğrenebildiğinde; ama nadiren ustalaşabildiğinde ve üretilen ürünler gerçekten kullanışlı, güzel ve görünür olduğunda kendini sergilemenin en kolay, en sade ve en etkin rolü oluyor. Elinizde kereste stoku, basit bir testere tezgahı, marangozluk hakkında biraz bilgi ve birkaç yara bandınız varsa düzgün ve şık görünümlü yemek masaları ve kitaplıklar yapabilirsiniz. Yemek pişirme, dikiş dikme, takı yapma ve çömlek imal etme benzer şekilde düşük maliyette çok etkileyici ev yapımı ürünler elde etmenizi sağlayabilir (Miller, 2012: 300).

Miller'ın "kendin üret" anlayışı eskiyen veya bozulan bazı ürünlerin yeniden kullanımı için de geçerlidir ve Miller'a göre bu uygulamalar, kapitalist üretim sürecine büyük darbeler vurmaya bile, insanları nitelikli tepkilere yönlendirebilmektedir. Görüşmeciler, bu tepki alanlarını yaratabilmekte şimdilik pek başarılı olmadıklarını cevaplarında dile getirmiştir. Ne var ki bu tarz tepkilerin, sürdürülemez tüketim kültürünü tamamen bertaraf edebilecek güçte olmadığı da bilinmektedir. Zira anti-kapitalist ekolojistler, eko-anarşistler ve Marksistlere göre sorunun temel kaynağı, baştan sona bütün nüvesiyle kapitalizmin bizzat kendi varlığıdır (Erol, 2017: 259-292). Fakat yeniden/tekrar kullanım anlayışının yaygınlaşmasıyla sürdürülebilir tüketim arasındaki olumlu ilişki de yadırganmamaktadır. Aynı şekilde yeniden/tekrar kullanım anlayışının yaratacağı direniş alanlarının sağlayacağı katkılar görmezden gelinememektedir. Bu yüzden mevcut egemen ideolojiye karşı oluşturulmuş ve çeşitlendirilmiş ufak direniş alanlarının her türlü Harvey için elzendir. Ayrıca, farklı farklı çeşitlenmiş bu direniş alanlarının ortak noktalarda birleşip evrensel hareket noktaları oluşturabilmesi, Harvey için mühim husustur (Harvey, 2008, 295-296). Sonuç olarak sürdürülebilir tüketim anlayışını benimseyen görüşmecilerin, bu çerçeveden düşünerek yeniden/tekrar kullanım anlayışına uygun davranış sergilemeleri, sürdürülebilir bir doğa anlayışına zarar değil; bilakis katkıda bulunup yarar sağlayabilmektedir.

Benzer mantık, ürün ambalajlarının çöpe atarken ayrıştırılması için de geçerlidir. Sonuçta ayrıştırılan bazı çöpler hammadde olarak tekrar kullanılabilir (Başçı, 2015: 57). Ancak, sürdürülebilir bir doğa için salt geri dönüşüm uygulamalarının birkaç sebepten dolayı yeterli olmayacağı da dile getirilir:

Birincisi evlerimizden çıkan atıklar buzdağının sadece görünen parçası. Çöpe gönderdiğimiz her bir eşyanın üretimi için 70 kutu atık meydana geliyor. Yani ev atıklarımızın yüzde yüzünü bile dönüştürebilsek problem çözülüyor. Ayrıca, atıkların bir kısmı dönüştürülemiyor çünkü ya çok miktarda zehirli madde içeriyorlar; ya da en baştan beri geri-dönüştürülemeyecek şekilde tasarlanıyorlar. Mesela metal, kağıt ve plastiğin karıştırılmasıyla üretilen meyve suyu kutularında

olduğu gibi. O maddeleri gerçek bir geri-dönüşüm için ayrıştıramazsınız (<https://www.youtube.com/watch?v=UAWoUja4Ggo> /erişim tarihi: 30.12.2018).

Dolayısıyla geri-dönüşüm uygulamalarını bu bağlamda değerlendirip, çözüm yolları geliştirmek sürdürülebilir tüketim ideolojisi için elzemdir.

Geri dönüşüm uygulaması için sorulan soru: “Ürün ambalajlarını atarken geri-dönüşüm için ayrıştırır mısınız?” biçimindedir. Görüşmecilerin verdiği cevaplar ise şunlardır: *Bunu kısmi olarak yaptığımı düşünüyorum. Fakat açıkçası bundan çok başarılı ve yeterli değilim! Özellikle kendimde geliştirmeye çalıştığım bir özellik, ama şu anda yeterli değil* (E1). Bir başka görüşmeci de bu soruya E1 kodlu görüşmeciyle benzer cevap vermiştir:

İş yerinde daha çok kâğıt üzerinde bu ayrıştırmayı gerçekleştiriyorum; ama diğer geri dönüşüm ayrıştırmalarında yetersizim... Plastik, pil, karton vb. gibilerinde bu ayrıştırma işlevlerinde yetersizim, açıkça söyleyebilirim bunu (M2).

M3 kodlu görüşmeci: *Sokakta buna dikkat ediyorum. Fakat kendim, bunun için bir uygulama oluşturmadım, yani kendi evimde özellikle buna dikkat ettiğimi söyleyemem* demiştir. Diğer bir görüşmeci: *Yani bu tarz uygulamalarım çok yok... Pilleri, yağları, plastikleri vb. ayrıştırıp attığımı söyleyemem. Ama hiçbir zaman, çocukluğumdan beri yere çöp de atmam* (E6) cevabını vermiştir. M1 ve M4 kodlu görüşmeci ise bu soruya direkt *hayır* cevabını vermiştir. Kısaca, ilgili soruya verilen cevaplara göre; bu görüşmecilerin sürdürülebilir tüketimi benimsemelerine rağmen ürün ambalajlarını ayrıştırıp atmakta yetersiz kaldıkları görülebilmektedir. Görüşmecilerin bir kısmının benimsedikleri felsefeyle zaman zaman bu bağlamda çelişkiye düşebilecekleri böylece değerlendirilebilmektedir. Fakat yeniden/tekrar kullanım gibi, geri-dönüşüm uygulamalarının da sürdürülebilir tüketim kültürünün alanda güç kazanabilmesi için hayati önem taşımadığı göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü bahsedilen problemlerin asıl kaynağı olarak görülen kapitalizmin kendisi ve kâr anlayışı bertaraf edilmedikçe, söz konusu bu yeniden kullanım ve geri dönüşüm yöntemleri sadece direnişçilerin vicdanını rahatlatan hareketler olarak alanda kendine yer bulacaktır (Kavuncu, 2017: 20-21).

Günümüzde doğal kaynakları hâlâ sınırsız varsayan, fayda-maliyet analizlerinde doğal kaynaklara ve çevreye verilen zararı dikkate almayan piyasa ekonomisini büyütme için bireyler sürekli tüketime teşvik ediliyor. Daha çok tüketenin sosyal statüsü yükseliyor. Ama daha çok mal üretilip tüketilen dünyada eşitsizlik de azalacağına artıyor. Öncelikle ekonomik sistem bu (üretim-tüketimi körükleyen) piyasa ekonomisinin kontrolünden çıkarılmalı. Tüketim kültüründen daha tutumlu ve paylaşımcı bir kültüre geçirilirken, yeniden kullanım/geri-dönüşüm, verimi yüksek dayanıklı ürünler öne çıkmalı, fazla

tüketen kesimlerden kısılan pay temel gereksinimleri karşılanmamış olanlara kaydırılarak daha adil paylaşılmalı (Barlas, 2018: 134).

Ekolojist Marksist olan John Bellamy Foster, geri-dönüşüm ve yeniden/tekrar kullanım gibi yöntemler hakkında aşağıdaki açıklamayı yapmıştır:

Birey olarak kendimizi ve kültürümüzü -dünyayla ilişkili yaşama biçimimizi- değiştirmeden; gerekli olduğunu hissettiğimiz büyük ölçekli değişiklikleri de toplumdan bekleyemeyiz. Günlük yaşamlarımızda çöpü kaldırmak ve doğa üzerinde yarattığımız hasar üzerinde kendi payımızı görmek zaruridir. [Fakat] ne yazık ki bu şekilde çok da etkili olamayız; bütün nüfusun seferberliğini gerektiren ve üretim değişikliğine yönelik bir girişimin parçası; koruma amaçlı, kitlesel, ulusal hareket olmadığı sürece yaramaz. Bu tür köklerini bireysel eylemden alan, normal, tüketim temelli stratejiler sorunu çözmek ya da yeterince hızlı müdahalede bulunabilmekten acizdir. Sorunun boyutları hakkında bir fikir sahibi olmak açısından şu örnek verilebilir: ABD'deki tüm konutlardan gelen atık çöp; belediyelerin kaldırdığı toplam çöpün yalnızca % 3'üdür. Gerisi tümüyle şirketlere aittir. (<http://gazetekarinca.com/2017/05/john-bellamy-fosterla-soylesi-gezegen-icin-bir-direnis-hareketine-ihtiyacimiz-var/>, erişim tarihi: 17.11.2018).

Sonuç olarak: Herve Kempf'in şu kısa yargısı, esas alınması gereken temel tepkinin ne olduğu hakkında yol göstermektedir: “Çevreyi Kurtarmak İstiyorsanız Kapitalizmden Uzaklaşın” (Kavuncu, 2017: 21). Marksist toplulukta yer alan görüşmeciler ile anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan görüşmeciler de Herve Kempf'in bu yargısına benzer söylemleri başka sorularda dile getirilmiştir. Fakat bu başlık altında, bu yargıya değinecek cevaplar ile karşılaşılmamıştır. Diğer yandan, geri-dönüşüm uygulamaları ile yeniden/tekrar kullanım için gerçekleştirilen uygulamalara karşı hem Marksist toplulukların hem de anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyeleri *yetersiz* olduklarını dile getirmiştir. Benzer şekilde bu paradigmanın üyeleri olan görüşmeciler, eskiyen veya bozulan eşyalarını hiçbir zaman direkt çöpe atmadıklarını da ifade etmiştir. Özellikle atıkların geri-dönüşüm amaçlı ayrıştırma işlevi hakkında anti-kapitalist ekolojist toplulukların bütün üyeleri kısmi olarak da olsa olumlu cevap verirken; Marksist toplulukların üyesi olan iki görüşmeci bu ayrıştırma işlevini hiç gerçekleştirmediğini dile getirmiştir. Bu da geri-dönüşüm uygulamalarının anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyeleri tarafından daha fazla önemsendiği anlamına gelebilmektedir.

4.5.2.2. Estetik ve Moda Kavramları Üzerine Görüşler

Kapitalist ideoloji, sosyal alanlarda sürdürülemez tüketim anlayışını sürekli kılmak için moda ve estetik kavramlarını amaçları çerçevesinde üstyapı ilişkilerine eklemektedir. Bunu takiben sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklar da bu ilişkilere karşı direniş alanları kurgulamaya çalışmaktadır. İşte bu başlık altında, sürdürülebilir tüketimi savunan

görüşmecilerin estetik ve moda nosyonlarına karşı sergilediği tavırlar, verdikleri cevaplardan doğru değerlendirilmiştir.

Görüşmecilerin moda ya karşı tavırlarını anlayabilmek için şu soru sorulmuştur: “Satın aldığınız ürün bozulmadığı ve/veya eskimediği halde, o ürünün yeni çıkan modellerini aldığınız oluyor mu?”. Bu soruya görüşmecilerin hepsi; *hayır* cevabını vermiştir. Fakat estetik, moda ile iç içe geçmiş bir kavramdır. Moda ile estetiğin iç içe geçmesi göz önünde bulundurulduğunda, görüşmecilerin estetik üzerine verdiği cevaplardan moda ile ilgili görüşlerini ortaya çıkarabilmek mümkün olabilmektedir. Çünkü Simmel’e göre moda, estetiği belirlemektedir (Simmel, 2006: 10-11, 108-109). Dolayısıyla estetik anlayışı çerçevesinde, görüşmecilerin kendilerini zaman zaman moda anlayışına entegre edip, etmedikleri de analiz edilebilmektedir. Bu bağlamda görüşmecilere iki soru sorulmuştur. Birinci soru: “Cebinizde bulunan parayla sadece bir ürün alabileceğinizi düşünün, o parayla alacağınız ürünün faydası mı sizin için öncelikli olur, yoksa estetik değeri mi?” biçimindedir. Diğer soru ise: “Bir ürün satın aldığınızda, o ürünün farklı renkte, biçimde, tasarımda olan diğer estetik kombinasyonlarını da satın almak istiyor musunuz ve/veya alıyor musunuz?” şeklindedir. İlk soruya verilen cevapların bir kısmı şöyledir:

Birincil önceliğim fayda olur... Ama tabii ki estetik değeri de gözetirim. Örneğin bir sandalye alacaksam, o sandalyeye öncelikle işlevsel olarak ihtiyacım vardır. İhtiyaç ve fayda burada birbiriyle doğru orantılıdır. Ama sandalyeciye gittiğimde 20 tane sandalye çeşidi varsa, işte o zaman fayda artı estetik değeri gözetirim. Kısaca; kaba saba bir sandalye almak yerine biraz daha para verip, seçenekler içinden benim estetik duyularıma hitap edeni almaya çalışırım (M6).

E2 kodlu görüşmecinin yorumu aşağıdaki gibidir:

O materyalin kullanılacağı alana göre seçerim bu sorunun cevabını. Tabii alış veriş yaparken estetik bir değere ihtiyacım varsa iş değişir. Sonuçta estetik de bir ihtiyaç olabiliyor... Aslında estetiği de bir fayda olarak görebiliyorum... Açıkçası çoğu zaman faydayı (işlevselliği) ve estetiği birbirlerinden ayırıyorum (E2).

Bir diğer görüşmeci: *Ürüne göre bunun cevabı değişir tabii. Temel bir ihtiyaç ise faydasını düşünürüm; ama o ürün estetik kaygıyla alınacak bir ürün ise tabii ki orada estetiğe önem veririm* (E6) ifadesinde bulunmuştur. E4 kodlu görüşmeci: *Faydası önemlidir ama estetik değeri de mutlaka ararım!* (E4) demiştir. Kısacası bu görüşmeciler, metalardaki estetik değerlerin satın alma kararlarını etkileyebileceğini dile getirmiştir. Ayrıca, görüşme formu için hazırlanan “bir ürün satın alırken hassasiyetleriniz nelerdir?” sorusuna bütün görüşmeciler cevap olarak araya *estetiği* de ilistirmiştir.

Estetik kavramının etimolojik kökenine bakıldığında, Yunanca *Aisthesis* sözcüğünden türediği görünmektedir. *Aisthesis*'in kavramı; *duyum* ve *duyulur* anlamlarına gelmektedir (Yazgünoğlu, 2018: 73). “Sistematik olarak estetiği güzelin bilimi olarak kuran [ise] Alexander Baumgarten’dır” (Yazgünoğlu, 2018: 73). Baumgarten için estetik mutlak güzelliğe gönderme yapar. “Mutlak güzelliği odak noktasına koyan bu estetik anlayışı [da] temelde duyulur olanı Kartezyen akıl aracılığıyla anlamının parametrelerini evrensel, nesnel ve salt bir güzellikte bağdaştırır” (Yazgünoğlu, 2018: 73). Bu yorumu esas alan Süreyya Su, Alexander Baumgarten’ın Kartezyen estetiğine *Güzelin ve Çirkinin Ötesinde Estetiğin Halleri* adlı eserinde şu şekilde değinir:

Baumgarten’ın Kartezyen bir ilmiyal bilgisi üretmek için, duyurulur olan hakkında kesin bir yargıda bulunabilmeyi sağlayacak ölçütleri belirleme çabası, aynı zamanda aklın duyulur dünya üzerindeki emperyal planlarının bir parçasıdır. Baumgarten’ın *Aesthetica*’sı rasyonel bir düzen getirmek amacıyla duyulur olana dair güzel veya çirkin gibi yargıların dayanacağı yasaları koyma çabasının bir ürünü olmakla beraber, beğenin özgürlüğünü sınırlayan bir buyruk gibi yürürlüğe girmiştir. Baumgarten için estetik, aklın genellikleri ile duyunun tikellikleri arasında bir arabuluculuk görevini yerine getirse de, bu daha çok aklın iradesine göre bir uzlaşmayı sağlayacak şekilde olmuştur (Su, 2017: 14).

Bu metinden hareketle, estetiğin kategorileştirilmesinin kapitalist rasyonel akıl tarafından dayatıldığını çıkarsamak yanlış anlamlara mahal vermeyecektir. Diğer bir söyleyişle; kategorileştirme, sınıflandırma gücünü elinde bulunduran kapitalist iktidar, insanlara neyin güzel, neyin çirkin; neyin estetik, neyin estetik olmadığını nakşederken kâr odaklı politikaları çerçevesinde dayatmalarda bulunabilecektir (Yazgünoğlu, 2018: 74). Moda da kapitalizmin bu estetik üzerinde kurduğu hegemonyadan güç olarak neyin güzel, neyin çirkin, neyin estetik, neyin estetik olmadığı algısını sürekli yenileyebilmektedir. Bu itici kuvvet ile bireyleri sürdürülemez tüketime sevk etmeye çalışmaktadır. Görüşmecilerin, sürdürülebilir tüketim felsefesini savunmalarına rağmen, kapitalizmin hegemonyası altında yaşamalarından dolayı, zaman zaman, modanın belirlediği estetiği içselleştirmeleri de bu bağlamda mümkün olmaktadır. Böylece ortaya teori-pratik çelişkisi çıkmaktadır. Öyle ki M3 kodlu görüşmeci bir yorumunda şunları dile getirmiştir:

Moda denilen bir kavramı var. İşte insanlar bazen mesela 2013'de -şu anda 2018'deyiz- bir kıyafet giymiş, o zamanlardan kalma bir fotoğrafı da var diyelim, işte o fotoğrafı açıp baktığı zaman diyor ki kendi kendine; ya bu kıyafeti ben nasıl giymişim! Aynısını ben de diyorum. Yani o 5 yıl içinde algım değişiyor (M3).

Modanın güçlü motoru ise düne göre yeni olanı yaratıp, dünün metalarını demode yapmasıdır (Bauman, 2010: 228). Burada çarpıcı bir çelişki vardır. Çünkü moda: “Geçici olan

ile ebedî olanı bünyesinde barındırır. O hep aynı kalanın ebedî döngüsüdür” (Simmel, 2006: 48). Aynı şekilde “modanın dolaşımı, meta dolaşımına benzer: Hep yeni, ama hep aynıdır” (Simmel, 2006: 48). Bu mantık W. Benjamin’i yorumlayan M. Löwy’de de kendini gösterir. Löwy’e göre: “Ticari ilişkinin hâkim olduğu modern toplumun tamamı tekrara, "yeniliğin ve modanın içinde kılık değiştirmiş daima aynı olana [Immergleichen] tabidir” (Löwy, 1999: 226). Moda tarafından belirlenen estetik değerlerin de kâr odaklı kapitalist tüketim anlayışının çıkarlarına göre kısır döngüsel biçimde şekillendirildiğini söylemek mümkündür. Ve bu döngü çerçevesindeki estetik, Kant’ın estetik felsefesi referans alındığı vakit *bayağı estetik* olarak nitelendirilebilmektedir. Çünkü Kant’a göre: “Estetik özne eğer baktığı estetik nesneyi çıkarsız ve değerlerden bağımsız bir eğilimle algılasa onun güzelliğine ve yüceliğine erişebilir. [Ancak] bu bağlamda haz duyduğumuz her estetik nesne güzeldir” (Yazgünoğlu, 2018: 75). Kant’ın söz ettiği bu yüce estetik Collingwood’a göre salt doğanın kendi üretiminde vardır. Kapitalist çıkarların hâkim olduğu estetik ise; Myra Hird’in telaffuz ettiği *Antropesen estetiğe* denk düşmektedir ve bu estetiğin içerisinde *menfaatler* yer almaktadır (Yazgünoğlu, 2018: 75). Bu estetik Kant’ın söz ettiği pespaye estetik olarak da sınıflandırılabilir. Sonuçta doğanın bahsettiği bu yüce/eşsiz estetik, artık, kapitalist çıkarlar çerçevesinde deforme edilmektedir ve bu estetiğin rasyonel akıl ile insanlara aktarılmasında salt piyasa çıkarları gözetilmektedir (Yazgünoğlu, 2018: 73-76). Aynı şekilde Fransız düşünür E. Reclus de bu konuya değinir. Reclus: “Estetik ve tüketim ilişkisi üzerine yazdığı makalelerde, estetiğin kapitalistlerin elinde gerçek anlamından uzaklaştırılıp bireyde tüketme arzusu yaratmak için kullanıldığını ortaya koyar” (Malçok, 2018: 148). Devamında: “Nesnenin işlevinin önemli olması gerekirken, modern dünyada [artık] görüntü her şeydir” (Malçok, 2018: 148) açıklamalarında bulunur. Böylece, tüketim ve moda arasındaki ilişkiyi sorgular ve giysinin tamamen işlevsel olmasını savunur. Bu savunusu karşılık da bulur ve o zamanın kadın hareketleri tarafından benimsenir. Çünkü o zamanlarda, moda adı altında yaygın estetik anlayış kadınları dar korselere, sıkışık sağlıksız giysilere hapsetmiştir. Kadınların giydiği elbiseler hareket kapasitesini kısıtlayan sağlıksız kalıplar ve şekiller ile estetize edilmiştir (Malçok, 2018: 149). Öyle ki sürekli aynı estetiği belirli zaman aralıklarında ve çıkarları çerçevesinde tekrar piyasa süren kapitalist ideoloji; günümüzde, rahatsız edici elbise biçimlerini tekrar moda yaparak Löwy ve Simmel’i haklı çıkarmaktadır. Zira günümüzde rahatsız edici, hareket kabiliyetini zorlayan giysiler modanın belirlediği estetik çatısı altında sürekli piyasaya sürülmektedir -hem kadınlar, hem erkekler için. Bu mantığı fark eden ve kapitalizmin yönlendirdiği estetiği bazı zamanlar önemseydiği için öz

eleştiri vermesi gerektiğini dile getiren E3 kodlu görüşmecinin yorumu ise tahmin edilen çelişkiyi ortaya çıkarmaktadır:

Benim için birinci öncelik fayda olur. Ama bazen estetiğe de çok dikkate alıyorum... Belki bu da benim hesaplaşmam gereken bir durum... Burada belki Elisee Reclus adlı düşünüre atıfta bulunabiliriz. Çünkü o, estetik ve tüketim üzerine yazdığı makalelerde gerçekten bunun üzerine kafa yormuştur... Giysiyi sadece işlevsel olduğu için giymeliyiz anlayışının hatlarını çizmiştir. Ona göre insanlar, bize şu yakıştı, bu yakışmadı, şu estetik, bu değil üzerinden kesinlikle hareket etmemelidir... Sonuçta hepsi benzer şeylerin tekrarıdır... Burada aslında şey çok önemli gerçekten; hani biz modayı mı takip ediyoruz, moda mı bize güzeli belirliyor ve biz onu tüketiyoruz! Ya da bizim için işlevsel olan ne? İşte ne bileyim ayakkabının sağlam olması mı önemli? Yoksa orada estetik bir görüntü sergilemesi mi önemli?... Bazen maalesef bu bağlamda estetiği seçebiliyoruz... (E3).

Bu soruya M3 kodlu görüşmecinin verdiği cevap, sürdürülebilir tüketimi savunan Marksist toplulukların bazı üyelerinde estetik kavramının ne kadar güçlü olduğunu göstermektedir:

Satın alma esnasında estetik bence çok önemli bir kriterdir! Yani şöyle oluyor zaman zaman; mesela bir kıyafet alacağız, örnek veriyorum cebimizde de 300 liralık bir limitimiz var... Böyle durumlarda estetik değeri de gözettiğimiz için bu parayı sonuna kadar tüketiyoruz. O 300 lirayı estetik ihtiyacımızdan ötürü sonuna kadar değerlendiriyoruz. Estetik değeri yoksa 50 liralık bir şey alalım o bize yeter demiyoruz...(M3).

M3 kodlu görüşmecinin bu cevabı ekseninde Baudrillard'ın kısa ama net bir yargısı da kulaklarda çınlamaktadır: “Güzellik sattırır” (Baudrillard, 2015: 172). Diğer deyişle *estetik* sattırır. Sonuçta estetiğin albenisi, tüketim toplumunun işlevsel hâle getiren temel prensiplerden biridir. Birçok düşünür gibi bunu Baudrillard da dile getirir ve “yiyecekten, pahalı giyim eşyalarına kadar ticaret yaparken kulak asılacak iki buyruk” (Baudrillard, 2015: 21) olduğundan bahseder. Bunlardan biri dinamik pazarlamadır diğeri ise *estetik duyumdur* (Baudrillard, 2015: 21). Kaldı ki dinamik pazarlama, gücünü modadan ve modanın rasyonel akıl aracılığıyla yönlendirdiği estetikten almaktadır. Buradan doğru, bu yıl çok estetik/çekici gelen araba, giysi, telefon vs. mallar, reklamların sunumuyla bir sene sonra demode duruma düşürülmektedir. Böylelikle dinamik pazarlamanın ve istikrarlı satışın önü de açılmış olmaktadır (Simmel, 2006: 39-40; Şahin, 2009: 110-130). M3 kodlu görüşmecinin cebindeki 300 lirayı tükettiren itici kuvvet bu sayede işlevselliğini yerine getirmektedir ki, bu örnek, sürdürülemez tüketimin, sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların üyelerinde dâhi yansımalarının olabileceğini göstermektedir.

Öte yandan: “Bir ürün satın aldığınızda, o ürünün farklı renkte, biçimde, tasarımda olan diğer estetik kombinasyonlarını da satın almak istiyor musunuz ve/veya alıyor musunuz?” sorusuna M5 kodlu görüşmecinin verdiği cevap dikkat çekmektedir:

Yeni bir pantolon aldığımda, o pantolonla uyumlu olan bir tişört görürsem, o tişörtü de alayım diye bir istek de doğuyor. Tişörte ihtiyacım olmasa bile o istek geliyor... Bazen de alıyorum... Hâlbuki tişörtlerim ihtiyacımı giderecek kadar fazla... (M5).

M5 kodlu görüşmecinin verdiği bu cevap, tüketimde *Diderot etkisi*²³ diye anılan kavramsallaştırmayla bağlantılandırılabilir. Ve bu etki ile gerçekleştirilen tüketim tarzları, sürdürülemez tüketim pratikleriyle ilişkilendirilebilir.

Sonuç olarak; estetik algısından doğru modayı yönlendirip, bireylerin tüketim alışkanlıklarını belirlemeye çalışan sermayedarların bu manipülasyonu, hem Marksist toplulukların hem de anti-kapitalist ekolojist toplulukların habituslarına sirayet ettiği verilen cevaplar ekseninde değerlendirilebilir. Görüşmecilerin ekseriyetle bir metanın işlevselliğine (faydasına) öncelik verdiğini dile getirmelerine rağmen, estetiğin de önemli olduğunu söylemeleri bu değerlendirmenin ana fikrini oluşturmaktadır. Ayrıca, *ürüne göre bunun cevabı değişir* ile *estetiği de fayda olarak görebilirim* ifadeleri bu ana fikri desteklemektedir. Modanın ve estetiğin etki alanının özellikle Marksist topluluklarda, anti-kapitalist ekolojist topluluklara nazaran daha etkili olduğu da M3 ile M5 kodlu görüşmecilerin yorumları baz alınarak değerlendirilebilir.

4.5.2.3. Lüks Tüketim Üzerine Görüşler

Lüks tüketim pratikleri, kapitalist üretim ilişkilerinin temel mihenk taşlarındandır. Sombart, kapitalizmin güç kazanıp hegemonyasını kurgulamasında lüks tüketimin *stratejik* bir konumu olduğunu dile getirmiştir (Sombart, 2016: 193-276). Konuyla bağlantısı kapsamında görüşmecilere lüks kavramı üzerine sorular sorulmuştur. Geniş kapsamda “lüks kavramı size ne ifade ediyor?” sorusuna verilen cevaplar şöyledir:

Lüks kavramı yanlış hatırlamıyorsam kapitalist dönemde ortaya çıkan bir kavramdır. Veya daha eski dönemlerde de var ama bu kadar şiddetli değildi... Benim için lüks, ihtiyacım dışında olan ürünlere göndermede bulunuyor. Bana bu anlamı çağırıyor (M4).

²³ Diderot etkisi: “Satın aldığımız her şeyin, bizi yeni aldığımız nesnenin yarattığı tamamlayıcı duygunun etkisiyle yeni bir şey almaya sevk etmesi anlamına” gelmektedir (<https://www.bilgiustam.com/diderot-etkisi-nedir/>, erişim tarihi: 12.11.2018).

Bir diğerk görüşmeci: *Lüks kavramı bana, ihtiyacımın dışındaki ürünleri çağrıştırır. Fuzuli masrafları hatırlatır* (E3) yorumunda bulunmuştur. E6 kodlu görüşmeci: *Lüks, ihtiyaçlar dışındaki şeyler için kullanılan bir kavramdır. Yani ihtiyaç duymadığım şeyler benim için lüks kategorisine girer* (E6) cevabını vermiştir. M1 kodlu görüşmeci de E3, M4 ve E6 kodlu görüşmecilerin yorumuna benzer nitelikte cevap vermiştir: *Benim için lüks ihtiyaç dışı şeyleri ifade ediyor. Yani ihtiyacım olmayan metalar benim için lüktür* (M1). Söz konusu bu cevaplar, Sombart'ın lükse bakış açısıyla tutarlıdır; çünkü Sombart, lüks tüketimi ihtiyaç ötesinde bir tüketim olarak lanse etmiştir (Sombart, 2016: 117-119). Lüks materyaller, felsefi anarşizmin kurucularından biri olan W. Godwin tarafından ise; insanlığın gelişimine katkıda bulunan araçların adil dağılımını engelleyen nesneler olarak yorumlanmıştır. Şöyle ki, Godwin nesneleri dört sınıfa ayırır: "Geçim araçları, entelektüel ve ahlaki ilerleme araçları, pahalı olmayan haz araçları ve lüks araçları. Sonuncu sınıf [lüks], ilk üçünün adil bölüşümünün başlıca engelidir" (Marshall, 2003: 307).

Baudrillard perspektifinden bakıldığında; lüks olarak atfedilen malların sürekli değişme uğradığı görülebilmektedir. Herhangi bir ürün lüks materyal olarak kabul edilirken, 4-5 yıl sonra standart mallar sınıfına girebilmektedir. "Lüks kabul edilen mallar gerekli mallara, gerekli oldukları düşünülen mallar da standart ihtiyaçlara" (Yanıklar, 2010: 26) dönüşebilmektedir. Çünkü kapitalizm şartlarında belirli bir ihtiyacın *standart ihtiyaçlar paketine* geçişi, onun daha önce *seçkin paketten* geçmiş olmasına gönderme yapmaktadır (Baudrillard, 2015: 70). Bu analize benzer bir yorum M6 kodlu görüşmeci tarafından da dile getirilmiştir:

Lüks kavramı da çağlar boyunca değişmiş bir kavramdır. Bundan 50 yıl önce lüks denilebilen şeyler bugün, aslında, sade vatandaşın kullandığı şeyler haline geldi... Örneğin cep telefonları ilk çıktığı zamanlarda lüks kategorisine giriyordu. Yani herkes ulaşamıyordu, alamıyordu... Daha çok belirli bir gelir üzerindeki insanların satın alabildiği nesneydi (M6).

Bu noktada sermayedar sınıfı, yarattığı arz-talep dengesi etrafında metaların değerini belirleyebilmektedir. Herhangi bir meta lüks kategorisinden çıkıp standart mal sınıfına çevriliyorsa, bu, sermayedar sınıfının çıkarına hizmet edecek olmasından kaynaklanmaktadır. Sermayedarlar, söz konusu bu lüks metaları standart metalara dönüştürmesi; standart mallara dönüştürülen lüks ürünlerden sürüm ile daha fazla artı-değer sağlayacak ortamı yaratmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle bazı lüks mallar, standart mallar sınıfına indirebilmektedir. Sermayedarlar bunun nabzını ise; alım gücünün parametrelerini referans alarak belirlemektedir (Marx, 2004: 354-362). Bunu takiben "ihtiyaçlar", "istekler" ve "lüksler" arasında karmaşık ilişkiler zinciri yaratılmaktadır (Harvey, 2008: 146). Fakat bu ilişkilerin

yönetimi yine sermayedarların kontrolünde gerçekleştirilmektedir. Nitekim Marx'ın 1844 *El Yazmaların*'da dediği gibi; “bir şeyin değerini kullanışı belirler; kullanışı da moda belirler” (Marx, 2013: 130). Modayı da günümüz kapitalist dünyasında, sermayedarların kontrolündeki kitle iletişim araçları şekillendirir (Baudrillard, 2014: 45-46). Cep telefonun 20 yıl öncesine göre lüks mallar kategorisinden çıkıp standart mallar kategorisine geçmesi de bu çizelge ekseninde gerçekleşmektedir. Kapitalist sistemde her daim, standart pakete geçen ürünlerin içinde bile lükse kayan çeşitlemeler yaratılmaktadır (örneğin Iphone). Hatta ekmek gibi patates gibi temel gereksinimlerde dahi lüks kategorisine giren ürünler imal edilmektedir (Douglas ve Isherwood, 1999: 127). Nihayetinde lüks tüketim ile kapitalizm arasında birbirlerini besleyen bir ilişki vuku bulur ve kapitalizmin devamlılığı için lüks tüketimin de devamlılığı esastır (Sombart, 2016: 242-280). Bu doğrultuda gerçekleştirilen tüketimler kapitalizmin devamlılığına katkı sağlamaktadır. Kapitalizmin devamlılığı da sürdürülemez tüketimin devamlılığına işaret etmektedir. Dolayısıyla, lüks ürün tüketimi bu noktada sürdürülemez tüketim ile bağlanabilir. Lüks üzerine sorulan ikinci soru da işte bu noktayla bağlantı kurularak sorulmuştur. Bu amaçla sorulan “hayatımda lüks şeyler de olsun der misiniz” sorusuna E5 kodlu görüşmeci şu şekilde cevap vermiştir:

Hepimiz salt gerçekliğin içinde bir parça lezzet alabilmek için yaşıyoruz. Hayatın temeli bir yandan da budur! Dolayısıyla hayatı eğer bir parça lüks tüketimiyle ben daha fazla keyifli kılabilseksem, bundan çok çekinmem. Ben de bir insan olarak, bazen lüks şeyler tüketmeye heves edebiliyorum... Mesela herkesin dünyada hoşuna giden bazı şeyler vardır; benim aromalar, kokular çok hoşuma gider. Çok pahalı parfümleri severim vs. (E5).

E5 kodlu görüşmecinin bu tarz lüks tüketimleri; kapitalizmin devamlılığına, oradan da sürdürülemez tüketimin yayılmasına katkıda bulunduğu hâlde devam ettiğine ilişkin ifadelerine bakıldığında, görüşmecinin benimsediği felsefeyle zaman zaman çelişkiye düştüğünü göstermektedir. Benzer biçimde M3 kodlu görüşmeci de bazı zamanlara lüks materyalleri tüketebileceğini dile getirmiştir:

Genelde hayatımda lüks şeyler de olsun demiyorum ama gün içinde bu sorduğunuz sorunun mukayeselerini kafamda yaşıyorum... Bunu kendime bir söylem olarak dillendirmesem de, sonuçta kapitalizm bize bu lüks metaları dayatıyor... Dolayısıyla bazı günler içerisinde bunun ikilemlerini de yaşayabiliyoruz... Bu çerçevede de zaman zaman lüks tüketimlerde de bulunabiliyorum... (M3).

Görüldüğü gibi bu iki görüşmecinin yorumunda, kurulan bağlantılar esas alındığı vakit sürdürülemez tüketimin izleri bulunabilmektedir. Araştırmanın problem olarak belirlediği çelişki de böylece sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların bu üyelerinde görülebilmektedir.

Antrparantez, lükse tamamen olumsuz bir anlam ithaf etmek doğru değildir. Onu [lüksü] bu olumsuzluklarla mahkûm eden şey, kapitalizmin lüksü belirli sınıflara ithaf etmesi ve lüksün çevresel krizlere neden olan üretim ve tüketim ilişkilerinden geçerek var olmasıdır. Bu üretim ve tüketim anlayışının dışına çıkıldığında ve lüksün paylaşımı adil bir dağılımda olduğu zaman, lüksün bizatihi varlığına etik/olumlu anlamlar eklemenebilir (Marshall, 2003: 461-468, 883). Örneğin:

Kropotkin Stoacı değildir ve lüksün bir ihtiyaç olduğunu, tensel hazların ve sanatsal duyguların tatmin edilmesi gerektiğini düşünür. "Ekmeğin güvence altına alınmasından sonra en büyük hedef boş zamandır." Boş zaman insanların kendi kişiliklerini her bakımdan geliştirmelerini, sanat ve bilimle uğraşmalarını ve farklı zevklerini tatmin etmelerini sağlayacaktır. Böylece "lüks, burjuva sınıfının aptalca ve gösterişe yönelik oyunu olmaktan çıkacak, sanatsal bir haz haline gelecektir" (Marshall, 2003: 463-464).

Sonuç olarak: lüks kavramının *ihtiyaç dışı* tüketim olarak lanse edilmesi hem Marksist toplulukların hem de anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyeleri tarafından kabul görmektedir. Bu kabule rağmen, yine de, bu paradigmalardan bazı temsilcileri tarafından lüks kategorisine giren tüketim eylemlerine yatkınlık görülebilmektedir. Anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan E5 kodlu görüşmeci tarafından bu tarz tüketimler, hayattan bazı tatları da almalıyız ifadesiyle açıklanırken; Marksist toplulukta yer alan M3 kodlu görüşmeci tarafından bu tarz tüketimlerin gerçekleştirilmesi, sermayedarların alana yolladığı mesajların yarattığı kafa karışıklığından ve/veya dayatmalardan kaynaklandığı üzerine bir açıklamayla ilişkilendirilmiştir.

4.5.2.4. Tüketim, Pedagojik Eylemler ve Kimlik Arasındaki İlişkisellik

Günümüz tüketim kültüründe, satın alınan ürünlerin kimlik ile bağlaştırılması gittikçe ivme kazanan bir unsur hâline gelmiştir. Çünkü birey aldığı nesneleri, sahip olduğu ya da sahip olmak istediği kimlik ekseninde seçmekte ve bu doğrultuda tüketimde bulunmaktadır. Bocock'un ifadesiyle: "İnsanlar, kendi kimliklerini yaratmalarına yardımcı olacağını düşündükleri malları tüketerek, olmayı arzu ettikleri varlık gibi olmaya ve kendileriyle ilgili bu imajı, bu kimliği sürdürmeye çalışır" (Bocock, 2014: 74). Ne var ki bireyler, olmayı arzuladıkları bu kimlikleri, ancak, kapitalist sistemin alanda dolaştırdığı pedagojik eylem ilişkileri ekseninde belirlemektedir. Fakat karıştırılmamalıdır ki bu bağlamda pedagojik eylem ilişkileri salt okul/eğitim ilişkilerine göndermede bulunmamaktadır. Günlük ilişkiler içindeki bütün ilişkileri ve etkileşimleri kapsamaktadır. Örneğin:

Bu eylemler bir toplumsal formasyonun ya da bir grubun tüm eğitimli üyeleri (yaygın eğitim), bir grup ya da sınıf kültürünün bu görevi verdiği aile üyeleri (aile eğitimi) veya doğrudan ya da dolaylı, tamamen ya da kısmen eğitim işleviyle donatılmış bir kurumun bu amaçla görevlendirdiği memurlar sistemi (kurumsal eğitim) tarafından uygulanabilir. Aksi ifade edilmediği sürece bu pedagojik eylemler, egemen ve ezilen sınıfların kültürel keyfiyetini yeniden üretmeye çalışır (Bourdieu ve Passeron, 2015: 35).

Özetle bu eylemler, günlük hayattaki bütün ilişkilere ve etkileşimlere sızabilmektedir. Sızdığı bu ilişkilerde ise egemen kapitalist ilişkilerin taşıyıcısı, dağıtıcısı ve dolaştırıcısı olmaktadır. Bu yüzden Bourdieu'ya göre pedagojik eylem ilişkileri; “kültürel bir keyfiyetin, keyfi bir iktidar tarafından dayatılmasını içermesinden ötürü objektif olarak sembolik bir şiddettir” (Bourdieu ve Passeron, 2015: 35). Sembolik şiddeti elinde bulunduran ve bu gücü kullanan egemen iktidar odakları uyguladıkları bu sembolik şiddet ile sosyal alanda ideolojilerini yaymaktadır. Çünkü “bir anlamlar dizisini meşru biçimde, temelindeki güç ilişkilerini gizleyerek dayatabilen her iktidar, sembolik nitelikteki kendi gücünü bu güç ilişkilerine ekler” (Bourdieu ve Passeron, 2015: 35) ve böylelikle kendini de yeniden üretir. Söz konusu bu iktidar biçimlerinden biri olan kapitalizm; pedagojik eylem ilişkileriyle tüketim ve kimlik arasındaki ilişkiyi çıkarları çerçevesinde belirleyebilmektedir. Satın alınan bir ürünün bahsettiği statüyü ve prestiji şekillendirebilmektedir. Markalı bir ürünün prestijli kimlik kazandırdığına inandırabilmektedir. Tüketilen herhangi bir metanın elde ettiği sembolleri dizisini kurgulayabilmektedir. Bireylerin hangi kimlikleri seçeceğini de bu doğrultuda etkileyebilmektedir. Hangi bireyin hangi kimliğe yöneleceğini tasarlayabilmektedir.

Kimlik kavramı ise karşılıklı bir oyun ilişkisine göndermede bulunur (Jenkins, 2016: 20). Şöyle ki kimlik: “bizim kim olduğumuzu ve başka insanların kim olduğunu anlamamız ve karşılıklı olarak diğer insanların kendilerini ve başka insanları (biz de dâhil) anlamalarıdır” (Jenkins, 2016: 20). İster bireysel ilişkilerde olsun ister kolektif ilişkilerde olsun Jenkins'e göre, insanlar “kimlik repertuarı olmadan, birbirleriyle anlamlı ya da tutarlı bir şekilde ilişki” kuramaz (2016: 22). Bu nedenle, iletişim kurdukları insanları tanıyıp onlara güvenmek ister ve bu amaçla karşısındaki kişinin kimliğini yansıtan anlamlar dizesine göz gezdirir (Jenkins, 2016: 21). Bilfiil oyun da burada başlamaktadır. Çünkü bu anlamlar dizesindeki simgelere, giyim eşyalarına, takılara, kullanılan dile ve kullanılan materyallerin hepsine bir işlevselliğe gönderme yapılacak şekilde eklemler yapılmaktadır (Jenkins, 2016: 21). Diğer deyişle; sürdürülemez tüketim ile kendisini yeniden üretebilen kapitalizm, bu anlamlar dizisini kâr politikaları çerçevesinde pedagojik eylem ilişkileri aracılığıyla şekillendirir. Böylece kimlik ve tüketim arasındaki ilişkiyi tasarlar. Araştırma kapsamında bu ilişkiler hakkında görüşmecilere sorular sorulmuştur. İlk soru; “tüketimin bir kimlik edinme, statü sağlama

işlevi olduğunu düşünüyor musunuz?” şeklindedir. Bu soruya görüşmecilerin hepsi *evet* cevabını vermiştir. Verilen bu *evet* cevabı da yukarıdaki analizler ile tutarlılık barındırmaktadır. Sonrasında görüşmecilere, bu sorunun devamı niteliğinde “neden tüketimin bir kimlik edinme, statü sağlama işlevi olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusu sorulmuştur. Verilen cevaplar ise şu şekildedir:

İnsanların hiç değer etmeyecek mallara sadece marka olduğu için bir dünya para verdiğini biliyorum... Bu, yaşamda da birçok açıdan kendini göstermektedir. Örneğin bir sitede yaşadığın zaman, orada kimlerle oturduğun ve oturanların toplumsal statülerinin ne olup ne olmadığı bile, bırakın salt tüketimi, bu bile bir statü meselesi haline getirildi artık! (M6).

M1 kodlu görüşmeci de M6 kodlu görüşmeciye benzer cevap vermiştir:

İnsanlar sistemden kaynaklı pahalı olan şeylerin kendilerini daha özel gösterdiğini düşünüyorlar. Mesela markalı tabletleri örnek verebilirim.... Tabletlerin markasız ve daha ucuz olanları da var; fakat insanlar pahalı ve markalı tablet aldıklarında sosyal açıdan statü atladıklarını düşünüyor... Ve markalı tableti alıyor (M1).

Diğer bir görüşmeci ise konuya para kavramı üzerinden yaklaşmıştır:

Yaşamın güç üzerinden kurgulandığı için herhalde; çünkü senin orada sahip olduğun para miktarı alım gücünü yükseltiyor ve bu alım gücünün yüksek olduğunu da lüks ürünler ortaya çıkıyor... Sende bu lüks ürünleri tüketerek kendi kimliğinin gücünü insanlara yansıtmış oluyorsun. Yani tüketim aracılığıyla bunu sergiliyorsun... (E1).

Ekseriyetle bu cevaplar hem bu başlık altındaki anlatıları hem de araştırmanın kuramsal çerçevesindeki hususlar ile doğrudan ilişkilidir. Çünkü:

Tüketim fikirlerin, televizyon ve reklamlardaki görüntülerin tüketilmesi anlamını içerir. Sembolik anlamlar modern tüketicii, giysilerini, otomobillerini, disklerini, önceden kaydedilmiş video kasetlerini ve ev eşyalarını satın alırken etkiler. Satın alınanlar yalnızca basit, doğrudan, faydacı bir kullanımı olan maddi bir nesne değil, bir anlam ileten, o sırada tüketicinin kim olmayı amaçladığını sergilemek amacıyla kullanacağı nesnelerdir. Tüketim malları, insanların, kimlik duygularını, tüketim kalıpları içindeki sembollerin kullanımı aracılığıyla oluşturdukları bir yöntemin parçalarıdır (Bocock, 2014: 59).

Tüketim kalıplarının içindeki sembollerin, simgelerin ve imgelerin tasarımını da, kapitalizmin sembolik şiddetindeki temel mekanizmalarından biri olan pedagojik eylem ilişkileri belirlemektedir (Bourdieu ve Passeron, 2015: 34-40).

Tüketim ve kimlik arasındaki ilişkiyi inceleyebilmek için saha çalışmasında sorulan son soru: “Tüketimin bu statüsel işlevine sizin de kendinizi kaptırdığınız zamanlar oluyor mu?” şeklindedir. Bu soruya E1 kodlu görüşmeci: *Bundan çok bağımsızım ve hiç yapmıyorum*

demek istemiyorum. Kapitalizm o kadar çok dayatmada bulunuyor ki muhtemelen kısmi de olsa bu tarzda tüketimler gerçekleştiriyorum (E1) cevabını vermiştir. Bu cevap ekseninde E1 kodlu görüşmecinin, statüyü ve prestiji belirleyen kapitalizmin tüketim zincirine bazı vakitlerde kendini dâhil ettiği değerlendirilebilmektedir. Dolayısıyla bu bağlamda, E1 kodlu görüşmecinin yer yer sürdürülemez tüketim pratiklerini sergilediği söylenebilmektedir. Zira tüketimin bu statü ve prestij sağlayan mallarının çoğu; gereksiz işlevler ve aşırılıklarla, tasarımlarında gereksiz bolluklar ile sarmalanmıştır (Baudrillard, 2015: 66). Statüsel mallar, söz konusu bu özellikleriyle sürdürülemez tüketimin değerlerini yansıtmaktadır. Bu noktadan bakıldığında E1 kodlu görüşmecinin, sürdürülebilir tüketim felsefesiyle tutarsız pratikler sergileyebileceği söz konusu olmaktadır. Ayrıca bu malları satın alan her birey sınıfsal farklılıkların düzenini korumaktadır. Aldığı her statüsel mal ile farklılığın düzenini, yani, kapitalizmi yeniden üretmektedir (Baudrillard, 2015: 68-69). Böylece sürdürülemez tüketim ile kendini yeniden üretebilen kapitalizmin varlığını sürdürmesine katkıda bulunmaktadır.

Diğer bir görüşmeci bu soru hakkında şöyle bir yorumda bulunmuştur:

Sadece belirli materyallerde oluyor bu. Mesela yeşil parka giymek, haki renginde yelek giymek gibi... Bence bu önemli de bir örnek ve çokça tartışılmış bir konudur. Çünkü sermaye/burjuvazi bu tür şeyleri hep kullanır... Devrimcilerin giyim tarzını falan kendi çıkarları çerçevesinde yönlendirmeye çalışır... Bizde de işte bu tarz tüketimler, anlattığım parka örneği şeklinde minimal düzeyde oluyor (M3).

R. Barthes, devrimci göstergelerin ve figürlerin içini boşaltan kapitalizmin, sonrasında, içini boşalttığı bu göstergeleri asıl bağlamından kopararak amaçları çerçevesinde işlevselleştirdiğinden bahsetmiştir. Çünkü asıl bağlamından koparılan devrimci figürler/göstergeler, kâr odaklı piyasanın yörüngesine sokulmakta; ve bu bağlamda tişörtlere, içeceklere, ayakkabılara montlara vs. bu figürler/göstergeler yeniden yorumlanarak eklemlenmektedir. Popülerleştirilip ticari metalara çevirebilmektedir. Böylelikle söz konusu bu metaları alan bireyler, aldıkları metarlardan doğru isyankâr, devrimci, anti-kapitalist kimliklerini sergilediğini düşünebilmekte; kolektif ve/veya bireysel kimliklerini tükettikleri bu metalar ile yansıtmak isteyebilmektedir (<https://www.youtube.com/watch?v=2yFLBPvP-Gs>, erişim tarihi: 15.11.2018). Fakat bu ürünleri kullanarak anti-kapitalist bir kimlik yansıttığını düşünen her birey, öte yandan, kapitalizmin kendini yeniden üretmesine katkıda bulunmakta; ve sonuç olarak çelişkiye düşebilmektedir. M3 kodlu görüşmecinin verdiği cevap, Barthes'in bu analizine somut örnek olmaktadır. Çünkü bu amaçla satın alınan çoğu ürün, kapitalizmin devamlılığına katkı sağlamaktadır. Sürdürülemez tüketim kültürüne mücadele alanında güç kazanacağı fırsatlar sunmaktadır. Sürdürülebilir tüketimi savunan

bireylerin, sürdürülemez tüketimin alanda güç kazanmasına sebep olacak bu tarz fırsatlar sunması da ait oldukları ideolojiyle çelişkiye düşebileceklerini göstermektedir.

Ayrıca bu parka örneği, kolektif kimliklerin kabul görme veya tanınma kodlarına da göndermede bulunmaktadır. Çünkü kolektif kimlikler, kendilerini diğer gruplardan ayıracak kodlara sahip olmak isteyebilmektedir. Bu kodlar aracılığıyla kendi farklılıklarını ifade etmeye çalışmaktadır. Fakat kendi farklılıklarını ifade etmeye çalışırken, diğer yandan, iç üyelerinin bireysel kimlikleri birbirleriyle benzeşebilmektedir (Jenkins, 2016: 125). En nihayetinde parka, haki rengi yelek vb. ürünler, bu grup içi benzeşim ve grup dışı farklılaşmayı sağlayan nesnelere örnektir. Devasa üretimlerini tükettirmeye çalışan sermayedarlar, söz konusu bu durumu kendi amaçları çerçevesinde kullanmaya çalıştığı için, M3 kodlu görüşmecinin bu tarz tüketimler gerçekleştirmesi, sürdürülemez tüketime kanalize edilebileceğine ve böylece benimsediği felsefeyle çelişkiye düşebileceği üzerine değerlendirmeye tabi tutulabilmektedir. Benzer şekilde M4 kodlu görüşmecinin; *parkanın hareketimizde önemli simgesel bir yeri var* yorumunda bulunması bu açıklamayla ilişkilendirilebilir.

Sonuç olarak; tüketim biçimlerinin kimliklere bahsettiği statülerin verili toplumsal formasyonda önemsendiği her iki paradigmanın üyeleri tarafından dile getirilmiştir. Bunun nedenini anti-kapitalist ekolojist topluluklarda yer alan bazı görüşmeciler sosyal alanların güç ilişkileri üzerine kurgulanmasıyla ilişkilendirirken; Marksist topluluklarda yer alan görüşmeciler, bu durumun, metalara yüklenen değerlerden ve o değerlerin kimliklere aktarılabilir olmasından kaynaklandığını vurgulamıştır. Bu bağlamda, iki farklı paradigmada yer alan görüşmeciler benzer açıklamalarda bulunmuştur. Tüketimin bu işlevinin M3, M4 ile E1 kodlu görüşmecilerinin cevapları ekseninde, sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklarda da somutlaştığı değerlendirilebilmektedir. Anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan E1 kodlu görüşmeci; bu tarz tüketimleri eylemlerine dökmesinin nedenini sistemin dayatmalarına bağlarken, M3 ile M4 kodlu görüşmeci; bireysel veya örgütsel kimliklerini yansıttığını düşündükleri için bu tarz tüketimlerde bulunduklarını vurgulamıştır.

4.5.3. Hedonik Tüketim ile Ekolojik Denge Arasındaki İlişki

Bu başlık altında, sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklardan yer alan bireylerin, tüketilen ürünle elde edecekleri haz duygularını ekolojik denge için geri plana itip, itmedikleri sorunsallaştırılmıştır. Buradan hareketle, ekolojik denge gözetilerek geri plana itilen bu ürünlere karşı, kapitalist üretim süzgecinden geçen ürünlerin ekolojik dengeyle uyumlu olup olmadıkları da sorgulanmıştır.

Haz ilkesi kapitalizm için elzem bir ilkedir; Zira Bauman'a göre; sermayedarların kendini yeniden üretebilmesi için kullandığı etkin silahlardan biri de haz ilkesidir (Bauman, 2000: 86-87). O nedenle kapitalizm öncesi toplumların büyük bir çoğunluğunda haz yadsınırken, kapitalizmde, insanların haz duyguları bastırılmamış ve serbest bırakılmıştır:

Bireyleri bugün topluma bağlayan şey, onların birer tüketici olarak etkinlikleri, tüketim çevresinde düzenlenmiş yaşamlarıdır. Bu nedenle, bireylerin davranışlarını haz ilkesine bağımlı kılma yönündeki doğal güdülerinin ve eğilimlerinin bastırılmasına gerek yoktur; gözetim ve denetim altında tutulmalarına gerek yoktur. Bu işlevi pazar üstlenmiştir (Bauman, 2003: 200).

Günümüz toplumlarında bireyler, iş dışı hayatlarının büyük bir çoğunluğunu, iş hayatındaki yaşadıkları sıkıntıları unutmak için kullanmaktadır ki, özellikle postmodern bireylerin boş zaman aktiviteleri, kendilerini haz ile deşarj etme üzerine kuruludur.

Post-modern dünyada tüketim, artık ihtiyaçlar doğrultusunda yapılan bir eylem olmaktan çıkmış; kendini ifade etme, kimlik edinme veya bunları koruma, duygusal, duygusal ve fantezi boyutlarını kapsayan; haz veren bir boş zaman aktivitesi haline dönüşmüştür (Taşkaya ve Güneş, 2017: 234).

Kısaca kapitalist ideoloji, iş esnasında tükettiği bireyi tekrardan üretim koşullarına hazırlayabilmek için, bireyin (ve mevcut statükonun) kendini yeniden üretebileceği uygun tüketim ortamını hazırlamaktadır. Ve bu amaçla bireylerin haz duygularını faal kılacakları tüketim koşullarını kurgulamaktadır. Böylelikle bireyleri, üretim aşamasında verimli bir şekilde yeniden kullanabileceği zemini de sağlamış bulunmaktadır. Marx buna *bedenin yeniden üretimi* demektedir. Öte yandan sermayedarlar, kendini yeniden hazırlamaya çalışan bireylerin bu tüketimleri üzerinden, kârlarını maksimum seviyeye çıkaracak stratejiler üretmektedir (Harvey, 2008: 143-146). Haz ilkesi de bu iki noktada verim sağlaması için işlevselleştirilir. Çünkü insan denilen canlı Kropotkin'e göre sürekli haz ve mutluluk peşinde koşan bir varlıktır. Haz aldığı ölçüde kendini yenileyebilmektedir (Kropotkin, 2013: 16-21). Antrparantez, Spinoza'dan beslenen Negri'ye göre; hazdan gelen arzularımız çok kuvvetlidir ve hazdan gelen arzular ile yapılan şeyler, çevredeki diğer insanlar tarafından gözlemlenince onları daha çok iştahlandırmaktadır (Negri, 2005: 262, 273-274).

Harvey, günümüzde, hedonik tüketim de dâhil birçok tüketim biçimiyle yaşamsal ağın (doğayı) bilinçli veya bilinçsizce deforme edildiğini düşünmektedir. Fakat: "İnsan bedeni, içinde ve etrafında sosyo-ekolojik güçlerin değer tahsis etme ve temsiliyet için çarpıştığı bir savaş alanıdır" (Harvey, 2008: 146-148) ifadesinde de bulunmaktadır. Bunu takiben Harvey tarafından; sosyal alanlarda, haz duyuları için ekolojik dengeyi deforme edenler olduğu gibi, bu yaşamsal ağı korumaya çalışan kolektif ve bireysel bedenlerin olduğunu iddia

edilmektedir. Ve bu bedenlerin bir temsiliyet alanı yaratmak için hâkim ideoloji ile çarpıştığı dile getirilmektedir. Nitekim sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların felsefeleri bu çatışma ortamında, hâkim ideolojiyle çarpışan temsiliyetlerden birini oluşturmaktadır. Buna paralel olarak, ekolojik denge için haz duygularını geri plana iten işte bu insanların - görüşmecilerin-, söz konusu bu praksis felsefeleri tez kapsamında sınanmıştır. Sınamayı etkin kılabilmek için şu soru sorulmuştur: “Size çok fazla haz vereceğini düşündüğün, ama üretiminde çevre dostu politika gütmeyi için ekolojik dengeye zarar verdiğini bildiğin bir ürünü satın alır mısınız?”. Genel kapsamda verilen cevaplar: *Hayır almam. Çünkü burada önceliğim ekoloji olur!* (E3) biçiminde olmuştur. Örneğin M6 kodlu görüşmecinin cevabı şöyledir:

Net bildiğim bir şey varsa ve kafamda sabıkalı bir firmaysa, o ürünü kesinlikle almam! Sabıkalıysa niye alayım ki?... Protesto ederim o ürünü... Sonuçta o ürünün mutlaka bir muadili vardır ve bu bağlamda haz konusunu başka türlü de çözebilirim! (M6).

Bu soru hakkında E4 kodlu görüşmecinin yorumu ise aşağıda verildiği gibidir:

Bir şey görüp hoşuma gidebiliyor, ama o şeye sahip olduktan sonra benim için bir anlamı olmuyor. Çünkü sahip olmanın kendisine inanmıyorum... Kendi kişisel varoluşum/karakterim böyle olduğu için bir üründen kolayca vazgeçebiliyorum... O sebeple hazzı geri plana iterek doğanın zarar görmemesini gözetirim (E4).

Bir başka görüşmeci de bu soruya: *Ekolojik denge önemli olur ve o ürünü almam! Direkt engel koyarım haz duyguma!* (E5) diye yorumda bulunmuştur. Bu cevaplar ekseninde, sürdürülebilir tüketimi savunan bu görüşmecilerin, inandıkları felsefeyle çelişkiye düşmedikleri düşünülebilmektedir. Fakat anti-kapitalist paradigmalara göre; kapitalist üretim koşullarında, bütünsel bir şekilde ekolojik dengeyi gözetken ve üretim koşullarını bu doğrultuda gerçekleştiren sermayedarlar/üreticiler yoktur. Dolayısıyla mevcut ürünlerin büyük bir çoğunluğunda, ekolojik dengeyle uyumsuz üretim koşulları söz konusudur; ve bu ürünleri alan bireyler, sürdürülemez tüketimin devamlılığına katkıda bulunmaktadır

Bookchin’e göre, kapitalist üretim koşullarının hâkim olduğu günümüz dünyasında temel bir düstur vardır: *sürekli kâr/büyümek* (Bookchin, 2017: 34-35). Düşüncelerinden etkilendiği Marx’a göre kapitalizmde kârın karşılığı artı-değerdir; artı-değer uğruna maksimize edilmiş politikalar sistemin ideolojisi ekseninde mübah ve meşru görülmektedir (Marx, 2003: 172-183). Benzer görüş Marx’ı yorumlayan Löwy’de de görülür:

Marx’a göre, çağdaş kapitalizmde bile "mutlak elde etme dürtüsü" (absoluten Bereichungstrieb) kapitaliste büyük ölçüde hâkim olur. Bu, kişisel bir mani değil, kapitalistin yalnızca bir dişlisi olduğu

yabancılaşmış bir toplumsal mekanizmanın ifadesidir. Öte yanda kapitalist, kuşkusuz, rekabet yasalarıyla biriktirmeye ve sermayesini sürekli olarak arttırmaya zorlanır (Löwy, 199: 82).

Biriktirmeyi sürekli hale getirebilen artı-değer, metaların tüketime sunulduğu aşamadan önce, ilk olarak üretim koşullarında somutlaşmaktadır. Bunlardan biri ucuzlaştırılan emektir; diğeri ise hammaddelerin daha çok artı-değer verecek şekilde *sürdürülemez* tüketimidir (Marx, 2003: 172-183; Bookchin, 2017: 37-39).

Her alana yayılmış bir zorunluluk olarak “büyü ya da yok ol” anlayışının temel alan bir toplumun birinci doğaya yıkıcı bir etkide bulunması kaçınılmazdır. Buradaki “büyüme” nüfus artışından kaynaklanmaz; nüfus patlaması esnasında doğan kişilerin düşündüğünün aksine, ekolojik döngüler üzerinde en ciddi tahribatı yapan kimseler dünyanın büyük sınai merkezlerinde bulunurlar –ki bu merkezler suyu ve havayı kirletmelerinin yanı sıra buzulları eriterek gezegenin önemli bir bölümünü sular altında bırakma tehdidinde bulunan sera gazları da üretirler (Bookchin, 2017: 38).

1970-80 dönemlerindeki ekolojik hareketlerin baskısı ve direnişleri nedeniyle bu büyük sınai merkezleri, artık, çevre dostu üretim koşullarına geçtiklerini dile getirmiştir. Bu ekolojik hareketlerin baskılarına karşı tavizler verdiklerini belirten göstergeleri alana sunmuştur. Bookchin’e göre bu külliye yalandır ve bu politikaları illüzyonlar ile sarmalanmıştır. Çünkü sürekli büyüme düsturunun hâkim olduğu bu sistemde, birbirleriyle rekabet eden firmaların daha fazla masrafa sebep olan çevre dostu üretimleri göze alması söz konusu olamamaktadır. Sistemin bizatihi yapısı buna uygun değildir (Bookchin, 2017: 34-46). Örneğin:

Mercedes-Benz bir Paleolitik mağara duvarındaki bizon resmiyle süslenmiş iki sayfalık bir reklamında “Yeni ürünlerin planlanmasında çevre temalarına yer vererek, çevre açısından daha sürdürülebilir bir ilerleme sağlamaya çalışmalıyız” diye nutuk atmaktadır. Bu tür mesajlar Batı Avrupa’nın en fazla çevre kirliliği yaratan ülkelerinden biri olan Almanya’da alışıldık bir durum haline gelmiştir. Önde gelen çevre kirleticilerinin göstermelik bir şekilde kendileri için “her günün Dünya Günü olduğunu” iddia ettiği Birleşik Devletler’de de bu tür reklamlar aynı ölçüde yönlendiricidir (Bookchin, 2017: 37).

Bunlara benzer örnekleri Zizek de vermiştir. Zizek’e göre bazı firmalar, sattıkları metalara çıkarları çerçevesinde ideolojik anlamlar yükler. Örneğin Starbucks, aldığınız kahveye vereceğiniz paranın biraz fazla olmasıyla Afrika’daki yoksul çocuklara yardım eli uzatıyorsunuz veya aldığınız kahveye verdiğiniz paranın cüzi miktarda fazla olmasıyla Afrika’daki yahut Asya’daki ekolojik problemlerin çözülmesine siz de katkıda bulunuyorsunuz sloganlı reklamlarını alanda sürekli dolaştırmaktadır (<https://www.youtube.com/watch?v=EJqWN5uGcw>, erişim tarihi: 17.11.2018). Böylece, sattığı ürünlerin tüketimini, sürdürülebilirlik felsefesiyle ilişkilendirebilmekte; bu bağlamda *sözde aktivist* tüketici profili yaratabilmektedir. Çünkü Zizek’e göre:

Tüketicilikle savaşacak karşı tedbirin bedeli zaten metanın bedeline dâhil edilmiş durumda. Sanki bir parça daha fazla ödeyerek yalnızca bir tüketici olmuyorsunuz, aynı zamanda çevreye, yoksullara, Afrika'daki açlık çeken insanlara karşı görevinizi de yerine getiriyorsunuz. Bence tüketiciliğin nihai biçimi budur (<https://www.youtube.com/watch?v=EJqWN5uGcw>, erişim tarihi: 17.11.2018).

Kısaca, mevcut kapitalist üretim koşullarında, firmalar tarafından metalara yüklenen bu ideolojilerin ve çevre dostu politikaların bir yanılsamadan ibaret olduğu düşünülebilmektedir. Schumpeter'in söylediği gibi: “*Büyüme içermeyen bir kapitalizm, ifade olarak çelişkilidir*. Sermaye birikimi potansiyel olarak sınırsız olduğundan ve bu birikim doğaya dayandığından ve doğanın kaynakları sınırlı olduğundan, sermaye birikimi ile doğa arasında bir karşıtlık vardır” (<http://sendika62.org/2011/04/yesil-kapitalizmin-gecersizligi-daniel-tanuro-52822/>, erişim tarihi: 17.11.2018). Kapitalizmde, bu nedenle, ekolojik dengeyle uyumlu olduğunu iddia eden çevrecilik politikaları sadece daha fazla kâr için hazırlanan stratejik hamleler olmaktan öteye gidememektedir. Daniel Tanuro'nun belirttiği gibi bu hamleler; *Yeşil Kapitalizm*'den başka bir anlam ifade edemez (<http://sendika62.org/2011/04/yesil-kapitalizmin-gecersizligi-daniel-tanuro-52822/>, erişim tarihi: 17.11.2018). Türkçe'de *yeşil aklama* olarak nitelendirilen *greenwashing* stratejisi bu konuyla ilişkilendirilebilmektedir:

‘Greenwashing’ yanıltıcı, gerçekdışı ve yanlış etkiler yaratır. Örneğin çevreye zararlı atık bırakan bir endüstri şirketi/markası logosunda yeşil renk kullanıp gelecek nesiller için çalıştığını ifade eden bir slogan kullanıyorsa bu greenwashing yani yeşille boyamaktır. Daha karmaşık başka bir örnek vermek gerekirse güzellik sektöründe üretim yapan iki farklı marka düşünün. Bu markalardan biri doğa dostu, hayvanlar üzerinde test yapmayan bir marka olsun, ürünlerinin içeriği kimyasal değil doğal olsun, diğeri de hayvan testleriyle meşhur, kimyasal içerikli ürün grubuna sahip bir marka olsun. Bu iki marka aynı şirkete ait olduğu için bu da bir “yeşile boyama” tekniğidir (<https://yesilgazete.org/blog/2017/12/09/greenwashing-yesil-ile-goz-boyama-trendi-kubra-kopruluoglu/>, erişim tarihi: 24.12.2018).

Ekolojik sürdürülebilirliği referans alan tüketicilerin bu stratejik reklamlara inanması Bookchin'e göre tehlike arz etmektedir. Çünkü sorunun temel kaynağı bu mesajların alımlanmasıyla önemsiz hale getirilmektedir. Onun ifadesiyle: “Kararlı bir toplumsal eylemin gerekliliğini görmemizi engellemekte ve kapsamlı bir toplumsal değişim için verilen mücadeleyi rotasından saptırma eğiliminde olmaktadır” (Bookchin, 2017: 36-7). Dolayısıyla, bu politikalara inanan bireylerin, benimsedikleri ya da inandıkları sürdürülebilir tüketim felsefesine karşı çelişkiye düşme potansiyelleri artabilmektedir. Bu bağlamda görüşmecilere şu soru sorulmuştur: “Bazı markaların çevre dostu politikalar seçmesi, sizin o ürünler hakkındaki düşüncelerinizi etkiler mi?”. Bu soruya M1, M2, M3, M4, M5, E2 ve E5 kodlu

görüşmeciler; *hayır etkilemez, çünkü bu bana samimi gelmiyor ve bunları stratejik reklam olarak algılıyorum* mealinde cevaplar vermiştir. Örneğin M3 kodlu görüşmeci şunları dile getirmiştir:

Ben hiçbir ürünün gerçekten de çevre dostu olduğunu düşünmüyorum. Samimi gelmiyor zaten bu bana... Hepsi de doğanın ekolojik sürdürülebilirliğini referans almadan, birçok canlı katliamına sebep olan üretim koşullarından geçmektedir... Örneğin, Decathlon'da satılan bir mont vardır ve o montların arka tarafında delik vardır. İşte o delikler, avcılarının vurdukları hayvanları ipe takıp yerleştirilmesi için tasarlanmıştır. Haliyle burada net bir şekilde çelişki ortaya çıkar... Yani sen orada av kıyafetleri satıyorsun sonra da çevre dostu politika diye poşeti parayla satıp, poşet tüketimini azaltmaya çalışıyorsun. Samimiyetsizlik bence bu!... Ayrıca bu konuya girmişken, dünyadaki en büyük ekolojik örgüt olarak bilinen Greenpeace muhabbetine de gireyim... Örneğin Greenpeace'e baktığımızda tamamen düzenin kontrolünde olan bir grup olduğunu görüyoruz... Nitekim düzen, kendi dışında gelişen bir şeyden, kendi kontrolünde olan bir örgüt olsun ve bunun üzerinden söz konusu bu süreçleri kontrol edebilmek ister... Bugün Greenpeace sokakta imza toplamaktan başka ne yapıyor? Hiçbir şey yapmıyor. Fabrika bacalarına müdahale etmiyor, ondan sonra çevre eylemlerinin hiçbirine katılmıyor. Karadeniz'de o kadar eylem oldu fakat Greenpeace'ciler bir kere bile gitmedi oraya... Greenpeace hatta bazen şunu anlatıyor; HES'lerin iyi olabileceğini söylüyor... Kısaca bugün kapitalist düzenin bizzat kendisiyle mücadele etmediğin sürece, tek başına bir mücadele alanı da yaratamazsın. Bu mümkün değil!... (M4).

Şirketlerin çevre dostu politikalarına kısmi de olsa olumlu yaklaşan görüşmecilerin yorumları ise şöyledir:

Bu ürün gerçekten çevre dostu mu diye sorgularım ilk olarak... Mesela hayvanlar üzerinde deney yapılmadan üretilen materyaller var. Yani mikro-hücreler üzerinde deney yapılarak sınıyan ve bu çerçevede üretilen şampuanlar, sabunlar, deterjanlar falan çıkmaya başladı artık. Şimdi gerçekten burada, bu ürünün üretim süreçlerini araştırırım. Eğer gerçekten anlattıkları gibiyse de o ürünü alırım... (E3).

Bu soruya M6 kodlu görüşmecinin verdiği cevapta geri-dönüşümlü malzemelerden yapılan ambalajlamalara dikkat çekilmiştir:

Etkiler... Eğer o firmanın gerçekten de çevreci bir üretim yaptığını düşünüyorsam olumlu yönde etkiler... Doğaya zarar vermeden üretim yaptığını, atıklarını etrafa atmadığını ya da kullandığı ambalajların geri-dönüşümlü olduğunu vs. şeylerine inanıyorsam bu elbette beni olumlu yönde etkiler (M6).

Diğer bir görüşmeci: *Tabii ki etkiliyor. Eğer bunu gerçekten yapıyorsa, onun ürünlerini alıp firmayı desteklemeye çalışırım* (E1) yorumunda bulunmuştur. Sorulan bu soruya E4 kodlu

görüşmecinin verdiği cevap da diğer görüşmecilerin yorumlarına benzer gerekçeler içermektedir:

Etkiler ve fikrimi değiştirir tabii ki de! Mesela bir ürünün vegan olması, eko-trend olması, o ürünlere yönelmeme sebep oluyor; çünkü çevre kirliliği ve küresel ısınma çok fazla... Ve ben kendi tüketimimle bunlara daha fazla katkıda bulunmak istemiyorum... Kapital düzende, söz konusu bu durum kullanılmıyor mu? Stratejik olarak elbette kullanılıyor, bunun da farkındayım ve ona göre hareket ediyorum...(E4).

Görüşmeci E6 bu soruya firmanın samimi olduğuna inanırsam beni etkiler cevabını vermiştir:

Evet etkiler. Samimi olduğuna inanırsam beni etkiler ve o ürünü alırım. Yani bazı ürünlerde gözlemliyoruz, mesela eskiden plastik ürünler doğada çözülüyordu, şimdi doğada çözülen ürünler üretilmeye başlandı. Dolayısıyla, çevre dostu politika güttüğünü iddia eden firmayı eğer samimi bulursam, bu durum satın alma kararımı olumlu yönde etkiler (E6).

Görüldüğü gibi M6, E1, E3, E4 ve E6 kodlu görüşmeciler, çevre dostu olduğuna inandıkları ürünlerin tüketim esnasında karar verme mekanizmalarını etkileyebileceğini dile getirmiştir. Fakat bu ürünlerin büyük bir oranda ekolojik üretimden geçmesi, anti-kapitalist paradigmaların anlatılarına göre mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla bu bağlamda, ilgili soruya olumlu yaklaşan görüşmecilerin, zaman zaman sürdürülebilir tüketim felsefesinin anlatılarıyla tutarsız pratikler sergileyebileceği değerlendirilebilmektedir. *Yeşil Kapitalizm İmkansızdır* kitabının yazarı Daniel Tanuro'ya göre:

“Yeşil Kapitalizm” ifadesi iki farklı şekilde anlaşılabilir. Rüzgâr türbinleri üreten bir kişi, Yeşil Kapitalizm uyguladığı için övünebilir. Bu bakımdan, bir kısım paranın, ekonominin “temiz” sektörüne yatırılmış olmasından dolayı, bir Yeşil Kapitalizm şekli çok açık ki olasıdır ve gayet de kârlıdır. Fakat burada sorulması gereken soru, kapitalizmin *bir bütün olarak* yeşil olup olamayacağı, yâni, büyük sermayeyi oluşturan, muazzam sayıdaki ve birbiriyle rekabet halindeki küçük sermayelerin küresel faaliyetlerinin, ekolojik döngülere; ve doğal kaynakların kendilerini yenileyebilmelerinin olanaklı olmasını sağlayacak olan ve bu kaynakların içinde bulundukları bu ekolojik döngülerin ritmine ve bu yenilenebilme hızına saygılı olup olamayacaklarıdır (<http://sendika62.org/2011/04/yesil-kapitalizmin-gecersizligi-daniel-tanuro-52822/>, erişim tarihi: 17.11.2018).

Sürdürülebilir tüketimi savunan bireylerin, kendilerine haz vereceğini düşündükleri ürünleri ekolojik süreçlerden geçmediği için satın almayarak kendilerini çelişkiye düşürmekten muaf tutmaları söz konusu değildir. Çünkü bu bireylerin satın aldığı ürünler, Schumpeter, Daniel Tanuro ve Bookchin'e göre; kapitalizmin içkin özelliklerinden dolayı az ya da çok ekolojik dengeye tahribat vermektedir. Bu nedenle anti-kapitalist paradigmalar,

dolaysız bir şekilde kapitalist firmaların -ve geniş kapsamdan bakılırsa kapitalizmin- bizi hedef alan eylemleri nitelikli ve tutarlı bulmaktadır. Sürdürülebilir tüketimi savunan bireylerin salt bu amaçla örgütlendikleri takdirde felsefeleriyle tutarlı pratikleri maksimize edecekleri düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Marksist topluluklarda yer alan görüşmeciler ile anti-kapitalist ekolojist topluluklarda yer alan görüşmecilerin tümü; ekolojik dengeyle uyumsuz hedonik tüketim biçimlerini geri-plana itebileceklerini dile getirmiştir. Öte yandan bu çalışmada, çevre dostu üretim koşullarından geçtiğini iddia eden firmaların bu politikalarını samimiyetsiz bulan görüşmeciler kadar, samimi olduklarına düşünen görüşmecilerin olduğu da bulgulanmıştır. Firmaların çevre dostu politikalarını samimi bulmayan anti-kapitalist ekolojist topluluklardaki görüşmeciler ile Marksist topluluklardaki görüşmeciler benzer açıklamalarda bulunmuş; bu politikaların tamamen stratejik hamleler ile sarmalandığını ifade etmişlerdir. *Grenwashing* stratejisinin içerikleriyle uyumlu yorumlamalarda bulunmuşlardır. Samimi bulanlar ise, öncelikle söz konusu bu firmaları araştırdıklarını, çevre dostu üretimde bulunduklarına inandıkları takdirde, o markanın ürünlerini satın alabileceklerini dile getirmiştir. Marksist topluluklarda bu stratejileri samimi bulabilecek bir görüşmeci yer alırken (M6), anti-kapitalist ekolojist toplulukta E1, E3, E4 ve E6 kodlu görüşmeciler, bazı firmaların çevre dostu politikalarını samimi bulabileceğine dair açıklamalarda bulunmuşlardır.

4.5.4. Tüketim Toplumunda Medyanın Yerine İlişkin Görüşler

Kapitalist ideoloji sosyal alanlarda sürdürülemez ideolojisini yayarken kitle iletişim araçlarından sık sık faydalanmaktadır. Öyle ki Furedi'ye göre günümüzde "birçok insan, kişisel deneyimleri sayesinde değil medya kanalıyla bilgi" edinmektedir (Furedi, 2001: 83). Aynı şekilde Reisman da, kişinin dış dünyayla ve kendisiyle olan ilişkisinde kitlesel iletişim araçlarının etkisine büyük bir önem atfeder (Mestrovic, 1999: 128). Medya işte bu özelliklerinden/öneminden ve iktidar lehine işlev gören niteliklerinde ötürü; iktidarın dört büyük gücünden biri olarak kabul görmektedir. Çünkü çoğunlukla mevcut statükoyu sürekli kılmak için egemen pedagojik eylem ilişkilerinin ürettiği sosyal formasyonun taşıyıcısı ve dağıtıcısı konumunda hareket et(tiril)mektedir. Onlara bağlı kalmaktadır. Bir diğer ifadeyle; teknik gelişme ekseninde geliştirilen kitle iletişim araçları, yolladığı kodlarla birlikte bireyleri ve toplumları, mevcut iktidarın alanda dolaştırdığı statükocu pedagojik eylem ilişkilerini tekrardan üretmeye meyletmektedir (Bourdieu ve Passeron, 2015: 71-73; Adorno ve Horkheimer; 2014: 160-165). Bu bağlamda Gülsoy'a göre; "kapitalist ekonominin gelişimiyle ortaya çıkan 'tüketim kültürünün' en büyük kurucusu medyadır" (Gülsoy, 2005: 186).

Yeni emperyalizm yeni teknolojik gelişmelerle beraber işlemektedir; “medya” ve iletişim sistemi, bunların da ötesinde “enformasyon devrimi” diye bilinen dönüşüm, üretim ve tüketimin önemli ölçüde yeniden yapılanmasını beraberinde getirirken, aynı zamanda tamamıyla yeni ihtiyaç ve istek tanımları da oluşturdu (Çoban, 2016: 116).

Medyanın kapitalist tavrı ve dolayısıyla sürdürülemez tüketimin yayılmasındaki etkileri görüldüğü gibi eleştirel paradigmlar tarafından dile getirilmektedir. M3 kodlu görüşmecinin: *Medya, sermayedarların en güçlü araçlarındandır* söylemiyle, E1 kodlu görüşmecinin aşağıdaki açıklamaları eleştirel paradigmların bu görüşleriyle tutarlılık göstermektedir:

Örneğin bisiklet malzemesi almaya gittiğimde, birkaç parça eşyaya ihtiyacım varsa, ilk olarak onun araştırmasını yaparım... O mağazaya gitmemin ise tek bir amacı vardır; araştırdığım ve alacağıma karar verdiğim ürünü alıp çıkmak! Çünkü aksi takdirde kandırılmaya müsait bir psikolojimiz var. Ve bütün bu görselliklerle, sloganlarla, promosyonlarla ve bunları besleyen medyanın ve reklamın kullanıldığı şeylerle, insanların psikolojisi daha çok satın almaya yönlendirmektedir. Bende bazen bu yönlendirmelere kandığım için bu savunma mekanizmasını geliştirmeye çalışıyorum (E1).

Kapitalizm; piyasayı, üretimi, ticareti veya tüketimi icat etmemiştir. Aynı şekilde hiyerarşik yapılanmaları da kendisi yoktan var etmemiştir. Sadece tarih sahnesine çıktığı dönemlerde bu olguları kendi çıkarları çerçevesinde kullanmıştır (Braudel, 1996: 71). Medya da bu kullanımı, sermayedarların lehine üst seviyelere yükseltebilmek için tarih sahnesine çıkartılan kapitalist menşeli spesifik bir araçtır. Ve söz konusu bu araç ile kapitalist ideoloji, kendi çıkarları çerçevesinde sunduğu anlatıları toplumun genel çıkarı olarak yansıtmaktadır. Bu doğrultuda izler-kitleyi manipüle etmektedir (Marcuse, 1990: VII). Baudrillard’ın ifadesiyle: “Reklam aracılığıyla toplumsal amaçları kendi yararına çeviren ve kendi amaçlarını toplumsal amaçlarmış gibi dayatan, sistemdir” (Baudrillard, 2015: 83). Özellikle, medyanın şirketler tarafından iyice ele geçirilmesiyle birlikte bu manipülasyonun en büyük hedeflerinden biri, sürdürülemez tüketimin değerlerini, ritüellerini, kimliklerini içselleştiren bireyler kümesi yaratmaktır:

Kapitalizmin amacı daha fazla kardır ve bunun yolu da tüketimin özendirilmesi ve artırılmasıdır. Medya tüketimin özendirilmesi yönünde bir propaganda aracından başka bir şey değildir. Medya kurumlarının Devlet ve şirketlerin eline geçmesi, gerçek işlevini yani haber ve bilgi verme işlevini kaybetmesine neden olmuştur (Gülsoy, 2005: 186).

Sonuç olarak; medyanın, sermayedar sınıfının çıkarlarına hitap edecek tüketim alışkanlıkları ektiğini hem anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan görüşmeciler, hem de

Marksist toplulukta yer alan görüşmeciler dile getirilmiştir. Bu bağlamda her iki paradigmanın temsilcileri benzer nitelikte cevaplar vermiştir.

Kapitalizmin söz konusu bu çıkarlarına tüketim alanında en fazla desteği medyanın elzem kolu olan *reklamcılık* sağlamaktadır. Baudrillard, medyanın bu koluna (reklama), “belki de çağımızın en dikkate değer kitle iletişim aracıdır” ifadeleriyle seslenir. Bu nedenle bir alt başlıkta reklam ele alınmıştır.

4.5.4.1. Reklamlar Hakkındaki Görüşler

Reklam, kapitalist üretim koşullarının kendsini tekrardan yenileyebilmesi için zorunlu olduğu tüketimi bireylere yaymaya çalışan bir ikna mekanizmasıdır. “Her reklam metni ve her ilan bizi özel bir ürünü satın almamız için yüreklendirmeyi ve kışkırtmayı amaçlar” (Bauman, 2010: 225). Bauman açısından reklam sektörü; piyasa hegemonyasının pekiştirilmesi amacıyla cisimleşen ve bu amacı doğrultusunda ikna teknikleri/stratejileri üreten mekanizma olarak işlev görmektedir. Öyle ki *ikna*, Bauman’a göre reklamın en temel prensibidir. Örneğin herhangi bir sorun tespit edip, o soruna çözüm üretecek meta icat eden firma/kurum veya birey; ürettiği metanın, bahsedilen sorunlara karşı işlevsel olduğunu tüketicilere anlatmak ve ürünün tüketim evresine geçişini hızlandırmak isteyebilmektedir. Buradan hareketle reklamın ikna tekniğinden faydalanabilmektedir (Bauman, 2010: 221-222). Çünkü “muhtemel kullanıcıların inandırılması gerekir, aksi halde [potansiyel tüketiciler] o nesneyi para harcamaya değer görmeyecekler, onu satın almayacaklardır” (Bauman, 2010: 222).

Adorno ve Horkheimer’a bakıldığı vakit, kapitalist hegemonyanın devamlılığı için merkez noktaya kültür endüstrileri konumlandırılmaktadır; fakat kültür endüstrilerinin *yaşam iksiri* olarak da reklama gönderme yapıldığı görülmektedir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 215). P. Bourdieu ile H. Marcuse ise reklamın etki gücünün, kültürel ve sanatsal kodları ilgi çekici popüler boyutlara indirgeyerek, sanatın ve kültürün biricikliğini satış politikaları için deforme edip kazandığını iddia etmektedir (Bourdieu, 2006: 139-147; Marcuse, 1990: 50-58). Çünkü onlara göre bu sayede pazarlama teknikleri, reklamcılık ve medya, kapitalizmin ekonomik etkinliklerini maksimize ederken; öte yandan, ekonomik hareketleri üstyapının bu kodları aracılığıyla meşrulaştırabilmektedir (Bourdieu, 2006: 29).

Ayrıca reklamlar, bu hareket ağıyla neyin kaliteli neyin kalitesiz olduğu algısını potansiyel tüketicilerin bilincine gönderebilmektedir. Bu araştırma kapsamında görüşme formunda yer alan reklamlarla ilgili soru da nitekim bu süreçlere gönderme yapmaktadır. Görüşmecilere bu bağlamda şu soru sorulmuştur: “Satın alacağınız herhangi bir ürünün kalitesini düşünürken, o ürünün bilinen medya kanalları (filmler, radyolar, afişler, sosyal

medya) tarafından reklamının yapılması; düşüncelerinizi olumlu yönde etkiler mi?”. Bu soruya bazı görüşmecilerin verdiği cevaplar şöyledir: *Ne yazık ki evet! İnsan psikolojisine tabi kalarak, çoğunluğun tabi kaldığı bu tür reklamlara ya da bilgilendirmelere, yeri geldiğinde ürün seçimi esnasında göz önünde bulunduruyoruz* (E1). Diğer bir görüşmeci de E1 kodlu görüşmecinin verdiği cevaba yakın bir yorumda bulunmuştur:

Reklamlar, tanıtımı yapılan ürünün daha kaliteli ve daha kullanışlı olabileceği izlenimi bende de uyandırabiliyor. Beni de bu psikolojiye sokup bazı zamanlarda tüketimimi yönlendirebiliyor... Kuşkusuz reklamların bu etkisinde sinsice kullandığı psikolojik teknikler neden olmaktadır... (M4).

Söz konusu soruya karşı verilen bu iki cevap, reklamlar aracılığıyla gönderilen mesajların sürdürülebilir tüketimi savunan kimi bireyler tarafından bazı zamanlarda alımlandığını göstermektedir. Fakat S. Hall, kitle iletişim araçlarından yollanılan mesajları alımlayanlara karşı, mesajların kod-açımı esnasında müzakereci yaklaşanlar veya direnenler de olacaktır ifadesinde bulunmaktadır (Hall’dan akt. Özçetin, 2010: 150-153). S. Hall’un bu analizi, ilgili soruda sınanmış ve doğru olabileceğine dair izlere rastlanılmıştır. Şöyle ki; reklamların bu yönlendirici etkisini ve mesajlarını alımlayan iki görüşmeciye (E1 ve M4) kıyasla, M1, M2, M3, M5, E3, E4, E5, E6 kodlu görüşmecilerin bu mesajlara direndikleri; reklamların, kalite algısını meşrulaştırmak için ürettiği söylemleri ve görselleri alımlamadıkları görülmüştür. Örneğin E3 kodlu görüşmeci: *Bu beni kesinlikle olumlu yönde etkilemez. Çünkü ben medyanın bir şeytan olduğunu düşünüyorum. Reklamların, kapitalist sistemin veya devletlerin yalan makinası olarak işlev gördüğünü düşünüyorum* (E3) yorumunda bulunmuştur. Reklamların yolladığı mesajlara karşı direniş göstergelerine sahip ifadelerde bulunan E4 kodlu görüşmeci: *Hayır o ürünün kalitesi hakkında düşüncelerimi olumlu yönde etkilemez. Yani o ürünün kaliteli olduğuna dair yaratılmak istenilen algıyı meşrulaştırmaz gözümden* (E4) cevabını vermiştir.

Söz konusu soruya müzakereci bir tavırla yaklaşan M6 ile E2 kodlu görüşmecilerin cevapları ise sırasıyla aşağıda verildiği gibidir:

Reklamlar beni bu hususta etkilemez demiyorum ama ben ayrıca araştırırım da... Yani girerim internete, alacağım ürünün firması hakkındaki yorumlara bakarım. Mesela bir teknolojik mal alacaksam, bir teknoloji marketinin sitesine girer, satılan o mallarla ilgili tüketici yorumlarına bakarım. Kim o ürün hakkında ne yorum yapmış diye araştırırım... Çünkü bazı teknolojik malların kronik arızaları oluyor... İnsanlar da internete bu kronik sorunları yazıyorlar. Ben de bakarım buna... Fakat reklamlarda etkili oluyor tabii... Reklamlar beni etkilemez diyemem (M6).

Müzakereci bir tavır sergileyen diğer görüşmeci, reklamların seçim mekanizmasını etkileyen yönüne vurgu yapmıştır:

Reklamın tanıtım işlevi tabii ki de hayatta satın alacağımız bazı şeyler için iyidir... Seçimlerimizi kolaylaştırıyor diye düşünüyorum. Fakat ana-akım aracılığıyla yollanılan bu mesajlara haliyle şüpheli yaklaşıyorum. Gider kendim de bir araştırma yaparım, arkadaşlarıma sorarım vs... (E2).

Farklı paradigmalarda yer alan bu iki görüşmeci tarafından, reklamların kendilerinde bir etki unsuru olabileceği kabul edilmiştir. Ama aynı görüşmeciler tarafından, söz konusu mesajların direkt alımlanmayıp, ayrıca bir araştırma sürecine tabi tutuldukları da dile getirilmiştir. Böylece, reklamlar aracılığıyla yollanılan mesajlara müzakereci bir tavırla yaklaştıkları görülmüştür.

Saha çalışmasından elde edilen verilere göre; sürdürülebilir tüketim felsefesini habituslarının temel özelliklerine eklemleyen toplulukların kimi üyeleri, reklamların yolladığı mesajları bazen alımlamaktadır. Bu bağlamda reklamın yönlendirdiği sürdürülemez tüketim eylemlerini zaman zaman sergilemeleri söz konusu olabilmektedir. Çünkü reklam; “nesnelerin kullanım değerini artırmak değil, yalnızca azaltmak, onları moda/değerine ve hızlı yenilenmeye tabi kılarak zaman/değerini azaltmak amacıyla” alanda somutlaştırılmaktadır (Baudrillard, 2015: 46). Dolayısıyla bu mesajları alımlayan görüşmecilerin, sürdürülemez tüketim faaliyetlerini sergilemesi ve benimsediği felsefeyle çelişkiye düşebilecekleri değerlendirilebilir. Ayrıca bu mesajı alımlayan görüşmecilere karşı, mesajın kod-açımı esnasında verilmek istenilen mesajı alımlamayan veya müzakereci bir tavırla sorgulayan görüşmecilerin olduğu da ortaya çıkarılmıştır. Bunların içinden, müzakereci bir tavırla mesaja yaklaşan görüşmecilerin yer yer sürdürülemez tüketim davranışlarını sergilemesi söz konusu olabilmektedir. Çünkü reklamlar, bazı zamanlarda, sergilediği ürünle ilgili otoriter isimleri kurgusuna dâhil edebilmektedir. Sergilediği üründe yer alan bu otoriter isimler “bir bilim insanı, otomobil teknolojisinde, bankacılıkta ya da sigortacılıkta birinci sınıf bir uzman, güvenilir ve iyi niyetli bir karakter, şefkatli ve deneyimli bir anne” olabilmektedir (Bauman, 2010: 225). Ya da “ürünün yapmayı amaçladığı türden işin bilgili, tecrübeli ustası ya da milyonlarca öteki insanın da seyretmekten hoşlandığını bilerek, insanların gıpta ile izledikleri meşhur bir kişi imgesinde” olabilmektedir (Bauman, 2010: 225).

Antonio Negri ve Michael Hardt’ın *İmparatorluk* kitabında ayrıntılı bir şekilde ortaya koyduğu gibi sermaye, ulusal sınırları tanımayan akışkan bir imparatorluktur artık. Üstelik tüm devletlerin ideolojik aygıtları, kitleleri kapitalizmin çıkarları doğrultusunda manipüle etmek için çalışır. Örneğin yapımı ölümcül bir hata olan Mersin Akkuyu ve Sinop nükleer santralleri, Nobel ödüllü fizikçi Aziz Sancar reklamlarda oynatılarak kabul edilebilir olarak gösterilmeye çalışılır. Biz nükleerin zararlı olup olmadığını Nobel ödüllü fizikçiden daha mı iyi bileceğiz algısı oluşturulmaya çalışılır böylece (Malçok, 2018: 144).

Bu nükleer örneği sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların bireyleri tarafından alımlanması söz konusu olmayabilir; ama bu minvalde başka örnekler, yollanılan reklam mesajlarına karşı müzakereci bir tavır sergileyen üyelerin kafasını karıştırabilmektedir. Bazı zamanlarda sürdürülemez tüketim pratiklerini sergilemesi de bu bağlamda söz konusu olabilmektedir.

Sonuç olarak; Marksist toplulukların üyeleriyle anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyeleri, reklamların temel işlevi hakkında benzer görüşler bildirmiştir. Bu görüşlere göre reklamlar, insanları, tanıtımını yaptıkları ürünlere yönlendirip tüketim edimlerini maksimize edebilmek amacıyla *psikolojik yöntemler* kullanmaktadır. Anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan E3 kodlu görüşmeci, reklamların bu bağlamda *yalan makinası* olarak işlevselleştirildiğine dikkat çekerken; Marksist toplulukta yer alan M4 kodlu görüşmeci, reklamların sürdürülemez tüketimin sosyal alanlarda ivme kazanması için *sinsice* psikolojik teknikler kullandığına vurgu yapmıştır. Ayrıca, reklamların, sosyal alanlarda tüketim faaliyetlerini maksimize edebilmek için kullandığı tekniklerle birlikte yolladığı mesajları her iki paradigmanın üyeleri tarafından alımlayanlar, direnenler ve müzakereci yaklaşanların olduğu da yapılan saha çalışması çerçevesinde bulgulanmıştır.

4.5.5. Sürdürülebilir Tüketimi Benimseyen Toplulukların Mikro-İktidar Biçimlerine Karşı Tutumu

Sürdürülebilir tüketim felsefesini örgütsel hareketlerinde sergilemeye çalışan oluşumların içerisinde bazı zamanlarda mikro-iktidar biçimleri görülebilmektedir. Araştırma kapsamında, bu habituslardaki mikro-iktidar biçimlerinin ne doğrultuda oldukları ve ne çerçevede cisimleştikleri sorgulanmıştır.

Görüşmecilere: “Topluluğunuzun benimsediği tüketim felsefesiyle örtüşmeyen eylemler olduğunda, bu örtüşmeyen tüketim eylemleri, topluluğunuzun diğer üyeleri tarafından fark ediliyor mu? Fark ediliyorsa o üyeler nasıl bir tepkiyle karşılaşıyor?” sorusu sorulmuştur. Söz konusu soruya Marksist toplulukta yer alan görüşmeciler ile anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan görüşmecilerin verdiği cevaplar farklılıklar barındırmaktadır. Örneğin, anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan görüşmecilerin verdiği cevaplar şu şekildedir:

Evet fark ediliyor. Fark edildiği zaman ise birbirimizi uyarıyoruz... İşte bazı aldığınız şeylerin gereksiz olduğunu söyleyip, bu çerçevede birbirimize eleştiriler yöneltiyoruz. Fakat bundan öteye giden bir dayatma yok! Kısaca, sadece diyalog çerçevesinde uyarılar oluyor... Kısaca bir dayatma, bir dışlama gibi yaptırımlar yok! (E5).

Başka bir anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan görüşmecinin bu soruya verdiği cevap: *Evet fark ediliyor ve bu çerçevede birbirimizi uarmaya çalışıyoruz. Uyarılarımız da gayet sakince oluyor. İşte şunu yaparsan şöyle olabilir, böyle olabilir gibi uyarılar oluyor. Ya da yaparsan şöyle zararlarla karşılaşsın gibi arkadaşça uyarılarda bulunuluyor* (E6) şeklinde olmuştur. İlgili bu soruya E1 kodlu görüşmeci de, E5 ve E6 kodlu görüşmeciyle benzer cevabı vermiş ve şiddetsiz bir dilin gerekliliğini savunmuştur:

Evet fark ediliyor ve bu manada topluluk içerisinde, en temelinde şiddetsiz ve katılımcı bir iletişim dilini yakalamaya çalışıyoruz. Aslında bunda başarılı da olduk... Dolayısıyla birbirimize saygılı bir biçimde şunu veya bunu yapmamalıyız diye eleştiri yönetiyoruz... Bu uyarılar kesinlikle sert bir biçimde olmuyor (E1).

Araştırma kapsamında sorgulamalara tabi tutulan anti-kapitalist ekolojist topluluklarda, mikro-iktidar biçimlerinin def edilebilmesi için sosyal diyalog yönteminin benimsendiği görülmüştür. Mevcut hiyerarşik örgütlenmelerin bu habituslara sızmaya çalışmasının mümkün olduğunca engellenmeye çalışıldığı görülmüştür. Ekseriyetle anti-kapitalist ekolojist toplulukların, iktidar parçacıklarının bizatihi varlığını sorgusuz sualsiz kabul etmek yerine bu parçacıkların habituslarına sızmalarını *şiddetsiz dil* ve *dayatmasız diyalog* düsturu ile engellenmeye çaba sarf ettikleri görünmektedir. Bu bağlamda, Bourdieu'nun, yeni toplumsal ilişkiler inşa etmenin alternatif yollarını bu tarz sorgulamalara bağlaması, bazı anti-kapitalist ekolojist toplulukların kuramsal çerçevesiyle örtüşmektedir. Zira Bourdieu açısından iktidar ilişkileri, kültürel keyfiyetleri yaymasından dolayı sürekli sorgulanması gereken bir etkileşim biçimidir (Swartz, 2011: 357). Benzer şekilde Falzon da: Ben ve öteki arasındaki ilişkinin (ben ve öteki salt özneler arası düşünülmemelidir) her daim anti-otoriter bir tavırla dengede tutulmasının önemine değinir. Falzon'a göre; insan ilişkilerinde, ben aktif olduğu kadar sırası geldiğinde pasif olmasını bilmelidir ve bu durumlarda ötekinin ideolojisine kulak vermelidir; aynı şekilde bu süreç öteki içinde geçerli olmalıdır. Birinin diğerini kolayca şekillendirmesi veya etkisi altına alabilmesi bu amaçla mümkün olduğunca engellenmesi gerekmektedir. Kuşkusuz, her insanın bu noktada *özne* olarak kabul edilmesi de önemli bir faktör olarak kabul görmektedir (Falzon, 2001: 58-66). Falzon'la benzer düşüncülere sahiptir A. Touraine; ancak her insanı birer özne olarak kabul ettiğimiz zaman sağlıklı bir toplumun kapısını açabiliriz ve “ancak karşılıklı olarak birbirimizi birer *özne* olarak kabul ettiğimizde, birlikte ve farklılıklarımızla yaşayabiliriz” (Touraine, 2005: 212) ifadelerinde bulunur. A. Touraine ve Falzon tarafından dile getirilen işte bu düşüncelerin yansımaları anti-kapitalist ekolojist topluluklarda, görüşmecilerin verdiği cevaplar da görülmektedir. Keza bu düşünceler, anti-kapitalist ekolojist toplulukların ideolojik

önderleri olarak görülen C. Fourier, E. Reclus, P. Kropotkin, M. Bookchin gibi isimler tarafından da dile getirilmektedir. Çünkü bu isimlere göre hiyerarşik ilişkilerin belirlediği iktidar tipleri, doğanın ve insanlığın geleceği için tehlike arz etmektedir (Malçok, 2018: 143-166). Örneğin Fourier, “ekonomik ve sosyal sömürünün, hiyerarşik ilişkilerin, doğa tahribatıyla bağını ilk ortaya koyan filozoftur” (Malçok, 2018: 145). Öte yandan Bookchin, hiyerarşik ilişkilerin, sınıflı toplumları ve eşitsiz kaynak dağılımını beslediğini vurgular. Bu bağlamda, sınıflı toplumların en son aşaması olan kapitalizmin yıkıcı etkisiyle hiyerarşik ilişkilerin maksimum seviyelere yükseltildiğini iddia eder. Çünkü hiyerarşik ilişkilerin itici kuvvetiyle bir sınıf, başka bir sınıfı ezecek zemini kurgulayabilmektedir. Ezdiği bu sınıf üstündeki gücünü sürekli hâle getirebilmek için de çoğu egemen sınıf, altyapı ile üstyapı ilişkilerindeki belirli kodları hiyerarşik ilişkilere gönderme yapacak şekilde tasarlamaktadır. Ve bu kodları devamlı güncelleyerek alana sürmektedir. Sömürdüğü/ezdiği sınıfa bu kodları devletin ideolojik aygıtları vasıtasıyla empoze etmektedir. Böylelikle ezen sınıf, hiyerarşik ilişkiler ile tahakkümünü hem meşrulaştırabilmekte, hem de sürekli kılabilir. Ne var ki insanın insan üzerinde kurduğu bu tahakküm, Bookchin’e göre, insanın doğa üzerinde kurmak istediği tahakküme itici kuvvet olmuştur. Doğanın istinasız talanı da nitekim bu noktada başlamıştır (Bookchin, 1994: 149-216). Kısaca Bookchin, “insanın doğa üzerindeki yıkıcı hâkimiyetinin kökenini, insanın insan ve erkeğin kadın üzerindeki hâkimiyetine kadar izler ve [bu nedenle] hiyerarşinin kaldırılmasını ister” (Marshall, 2003: 87). Kropotkin ise, kapitalizmin ideolojik meşruiyetini sağladığı Sosyal Darwinizm’in *insan insanın kurdudur* prensibine karşı çıkar ve bu anlayışın beslediği sürekli mücadeleyi ve çatışmanın kutsallaştırmasını yadırgar. Zira ona göre bu bakış açısı mütemadiyen hiyerarşik ilişkiler ve ayrıcalıklar üretmekte, böylece liberal ekonomiyi beslemektedir. Liberal ekonominin hâkim olduğu alanlarda, ona göre; doğanın/insanın sömürülmesi ivme kazanmaktadır (Malçok, 2018: 150-151). Sayılan bu nedenlerden ötürü, bahsedilen ilgili isimlere göre sürdürülebilir tüketim -veya genel kapsamda sürdürülebilir bir doğa- anlayışı için örgüt içerisinde beliren mikro-iktidar biçimlerinin def edilmesi oldukça önemsenmektedir. Nihayetinde onlara göre bu ilişkiler sınıflı toplumların varlığını mütemadi kılabilir, dolaylı ve dolaysız yoldan kapitalizmi besleyebilmektedir.

Marksist topluluklarda yer alan görüşmecilerin bu soruya karşı verdikleri cevaplarda, mikro-iktidar ilişkilerinin zaman zaman sert tonajlarda olması meşru görülmüştür:

Bir arkadaşımız uçağa binmeyi reddediyor. Otobüsle giderim ben diyor. Fakat uçak fiyatları kimi zaman daha ucuz olabiliyor... Şimdi bu arkadaşına göre; kesinlikle uçak kullanılmamalı, teknolojik gelişmeler olabildiğince sınırlandırılmalı, bunlar en minimum seviyeye indirilmeli... Nitekim biz böyle bir

durumda yumuşak tonajlı eleştiriler yöneltiyoruz arkadaşlarımıza... Fakat sert uyarılar da olmuyor değil... Eğer çok uç savurgan tüketimler olursa, ideolojimiz çerçevesinde sert bir üslupla eleştiri yöneltebiliyoruz... (M4).

Bu soru çerçevesinde, diğer Marksist toplulukta yer alan görüşmecinin verdiği cevap ise şöyledir:

İdeolojimizle uyumsuz tüketim gerçekleştirilirse bu durum topluluğumuzda fark edilir ve ilk önce yumuşak tonajlı diyalog kurulur. Çünkü belki bir derdi vardır, belki bir sıkıntısı vardır, hani kendisini bu anlamda toparlamaya çalışmıştır. Bakıldı ki kendini çeki düzen vermiyor, o zaman sert eleştiriler başlar. O da olmuyorsa partiden ihraç edilir (M5).

M3 kodlu görüşmecinin bu soruya verdiği cevap da M4 ve M5 kodlu görüşmecilerin verdiği cevaplar ile benzer özelliklere sahiptir:

Savurgan tüketimler tabii ki de fark ediliyor. Sonra da eleştiriliyor. Eleştiriler ise genellikle seviyeli eleştiriler oluyor... Fakat savurgan tüketimlere karşı sert eleştiriler ve müdahaleci tavırlar da sergileniyor. Örneğin arkadaşımızın ailesinin durumu yok, kendisi de öğrenci, işte ailesine daha iyi bir telefon alması için dayatma yaptığı zaman, hem ailesiyle iletişime geçerek bunu engellemeye çalışıyoruz, hem de arkadaşımızı güzelce uyarıyoruz... Gerekirse müdahalede bulunuyoruz... Fakat genel olarak seviyeli, sosyal diyalog yöntemiyle eleştiri ve uyarı yaparız (M3).

Marksist topluluklarda, anti-kapitalist ekolojist topluluklara kıyasla sert tonajlı eleştirilerin ve yeri geldiğinde dayatmaların olduğu görüşmecilerin verdiği bu cevaplar çerçevesinde değerlendirilebilmektedir. Dolayısıyla buradan hareketle topluluk içi mikro-iktidar ilişkilerinin yer yer cisimleştiği söylenebilmektedir. İktidarın en ufak biçimlerinin olduğu yerlerde ise hiyerarşik ilişkilerin izlerine rastlamak mümkün olabilmektedir. Öyle ki Bookchin’e göre tarihsel bağlamda; ilk olarak insanın insan üzerinde kurduğu minimal tahakkümler, bir zaman sonra insanın doğa üzerinde kurmaya çalıştığı tahakkümlerin kıvılcımları olmuştur (Marshall, 2003: 823-851). Bu nedenle Bookchin, Marksistlerin pratiklerinde yer alan iktidar ilişkilerini eleştirmiştir. “Hiyerarşi ve merkeziyetçilik aracılığıyla iktidar mücadelesi veren Marksist Komünist Parti ‘miti’ne” saldırmıştır (Marshall, 2003: 841). Çünkü böyle bir proje Bookchin’e göre: “Bir ‘işçi Devlet’inin kurulmasıyla ya da planlı ekonomiyle ortadan kalkmayan, hiyerarşi, cinsiyetçilik ve feragatle doludur” (Marshall, 2003: 841-842). Bookchin için Herbert Marcuse’un “neo Marksizm’i bile ‘dikenli bir egzotik çiçek’ tir, çünkü devredilmiş otoritenin ve temsilin modern toplumda zorunlu olduğunu öne sürer” (Marshall, 2003: 842). Bu söylemler diğer anarşist kuramcılar tarafından da kabul görür. Onlara göre “iktidar, onu ele geçireni sadece yozlaştırmakla kalmaz, aynı zamanda tahrip eder. Bir halk devriminde mazur görülebilecek yegâne iktidar edimi, iktidarı

olabildiğince dağıtmaktır” (Marshall, 2003: 842). Mutlak iktidarın olduğu her yerde hiyerarşik ilişkiler cisimleşmektedir ve bu ilişkiler özgün bir bilincin oluşmasına ve özneliliğin zenginliğinde gerçekleşecek olan fikir alışverişlerini baskılamaktadır ki; esasen yozlaşma da bu noktada başlamaktadır. Ekseriyetle anarşistlere göre iktidar eşit bir şekilde bütün halka dağıtılmalı ve böylece parçalanmalı, etkisiz hâle getirilmelidir (Marshall, 2003: 823-851). Çünkü “çeşitlilik içinde birlik, kendiliğindenlik ve tümleyici ilişkiler imgesi, her türlü hiyerarşi ve hâkimiyetten özgürdür” (Marshall, 2003: 834). Bookchin bu nedenlerden ötürü kolektif bedenlerin içindeki iktidar ilişkilerinin her türlüşünü reddetmektedir

Kıtlık sonrası koşullar gerçek bir imkân sağlarken, gerek kapitalist toplumlarda gerekse komünist Devletlerde görülen üretimi artırma dürtüsü, yeni bir krize, ekolojik felaket tehdidine yol açmıştır. Ne var ki Bookchin şimdiki ekolojik krizin köklerinin tek başına teknoloji, nüfus artışı ya da endüstriyel büyümede değil, hükmetme ve hiyerarşi pratiğinde yattığını öne sürer. Geçmişte, kıtlığı aşmak için doğaya hükmetmek ve onu fethetmek gerekli görüldü. Ancak doğaya hükmetme anlayışı, ilk önde patriyarkal toplumda erkeğin kadına ve hiyerarşik toplumda insanın insana hükmetmesinden kaynaklandı. Böylece hem insanlar hem de doğa hükmetmenin ortak kurbanları haline geldikleri ölçüde ekolojik tükenişle yüz yüze gelmişlerdir (Marshall, 2003: 833).

Sonuç olarak Marksist topluluklarda vücut bulan bu iktidar ilişkileri, mevcut sistemdeki iktidar ilişkilerinden farklı olmasına rağmen, yine de, bir *iktidar* olgusunun alanda cisimleşmesini meşrulaştırdığı yadırganamamaktadır. Dolaylı yoldan, kapitalizmde var olan bazı iktidar ilişkilerinin varlığına bu bağlamda katkıda bulunduğu göz ardı edilememektedir. Buna paralel olarak, anti-kapitalist ekolojist toplulukları etkileyen Anarşist felsefenin büyük bir çoğunluğunda otoritenin her türlüşü ret edilmektedir. Marshall’ın ifadesiyle: “Anarşizmin ilkesel görüşü, özellikle siyasal formdaki otoritenin bireyin özgür gelişimini engellediğidir. Siyasal otoritenin toplumsal karışıklığın çaresi değil, esas nedeni olduğuna inanırlar” (Marshall, 2003: 881). Çünkü: “Toplum en iyi gelişimi en az müdahale durumunda gerçekleştirir ve insanlar en yaratıcı ve etkin faaliyeti çalışmak zorunda kalmadıkları zaman gösterirler” (Marshall, 2003: 881). Özellikle eko-anarşistlerin tamamı; “ister politik ister ekonomik isterse de bireysel olsun her türlü hiyerarşiye karşıdırlar. Küçük ölçekli ve yerinden yönetimli topluluk biçimini toplumsal örgütlenmenin temel birimi olarak kabul ederler” (Yücel, 2009: 80). Fakat Marksizm’de, devrim sürecinde otorite ve iktidar meşru görülür. Hatta Engels’e göre: "Devrim, kesinlikle, var olan en otoriter şeydir; nüfusun bir bölümünün kendi iradesini, diğer bir bölüme dayatma eylemidir." (Marshall, 2003: 430).

Bu başlık altındaki anlatıların temel mantığını da E1 kodlu görüşmecinin verdiği yorum açıklığa kavuşturmaktadır ve sürdürülebilir tüketim için uygulanan sert mikro-iktidar

tiplerinin ve/veya dayatmalarının, beklenenin tam tersi etki yaratabileceğini basit düzlemde göstermektedir:

Mesela ben sömürsüz gıda anlayışını savunan gıda topluluğunda yer alıyorum ve bu toplulukta kimi arkadaşlarım yumurta, peynir, tereyağı tüketiyor... Ben ise vegan olduğum için bu ürünleri tüketmiyorum... İşte burada çok sert olunmaması gerektiğini düşünüyorum. Bu benim tercihim, ben de zaten iki sene öncesine kadar vegan değildim... Kısaca herkesin bir süreci olduğunu düşünüyorum... Bu konuda sert olmak daha ters tepkiler yaratıyor bence. Çünkü birisi bana, belki 5 sene önce sen neden vegan, vejeteryan değilsin, hayvanları katlediyorsun, sömürü gıdanın devamlılığına katkıda bulunuyorsun deseydi, belki bu bende ters tepbilirdi. Ama iyi yaklaşımlar bende olumlu etkiler yarattı (E1).

4.5.6. Teknoloji ve Sürdürülebilir Tüketim Felsefesi Arasındaki İlişki

Teknoloji olgusunun sürdürülebilir tüketim veya genel kapsamda sürdürülebilir doğa lehine araçsallaştırılabileceği anti-kapitalist paradigmaların teorisyenleri tarafından savunulmaktadır. Örneğin Marksist ekolde yer alan Harvey; kapitalist sistem içerisinde üretilen veya geliştirilen teknoloji gibi unsurların içeriklerini, yeni kurgulanacak alternatif ütopya modelinin değerlerine dönüştürerek etik ve ekolojik bir dünya uzamını ve zamanını kurgulayabilmenin mümkün olduğunu ileri sürmüştür. Yani Harveyin diyalektik usla giriştiği çözümlemede söylediği ve dikkat edilmesi gereken husus olarak sunduğu şey; alternatif ütopya oluşumunu kurgularken, kapitalist düzenin çarpıklıklarından dolayı mevcut kültürel ve teknolojik kodları topyekûn reddetmemek gerektiğidir. Esasen Harvey'e göre; karşıt/zıt görünen bazı kodlar birbirlerini destekleyerek ya da dengenin oluşmasına katkıda bulunarak sürecin daha da sağlıklı bir niteliğe bürünmesini sağlayabilmektedir (Harvey, 2006: 225-231). Bu bağlamda teknoloji, sürdürülebilir bir doğa anlayışı ile uyumlu hâle getirilebilmektedir. Anti-kapitalist ekoloji hareketlerini etkileyen Bookchin için de aynı mantık geçerlidir. Çünkü Bookchin'e göre bilim ve teknoloji direkt ekolojik dengenin karşısında yer almamaktadır. Bilakis teknoloji, etik değerler ile sarmalandığında ekolojik dengeyle uyumlu hâle getirilmeye yatkındır. Gerçekte teknoloji olgusunun bu negatif sıfatlara maruz bırakan şey ise Bookchin'e göre kapitalizmin bizzat benimsediği kâr anlayışıdır (Bookchin, 1994: 337-394).

Postmodern dönemin birçok düşünürü ahmakça bir biçimde bilim ve teknolojiyi insanlığın selamet ve refahına karşı başlıca tehdit olarak görürken, bazı [bilimsel] disiplinler de maddenin ve yaşamın en gizli sırları hakkında bizlere muazzam bilgiler sunmuş ya da bize gerçekliğin bütün önemli özelliklerini değiştirebilme ve insani ve gayri-insani yaşam türlerinin refah durumunu iyileştirebilme yeteneği kazandırmıştır (Bookchin, 2017: 78).

Marksist ve anti-kapitalist ekolojist topluluklarda yer alan görüşmecilere bu bağlamda: “Sizce teknoloji, sürdürülebilir tüketim felsefesi veya genel kapsamda sürdürülebilir bir doğa felsefesi lehine kullanılabilir mi? Yoksa direkt onun karşısında mı yer alır?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevapların hepsinde de teknolojinin sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir doğa lehine *kullanılabilir* olduğu ifade edilmiştir. Örneğin M2 kodlu görüşmecinin verdiği cevap aşağıdaki gibidir:

Teknoloji sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir bir doğa yararına kullanılabilir. Fakat burada teknolojiyi kimin hangi bilinçle sahip olduğuyla alakalı bir durum da söz konusudur. Yani bu sorunun cevabı teknolojiyi hangi sınıfın hangi bilinçle kullandığıyla ilişkilidir... (M2).

M1 kodlu görüşmeci ise: *Tabii ki de kullanılabilir. Teknolojiyi tamamen kötü olarak nitelendiremeyiz... Sonuçta iyi yönleri de var. İyi yönleri de bu amaçla kullanışlı hale getirilebilir* cevabını vermiştir. Verilen bu cevaplar ekseninde, söz konusu görüşmecilerin benimsedikleri felsefeyle çelişkiye düşmedikleri fark edilmiştir. Daha derinlemesine cevap veren bazı görüşmecilerin, sorunun nereden kaynaklandığıyla ilgili tespitleri Harvey ve Bookchin’in görüşleri ile örtüşmektedir. Örneğin M6 kodlu görüşmecinin verdiği cevapta, teknolojiye karşı bakış açımızın değiştirilmesi gerektiği vurgulanmış; kapitalist rejimle yarışmak için benimsenen teknolojinin ise sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir doğayla uyumlu olamayacağı ifade edilmiştir. Elzem olanın, insanlık ve doğayla uyumlu teknolojik ilerlemeler olduğunu ve paradigmaların bu yöne çevrilmesi gerektiği dillendirmiştir. M6 kodlu görüşmecinin verdiği cevap baştan sona şu şekildedir:

Teknoloji sürdürülebilir bir doğa yararına kullanılabilir ama bunun için kapitalist paradigmanın kökten değiştirilmesi gerekmektedir... Örneğin geçmişte, sosyalizm deneylerinde de benzer tartışmalar olmuştur... İşin gerçeğini söyleyeyim; o sosyalist ülkelerde de cayır cayır nehirler sanayi atıklarıyla dolduruldu. Hiçbir atık temizleme üniteleri kurulmadan, sırf hızlı sanayileşme adına, gelişme adına, kalkınmacılık adına teknoloji birçok çevre felaketine sebep oldu. Çernobil bunun en bilindiklerindendir... Dolayısıyla bu işin bir kısmı... Fakat sosyalizm bu noktada anarşik işleyişin problemli yapısını çözmüştür, insanların ihtiyacı kadar üretimi esas almıştır... Bu çerçevede toplumunun savurgan tüketim eylemi daha azdır; ama sosyalist rejimlerinde doğayı, çevreyi katletmediğini söyleyemem... Fakat sosyalizm denilen sistem de kapitalizm denilen sistemin altyapısını kullanarak, yani kapitalist ilerlemenin teknolojik birikimlerini kullanarak inşa edilen bir sistemdir... O sebeple sorun, teknolojinin, insanlık yararına nasıl kullanılacağı, insanlık yararına nasıl rehabilite edileceği, dönüştürüleceği üzerine bir sorundur. Seçilecek paradigma bu noktada belirlenmelidir... Örneğin sosyalist rejimin olduğu bir ülkede herkese bir araba vaadi düşünülür mü? Olmamalı yani. Bu rejimlerde toplu taşıma denilen sistemin geliştirilmesi lazım... Çünkü 30 otomobilin yaktığı yakıt 7-8 toplu taşıma aracının yaktığı yakıtı eş değerdir... Toparlarsak teknolojinin doğayla uyumlu olması esas

alınmalı ve bu çerçevede teknolojik gelişimlerin yönlendirilmesi gerekmektedir. Şayet bu başarıldığı takdirde teknoloji, sürdürülebilir doğayla uyumlu hale getirilebilir (M6).

M6 kodlu görüşmecinin bu düşünce tarzı Bookchin'in *Özgürlüğün Ekolojisi* adlı eserinde görülmektedir. Bu eserinde Bookchin, öncelikle, ihtiyacın ne olduğuyla ilgili sorgulamalarda bulunmuştur. Sonrasında, sağlıklı bir yaşamı önceleyen, ekolojik dengeyi gözetten ve öznel isteklerimizin yansımaları olan ihtiyaçlara yönelik yeni bir ihtiyaç anlayışının üretilmesi gerekliliğinden bahsetmiştir -ve bunun üzerinde durmuştur. İnsan ihtiyaçlarını giderecek nesnelerin üretim koşullarındaki kâr dürtülerinin bertaraf edilmesi gerektiğinden dem vurmuştur. Bilfiil üretim koşullarının, eko-teknolojilerle desteklenmiş dayanıklı nesneler üretmeye entegre edilmesini vurgulamıştır. Fakat ona göre günümüzde, kâr odaklı hareket eden kapitalist üretim ilişkilerinde; moda gibi unsurların çatısı altında tasarımlar yapılmaktadır ve bu bağlamda çok kısa süreli kullanılabilir metalar üretilmektedir. Bu nedenle teknolojik bir alet alındığında iki-üç sene sonra ömrünü doldurmakta ve çöpe atılmaktadır. Dünya teknolojik çöplüğe dönüşmektedir. Bookchin bu noktada Aristoteles'in [Teknolojinin etimolojik kökenindeki] "techno" kelimesine atıfta bulunur. Çünkü Aristoteles'in techno kavramında üretim, farzı mahal on bin kişilik bir kasabada yaşıyorsa, bu kasabadaki insanların ihtiyacı kadar belirlenir ve o belirlenen ihtiyaca göre üretim yapılır. Üreten kişi ise (mesela zanaatkar, işçi vs.) bunu alabildiğine dayanıklı ve kolay tamir edilebilir bir şekilde yapar. Böylece üretim fazlası açığa çıkmaz. Bu bağlamda, insanların ihtiyacı kadar üretim ve tüketim gerçekleşir ve bu tüketilen nesneler de sürekli tamir edilerek geri dönüştürülebilir. Bookchin, söz konusu bu anlayışın günümüz koşullarına adapte edilmesini elzem görür. Bu çerçevedeki bir teknoloji anlayışıyla mevcut ekolojik krizlerin def edilebileceğini iddia eder. Kısaca, ona göre mevcut teknoloji anlayışıyla ortaya çıkan ekolojik kriz, yine teknolojinin bu çerçevede dönüştürülmesi ile atlatılabilir ve sağlıklı bir hâle büründürülebilir (Bookchin, 1994: 337-394). Ekseriyetle aynı bakış açısı E5 ve E6 kodlu görüşmeci tarafından da dile getirilir:

Teknoloji bence sürdürülebilir tüketim ve doğa lehine kullanılabilir. Bu kadar insanı beslemenin tek yolu zaten yoğun teknoloji kullanabilmektedir. Kısaca teknoloji çok faydalı bir biçimde kullanılabilir, işin ironisi doğaya verdiğimiz zararın, dünyaya verdiğimiz zararların geri dönüşümünü de sağlayabilir teknoloji (E5).

E6 kodlu görüşmecinin cevabı da, E5 kodlu görüşmecinin yorumuyla paraleldir:

Mutlaka kullanılabilir. Hatta bence doğayı kurtaracak olanda teknolojidir. Şimdi bazı paradigmalar ilkel döneme geri dönüşü söylüyorlar ama teknolojinin geldiği önemli noktada ret edilmemelidir. Evet

teknoloji, mevcut kapitalist sistemin kontrolünde olabilir ve sistemin kendini yeniden üretmesi için bir araç olarak kullanılıyor olabilir. Fakat bu bakış açısı değiştirildiği zaman, teknoloji, kesinlikle ekolojik dengeye yararlı bir araç olabilir (E6).

Keza Bookchin'i etkileyen E. Reclus'e göre de teknoloji doğayla uyumlu hâle getirebilir ve insancıl yaşamın anahtarı olabilir:

Reclus üretimi artırmak ve herkese geçim aracı sağlamak için ileri teknolojinin kullanılmasını istedi. Yüzyılın sonunda Fransa'daki anarşist çevrelerde yeni Malthusçu bir canlanma olsa da, coğrafi araştırmaları Reclus'ü yeryüzünün bütün insanların kolayca yaşamlarını sağlayacak kadar zengin olduğuna ikna etti. Üstelik bu, doğanın yıkıcı biçimde fethi olmaksızın gerçekleştirilebilirdi. [Öyle ki] toplumsal ekolojinin öncülerinden biri olan Reclus, bir "mühendisler sürüsü"nün güzel bir vadiyi altüst ederek yıkmasını nefretle karşıladı (Marshall, 2003: 483-484).

Sonuç olarak; sürdürülebilir tüketimi benimseyen hem Marksist topluluktaki görüşmeciler hem de anti-kapitalist ekolojist topluluktaki görüşmeciler, benimsedikleri ideolojilerin anlatılarıyla teknoloji konusunda çelişkiye düşmediği ve tutarlı cevaplar verdiği bu başlık altında ortaya çıkarılmıştır. Teknolojinin kullanım şeklinin sürdürülebilir doğa yararına dönüştürülebilmesi için Marksist topluluktaki görüşmeciler, hâkim paradigmanın değiştirilip, teknolojinin kâr politikalarından uzaklaştırılması gerektiğini savunurken; anti-kapitalist ekolojist topluluktaki görüşmeciler, kapitalizmin, teknoloji ile yarattığı ekolojik tahribatın, yine teknolojiyi kullanarak rehabilite edilebileceğini vurgulamışlardır. Bu amaçla teknolojinin içerisine etik-ekolojik değerlerin eklemlenmesi gerektiğinden dem vurarak Marksist topluluktaki görüşmecilerle benzer noktaya parmak basmışlardır.

4.5.7. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Topluluklardaki Çelişkiler

Bu araştırma kapsamında, sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklarda yer alan görüşmecilerin benimsedikleri felsefeyle çelişkiye düşüp düşmediklerini ortaya çıkarabilmek amacıyla belirgin bazı sorular sorulmuştur. Bu sorular içinden: “Alın-verin ekonomiye can verin sloganlı kamu spotları ve bu tarz kamu spotlarına izin veren hükümetlerin politikaları hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuyla; “ekonomik kazancınız arttıkça tüketiminizi de (kalite ve/veya miktar odaklı) arttıracığınızı düşünüyor musunuz?” soruları araştırmanın problemi açısından önemlidir. Şöyle ki; eğer görüşmeciler, insanları tüketime sevk eden kamu spotlarını eleştirel bir dille yadırgayıp, ekonomik kazançlarının artması çerçevesinde tüketimlerinin fazlaşmasını meşru görürse, fikirleriyle çelişkiye düşebileceklerini göstermektedir. Çünkü birinde tüketimin arttırılmasına neden olan itici kuvvet (kamu spotu) eleştirilmektedir, diğerinde ise tüketimi arttıran itici kuvvet (ekonomik kazancın artması)

meşru görülebilmekte ve onaylanabilmektedir. Bu nedenle söz konusu bu iki soru sorulmuştur.

“Alın-verin ekonomiye can verin sloganlı kamu spotları ve bu tarz kamu spotlarına izin veren hükümetlerin politikaları hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusuna genellikle görüşmecilerin hepsi *eleştirel nitelikte* cevaplar vermiş ve bu kamu spotlarının insanları tüketime sevk etmesini ekolojik açıdan *yanlış* bir politika olarak nitelendirmişlerdir. Görüşmecilerin tümü bu reklamlara izin veren hükümetin politikalarını da yanlış bulmuştur. Örneğin E4 kodlu görüşmeci bu soruya şu şekilde cevap vermiştir:

Hükümetler bunu tamamıyla -özellikle Türkiye için konuşacak olursak- bir ekonomik döngü yaratmak amacıyla gerçekleştirmektedir... Para akışını veya döngüsünü bu şekilde kontrol etmeye çalışıyorlar. İnsanları tüketim sevk ediyorlar vs. Bence bu çok saçma ve insanlık için ve doğa için zararlı bir politikadır (E4).

Diğer bir görüşmecinin verdiği cevapta bunun genel bir sistem sorunu olduğu dile getirilmiştir:

Bu kamu spotlarını ve bu kamu spotlarına izin veren hükümetlerin politikalarını tabii ki de eleştiriyorum... Ayrıca ben halkla ilişkiler ve reklamcılık okudum. Okulu bitirdikten sonra da aklımdaki tek düşünce, bu reklamların her birine tek tek dava açmak üzerineydi. Çünkü çeşitli psikolojik yöntemler kullanarak sizin bilinçaltınızı yönlendiriyorlar... Ve bunu bir bilim dalı altında yapıyorlar... Bu arada, bunun bir tek hükümetlerle ilgili problem olmadığını düşünüyorum... Bunun genel bir sistem sorunu olduğunu düşünüyorum... Hani koskoca bir sistem varken, hükümetler de o sistemin içinde belki de ayakta kalabilmek için böyle bir yönteme entegre ediliyorlardır... (E2).

E1 kodlu görüşmecinin verdiği cevapta ise kapitalizmin aslında miladını doldurduğu ifade edilmiştir:

Neo-liberalizm sık sık krize giriyor son dönemlerde... Dünya ekonomisine baktığımızda da birçok neo-liberal ülke söz konusu bu krizlere girip çıkıyor... Hükümetlerin de burada, bence o dolaşımı sağlayabilmek için bu kamu spotlarına izin verdiğini düşünüyorum... Bence bu krizler daha da artacak... Neo-liberalizm artık miladını doldurdu. Yani insanlar başka bir arayışa girdi... Ama şunu da söyleyeyim maalesef bu boşluğu dünyada, şu anda faşizm dolduruyor. Aşırı sağcılık dolduruyor (E1).

Bir başka görüşmeci ise bu soruya şu cevabı vermiştir:

Bu şey aslında; tüketim toplumu diyoruz ya, bu durum onla alakalı bir şey... Ve bunun sonucu yine kapitalizme çıkıyor. Yani iktidarın, hükümetlerin, devletlerin sermaye ile olan işbirliğini görüyoruz... Bugün Türkiye'yi yönetenler aslında hükümetler değildir; onların üstünde olan sermaye sınıfıdır. Bu tarz kamu spotları da hükümetlerin sermaye ile olan bağlantılarını gösteriyor... Dolayısıyla bu tamamen

kapitalist ilişkilerin ürünüdür ve bu politikaları; insanları, hayvanlar, kısaca doğayı seven birisinin meşru görebilmesi baştan yanlıştır... (M3).

Görüşmecilerin verdikleri bu cevaplarda; söz konusu kamu spotları ve bu kamu spotlarına izin veren hükümetlerin politikaları eleştirilmiştir. Fakat bu cevaplara benzer yorumlarda bulunan E1, E3, E5, M3, M5 ve M6 kodlu görüşmeciler, “ekonomik kazancınız arttıkça tüketiminizi de (kalite ve/veya miktar odaklı) arttıracığınızı düşünüyor musunuz?” sorusuna; “*evet, ekonomik kazancım arttıkça tüketimim de artar*” cevabını vermişlerdir. Özellikle M3 kodlu görüşmeci: *Kesinlikle artar; hatta herkesin artar!* ifadesinde bulunmuştur. Bu bağlamda E1, E3, E5, M3, M5, M6 kodlu görüşmecilerin benimsedikleri felsefeyle çelişkiye düşebilecekleri değerlendirilebilmektedir. Çünkü sürdürülebilir tüketim anlayışını benimseyen anti-kapitalist paradigmalarda, birbirinden farklı düşünceler ve hareketler mevcut olsa da, genel olarak ortak bir düstur kabul edilmektedir. O da, ekolojik dengenin bozulmasına sebep olan ana faktörün; kapitalizmin üretim ve tüketim ilişkilerinden kaynaklandığıdır (İmga, 2009: 78-79). Dolayısıyla tüketim miktarlarındaki artış ve bu artışın, kapitalist sistemin devamlılığındaki katkı payı eleştirilmektedir (İmga, 2009: 78-79). Öte yandan anti-kapitalist paradigmalar tarafından, gönüllü sade tüketim ön plana çıkarılmaktadır. Zira gönüllü sadelik anlayışında “modern toplumun ‘iyi yaşam’ tanımını sorgulamakta ve insanın iç dünyasını zenginleştiren, sosyal yönden yararlı ve çevresel açıdan sürdürülebilir olan daha az materyalist bir yaşamı savunmaktadır” (Özgül, 2011: 28). Sonuç olarak; ekonomik kazancın artmasıyla beraber tüketimin ivme kazanması ve bunun meşru görülebilmesi sürdürülebilir tüketim anlayışıyla zıt düşmektedir.

Bu başlık altında ele alınan diğer konuda; ihtiyaçları olmadığı hâlde görüşmecileri ihtiyaç dışı ürünler satın almaya teşvik eden nedenler sorgulanmıştır. Bu bağlamda görüşmecilere: “İhtiyacınız olup-olmadığına emin olmadığınız hâlde kararsız kalıp satın aldığınız şeyler oluyor mu? Oluyorsa sizi bu şekilde tüketime teşvik eden nedenleri sıralar mısınız?” sorusu yöneltmiştir. Yöneltile bu soruya M1, M3, M4, M6, E1, E3, E4 kodlu görüşmeciler *bazı zamanlarda bu tarz tüketimlerde bulunuyorum* cevabını vermiştir. Kendilerini bu tarz tüketimlere teşvik eden nedenleri; M1, M3, M4, M6 ve E4 kodlu görüşmeciler *estetik çekicilik* diye açıklamış; E1 ve E3 kodlu görüşmeciler *ucuz olması* diye cevap vermiştir. Örneğin E4 kodlu görüşmeci:

Evet bazen oluyor. Mesela AVM'lerde öyle çok insanın psikolojisiyle oynayan şeyler sergileniyor ki, işte o kadar seçenekler sırlanıyor ya da satıcının sana ürün satabilmek için o kadar çok çabası oluyor ki, bazen siz de buna kendinizi kaptırıp, ihtiyaç dışı ürünler alıyorsunuz... Beni yalın bir şekilde bu tarz tüketimlere teşvik eden şey ise estetik kaygım oluyor (E4).

Bu soruya M4 kodlu görüşmeci: *Evet bu tarz tüketimlerde bulunabiliyorum... Beni o ürünleri satın alma durumuna iten şey ise; genellikle, ürünü çok beğenmem, hoşlanmam veya estetik duyguma hitap etmesi* (E4) biçiminde cevap vermiştir. M1 kodlu görüşmeci: *Ojeleri çok severim, o nedenle bazı zamanlarda ihtiyacım olmadığı halde farklı renkte ojeler alırım* yorumunda bulunmuştur. Dolayısıyla, verilen bu cevaplarda, estetiğin sürdürülemez tüketim için kritik bir öneme sahip olduğu değerlendirilebilmektedir.

Estetik algısı sosyo-kültürel ilişkilerin içerisinde, çoğunlukla iktidar odaklarının kontrolünde üretilmektedir; ve insanların zihninde, iktidarların çıkarlarına hitap edecek çeşitlikte biçimlendirilmektedir. Sonuçta, doğanın bizzat kendi saf üretiminin dışında estetik, insan aklıyla anlam kazanmakta ve kavranmaktadır. Diğer iktidar biçimleri gibi kapitalizm de bu anlam alanını kendi çıkarları çerçevesinde yönlendirmeyi arzulamakta; kendisini yeniden üretebileceği tüketim kültürünü maksimize ederken estetikten faydalanmaktadır (Yazgünoğlu, 2018: 67-85). O nedenle Collingwood’a göre saf/arı estetik yalnızca doğanın kendisinde vardır ve sadece orada aranmalıdır. Collingwood’un ifadesiyle:

Doğada hiçbir şey çirkin değildir; doğal bir nesnenin güzel olduğunu yadsıdığımızda onun üzerine değil, kendi üzerimize refleksiyonda bulunuyoruzdur. Aynı derecede her doğal nesne eşit derecede güzeldir [...] Doğal güzelliğin bir karşıtı yoktur: Fark edilir ya da edilmez. Bu durum ona kendine has bir güzellik veya kendiliğindenlik niteliği katar. Doğal güzelliğin karşıt, hiç kimsenin elde etmek için uğraşmadığı, çaba sarf etmeksizin ama kutsal bir lütufla eksiksiz ve zarif bir şekilde ortaya çıkan bir şeydir. [...] Dağ güzeldir, çünkü hiç kimse tarafından inşa edilmemiştir; orman güzeldir, çünkü kimse ormanı yoktan var etmemiştir; kar tanesi güzeldir; çünkü kuyumcu eli değmemiştir” (Collingwood’dan akt. Yazgünoğlu, 2018: 74).

İnsan eliyle şekillendirilen estetik Collingwood’a göre saf/arı güzellik ile ilişkilendirilemez; zira bu estetik, mevcut iktidarın çıkarları çerçevesinde kategorize edilip işlevselleştirilmektedir (Yazgünoğlu, 2018: 74-75). Örneğin mevcut iktidar, ürettiği söylemler ve göstergeler ile bireyleri zayıflamaya yönlendirerek diyet yiyeceklerle ve fitness salonlarına teşvik etmekte; bronz tenli olmaları içinse solaryuma ve bronzlaştırıcı kremlere yönlendirmektedir. Böylece güzelin ve çirkinin ne olduğunu belirleyip, bireyleri, sermayedarların istediği tüketim biçimlerine angaje etmektedir. Diğer deyişle; beden kuşatılmasına zemin hazırlayan kategorileştirmeler/sınıflandırmalar çerçevesinde bireyleri mevcut tüketim biçimlerine adapte etmektedir (Foucault, 2007: 39-40). Verilen cevaplar çerçevesinde, söz konusu bu süreçlerin sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların üyelerinde de işlevselleştiği görülmektedir. Öyle ki, sorulan soruların neredeyse hepsinde sürdürülebilir tüketim felsefesiyle uyumlu cevaplar veren M1 kodlu görüşmeci, estetik kaygılarına hitap ettiği için oje tutkusu olduğunu dile getirmiş ve bu bağlamda benimsediği

felsefeyle tutarsız tüketim ediminde bulunduğunu açıkça ifade etmiştir. Çünkü oje, içerisinde bulundurduğu *toluen*, *formaldehide*, *dibutyl phthalate* denen toksin maddeler nedeniyle hem kullanıcıya zarar vermektedir hem de üretim ve tüketim aşamalarında doğayı deforme etmektedir (<http://saglikliogalkozmetik.blogspot.com/2013/10/oje-zararlar-m.html>, erişim tarihi: 24.11.2018).

Sonuç olarak; sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklarda yer alan bazı görüşmeciler, yer yer estetik kaygıları çerçevesinde ihtiyaç dışı ürünler satın alabilmekte ve böylece sürdürülemez tüketim pratiklerini sergileyip, savundukları felsefeyle çelişkiye düşebilmektedir -ki bu estetiği ekseriyetle mevcut iktidar odakları belirlemektedir.

Ayrıca, genel kapsamda sorulan: “Ait olduğunuz oluşumun benimsediği felsefeyle örtüşmeyen nitelikteki tüketim eylemlerinde bulunduğunuz zamanlar oluyor mu?” sorusuna M1, M2, M3, M4, M5, M6, E1, E5 ve E6 kodlu görüşmeciler *bazı zamanlarda oluyor* cevabını vermiştir. Bunun sebebini ise *kapitalist sistemin dayatmalarına* endekslemişlerdir. Örneğin E1 kodlu görüşmeci bu soruya karşı aşağıdaki açıklamayı yapmıştır:

Bilinçli olarak katıldığım bir anti-kapitalist topluluğum var; fakat iş yeri çalışması da -yazılım işi yaptığımız- bir topluluk/örgütlülük halidir aslında. Ve iş yerinde gerçekleştirdiğim tüketim eylemlerinde, bilinçli ve istekle girdiğim topluluğun benimsediği felsefeyle örtüşmeyen eylemlerde bulunabiliyorum. Çünkü iş yerine gittiğin zaman burada çok yoğun bir elektrik tüketiminde bulunuyoruz. Ayrıca burada çok yoğun bir emek tüketimi de var... Bunların sonucunda bir doğa tahribatı da söz konusu oluyor tabii ki... (E1).

E1 kodlu görüşmecinin dile getirdiği açıklama Foucault’nun *Hapishanenin Doğuşu* isimli eserinde bahsettiği disiplinci ve normalleştirici iktidar modelleriyle ilişkilendirilebilmektedir. Çünkü insanların kurumsallaşmış üretim ilişkileri, eylemleri ve faaliyetleri çoğunlukla iktidar odaklarının denetiminde belirlenmektedir. Ve kapitalizm bu denetimin, disiplinin ve normalleştirici iktidarın en uygun cisimleşmiş modelidir. Bu üretim ilişkilerinde bireyler, sermayedarların amaçları doğrultusunda yüksek verim alınabilecek biçimlerde disiplinci ve normalleştirici iktidar yöntemlerine maruz kalmaktadır. İktidar odaklarının statükosuna uygun normalleştirilmelere tabi kılınmaktadır (Foucault, 1992: 167-175; 223-231). Foucault’nun tabiriyle bu [kapitalist] iktidar biçimleri amaçlarına uygun “bireyler imal etmektedir” ve bu doğrultuda bireyleri “terbiye etmektedir” (Foucault, 1992: 213-214). Dolayısıyla bu “disiplin [iktidarı], bedenin kullandığı nesneyle sürdürmek zorunda olduğu ilişkilerin her birini tamamlar” (Foucault, 1992: 189). Çünkü “iktidar, bedenle kullandığı nesne arasındaki temasın tüm yüzeyine sızmış bulunmaktadır, onları birbirine bağlamaktadır” (Foucault, 1992: 190). Ve toplumun kılcan damarına kadar işleyip, insanları, istemediği eylemlere iktidarın hedefleri

çerçevesinde yönlendirebilmektedir. Bunu takiben sürdürülebilir tüketimi savunan görüşmecilerin direniş sergiledikleri habituslarında zaman zaman iş hayatı çerçevesinde çelişkiler belirebilmektedir.

Sonuç olarak; Marksist toplulukta yer alan görüşmeciler ile anti-kapitalist ekolojist toplulukta yer alan görüşmecilerin hepsi benzer şekillerde, hükümetlerin, bireyleri tüketime yönlendiren kamu spotlarını eleştirmiştir. Bu spotların, sürdürülemez tüketimi maksimize etmeyi amaçlamasından dolayı; hükümetler ile sermayedarların ilişkisini vurguladığını ifade etmişlerdir. Fakat yine bu topluluklardaki kimi görüşmeciler; ekonomik kazançlarının artması çerçevesinde tüketim faaliyetlerinin de artabileceğini dile getirmiştir. Dolayısıyla bu durum hem anti-kapitalist ekolojist topluluklarda hem de Marksist topluluklarda, benimsenen sürdürülebilir tüketim ideolojisine karşı tutarsız pratiklerin sergilenebileceği mealinde değerlendirilebilmektedir. Nitekim içinde bulunduğu topluluğun tüketim ideolojisiyle örtüşmeyen pratikleri zaman zaman sergileyebileceklerini her iki paradigmanın üyeleri dile getirmiştir. Bunu nedenini Marksist topluluklardaki görüşmeciler ile anti-kapitalist ekolojist toplulukta görüşmeciler benzer şekillerde *kapitalist sistemin dayatmalarına* endekslemiştir. Öte yandan, bu topluluklarda; ihtiyacı olduğuna emin olmadan herhangi bir meta satın aldığını dile getiren görüşmeciler ile karşılaşmıştır. Kendilerini bu tarz tüketimlere teşvik eden nedenler hakkında anti-kapitalist ekolojist topluluklardaki görüşmeciler *estetik* ve/veya *ucuz olması* diye açıklama yaparken; Marksist toplulukta yer alan görüşmeciler *sadece estetik* cevabını vermiştir.

4.5.8. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Karşılaştırılması

Sürdürülebilir tüketim felsefesini benimsemiş Marksist ve anti-kapitalist ekolojist toplulukların felsefesinde birbirlerine benzeyen yönler olduğu kadar, birbirlerinden farklılaştıkları noktalar da mevcuttur. Bulgular kısmında, görüşmecilerin verdiği cevaplar neticesinde Marksist topluluklar ile anti-kapitalist ekolojist toplulukların birbirlerine benzediği ve birbirlerinden farklılaştıkları noktalar kategorize edilmiştir. Bu bağlamda, söz konusu benzeşimler metin içinde sunulmuş; farklılıkları gösteren noktalar tablo halinde aktarılmıştır.

4.5.8.1. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Birbirleriyle Benzediği Yönler

İhtiyacın ne olduğu konusunda Marksist topluluklar ile anti-kapitalist ekolojist topluluklar, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini baz almış ve buradan hareketle tüketimin sınırını çizmeye çalışmışlardır.

Bireysel tüketimin azaltılmasıyla ekolojik dengenin düzeltilemeyeceği, asıl önemli olanın üretim ilişkileri olduğu; hem Marksist topluluklar, hem de anti-kapitalist ekolojistler tarafından dile getirilmiş ve bu bağlamda örgütlü hareketlerin gerekli olduğu benzer açıklamalarla savunulmuştur. Ortak kullanım anlayışının, paylaşmanın ve yardımlaşmanın, sürdürülebilir tüketim için elzem olduğu vurgulanmıştır; ve bu anlayışları pratiklerine yansıtmaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir.

Çevre dostu üretim koşullarına adapte olduğunu ilan eden markaların/firmaların, söz konusu bu politikalarının *aldatıcı* ve *samimiysiz* olduğuna dair düşünceler her iki paradigmanın görüşmecileri tarafından dile getirilmiştir. Öte yandan, teknolojinin sürdürülebilir tüketim ve genel kapsamda sürdürülebilir doğa yararına kullanılabileceğini de her iki paradigmadaki görüşmeciler dile getirmiş; ve bu amaçla teknolojik üretimlerin kâr politikalarından arındırılması gerektiğiyle ilgili benzer yorumlarda bulunmuşlardır.

Verili toplumsal formasyonda tüketimin statü ve prestij sağlama işlevini hem Marksist, hem de anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyeleri eleştirmiş ve bu anlayışın sosyal alanlardan bertaraf edilmesini benzer açıklamalarla savunmuşlardır. Lüks kavramını her iki paradigmanın üyeleri *ihtiyaç dışı* tüketim olarak tanımlamış ve lüks kabul edilen materyallerin tarihsel süreçlerde farklılık gösterdiğini aktarmıştır. Ayrıca, reklamların bu hiyerarşik kodları ve malları (statüyü, prestiji, lüks tüketimi) yerleşik hale getirdiğini; kapitalizmin güdümünde insanları sürdürülemez tüketime teşvik ettiğini benzer biçimlerde ifade edip eleştirmişlerdir.

İki paradigma da ekolojik denge için, kapitalizmin manipüle ettiği hedonik tüketimin geri plana itilmesi gerektiğini savunmuştur. Diğer yandan, bu paradigmaların üyeleri, satın alma kararlarında estetik algılarının etkili bir belirleyici olduğunu aktarmış ve bu bağlamda estetik nosyonuna önem atfetmiştir.

Sonuç olarak; söz konusu bu toplulukların hepsi de; sürdürülemez tüketim biçiminin sosyal alanlarda cisimleşmesini ve varlığını devam ettirmesini, kapitalizmin bizi varlığıyla bağlantılandırmıştır. Sorunun çözümü için; kapitalizmin ekarte edilmesine gönderme yapılmış ve bu yönde geliştirilen mücadele yöntemlerinin gerekliliğinden dem vurulmuştur.

4.5.8.2. Sürdürülebilir Tüketimi Savunan Toplulukların Birbirlerinden Farklılaşan Yönleri

Bulgular kısmında, görüşmecilerin verdiği cevaplar neticesinde ve tezin kapsamı göz önünde bulundurularak analizler yapılmıştır. Bu analizlere bağlı kalınarak aşağıdaki tablo

4.4’de sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların birbirlerinden farklılaşan yönleri aktarılmıştır.



Tablo 4.4 Marksist Topluluklar İle Anti-Kapitalist Ekolojist Toplulukların Farklılıkları

MARKSİST TOPLULUKLAR	ANTI-KAPİTALİST EKOLOJİST TOPLULUKLAR
Topluluk içi ilişkilerinde; hiyerarşik yapılanmalar ve zaman zaman sert tonajlı iktidar ilişkileri kabul görebilmektedir.	Topluluk içi ilişkilerinde; hiyerarşi ve sert tonajlı iktidar ilişkileri kabul görmemektedir. İktidarın her türlü reddedilmektedir.
Kimliklerini yansıtacak materyaller, bazı zamanlarda satın alma kararlarını etkileyebilmektedir (parka örneği).	Kimliklerini yansıtacak materyaller önemsenmemektedir.
Çevre dostu politika benimsediğini iddia eden şirketlerin/firmaların bu politikalarına karşı inanç anti-kapitalist ekolojist topluluklara nazaran daha zayıftır. Bu bağlamda söz konusu politikaların tüketimlerini etkilemesi de anti-kapitalist ekolojist topluluklara kıyasla daha etkisiz kalmaktadır.	Çevre dostu politika benimsediğini iddia eden şirketlerin/firmaların bu politikalarına karşı inanç, Marksist topluluklara nazaran daha güçlüdür. Bu bağlamda söz konusu politikaların tüketimlerini etkilemesi de Marksist topluluklara kıyasla daha kuvvetlidir.
Estetik <i>nosyonu</i> tüketim esnasında, anti-kapitalist ekolojist topluluklara kıyasla daha çok dikkate alınmaktadır.	Estetik <i>nosyonu</i> tüketim esnasında, Marksist topluluklara kıyasla daha az dikkate alınmaktadır.
Geri-dönüşüm amacıyla ürün ambalajlarını ayrıştırıp çöpe atmak anti-kapitalist ekolojist topluluklara kıyasla Marksist topluluklarda daha az önemsenmektedir.	Geri-dönüşüm amacıyla ürün ambalajlarını ayrıştırıp çöpe atmak Marksist topluluklara kıyasla anti-kapitalist ekolojist topluluklarda daha çok rağbet görmektedir.
Ortak kullanım, paylaşım ve yardımlaşma anlayışı, anti-kapitalist ekolojist topluluklara kıyasla Marksist topluluklarda daha çok dikkate alınmaktadır.	Ortak kullanım, paylaşım ve yardımlaşma anlayışı anti-kapitalist ekolojist topluluklarda da rağbet görmekte ve benimsenmektedir; fakat verilen cevaplar ekseninde Marksist topluluklara nazaran daha az dikkate alındığı görülmektedir.
Veganizm ve Vejeteryanizm felsefelerinin Marksist toplulukların tüketim pratiklerine yansıdığı bulgulanamamıştır.	Veganizm ve Vejeteryanizm anti-kapitalist ekolojist topluluklarda önemsenmekte ve ekseriyetle içselleştirilmektedir.
Verilen cevaplara göre; ihtiyaç dışı tüketim biçimleri, Marksist topluluklarda, anti-kapitalist ekolojist topluluklara kıyasla daha çok rastlanılmıştır	Verilen cevaplara göre; ihtiyaç dışı tüketim biçimleri, anti-kapitalist ekolojist topluluklarda, Marksist topluluklara kıyasla daha nadir rastlanılmıştır.

SONUÇ

Sürdürülebilir tüketimi savunan Marksist topluluktaki görüşmeciler ile anti-kapitalist ekolojist topluluktaki görüşmecilere, benimsedikleri tüketim ideolojisine karşı tutarsız pratikler sergileyip-sergilemediklerini ortaya çıkarabilmek için belirgin bazı sorular sorulmuştur. İlgili sorulara görüşmecilerin verdikleri cevaplar, araştırmanın bulgular kısmında analiz edilmiş ve söz konusu bu toplulukların habituslarına, sürdürülemez tüketim kodlarının sirayet ettiğiyle ilgili değerlendirmelere varılmıştır. Bu bağlamda görüşmecilerin verdiği cevaplarda 4 temel nokta göze çarpmıştır:

- 1- Arzu, ihtiyaç ve kimlik kavramları; bireylerin sosyalleştikleri toplumsal ağların hegemonik iktidarına göre şekillenmektedir.
- 2- Devletin ideolojik aygıtları, bireyleri ve toplulukları, sürekli kapitalizm menşei mesajlara maruz bırakarak sürdürülemez tüketime kanalize etmekte olduğu her iki grup üyeleri tarafından bilinir haldedir.
- 3- Sürdürülemez tüketimin sosyo-ekolojik zararlarına karşı direnişi seçen Marksist topluluklar ile anti-kapitalist toplulukların üyeleri, kimi zaman; sermayedarların güdümündeki greenwashing (yeşil aklama) benzeri stratejileri -bu stratejilerin aktarıldığı teknik araçlar vasıtasıyla- alımlayabilmekte ve sürdürülemez tüketimin pratiklerine yönelebilmektedir.
- 4- Sürdürülebilir tüketimi savunan bireyler, kapitalizmin hiyerarşik sosyal etkileşimleri altında kimliğini şekillendirirken; prestiji, gücü ve statüleri belirleyen kapitalizm menşei sembolleri, imgeleri ve simgeleri zaman zaman içselleştirebilmektedir. Modayı, estetiği; lüks ve hedonik tüketim biçimlerini bu bağlamda yaşamsal pratiklerinin içeriğine eklemleyebilmektedir.

Sermayedarların, sürdürülemez tüketim biçimlerini, sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların habituslarına nakşederken; devletin ideolojik aygıtları aracılığıyla o topluluklardaki görüşmecilerin arzularını, ihtiyaçlarını ve değerlerini manipüle etmeye çalıştığı görüşmecilerin verdiği cevaplar neticesinde ortaya çıkarılmıştır. Piyasa hegemonyasının; bu topluluklardaki bireylere, doğayı deforme eden tüketim pratiklerini *sosyalleşmek* olgusunun gücü altında örtük ve/veya açık mesajlarla dayattığı analiz edilmiştir. Öte yandan; sosyal alanlara bırakılan bu sürdürülemez tüketim kodlarını *alımlayan* ya da *müzakereci* yaklaşan Marksist ve anti-kapitalit ekolojist topluluklardan, kimi üyelerin, bazı kodları alımlamayıp direndiği de bulgulanmıştır. Dolayısıyla, söz konusu bu kodları alımlayan yahut müzakereci yaklaşım bazı zamanlarda alımlayanların, sürdürülemez tüketim

biçimlerinin sosyal alanlara yerleşip-yayılmasına katkıda bulunduğu değerlendirilmiştir. Sürdürülebilir tüketimi savunan ve mücadelelerine *sürdürülebilirlik felsefesini* eklemleneyen topluluklardaki bireylerin bile, zaman zaman benimsedikleri felsefeyle çelişkiye düşecek tüketim eylemlerinde bulunabilecekleri ortaya çıkarılmıştır. Söz konusu bu yargıya da saha çalışmasından elde edilen verilere ve bu verilerin literatürdeki kaynaklarla karşılaştırılması sonucunda varılmıştır. Öyle ki literatürde yer alan bilgilere göre; kapitalist ideolojinin yönlendirdiği altyapı ve üstyapı ilişkilerinin etkisinden, tamamıyla soyutlanmış biçimde sürdürülebilir tüketimin pratiklerini sergilemek ve bunu alanda yaygınlaştırmaya çalışmak oldukça zordur. Çünkü kapitalizm, kendi kurguladığı kemikleşmiş anlam dizelerini, değerlerini ve hikâyelerini bireylerin zihnine doğduğu andan itibaren empoze etmeye başlamaktadır. Aileyi, okulu, kitle iletişim araçlarını ve diğer ideolojik aygıtları bu doğrultuda işlevselleştirilmektedir. Sosyal alanlarda egemen hikâyeler²⁴ yaratmaktadır ve bu hikâyeleri insanlara ve insanların gruplaştıkları habituslara empoze ederek meşruluk zemini kazanmaktadır. Bourdieu, iktidarın çıkarına hitap eden işte bu hikâyelere *kültürel keyfiyet* adını vermektedir (Bourdieu ve Passeron: 2015).

Günlük pratikleri sergilerken kapitalist iktidarın kültürel keyfiyetleriyle sarmalanmış hikâyelerinden ya da kalıplaşmış anlam dizelerinden sıyrılmak ise bazı eleştirel paradigmalara göre hiç kolay değildir -hatta imkânsıza yakındır. Şöyle ki; insan denilen canlı, ancak, çevresindeki ve yaşamındaki etkileşimlerin oluşturduğu verileri duyuları aracılığıyla algılayarak zihninde anlamlar kurgulayabilmektedir. Bu verileri anlamlandırarak bilincini şekillendirebilmekte ve bu verileri algılayarak sosyal ilişkiler kurup, dünyasını tanıyabilmektedir. Sonuçta insanlar, algıladıklarını zihninde neden-sonuç ilişkileri kurarak hikâyeleştirmekte; dil aracılığıyla da aktararak paylaşmakta ve sosyalleşmektedir (Tosuner, 2018: 239). Algıladığı ve paylaştığı her yeni veri de “insanın doğuştan itibaren zihninde kurguladığı hikâyelere eklenmektedir” (Tosuner, 2018: 239).

Bu hikâyeler, kişinin özyaşam öyküsü, içinde büyüdüğü aile, etnik köken, toplum, coğrafya ve daha geniş insan topluluğunun hikâyelerinin bir bileşimidir. Bu hikâyelerin her biri, kişinin kendi deneyimledikleri ile başkalarının deneyimlerinin anlatısının karşılıklı inşası üzerinden meydana gelmektedir. Bu sebeple, maruz kaldığımız anlatıların, zihnimizde kurguladığımız hikâyelerin oluşumuna etkisi büyüktür ²⁵(Tosuner, 2018: 239).

²⁴ Zihnindeki temsillerin anlamsal bütünlüğü

²⁵ “Hikâye ve anlatı, sık sık karıştırılan ve birbirinin yerine kullanılan kavramlardır. [Bu metinde] hikayenin, sanal bir biçim olarak yaşanan olayların zihnindeki temsili, anlatının ise hikayenin maddi işaretlerle kodlanmış

Sürdürülebilir tüketimi savunan topluluklardaki görüşmecilerin, kapitalizmin hegemonyası altında yaşadığı göz önünde bulundurulduğunda ve kapitalizmin ikna etme araçlarının, onların ikna olmama araçlarından daha kuvvetli olduğu düşünüldüğünde, bu bireylerin, yaratılan ana örgülere bağlı hikâyelerden topyekûn soyutlanması oldukça güçleşmektedir. Nitekim, görüşmecilerin bizatihi verdiği cevaplarda, bu husus üzerine ortak kabul gören söylemlere rastlanılmıştır. Dolayısıyla, sürdürülebilir tüketimi savunan kimi bireylerin zihinsel bağlamlarında kapitalizmin ana örgülerinin az ya da çok temsiliyet bulması kaçınılmaz olmaktadır. Diğer bir ifadeyle, sürdürülebilir tüketimi savunanlar, kapitalist hegemonik çerçevelendirmeye zıt karşıt anlatılar, hikâyeler ya da söylemler üretse bile; kemikleşmiş ana-akım anlatılar, hikâyeler, söylemler ve pratikler de aynı şekilde kapitalizmin ideolojik aygıtları tarafından sosyal alanlarda üretilmeye ve dolaşıma sokulmaya devam etmektedir. Bu bağlamda çoğu birey, sürdürülebilir tüketimi savunmasına rağmen, sosyal alanlarda dolaştırılan ana örgüye bağlı hikâyeleri kısmi de olsa içselleştirilecek ve sürdürülemez tüketimin pratiklerini az-çok sergileyecektir. Böylece, benimsenen direniş felsefelerinin içeriğiyle uyumlu olmayan teori-pratik çelişkileri sürdürülebilir tüketimi savunan toplulukların habituslarında belirecektir.

Buraya kadar sürdürülebilir tüketimi benimseyen bireylerin, ekseriyetle çelişkiye düşmekten -tabiri yerindeyse yüzde yüz- kurtulamayacakları anlatılmıştır. Fakat bu çelişkilerin yaşanması, egemen kültürel keyfiyetlerin ve egemen tüketim anlayışların sarsılmayacağı anlamına da gelmemektedir. Şöyle ki, Deleuze ve Guattari'a göre; dönüşümler ve/veya devrimler, ancak, mevcut sistemin içinde yapılan akılcı ve yaratıcı eklemler ile sağlanabilmektedir. Mevcut sistemi topyekûn parçalamakla değil! Çünkü mevcut sistemin yarattığı ilişkileri topyekûn parçaladığımız veya yok ettiğimiz takdirde Deleuze ve Guattari'a göre; geriye anlamlı bir şey kalmaz! Elimizde tutacağımız somut ve soyut değerler/ilişkiler olmaz. Böylece, devrimin ve/veya dönüşümün gerçekleşeceği ve anlam kazanacağı zemin de değersizleşir. Aynı şekilde, sürdürülebilir tüketimin yayılıp anlam kazanacağı sahne de parçalanmış olur. Bu yüzden Deleuze ve Guattari'a göre; sağlıklı devrim ve dönüşümler, yalnızca, var olan mevcut sistemin içine yapılan eklemler ile sağlamlaştırılmaktadır. Eklemler esnasında yaşanılacak çelişkiler de bu bağlamda doğal karşılanmalıdır -ki bu araştırmanın öne sürdüğü önermelerden biri; söz konusu çelişkilerin mevcut mücadelenin motivesini düşürmemesi gerektiğidir. Bu çelişkiler, mevcut sistemin sarsılamaz olduğunu hissettiren göstergeler olarak algılanmamalıdır. En nihayetinde, hâkim sistemin belirlediği

bir şekilde metinsel olarak hayata geçirilmiş, yani zihin dışındaki temsili olduğunu ifade eden Marie Loure-Ryan'ın tanımı kabul edilmiş ve ona göre kullanılmıştır" (Tosuner, 2018: 239).

oyunlara ve bu oyunlar için kurgulanan kurallara karşı mücadele verilmekte; ve bu kurallar, toplumsallaşma süreçlerinde, iktidar aygıtlarıyla az-çok herkese empoze edilmektedir. Bu nedenle, ortaya çıkan çelişkilerden korkulmaması; üzerine gidilip tutarlı hamleler ile mümkün mertebede minimum seviyelere indirilmesi bazı anti-kapitalist paradigmalar tarafından önemli bir pozisyonda konumlandırılmaktadır. Bireylerin ve toplumların, çelişkilerini minimum seviyelere indirmek için pratiklerini disipline etmeleri, özel çaba göstermeleri ve yöntemlerini sistemleştirmeleri bu bağlamda söylemleştirilmektedir. Çünkü bu paradigmalara göre; sürdürülebilir tüketim savunanların mücadele esnasındaki çelişkileri, mevcut tüketim kültürünün sarsılamaz olmasıyla ilgili değildir. Bilakis, bu bireylerin felsefeleriyle tutarlı pratiklerini maksimize etmeleri, tutarsız olan pratiklerini ise -sürdürülemez tüketimi-minimalize edecek noktaları yaygınlaştırabilmeleri mevcut sistemin sarsılabilir olduğunu anlatan göstergelere sahiptir. O nedenle sürdürülebilir tüketimi savunanların, davranışlarını bu yönde disiplinli bir şekilde kontrol etmeleri; manifestoları için mütemadiyen özel çaba sarf etmeleri elzemdir. Veganizm'i savunan bazı görüşmecilerin bu ekseninde mücadele yöntemi seçerek, sürdürülemez et ve süt ürünlerinin, üretim ve tüketim zincirine katılmayarak, kişisel tüketim pratiklerindeki sürdürülemez tüketim niteliklerini minimize etmeye çalışması buna örnektir. Ki bu görüşmeciler, söz konusu bu mücadeleyi de şiddetsiz (dayatmasız) dil ile toplumsal yapıya eklemlenmeye çalışmaktadır. Yıkıcı bir dil yapısı söz konusu olmamaktadır.

Öte yandan mevcut kapitalist anlatıların, söylemlerin, hikâyelerin sarsılabilir olduğunu stratejik hamlelerle aktarmak ve *başka alternatiflerin olduğuna* inandırmak da bu noktada kritik öneme sahiptir. Kapitalizmin bizzat kendisini *tarihin sonu* olarak lanse etmesi ve insan doğasının en temel niteliklerini (insanın sözde rekabet etme, kazanma ve büyüme 'güdüsünü') dışa vuran doğal bir toplum olarak ilan etmesi, bunu takiben kendisinden başka alternatiflerin olmadığını yansıttığının yalan ve yanlış hikâyelerden ibaret olduğunu insanlara aktarabilmek gerekmektedir.

Toplumsal yaşama egemen olmuş bir iktidar anlatısının doğallaşmış büyüsel etkisinden çıkabilmek ve onun gerçekliğini sorgulayabilmek için öncelikle etrafımızı sarmış olan, doğal ve evrensel görünüp kendini olması gereken gibi sunan bir düzenin anlattıkları ve yansıttıklarının birer "hikâye" olduğunun farkına varmak gerekir. [Çünkü] hikâye olduğunu görmek, nesnel gerçeklik olarak sunulan içeriklerin, belirli güç odakları tarafından inşa edilip, aktarıldığını fark etmeyi sağlar ve bu farkındalık o hikâyelerle aramızda mesafe koymamızı, onun dışına çıkmamızı sağlar" (Tosuner, 2018: 241).

Bu bağlamda, ekolojik dengeyi deforme eden, insancıl yaşamı geri plana iten ve sömürü ilişkilerini meşru gören kapitalizmin yıkıcı altyapı ve üstyapı ilişkilerinin devamlı ifşa edilmesi; mevcut hegemonyanın sarsılabilir olduğu hususunda insanlara güvenilir göstergeler

sunabilmektedir. Eşzamanlı olarak söz konusu bu altyapı-üstyapı ilişkilerine; daha insancıl, sömürsüz ve ekolojik dengeyi gözeterek şekilde dönüştürecek yapıcı alternatif uygulamaların var olduğunu aktarmak, bu güven ve eylemsellik duygusunu pekiştirebilmektedir. Bu amaçla stratejik ve yaratıcı hamleler üretilmesi ve bu hamleleri bilimsel veriler ile destekleyecek argümanları sosyal alanlarda sürekli dolaşıma sokulması önem arz etmektedir. Bilfiil bu argümanların sosyal alanlarda dolaşımı sokulması için [gerekirse] fiziksel direniş gösterilmesi de aydı derecede elzem görünmektedir. Örneğin; mutluluğu ve başarıyı sahip olunan metaların çokluğuyla bağdaştıran kapitalizm menşei mesajların, insanların gerçek mutluluğuna değil de, yalnızca, kapitalizmin kendisini yeniden üretmesine hizmet ettiği teşhir edilmeli ve bu durum sosyo-ekolojik problemler yarattığı insanlara aktarılmalıdır. Çünkü mutluluk ile tüketim arasındaki ilişkiyi inceleyen sayısız bilimsel çalışma; “daha fazla mal tüketiminin mutluluğu arttırdığı ama belli bir sınırdan sonra tersine, fazla tüketimin insanlarda tatminsizlik ve strese neden olduğunu” tespit etmiştir (Barlas, 2018: 134). Dolayısıyla öncelikle, bu minvalde çıkarıcılıkla sarmalanmış ve saptırılmış mutluluk anlayışlarının ifşa edilmesi ve eş zamanlı bir biçimde, yaşam kalitesini nitelikli kılan ve mutluluk hissini arttıran şeylerin *doğada, sanatsal üretimlerde, kültürel ve sosyal ilişkilerdeki zenginliklerde* barındığıyla ilgili tespitlerin şiddetsiz ve yaratıcı bir dille sosyal alanlara eklemlenmesi kritik öneme sahiptir. Nitekim sunulan bu alternatif fikirlerin yaratıcılığı, mümkün mertebede tutarlılığı ve arzulanabilir olması mevcut kapitalist kodların sarsılabilir olduğunu göstermektedir. Mutluluğun ve sağlıklı yaşamın temel nirengi noktası olan *doğayı* talan eden ve üzerinde tahakküm kurmaya çalışan kapitalizmin bilfiil eylemlerine bu açıdan direnişle karşılık verilmesi de hayatidir. Çünkü doğa, üzerinde tahakküm kurulacak bir yapı değildir. Engels’e göre zaten biz insanlar doğaya egemen de değilizdir: “Tersine, etimiz, kanımız ve beynimizle ondan bir parçayız, onun tam ortasındayız, onun üzerinde kurduğumuz bütün egemenlik, başka bütün yaratıklardan önce onun yasalarını tanıma ve doğru olarak uygulayabilme üstünlüğüne sahip olmamızdan öteye gitmez” (Engels, 2010: 197). Bu nedenle; doğa üzerindeki tahakkümü esas alan bireylerin çokluğu değil, doğayla uyumu esas alan bireylerin çokluğu için bir mücadele noktasının belirlenmesi önem arz etmektedir. Tezin kapsamı dahilinde derinlemesine görüşme yapılan anti-kapitalist toplulukların sürdürülebilir doğa felsefesinde, bahsedilen bu çizelgede doğayla uyumu esas almış fikirlere rastlanılmıştır. Mutluluğun, tüketimle paralel ilerlemediğini dile getiren söylemlerle karşılaşmıştır. Öyle ki bu durum, mevcut kapitalist üretim ve tüketim zincirini reddeden oluşumların da alternatif kurgular üretilebileceğine; ve bu oluşumların itici

kuvvetiyle egemen anlatılara karşıt alternatif söylemler yaratılabileceğinin göstergelerini sosyal alanlara göndermektedir.

Ayrıca, doğanın kendi işleyişini de önemli bir referans merkezi olarak ele almak önemlidir; çünkü, doğanın kendi işleyişi referans alındığı vakit Bookchin ve Kropotkin'e göre karşımıza ortak-yaşamsal düsturun en sağlıklı içkin özellikleri çıkmaktadır. Aynı şekilde, Marksist ve diğer anarşist düşünürlerin felsefelerinde de doğanın referans noktası olarak ele alınması sonucunda ortak-yaşamsal düsturun yaygınlaşacağı ve toplumların daha sağlıklı bir yapıya ulaşacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, kapitalizmin deforme etmeye çalıştığı *yardımlaşma*, *dayanışma* ve *paylaşma* duyguları söz konusu bu paradigmlar tarafından sağlıklı bir toplumun temel gerekliliği olarak kabullenilip olumlanmaktadır. Bu olumlama, araştırma kapsamında iletişime geçilen Marksist ve anti-kapitalist ekolojist toplulukların görüşmecileri tarafından da benzer şekillerde dile getirilmiştir. Öte yandan, insanları sürdürülemez tüketime yönlendirmek için kapitalizmin pekiştirdiği *ben* duygusunun karşısına *biz* duygusunun konumlandırılması da bu açıdan önem arz etmektedir. Fakat bu noktada, *biz* duygusunun yaratacağı sağlıklı toplumsal formasyonları deforme etmeyecek biçimde *ben* duygusunun özgür olacağı ortamların sağlanması, *biz* duygusunun yaygınlaşması kadar öneme sahiptir. Diğer deyişle; *ben*'lerin oluşturacağı çeşitliliğin ve çokluğun beslenilmesi de bu noktada elzemdir. Öyle ki çeşitlilik içinde birlik, karmaşıklık içinde uyum Murray Bookchin ve John Clark gibi modern teorisyenlere göre; özgür ve sağlıklı toplumların kurgulanabilmesi için olmazsa olmaz önkoşullardır. Bu önkoşulların gerçekleşebilmesi için, anarşistler ve eko-anarşistlere göre; hiyerarşinin ve iktidar parçacıklarının temsilleri olan devletlerin ve hükümetlerin -genel kapsamda da kapitalizmin- yapay kısıtlamaları ve dayatılmış otoritelerinin baskısı bertaraf edilmelidir. Tahakkümün ve hiyerarşinin her türlü reddedilmelidir. Zira hiyerarşinin ve iktidar parçacıklarının olmadığı toplumlarda insanlar arasında yardımlaşma, paylaşma ve dayanışma karşılıklı çıkarlarının uyumu ile bütünleşir (Marshall, 2003: 40-45). “En ateşli bireyciler bile, açıkça kendi çıkarlarını kollamaları halinde insanların çatışmayı en aza indirecek birlikler kurabileceklerine güvenirlir” (Marshall, 2003: 43). Ekseriyetle, sürdürülebilir tüketimi savunan anti-kapitalist ekolojist toplulukların üyeleriyle derinlemesine mülakat yapıldığında, görüşmeciler tarafından bu tarz anti-otoriter tavırların gerekliliği özellikle vurgulanmıştır.

Ayrıca, bu anlatıların bütünüyle ütöpik bir toplum modeli sunmadığının insanlara aktarılması, sürdürülebilir ekoloji fikrinin yayılması için zaruridir. Nihayetinde ana-akım kitle iletişim araçları tarafından yansıtılmayan; fakat mevcut dünyada somut örnekleri bulunan ve hâlâ aktif bir şekilde yayılım gösteren bir sürü anti-kapitalist ekolojik köy modelleri günümüz

koşullarında mevcuttur. Bu köyler Hindistan'dan Senegal'e, Almanya'dan ABD'ye, Yeni Zelanda'dan Brezilyaya kadar birçok ülkeye/kıtaya yayılmıştır ve sayıları azımsanmayacak kadar çoktur²⁶. Dolayısıyla kapitalizmin bu örnekleri ütöpik olarak lanse etmesini boşa çıkaracak her karşı anlatı/söylem/hikâye yaratıcı biçimlerde sosyal alanlara eklemlenmesi önem arz etmektedir.

Son olarak, doğayla uyumu esas alan ve önceleyen eleştirel pedagoji biçimleri/eğitimleri, tezin esas aldığı literatür kaynaklarına ve bazı görüşmecilerin verdikleri cevaplara göre; bu çalışmada bahsedilen anlatıların hepsine eklemlenmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Nitekim çoğu eleştirel paradigmlar ışığında; insanları sorgulamaya iten, öz-bilinçlerini geliştiren ve insancıl yaşamı destekleyen pedagojik eylem ilişkilerinin, bu dünyanın yaşanılabilir ve sürdürülebilir kılınmasında temel dinamiklerden biri olacağı savunulmaktadır. Çünkü bu perspektiflere göre insanlar, ancak, nitelikli bir şekilde kendini ve çevresini sorguladığında kapitalizmin bizatihi varlığını sorun olarak görmeye başlayacak; kapitalizmin hiper-gerçeklik ortamı yaratan mesaj bombardımanına karşı savunma alanları yaratıp direnilebilecektir. Bu disiplin sayesinde gerçek ile sanal ayırt edilebilecektir. Diğer taraftan birey, eleştirel pedagojik eylem ilişkilerini yaygınlaştırmaya çalışırken, [özellikle] ilk olarak kendisini bu yönde dönüştürmesi de gerekmektedir. “Kendimizi ancak kurumsal dünyamızı dönüştürmek suretiyle dönüştürebiliriz; zira kurumsal dönüşüm ancak kendimizi dönüştürme arzusu aracılığıyla gerçekleşir” (Harvey, 2008: 229-230). Ki bazı görüşmecilerin yorumlarında; ilk olarak insanın kendisini, sonra çevresini (dünyasını) değiştirmesi gerektiğiyle ilgili söylemleri bu çerçeveye ilişkili tutulmuş; ve sürdürülebilir doğa felsefesiyle tutarlı bir davranış olarak değerlendirilmiştir.

Antrparantez; bu çalışmada, özellikle sürdürülebilir tüketimi savunan anti-kapitalist toplulukların praksis felsefelerine odaklanılmıştır. Sürdürülebilir tüketimi savunan liberalizm menşeli toplulukların praksis felsefeleri ise, anti-kapitalist topluluklara kıyasla daha yüzeysel ele alınmıştır. Dolayısıyla, bu çalışmanın devamı olacak çalışmalarda, sürdürülebilir tüketimi savunan liberalizm menşeli topluluklara odaklanıp, bu toplulukların anti-kapitalist topluluklarla karşılaştırılması, sosyal alanlarda kurgulanan sürdürülebilirlik felsefesini daha net çözümleme imkânı sunabilir. Öte yandan, sürdürülebilirlik felsefesini pratiklerine döken Eko-Köy örneklerinin bu bağlamda değerlendirilip araştırılması, mevcut sosyo-ekolojik problemlerin çözümü için alternatif ve somut yollar açabilir.

²⁶ Jonathan Dawson'ın *Ekoköyler, Sürdürülebilirliğin Yeni Ufukları* (2012) adlı kitabında bu örnekler detaylı ayrıntılar ile sunulmuştur.

KAYNAKÇA

- Adler, A. (2009a). *İnsanı Tanıma Sanatı*. (Çev. K. Şipal), Say Yayınları, İstanbul.
- Adler, A. (2009b). *Yaşamın Anlamı ve Amacı*. (Çev. K. Şipal), Say Yayınları, İstanbul.
- Adorno, T. W. ve Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (Çev. N. Ülner ve E. Ö. Karadoğan), Kabalcı Yayıncılık, İstanbul.
- Akal, C. B (2013). *İktidarın Üç Yüzü*. Dost Kitapevi Yayınları, İstanbul.
- Akalın, K. H. (2012). “Max Weber'in Yorumunda Meslek Ahlakı Olarak Dünyevi Asketizm”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2): 11-32.
- Althusser, L. (2000). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (Çev. Y. Alp ve M. Özışık), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Althusser, L. (2006). *Althusser'den Önce Louis Althusser*. (Çev. Z. Z. İlkelen), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Altunay, E., Oral, G., Yalçinkaya, M. (2014). “Eğitim Kurumlarında Mobbing Uygulamalarına İlişkin Nitel Bir Araştırma”. *Sakarya University Journal of Education*, 4(1): 62-80.
- Atrek, B. ve Madran, C. (Ocak 2017). “Tüketici Perspektifli Sürdürülebilir Tüketim Çalışmaları: Ulusal Alanyazındaki Çalışmalar Üzerine Sistemik Derleme Çalışması”. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, (19): 1-31.
- Baker, U. (2014). *Sanat ve Arzu*. T. Açık (Ed.), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Barlas, N. (2018). “Doğa Yıkımı Yüzünden Çıkmaza Giren Uygarlığımız İçin Umut Var mı?”. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Kasım-Aralık-Ocak 2017-2018: 21(83): 127-143.
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel Serüven*. (Çev. M. Rifat ve S. Rifat), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş Söylenler*. (Çev. T. Yücel), Metis Yayınları, İstanbul.
- Başçı, E. (2015). *Pazarlama ve Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Bakış: Tüketim Karşıtlığına İlişkin Nitel Bir Model*. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (Çev. O. Adanır), Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Baudrillard, J. (2015). *Tüketim Toplumu*. (Çev. A. Şenel), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. (Çev. Ü. Öktem), Sarmal Yayınevi, İstanbul.

- Bauman, Z. (2000). *Siyaset Arayışı*. (Çev. T. Birkan), Metis Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2003). *Yasa Koyucular ilet Yorumcular*. (Çev. K. Atakay), Metis Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2008). *Akışkan Aşk*. (Çev. I. Ergüden), Versus Yayınevi, İstanbul.
- Bauman, Z. (2010). *Sosyolojik Düşünmek*. (Çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*. (Çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Bauman, Z. (2013). *Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları*. (Çev. İ. Türkmen), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Belk, R. W. (1998) "Third Word Consumer Culture. Research in Marketing, Supplement Marketing and Development: Toward Broader Dimensions," E. Kumcu ve A. F. Fırat (Ed.), *Greenwich: JAI Press Inc*: 103-126.
- Bener, Ö. ve Babaoğlu, M. (2008). "Sürdürülebilir Tüketim Davranışı ve Çevre Bilinci Oluşturmada Bir Araç Olarak Tüketici Eğitimi". *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 13 Ekim.
- Bocock, R. (2014). *Tüketim*. (Çev. İ. Kutluk), Dost Kitapevi Yayınları, Ankara.
- Bookchin, M. (1994). *Özgürlüğün Ekolojisi Hiyerarşinin Ortaya Çıkışı ve Çözülüşü*. (Çev. A. Türker), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bookchin, M. (1996). *Toplumsal Ekolojinin Felsefesi*. (Çev. R. G. Ögdül), Kabalcı Yayınevi, İstanbul.
- Bookchin, M. (2013). *Toplumu Yeniden Kurmak*. (Çev. K. Şahin), Sümer Yayıncılık, İstanbul.
- Bookchin, M. (2017). *Toplumsal Ekoloji ve Komünalizm*. (Çev. F. D. Elhüseyni), Sümer Yayıncılık, İstanbul.
- Bourdieu, P. (2006). *Karşı Ateşler*. (Çev. H. Yücel), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Bourdieu, P. ve Passeron, J. C. (2015). *Yeniden Üretim, Eğitim Sistemine İlişkin Bir Teorinin İlkeleri*. (çev. A. Sümer, L. Ünsaldı, Ö. Akkaya), Heretik Yayın, Ankara.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2014). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. (Çev. I. Ergüden), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Braudel, F. (1996). *Medeniyet ve Kapitalizm*. (Çev. M. Özel), İz Yayıncılık, İstanbul.
- Buğra, A. (2003). *Devlet-Piyasa Karşıtlığının Ötesinde*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Butler, J. (2018). *Cinsiyet Belası*. (Çev. B. Ertür), Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Callinicos, A. (2009). *Karl Marx'ın Devrimci Fikirleri*. (Çev. A. Uygun), Antikapitalist Yayınlar, İstanbul.

- Çalıcı, S. (2012). “Deleuze ve Guattari’de Dilin Yersiz-Yurtsuzlaşması: Emir - Sözcüklerden Tercihler Mantiğine”, *Düşünme Dergisi*, 2: 6-27.
- Çelik, H. ve Ekşi, H. (2008). “Söylem Analizi”, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27: 99-117.
- Clark, J. ve Martin, C. (2016). *Anarşi, Coğrafya, Modernite*. (Çev. O. Yener). Can Sanat Yayınları, İstanbul.
- Çoban, A. (2012). “Ekolojik Tartışmalar Bakımından Marx’ın Düşüncesinin Değeri”. *Kurtuluş*, (2): 93-104.
- Çoban, B. (2016). “Gözün İktidarı Üzerine”. B. Çoban, Z. Özarslan (Ed), *Panoptikon: Gözün İktidarı*. Su Yayınevi, İstanbul, 111-139.
- Dawson, J. (2012). *Ekoköyler: Sürdürülebilirliğin Yeni Ufukları*. (Çev. D. Dinçer), Sinek Sekiz Yayınevi, İstanbul.
- Demir, O. Ö. (2014). “Nitel Araştırma Yöntemleri”. K. Böke (Ed), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Alfa Yayınları, İstanbul, 287-316.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (1999). *Tüketimin Antropolojisi*. (Çev. E. A. Aytekin), Dost Kitapevi Yayınları, Ankara.
- Engels, F. (2014). *Doğanın Diyalektiği*. (A. Gelen), Sol Yayınları, Ankara.
- Erol, M. A. (2017). “Ekolojik Bir Toplum Yaratma: Ekolojiyi Anarşizmle Düşünmek”. *İdeal Kent; Kent Araştırmaları Dergisi*, 8(21): 259-291.
- Etil, H. ve Demir, M. (2014). “Pierre Bourdieu’nün Bilim Sosyolojisine Katkısı: ‘Alan Teorisi’, ‘Habitus’ Cini ve ‘Refleksivite Talebi’”. *Cogito Dergisi Yapı Kredi Yayınları*, (76): 312-350.
- Falzon, C. (2001). *Foucault ve Sosyal Diyalog*. (Çev. H. Arslan), Paradigma Yayınları, İstanbul.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (Çev. M. Küçük), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Foucault, M. (1992). *Hapishanenin Doğuşu*. (Çev. M. A. Kılıçbay), İmge Kitapevi Yayınları, Ankara.
- Foucault, M. (2007). *İktidarın Gözü*. (Çev. I. Ergüden), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Foucault, M. (2015). *Toplumu Savunmak Gerekir*. (Çev. Ş. Aktaş), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Fromm, E. (2011), *Sahip Olmak Ya da Olmak*. (Çev. A. Arıtan), Arıtan Yayınevi, İstanbul.
- Furedi, F. (2001). *Korku Kültürü Risk Almanın Riskleri*. (Çev. B. Yıldırım), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

- Goodchild, P. (2005). *Deleuze & Guattari Arzu Politikasına Giriş*. (Çev. R. G. Ögdül), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Gramsci, A. (1986). *Hapishane Defterleri, Seçmeler*. (Çev. K. Somer), Onur Yayınları, İstanbul.
- Gülsoy, D. (2005). "Chomsky". N. Rigel (Ed.), *Kadife Karanlık*. Su Yayınevi, İstanbul, 139-193.
- Güzel, M. (2015). "Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları". *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 19: 65-84.
- Harvey, D. (2008). *Umut Mekânları*. (Çev. Z. Gambetti), Metis Yayınları, İstanbul.
- Harvey, D. (2012). *Sermayenin Sınırları*. (Çev. U. Balaban), Tan Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Hayta, A. B. (2009). "Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü". *Ahi Evren Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3): 143-151.
- İnceoğlu Y., Özçetin, B., Tol G. M., Alkurt V. S., (2014). "Sağlık ve Hoşnutsuzlukları: Sağlık Kanaat Önderlerinin Sosyal Medya Söylemleri ve Sağlığın Tıbbileştirilmesi". *Galatasaray İletişim Dergisi*, (21).
- İmga, O. (2009). "Çevre Sorunlarının Çözümüne Yönelik Alternatif Bir Politika Arayışı: Murray Bookchin ve Sosyal Ekoloji". *Alternatif Politika*, 1(1): 75-90.
- Jenkins, R. (2016). *Bir Kavramın Anatomisi Sosyal Kimlik*. (Çev. G. Bostan), Everest Yayınları, İstanbul.
- Jenks, C. (2007). *Alt kültür: Toplumsalın Parçalanışı*. (Çev. N. Demirkol), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Kangal, K. (2015). "Doğanın Diyalektiği Nedir? Friedrich Engels'in Diyalektik Tanımı Üzerine Bazı Düşünceler". *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 20: 39-54.
- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2011). "Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30): 63-76.
- Kavuncu, A. Ç. (2017). "Prof. Dr. Ruşen Keleş ile 'Ekolojik Bakışın Geleceği' Üzerine Bir Söyleyiş". *İdeal Kent; Kent Araştırmaları Dergisi*, 8(21): 14-25.
- Kropotkin, P. (2013). *Anarşist Ahlak*. (Çev. I. Ergüden), Kaos Yayınları, İstanbul.
- Küçük, M. (2000). *Modernite Versus Postmodernite*. Vadi Yayınları, Ankara.
- Löwy, M. (1999). *Karl Marx'tan Walter Benjamin'e Siyaset Felsefesi Denemeleri*. (Çev. Y. Alogan), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Malçok, E. (2018). "Geçmişten Günümüze Ekolojik Kriz ve Çözüm Önerileri". *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Kasım-Aralık-Ocak 2017-2018, 21(83): 251-275.

- Marcuse, H. (1990). *Tek Boyutlu İnsan*. (Çev. A. Yardımlı), İdea Yayınları, İstanbul.
- Marcuse, H. (2013). *Özgürlük Üzerine Bir Deneme*. (Çev. S. Soysal), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Marshall, P. (2003). *Anarşizmin Tarihi: İmkansız İstemek*. (Çev. Y. Alogan), İmge Kitapevi, Ankara.
- Marx, K. (2003). *Kapital Birinci Cilt: Kapitalist Üretimin Eleştirel Bir Tahlili*. (Çev. A. Bilgi), Eriş Yayınları.
- Marx, K. (2004). *Kapital, İkinci Cilt: Sermayenin Dolaşım Süreci*. (Çev. A. Bilgi), Eriş Yayınları.
- Marx, K. (2013). *1844 El Yazmaları*. (Çev. M. Belge), Birikim Yayınları, İstanbul.
- Marx, K. ve Engels, F. (2008). *Komünist Manifesto*. (Çev. C. Üster ve N. Deriş), Can Yayınları, İstanbul.
- Marx, K. ve Engels, F. (2012). *Alman İdeolojisi (Feuerbach) Materyalist ve İdealist Anlayışların Karşıtlığı*. (Çev. B. Sevim), Eriş Yayınları.
- Maslow, A. (2001). *İnsan Olmanın Psikolojisi*. (Çev. O. Gündüz), Kuraldışı Yayıncılık, İstanbul.
- Mestrovic, G. S. (1999). *Duyguötesi Toplum*. (çev. A. Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Miller, G. (2012). *Tüketimin Evrimi*. (Çev. G. Vardar), Alfa Basım Yayım Dağıtım San. ve Tic. Ltd. Şti., İstanbul.
- Mutlu, A. (2017). “Ekolojinin İdeolojisi: Sürdürülebilir Gelişme-Toplumsal Ekoloji Karşılaştırması”. *İdeal Kent; Kent Araştırmaları Dergisi*, 8(21): 25-56.
- Nadler, S. (2017). “Spinoza Neden Hala Önemli”. (Çev. S. Alakay), *Düşünbil Dergisi*, Temmuz-Ağustos 2017: 24-28.
- Negri, A. (2005). *Yaban Kuraldışılık*. (Çev. E. Canaslan), Otonom Yayıncılık, İstanbul.
- Özçetin, B. (2010). “Bir Stuart Hall Değerlendirmesi "İdeoloji, İletişim, Kültür:". *Akdeniz İletişim Dergisi*, (13): 140-159.
- Özgül, E. (2011). “Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Açısından Değerlendirilmesi”. *Ege Akademik Bakış*, 11(1): 25-38.
- Politzer, G. (2012). *Felsefenin Temel İlkeleri*. (Çev. H. Erdem), Neden Kitap Yayıncılık, İstanbul.
- Sezgül, İ. (2010). “Marx’ın Diyalektik-Tarihsel Materyalizmi Ve Etik”. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 4(8): 231-244.

- Simmel, G. (2006). *Modern Kültürde Çatışma*. (Çev. T. Bora, N. Kalaycı ve E. Gen), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Simmel, G. (2009). *Bireysellik ve Kültür (Seçme Yazıları)*. (Çev. T. Birkan), Metis Yayınları, İstanbul.
- Sombart, W. (2016). *Aşk, Lüks ve Kapitalizm*. (Çev. N. Aça). Pharmakon Yayınevi, Ankara.
- Su, S. (2017). *Güzelin ve Çirkinin Ötesinde Estetiğin Halleri*. Can Yayınları, İstanbul.
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar*. (Çev. E. Gen), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Şahin, Ç. E. (2009). “Tüketim Toplumu: Mükemmele Evrilen Politika”. E. Dağtaş (Ed.), *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları*. Ütopya Yayınevi, Ankara, 103-141.
- Taşkaya, M. ve Güneş, S. S. (2017). “Post-Modern Belirsizlik Ortamında ‘Tüketime Sunulan Güven’: Sigorta Reklamları Üzerine Bir Analiz”. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14): 223-228.
- Taylor, S. (2015). *Çöküş: 6000 Yıllık Delilik ve Yeni Bir Başlangıç*. (Çev. F. Özkan), Maya Kitap, İstanbul.
- Teber, S. (2003). *Doğanın İnsanlaşması*. Say Yayınları, İstanbul.
- Toska, S. (2018). “Ekokurgu Işığında Amerikan İstisnacılığının Paradoksu: Doğa”. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Kasım, Aralık, Ocak 2017-2018, 21(83): 251-275.
- Tosuner, A. (2018). “Neoliberalizme Karşı Ekolojik Anlatıyı Kurgulamak”. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Kasım-Aralık-Ocak 2017-2018, 21(83): 237-251.
- Touraine, A. (2005). *Birlikte Yaşayabilecek miyiz?*. (Çev. O. Kunal), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Turgut, G. (2014). “Ekolojik Sürdürülebilirlik ve Küçülme”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2): 137-165.
- Uysal, E. (2017). “Gills Deleuze Felsefesinde “Yersiz-yurtsuzlaşma” ve Organsız Beden” Kavramlarıyla Mark Rothko Resimlerine Bakış”. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 63: 233-242.
- Ülkücan, G. Ö. (2017). “Toplumsal Tabakalaşma ve Eleştirel Kültür Çalışmalarının Kesişim Noktaları”. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 190(21): 129-144.
- Veblen, T. (1995). *Aylak Sınıf*. (Çev. İ. User), Marmara Üniversitesi Yayın No: 569, İstanbul.
- Voloşinov, V. N. (2001). *Marksizm ve Dil Felsefesi*. (Çev. M. Küçük), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Weber, M. (2015). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (Çev. E. Aktan), Alter Yayıncılık, Ankara.

- Weber, M. (1999). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (Çev. Z. Gürata), Ayraç Yayınevi, Ankara.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. (Çev. S. Aydın), İmge Kitapevi Yayınları, Ankara.
- Yanıklar, C. (2010). “Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma”. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1): 25-32.
- Yazgünoğlu, K. C. (2018). “İnsan Çağında Çevresel Estetik: Güzelin ve Çirkinin Ötesinde ‘Doğasonrası’ Ekolojiler”. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Kasım, Aralık, Ocak 2017-2018, 21(83): 67-85.
- Yücel, N. (2009). “Ekoloji-Anarşi Ekseninde Bookchin”. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2): 75-86.
- Zengin S. H. (2017). “Eko-Anarşizm İçin Karşılaştırmalı Bir Analiz: Kropotkin/Bookchin Örneği”. *İdeal Kent; Kent Araştırmaları Dergisi*, 8(21): 229-258.
- Zizek, S. (2007). *Gıdıklanan Özne*. (Çev. Ş. Can), Epos Yayınları, Ankara.

İnternet Kaynakları

- Adorno, T., “Theodor W. Adorno: Boş Zaman Endüstrisi ve Kitle Kültürü”. https://www.youtube.com/watch?v=TA_kKfGHZQI (erişim tarihi: 14.06.2018).
- Aksoy, H., “Yeşil Kapitalizm’in Geçersizliği - Daniel Tanuro”. <http://sendika62.org/2011/04/yesil-kapitalizmin-gecersizligi-daniel-tanuro-52822/>, (erişim tarihi: 17.11.2018).
- Çamlı, İ. G., “Yok Oluş İsyanı ile Söyleşi” <https://ekinsapidevrime.org/2018/11/16/yok-olus-isyani-ile-soylesi/>, (erişim tarihi: 13.12.2018).
- Deniz, U., “John Bellamy Foster’la Söyleşi: Gezegen İçin Bir Direniş Hareketine İhtiyacımız Var!”. <http://gazetekarınca.com/2017/05/john-bellamy-fosterla-soylesi-gezegen-icin-bir-direnis-hareketine-ihtiyacimiz-var/>, (erişim tarihi: 17.11.2018).
- Duran, B., “Asketizm, Püritenlik, Modern Yaşam, Hazcılık, Weber”. <http://www.cangungen.com/2011/03/03/asketizmpuritenlikmodern-yasamhazcilikweber/>, (erişim tarihi: 01.12.2018).
- Düşünbil TV., “Roland Barthes, İdeolojik Figürlerin Sömürülmesi”. <https://www.youtube.com/watch?v=2yFLBPvP-Gs>, (erişim tarihi: 15.11.2018).
- “Eşyaların Hikayesi”. (<https://www.youtube.com/watch?v=UAWoUja4Ggo> /erişim tarihi: 30.12.2018).
- Gurbanov, Ü., “Michel Foucault & Noam Chomsky: İnsan Doğası Üzerine (1971)”. https://www.youtube.com/watch?v=_GHTXsER1zE&t=24s, (erişim tarihi: 07.01.2018).

- İsmail, G. Y., “Türkiye’de Faal Sol Örgütler İçin Anahtar Liste”. <http://www.fikirkarargahi.com/turkiyede-faal-sol-orgutler-icin-anahtar-liste/>, (erişim tarihi: 24.01.2019).
- Kocael, İ., “Foucault'nun ‘Baskıcı İktidar’ ve ‘Normalleştirici İktidar’ Kavramları Arasındaki Farkı Akıcı Bir Şekilde Anlatan Bir Videoyu Çevirdim. Toplumun Bizim Yapmamızı İstediği Şeyi Nasıl ‘Kendi İrademizle’ Yapar Hâle Geliyoruz?”. https://twitter.com/ilker_kocael/status/105873512522043648, (erişim tarihi: 05.11.2018).
- Köprüoğlu, K., “Greenwashing: Yeşil ile Göz Boyama Trendi”. [\(https://yesilgazete.org/blog/2017/12/09/greenwashing-yesil-ile-goz-boyama-trendi-kubra-kopruluoglu/](https://yesilgazete.org/blog/2017/12/09/greenwashing-yesil-ile-goz-boyama-trendi-kubra-kopruluoglu/) (erişim tarihi: 24.12.2018).
- Küçükler, Y., “Yeme Etinin Fosil Yakıtlarla Neler Yapması Gerekliyor?”. [\(https://veganlik.org/cevre/](https://veganlik.org/cevre/) erişim tarihi: 22.12.2018).
- Malçok, E., “Neoliberalizmin Çöküş Sinyalleri ve Sosyal Ekoloji Siyasetinin Önündeki Olanaklar” <https://www.gazeteduvar.com.tr/forum/2018/11/17/neoliberalizmin-cokus-sinyalleri-ve-sosyal-ekoloji-siyasetinin-onundeki-olanaklar/>, (erişim tarihi: 13.12.2018).
- Sezgi, “Oje Zararlı mı?”. <http://sagliklidogalkozmetik.blogspot.com/2013/10/oje-zararlim.html>, (erişim tarihi: 24.11.2018).
- Su, S., “Selfie: Narsisizm Kültürünün Bir Semptomu”. <http://www.birikimdergisi.com/guncel-yazilar/8220/selfie-narsisizm-kulturunun-bir%20semptomu#.Ww3YxWtWpSm>, (erişim Tarihi: 19.04.2018).
- Taytek., “Yeniden Kullanım”. <https://www.slideshare.net/melosel/yeniden-kullanm>, (erişim tarihi: 11.11.2018).
- Uğur, E., “Diderot Etkisi Nedir”. <https://www.bilgiustam.com/diderot-etkisi-nedir/>, (erişim tarihi: 12.11.2018).
- Yağan, Ü., “Tantolos Efsanesi”. <https://jinepsgazetesi.com/makale/tantolos-efsanesi-1-1389/>, (erişim tarihi: 16.12.2018).
- Yakup, Ç., “Eko-Harita”. <https://www.ekoharita.org/ekoloji-haritasi/>, (erişim tarihi: 24.01.2019).
- Zizek, S., “Starbucks ve İdeoloji”. <https://www.youtube.com/watch?v=EJqWN5uGcw/>, (erişim tarihi: 17.11.2018).



EK 1- Görüşme Soruları

1. Tüketicimin sınırı sizce ne olmalı?
2. Kendi düşünceleriniz çerçevesinde ihtiyacı tanımlasanız ne dersiniz?
3. Kendiniz için; “bir şey satın almadan önce her zaman dikkatlice ihtiyacım olup olmadığını değerlendiririm” diyebilir misiniz?
4. Cebinizde bulunan parayla sadece bir ürün alacağınızı düşünün, o parayla alacağınız ürünün faydası mı sizin için öncelikli olur, yoksa estetik değeri mi?
5. Lüks kavramı size ne ifade ediyor? Hayatımda lüks şeyler de olsun der misiniz? Diyorsanız bunlar hangi lüks ürünlerdir, örnekler verebilir misiniz?
6. Ekonomik kazancınız arttıkça tüketiminizin (kalite ve miktar odaklı olarak) arttıracağını düşünüyor musunuz?
7. İhtiyacınız olmadığı halde kararsız kalıp aldığınız şeyler oluyor mu? Oluyorsa sizi bu şekilde tüketime teşvik eden nedenleri sıralar mısınız?
8. Satın aldığınız ürün bozulmadığı ve/veya eskimediği halde, o ürünün yeni çıkan modelini aldığınız oluyor mu? (alıyorsa neden diye sor!) Eskiye veya bozulan ürünlerinizi çöpe atmak yerine başka bir amaç için kullandığınız oluyor mu?
9. Bir ürün satın aldığınızda, o ürünün farklı renk-materyal-biçim gibi estetik kombinasyonlarını da satın almak istiyor musunuz?
10. “Alın-verin ekonomiye can verin” sloganlı kamu spotları ve bu tarz kamu spotlarına izin veren hükümetlerin politikaları hakkında ne düşünüyorsunuz?”
11. Satın alacağınız herhangi bir ürünün kalitesini düşünürken, o ürünün bilinen medya kanalları (veya filmler, radyolar, afişler, sosyal medya) tarafından reklamının yapılması; düşüncelerinizi olumlu yönde etkiler mi?
12. Piyasadaki ürünler içinde sizin arzularınıza hitap eden ürünlerin, gerçekten de sizin arzularınız olup olmadığını sorguluyor musunuz?
13. Tüketicimin bir kimlik edinme, statü sağlama işlevi olduğunu düşünür müsünüz? (evet ya da hayır dese bile “neden” diye sor). Bazen siz de kendinizi bunu yapmış olarak yakalıyor musunuz?
14. Bir ürün satın alırken hassasiyetleriniz nelerdir?
15. Bazı markaların “çevre dostu” politika seçmesi, sizin o ürün hakkındaki düşüncelerinizi etkiler mi? O ürünü kullanarak çevreye faydanız dokunduğunu düşünür müsünüz?
16. Size çok fazla haz vereceğini düşündüğün, ama üretiminde çevre dostu politika gütmeye için ekolojik dengeye zarar verdiğini bildiğin bir ürünü alır mısınız?

17. Ürün ambalajlarını atarken geri-dönüşüm için ayrıştırır mısınız?
18. Sizce teknoloji, sürdürülebilir tüketim felsefesi veya genel kapsamda sürdürülebilir bir doğa felsefesi yararına kullanılabilir mi?
19. Sizce, sizin tüketim faaliyetlerinizin niteliği, ait olduğunuz topluluğun benimsediği felsefeyle örtüşüyor mu? (örtüşse de, örtüşmese de neden/nasıl diye sor!) Örtüşmediği zamanlarda bu eylemlerinizi topluluğunuzun diğer üyeleri tarafından fark ediliyor mu? Fark ediliyorsa nasıl bir tepkiyle karşılaşıyorsunuz?
20. Örgütünüzün/platformunuzun/topluluğunuzun diğer üeleriyle beraber ortak kullandığınız materyaller/ürünler var mı? Varsa bu ortak kullanım anlayışı size ne gibi yararlar sağlıyor, açıklar mısınız?



ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Süleyman KAYMAZ
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Zonguldak Gökçebey Çok Programlı Lisesi
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Antalya
Yabancı Dil	İngilizce
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	AKSAV- Antalya Altın Portakal Film Festivali. Katre Reklam Ajansı
E-Posta	kaymazz.suleyman@gmail.com