

## DEMOKRAT PARTİ DÖNEMİNDE TÜKETİM ALIŞKANLIKLARINDA YAŞANAN DÖNÜŞÜM VE TOPLUMSAL YANSIMALARI

Hatice ÇAKIR<sup>1</sup>, Şeyda BÜKRÜCÜ KAZKONDU<sup>2</sup>, Emre AYDİLEK<sup>3</sup>

*Makale İlk Gönderim Tarihi / Recieved (First): 04.12.2019*

*Makale Kabul Tarihi / Accepted: 26.03.2020*

### Özet

Demokrat Parti dönemi, Türk siyasi tarihindeki önemli dönüm noktalarından biridir. 1950-60 yıllarını kapsayan bu dönemde, Cumhuriyet'in yönetsel ve toplumsal anlamda ilk ideolojik kırılması yaşanmıştır. 1950 sonrası yönetsel anlamda ve toplumsal zeminde yaşanan bu kırılma, ekonomide liberalleşme/serbestleşme, yönetsel ideolojide muhafazakârlaşma eğilimleri gibi önemli sonuçlar doğurmuştur. Demokrat Parti ile siyasi ve ekonomik alanlarda yaşanan dönüşüm sosyal alanlara da yansımış, bunun sonucunda toplumun tüketim alışkanlıkları ve yaşam tarzı da değişim geçirmiştir. Öyle ki kendinden önceki dönemde - Erken Cumhuriyet Dönemi- çoğunlukla bireylerin temel ihtiyaçlarını gidermeye yönelik bir tüketim alışkanlığı görülürken, 1950 sonrası süreçte Amerikan tarzı bir tüketim anlayışı benimsenmiştir. Bu çalışmanın amacı, 1950 sonrası süreçte toplumun tüketim alışkanlıklarında yaşanan bu yapısal dönüşümleri ve bu dönüşümlere yol açan temel dinamikleri analiz etmektir. Bu çalışmada, metodolojik olarak öncelikle gerek tüketim konusunda gerekse Demokrat Parti dönemi hakkında literatür taranarak veriler toplanmış, ardından elde edilen veriler ışığında tarihsel analiz yöntemi ile Demokrat Parti dönemi tüketim alışkanlıklarının oluşması ve yerleşmesine yol açan dinamikler, bütüncül bir şekilde süreç analiz edilerek açıklanmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Demokrat Parti, Tüketim alışkanlıkları, Amerikanlaşma.

## TRANSFORMATION OF CONSUMPTION HABITS IN THE DEMOCRATIC PARTY PERIOD AND ITS SOCIAL REFLECTIONS

### Abstract

The Democratic Party period is one of the important turning points in Turkish political history. In this period covering the years 1950-60, the first ideological break of the Republic in the administrative and social sense was experienced. This break in the administrative and social grounds after 1950 had important consequences such as liberalization / liberalization in the economy and conservative tendencies in administrative ideology. The transformation in the political and economic fields with the Democrat Party has also been reflected in social areas, as a result of which the consumption habits and lifestyle of the society have also changed. So much so that in the period before it - Early Republican Period - mostly a consumption habit aimed at meeting the basic needs of individuals, in the post-1950 period, an American-style consumption approach was adopted. The purpose of this study is to analyze these structural transformations in the consumption habits of the society in the post-1950 period and the basic dynamics leading to these transformations. In this study, firstly, the literature has been collected by scanning the literature about the consumption and the Democratic Party period, and then, in the light of the data obtained, the dynamics leading to the formation and settlement of the consumption habits of the Democratic Party period have been tried to be explained in a holistic way.

**Keywords:** Democratic Party, Consumption habits, Americanization.

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi Dr, Kastamonu Üniversitesi, Erasmus Koordinatörlüğü, [hcakir@kastamonu.edu.tr](mailto:hcakir@kastamonu.edu.tr), ORCID: 0000-0002-1496-8026

<sup>2</sup> Öğretim Görevlisi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek MYO, [sheida\\_bukrucu@hotmail.com](mailto:sheida_bukrucu@hotmail.com), ORCID: 0000-0002-1170-317X

<sup>3</sup> Dr, Kastamonu Üniversitesi, BAP Koordinatörlüğü, [eaydilek@kastamonu.edu.tr](mailto:eaydilek@kastamonu.edu.tr), ORCID: 0000-0002-4767-2424

## 1. Giriş

17. yüzyıldan itibaren Batı coğrafyasının küresel hegemonyayı kurmasının ardından Osmanlı İmparatorluğunda başlayan modernleşme atılımları, öncelikle askeri alanda gerçekleşmiş; ilerleyen dönemde bu girişimler sosyo-ekonomik alanlarda da kendini göstermiştir. Osmanlı-Türk modernleşmesinin temeli Batı ve Fransız kültürüne dayanmaktadır. Fransızcanın uluslararası hegemon dil (Lingua Franca) olması, Türk bürokratların Fransa’da aldığı eğitim ve Türkiye’deki Fransız okullarının etkisiyle Türk modernleşme süreci, alafrangalaşma yönünde bir altyapı üzerinden ortaya çıkmıştır. Ancak bu etkinin, toplumun genelinden ziyade; elit kesimde sınırlı kaldığı söylenebilir.

Alafrangalaşma süreci, İkinci Dünya Savaşı sonrasına kadar devam etmiştir. Savaş sonrasında oluşan yeni düzenin hegemonik gücün, Avrupa kıtasından çıkıp okyanus ötesine taşınması ile alafrangalaşma yerini Amerikan tarzına bırakacaktır. Siyasal, ekonomik, kültürel ve sosyolojik olarak ortaya çıkan iki kutuplu düzende, her iki blok ülkeleri, sosyo-ekonomik programlar (Örneğin Marshall Yardımları) ile küçük ülkeleri kendi tarafına çekmeye çalışmıştır. Bu kapsamda Amerika Birleşik Devletleri, Türkiye’nin de içinde bulunduğu bazı ülkelere maddi ve lojistik olarak yardımda bulunmuş, bunun sonucunda sözü edilen ülkelerin üretim ve tüketim süreçleri de dönüşmüştür. Ekonomik alandaki bu dönüşümler, beraberinde sosyolojik değişimleri de getirmiştir. Köyden kente gerçekleşen nüfus hareketleri ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan kentleşme/modernleşme süreci Türk toplumunun sosyo-ekonomik yapısını ve tüketim alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu çalışmada, söz konusu dönüşüm, Demokrat Parti dönemindeki tüketim alışkanlıkları<sup>4</sup> üzerinden ele alınacaktır.

## 2. Genel Hatlarıyla Demokrat Parti Dönemi

Demokrat Parti (DP) döneminde, toplumsal zemindeki tüketim kalıplarını anlayabilmenin ön koşulların biri, Osmanlı imparatorluğundan kurucu ideolojiye oradan da DP iktidarına geçiş dönemlerini temel düzeyde kavrayabilmektir. Bu incelemenin, Osmanlı Devleti’nin gerileme döneminden başlayarak yapılması gerekir. Bir başka ifadeyle, DP dönemi tüketim alışkanlıkları üzerine yapılacak bir inceleme, Tanzimat süreci ile başlayan Batılılaşma faaliyetlerinden başlatılmalıdır (Belge, 2016: 21).

Tüketim anlamında batılılaşma, Osmanlı’da özellikle 17. yüzyılda yavaş yavaş karşılık bulmaya başlamıştır. Tüketim kültüründeki batılılaşma faaliyetleri, toplumun her alanını ( giyim, ev eşyası, spor, yeni eğlence anlayışı) etkilenmiştir. Artık kişi eylemleri tüketim noktasında suret bulmaya başlamıştır. En nihayetinde de yeni bir tüketim kültürü ortaya çıkmıştır (Orçan, 2014: 49).

Osmanlı toplumu, klasik dönemde aşırı tüketimden uzak duran yani maddeden kopuk bir varoluş tarzını benimseyen konumda olmuştur. Zaten dönemsel bağlamda bakıldığında karşımıza iktisadi hayatta kendi kendine yetebilen bir devlet çıkmaktadır. Fakat bu yapının zaman geçtikçe çözülmesi, Osmanlı’nın batılılaşması yani dış dünya ile ilişki içerisine girmesiyle başlamıştır. İktisadi hayattaki değişim, tüketim eylemlerini de etkilemiştir. En çok da üst orta sınıf daha gösterişçi bir tüketim tarzına eğilim göstermeye başlamıştır. Çünkü bu sınıflarda toplumsal yaşamın diğer sınıflarından “daha batılı” görünme isteği oluşmuştur (Koyuncu ve Tiltay, 2017: 16).

Sanayi devrimi ile birlikte büyüme hızını artıran Avrupa, gerek savaşlar neticesinde ulaştığı güç alanı gerekse kültür ve medeniyet bağlamında attığı adımlarla toplumsal ve ekonomik alanda öne geçmiştir. Kültür anlamında Avrupa’daki bu “çekicilik”, Avrupa dışındaki devletlerin Avrupa gibi olma yani teknoloji, bilim ve sanatta Avrupa’ya benzeme çabası devletlerin temel hedefi haline gelmiştir. Kuşkusuz her alanda Batıyı örnek olarak gören devletlerden biri de Osmanlıdır. Özellikle 18. ve 19.

<sup>4</sup> Orçan, (2014: 23) tüketimi şu şekilde tanımlamaktadır: “Tüketim ihtiyaç, istek arzu gibi taleplerle bu taleplerin karşılanması için gerekli olan mal hizmet ve üretim gibi çeşitlerine ve paraya ya da bunun yerine geçecek değere dayalı ayrıca zamana ve mekâna bağlı olan sosyal ekonomik bir ilişki biçimidir”.

yüzyıllarda savaş alanlarında alınan yenilgiler, artık var olan düzenin değiştirilmesini gerekli kılmıştır. Önce askeri alanda başlayan yenilik, tüketim kültüründeki gelişimle birlikte toplumun her alanına yayılmıştır. Sosyal, kültürel, teknolojik ve ekonomik alanlarda Avrupa, Osmanlı'nın rol modeli haline gelmiştir. Aynı zamanda Batı ile modernizm birbirlerinin tamamlayıcıları olarak görüldüğü için Avrupa yaşam ve tüketim tarzı örnek alınmaya başlanmıştır. Yani Tanzimat'la birlikte temel amaç batılılaşma, yenileşme ve modernleşme olmuştur (Kurukamçı, 2017; XI).

Osmanlı'nın coğrafi konumu da Üretim ve tüketim ilişkilerinde, etkili olan unsurlar arasında yer almaktadır. Balkanlar, batılılaşma merkezi olarak görülen Avrupa ile temas açısından elverişli bir noktadadır. Mekânların yakınlığı kültürel etkileşimi ve dolayısıyla tüketim tarzını kaçınılmaz olarak birbirine bağlamıştır. Örneğin İstanbul, etkileşimden coğrafi konumu nedeniyle diğer yerlere nazaran daha fazla pay almıştır. Kuşkusuz ki bu durumda dönemin başkenti olmasının etkisi de vardır. Ulaşım ve iletişim imkânlarının genişlemesi neticesinde Osmanlı toplumunun Avrupa mallarına erişimi daha kolay hale getirmiştir (Orçan, 2014: 76).

Modernleşme sürecinde ithalat ve modernleşme birbirlerini tamamlayan unsurlar haline gelmiştir. Çünkü modernleşme yaşam tarzındaki farklılıkları beraberinde getirmesiyle Batılı ürünlere olan ilginin artmasına neden olmuştur. Bunun neticesinde ithalat aynı doğrultuda ivme kazanmıştır. Avrupa ürünleri Osmanlı topraklarında geniş bir pazar bulmuştur (Açıkgöz, 2013: 366).

Üretim ve tüketim ilişkilerini etkileyen diğer önemli unsur, basım-yayın faaliyetlerinin yaygınlaşmasıdır. Gazetenin 19. yüzyıldan itibaren Osmanlı'da yer alması Batıdaki gelişmelerin ve tüketim unsurlarının takip edilmesini kolaylaştırmıştır. Özellikle aydınların gazetelerdeki yazdıkları reklam içerikli, yaşam biçimleri giyim, kuşam, yeme içme şekilleriyle ilgili yazılar topluma sunulmuştur (Kurukamçı, 2017: 9).

1908'de Meşrutiyetle birlikte başlayan süreç TBMM'nin Ankara'da toplanmasıyla "ikili iktidar" dönemi son bulmuştur. 29 Ekim 1923 tarihinde Cumhuriyetin ilan edilmesi, bu süreçte yeni bir kırılma yaratmıştır. Osmanlı Devleti yerini yeni Türkiye Cumhuriyeti'ne bırakmıştır. Cumhuriyetin ilan edilmesi, Millî mücadeleyle birlikte başlatılan süreci siyasi zafer ile taçlandırılmış şeklidir. 1950 DP iktidarına değin devleti yönetecek olan kurucu ideoloji, Cumhuriyetin ilanıyla birlikte kurumsallaşmıştır (Şener, 2015: 197).

Türkiye'de özellikle 1930 yılından buyana uygulanan daha korumacı, devletçi, dışa kapalı iktisat politikaları, değişen ve gelişen sanayi stratejileri ile DP'nin kurulduğu 1946 yılından itibaren gevşetilmeye başlanmıştır. Devletçi ekonomiden dışa açık ekonomik politikaya geçiş hem iç hem dış dinamiklerin etkisi ile mümkün olmuştur. Yani Türkiye, dünyaya eklemlenmek adına kapitalizme geçmeye çalışmıştır. İthalatın serbestleştirilmesi üzerine yeni iktisat politikaları geliştirilmiştir. Yani Cumhuriyetin ilanından 1929 yılına kadar benimsen serbest ticaret anlayışı geri dönmüştür. İthalat serbest bırakılmış bu sayede de ithalat arttırılmıştır. Bu da dış açıkların kronikleşmesi neticesini doğurmuştur. Bunun üzerine dış yardım, yabancı sermaye ve kredi sıkıntıları baş göstermeye başlamıştır. Kalkınma hamleleri artık dış dünyayla entegre biçimde yapılmaya başlanmıştır (Boratav, 1998: 74).

20. yüzyılın ortalarından itibaren toplumlar farklı tüketim kültürleriyle etkileşimi yeni sonuçlar doğurmuştur. DP döneminde tüketim kültürü gerek iç gerek dış dinamikler neticesinde gelişmiş ve yayılmıştır. Dış dinamik anlamında bakıldığında politik nedenlerle ve çekincelerle uygulanan refah politikası yaygınlık kazanmıştır. İç nedenlerse; tüketim kültürünün artık toplumun her katmanına yerleşmesi, DP'nin uyguladığı tarım politikaları neticesinde muhafazakâr yeni sınıfın oluşması, kentleşme ve toplumun değişiminin ivme kazanmasıdır. Bu dönemde nüfus tarımdan kopmuş akabinde

de tamamlayıcısı olarak kent yaşamı ivme kazanmıştır. Artık kentleşme ile birlikte tüketim kültürü toplumun en alt katmanına doğru yayılmıştır (Üstün ve Tural, 2008: 262-263).

Cumhuriyet'in kuruluşundan itibaren, Erken Cumhuriyet Dönemi olarak da adlandırılan süreçte 27 yıl (1923-50) ülkeyi aralıksız olarak tek başına CHP iktidarları (kurucu ideoloji) yönetirken 1950 seçimleriyle DP 1950-60 yılları arasında tek başına iktidar olarak bir yandan 27 yıllık kurucu ideolojiye son vermiş, diğer taraftan Türkiye'de merkez sağ anlayışının yerleşmesinde önemli rol oynamıştır (Bakan ve Özdemir, 2014: 373-374). DP'nin ortaya çıktığı ülke koşulları ve Türkiye'de çok partili yaşama eklenme hali, toplumun içinden gelen baskılar neticesinde gerçekleştirilmiştir. DP'nin oluşum sürecine değin, Cumhuriyetin kurulduğu tarihten başlayarak parti-devlet anlayışı hâkim konumda olduğu için, çok partili yaşama geçiş denemeleri tam anlamıyla başarılı olamamıştır. Atatürk'ün ölümünün ardından "Milli Şef" İsmet İnönü, II. Dünya Savaşı'nın ardından daha liberal olmak adına çok partili yaşama geçiş zorunluluğu üzerinde özellikle durmuştur. İnönü'nün buradaki asıl kaygısı, Sovyet Rusya'ya karşı Batının desteğini almak için Batı'nın siyasal sistemine benzer bir yapılanma olarak çok partili yaşama geçmek biçiminde tanımlanabilir (Kara, 2014: 278).

İkinci Dünya Savaşı'nın ekonomideki olumsuz etkileri, CHP iktidarına karşı duyulan güveni sarsmış ve bu durum CHP'ye karşı toplumun tüm kesimlerinde ciddi muhalefet oluşturarak kurucu ideolojinin hegemonyasını sarsmıştır (Öztürk, 1993: 63). Bunun yanında CHP'nin grevleri yasaklaması, üniversiteler ve basın başta olmak üzere sivil alanlar üzerinde kurduğu baskılar da iktidarın hegemonyasını zayıflatan diğer gelişmeler olmuştur (Kongar, 2008: 144). Detayları başka bir çalışmanın konusunu oluşturacak çeşitli gelişmeler<sup>5</sup> (sermaye/toprak sahiplerine aleyhine gerçekleştirilen karaborsa operasyonları, Milli Korunma Kanunu, Varlık Vergisi ve Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu gibi uygulamalar) CHP ile başta sermaye, toprak sahipleri ve diğer toplumsal kesimler arasındaki ittifakın çözülmesine neden olmuştur (Buğra 2016: 182-187; Keyder 2015: 179-180)

Böyle bir konjonktürde, CHP'nin kendi içinden çıkan bir grup (Celal Bayar, Adnan Menderes, Refik Koraltan ve Fuad Köprülü), 'Dörtlü Takrir' adı verilen bir önerge ile kendi hükümetlerinin politikalarını sert bir dille eleştirmişlerdir. Halkın ekonomik refahının düşüklüğü, karaborsa, hayat pahalılığı ve vergi sisteminin adaletsiz olması gibi konularda başarılı olmayan bir hükümetin görevinden istifa etmesi gerekliliği, ilk kez Dörtlü Takrir muhalifleri tarafından dile getirilmiştir (Çolak, 2002: 34; Eroğul, 2003: 25). Akabinde 14 Mayıs 1950 tarihinde yapılan genel seçimlerde alınan sonuçlarla Adnan Menderes'in partisi, hükümeti kurmakla görevlendirilmiştir. Böylece DP, 1950 seçimlerinde iktidara gelerek kurucu ideolojik yönetimi sonlandırmış, Erken Cumhuriyet Döneminin merkezdeki unsurları çevreye çekilmiş, çevre unsurlar ise iktidar olmuştur.

DP'nin ortaya çıktığı ortam, iç ve dış konjonktürün yaratmış olduğu koşullardan bağımsız incelenemez. Bu bağlamda 1950'li yıllar, siyasi - iktisadi tarih açısından önemli bir dönemsel aralığı ifade etmektedir. Çok partili hayata fiili olarak geçiş, kurucu resmi ideolojiye (Kemalizm'e) ilk başkaldırı, batı ile yapılan askeri ittifaklar, kamu politika belgelerinde komünizmin tehdit olarak gösterilerek<sup>6</sup> şekillendiği liberalleşme çabaları ve siyasi iktidar-burjuvazi gerilimleri, dönemin önemli gelişmeleri olarak sıralanabilir. Tanzimat'tan bu yana süreklilik gösteren liberalleşme politikaları, Demokrat Parti döneminde de, toplumsal ilişkileri belirlemeye devam etmiştir. DP iktidarları, 1950'lerin ortalarına kadar, serbestleşme odaklı bir kapitalist birikim modeli benimserken, bu politikalarının kökenleri, esasen Demokrat Parti öncesi döneme (İkinci Dünya Savaşı sonrasında) dayanmaktadır. 1947 yılında gerçekleşen IMF ve Dünya Bankası üyelikleri ile 1948'de alınmaya başlanan Truman ve

<sup>5</sup> Ayrıntılı bilgi için bakınız Kızılkaya, 2016; İnce, 2006; Kayıran ve Metintaş, 2018; Balcı ve Karadeniz, 2018.

<sup>6</sup> Hükümet programlarında "Komünizm tehdidi" ifadesi geçmektedir ve Komünizm bir "afet" olarak nitelenmektedir. Bkz. Hükümetler-Programları ve Genel Kurul Görüşmeleri. Cilt 5. Haz. İrfan Neziroğlu ve Tuncer Yılmaz (2013) Ankara: Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı. s.3634.

Marshall yardımlarının, savaş koşulları nedeniyle ekonomi politikalarına etkisi, ancak DP döneminin ilk yıllarında görülebilmisti. Öte yandan 1945 yılında Sovyet Rusya'nın, Türkiye ile arasındaki saldırmazlık antlaşmasını feshederek, Boğazlar ve Doğu Anadolu'da hak taleplerinde bulunması, Türkiye'yi yeni arayışlar içerisine iterek kapitalist Batı'ya yakınlaşmasına neden olmuştur (Sander, 2002: 252; Keyder 2015: 12; Aydilek, 2019: 181). Savaş sonrası dönemde yeni kurulan dünya düzeninde elini güçlendirmek isteyen ABD, çeşitli ekonomik ve askeri yardım programları ile ülkeleri kendi tarafına çekmeye çalışmıştır. Bu dönemde Türkiye'ye Truman Doktrini<sup>7</sup> ile askeri malzeme yardımı yapılırken, Marshall Doktrini<sup>8</sup> ile ekonomik destek vermiştir (Erhan, 2001: 525-530). Türkiye bu yardımları kabul ederek askeri ve ekonomik anlamda bağımsızlığını kaybetmesi adına ilk adımı atmıştır.

DP iktidarlarının özgün yanı, 1950 sonrası ivme kazanan liberalleşme/serbestleşme eğilimleridir. Zaten DP'yi iktidara getiren konjonktürde, tüm toplumsal sınıfların serbestleşme yönündeki beklentileri ve partinin önderlerinin burjuvazinin güçlü iki kanadını temsil etmeleriydi. Bu dinamikler, özel sektörün ve yabancı yatırımların teşvik edilmesini, dış borçlanma ağırlıklı bir ekonomi anlayışının benimsenmesi ve tarımsal kalkınma modelinin ön plana alınmasını beraberinde getirmiştir. 1950-53 arasında uygulanan yönetim modeli, tarımsal üretimin ortalama %80 artmasını sağlamış, bu durum ekonomik büyümeyi ve ticaretin canlanmasını beraberinde getirmiştir. Bunun yanı sıra, bu dönemin özgün yanlarından biri de, güçlenen Türk burjuvazisinin, serbestleşmenin de etkisiyle ilk kez devletten bağımsız olarak örgütlenmeye başlamasıdır. 1952 yılında Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin kurulması, bankalar ve holdinglerin sayısının hızla artması, Türkiye'de artık hem niceliksel olarak güçlü hem de örgütlenerek etkinliği artmış bir burjuvazinin ortaya çıkmaya başladığını gösteren örneklerdir. Serbestleşmeye yönelik bu adımların, 1950'li yılların ikinci yarısından itibaren yerini üretim/mülkiyet ilişkilerinde müdahaleci ve tutarsız politikalar bıraktığı gözlemlenmektedir. Bu müdahaleci eğilim, Erken Cumhuriyet Dönemi'nin son dönemlerine benzer şekilde, devlet-burjuvazi gerilimine dönüşerek, DP iktidarının sonunu hazırlayacaktır. Bu bağlamda 1950-60 arası dönem hem liberalleşme eğilimlerinin ve hem de müdahaleci politikaların çelişkili bir biçimde üretim ilişkilerini belirlediği tutarsız bir süreçtir (Aydilek, 2019: 183; Keyder 2015: 165).

Demokrat Parti, ABD'nin II. Dünya Savaşı'ndan sonra tüm dünyada hegemonyasının yerleşmesi sürecinde az gelişmiş ülkeler için planladığı liberal iktisadi politikalarından önemli ölçüde etkilenmiştir. Küresel alanda hızlı yayılan ABD liberalizasyonu, DP nezdinde dinsel ve geleneksel simgelerle yoğurularak parti politikası biçiminde içselleştirilmiştir. Böylece tek taraflı bir şekilde ABD etki alanını içine sürüklenme yaşanmıştır (Aydemir, 2000: 358).

### **3. Demokrat Parti Döneminde Tüketim Alışkanlıklarının Dönüşümü**

Bu başlık altında, Demokrat Parti döneminde, toplumsal zeminde tüketim alışkanlıklarının Amerikan tarzına dönüşümü ve bu dönüşümü etkileyen iç ve dış dinamikler ortaya konmaya çalışılacaktır.

#### **3.1. Tüketim Alışkanlıklarındaki Dönüşümün Dinamikleri**

DP döneminde siyasal anlamda yaşanan dönüşüm toplumun her kademesine yansımıştır. Siyasal ve ekonomik alanlarda yaşanan hareketlilik, hayali refah toplumunun yaratılmasına zemin hazırlamıştır. 1950'li yıllarda savaş sonrasında yaşanan nüfus patlaması, bireylerin tüketim

<sup>7</sup> Truman doktrini, iç karışıklık ile uğraşan Yunanistan ve stratejik konuma sahip olan Türkiye Doğu blokuyla yakınlaşmasını önlemek amacıyla başlatılan ve askeri açıdan söz konusu ülkelerin desteklenmesini içeren bir dizi girişimlerden oluşmaktadır. Türkiye, 100 milyon dolar değerindeki askeri yardımı 1947 yılında kabul etmiştir. Ayrıntılı bilgi için bakınız Oran, 2002.

<sup>8</sup> Marshall Yardımı, söz konusu ülkelerin maddi açıdan desteklenmesini içeren bir girişimdir. Ayrıntılı bilgi için bakınız Oran, 2002.



alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını değiştirmiştir. Bir taraftan savaşın izleri silinmeye diğer taraftan gelenekselden uzak, yeni bir yaşam tarzı inşa edilmeye çalışılmıştır. Böylece ihtiyaca dayalı tüketimden gösterişçi tüketim anlayışına geçişin ilk emareleri görülmeye başlanmıştır.

20. yüzyılın ilk yarısında Anadolu’da Weber’in Protestan ahlak anlayışıyla benzeşen bir yapının olduğu söylenebilir. Weber’e (2015) göre püriten bakış açısında özel ekonomik karın ilahi niteliği, kutsanmaktadır. Püriten anlayışta, işbölümüne atfedilen kutsallık, üretilen ürünler üzerinden kurgulanmakta, bu noktada Adam Smith’in işbölümü ve üretimin tanrılaşması söylemi ile benzeşmektedir. İşbölümünün yaygınlaşmasının, işçinin yeteneğine bağlantılı olarak üretimde niteliksel ve niceliksel artışa yol açtığı düşünülmektedir (Weber, 2015: 231).

Tüketimi daha iyi betimlemek için üretim ve tüketim arasındaki ilişkiyi analiz etmek gerekir. Bu aşamada Marx’ın çalışmaları önem taşımaktadır. Marx, üretimdeki değer tüketim ve sosyal yapı tarafından belirlendiğini ifade eder (Marx,1993a: 92’den akt. Zorlu, 2006: 66): *“Nesnesiz tüketim; tüketim değildir. Bu nedenle üretim tüketimi yaratır, onu üretir. ... Nasıl ki tüketim üretimin gerçek olmasını sağlıyorsa üretim de tüketimin sonul tarzını şekillendirir. Nesne sadece genel bir nesne değildir. Belirli bir şekilde üretimin belirlediği biçimde tüketilen özgül nesnedir... Üretim böylece tüketimin nesnesini değil tarzını da üretir. Hem de yalnız nesnel olarak değil öznel olarak da. İşte böylece üretim tüketicini yaratır. Üretim yalnız özne için nesne değil aynı zamanda nesne için özne yaratır. Sonuçta üretim tüketim nesnesini tarzını ve güdümünü yaratır”*.

Marx’ın belirttiği üretim ve tüketim ilişkisi yeni kurulan bir devlette kendini göstermektedir. Erken Cumhuriyet Döneminin ilk yıllarında ekonomik alanda izlenen politikalarla Türkiye ekonomik bağımsızlığını büyük oranda elde etmişti. Bununla birlikte özellikle 1929 sonrası dünyada baş gösteren ekonomik bunalımlar ve gittikçe yaklaşan 2. Dünya Savaşı tehdidi, Türkiye’nin kalkınma hedeflerinin önünde engeller oluşturmuştur. Erken Cumhuriyet Döneminin son yıllarında, bireylerin temel ihtiyaçlarını gidermeye yönelik bir tüketim alışkanlığını zorunlu kılmıştır. Savaştan yeni çıkan Türk toplumu, temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik üretim yapmış ve bunları tüketmiştir. Ancak çok partili döneme geçiş ve ardından gerçekleşen 1950 seçimleri, siyasi, ekonomik ve sosyolojik değişimlerin yanında tüketim alışkanlıklarında da temel dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Demokrat Parti iktidarları ile birlikte, “Küçük Amerika” olma vaadiyle kendine yeten bir toplumdan tüketim toplumuna geçme eğilimi gözlemlenmektedir.

Bu dönemde ülke dışından yardımlarla gelen sıcak para kısmen de olsa ekonomiyi rahatlatmıştır. Ancak gelen yardımların Amerika gözetiminde harcanması, daha önceden belirlenen sektörlere belli sınırlar çerçevesinde yatırım yapılması, paranın efektif kullanımını ve dengeli bir şekilde dağılmasını engellemiştir. Genel olarak yardımların; tarım, maden iskân işlerine aktarılması, bu sektörler ile bağlantılı olan iş insanlarının kısa yoldan para kazanmasına ve farklı bir toplumsal sınıfın ortaya çıkmasına neden olmuştur. 1950’li yıllarda ortaya çıkan bu yeni sınıf tipi, Veblen’in kuramsallaştırdığı aylak sınıfı ile benzerlik taşımaktadır. Veblen (2014: 60-63) aylak sınıfının üretmeden sadece tükettiğini ifade eder. 1950’lerin Türkiye’sinden de böyle bir kesim, toprak işçilerinin emeği üzerinden para kazanmış, kazandığı para ile saygınlığını artırmak amacıyla gösteriş ve lükse yönelmiştir. Bu yeni sınıf, topraktan kazandığı parayı, şehirde harcayan, gösterişçi tüketime odaklanan, tüketim alışkanlıkları ile çevresini de etkileyen bir niteliktedir. Erken Cumhuriyet Döneminin kültürel ortamının (balo ve konser gibi) yerini zenginleşen yeni toplumsal sınıfların benimsediği yeni yaşam tarzlarına, eğlence kültürüne ve şehir kulüplerine bırakmıştır. Şehir kulüpleri ve gazinolar bir taraftan toprak ağalarının para harcadığı mekânlar olurken şehirde yaşayan insanların da sosyalleştiği bir mekân haline gelmiştir. Gece kulüpleri ve gazinolarda hem Amerikan müzikleri hem de Türk ezgileri duyulur olmuştur. Bu mekânlar, doğu- batı sentezinin birer örnekleri haline gelmiştir (Güngör, 2017: 101).

Daha öncede belirtildiği gibi alınan yardımlar ile tarım sektöründe kısmen de olsa makineleşmeye gidilmiş böylece kol gücüne ihtiyaç azalmıştır. Bunun sonucu olarak da insanların iş bulma umuduyla kırdan kente göç etmesi pek çok sorunu beraberinde getirmiştir. Diğer tüketen toplumlarda olduğu gibi 1950 sonrası Türkiye’de de, bolluğun artması sonucu bireysel ve toplumsal mallara ve donanımlara sahip olmak, beraberinde bir tahribatı ortaya çıkarmıştır. Bundan çevre, birey ve toplum doğrudan olumsuz etkilenmiştir. Büyük şehirlerde inşa edilen yüksek binalar, bir yandan çarpık kentleşmeyi bir yandan da sağlık ve çevresel sorunları beraberinde getirmiştir (Baudrillard, 2015: 66). Alsaç, kırdan kente göç neticesinde -hazine arazilerine kurulan gecekondulaşma sürecini şu şekilde betimlemiştir (1993: 52-53): “1930’ların ortasında ortaya çıkmaya başlayan gecekondulaşma, 2. Dünya Savaşının bitmesinden sonra, özellikle de 1950’li yıllardan bu yana kırsal alanlardan büyük kentlere göçen nüfusun yeğlediği bir konut üretimi ve yerleşme biçimi olarak hızla yaygınlaşmıştır. 1960’lı yıllarda bu yerleşmelere altyapı hizmetleri götürerek onları sağlıklılaştırma düşünceleri ağırlık kazanmıştır. Ama gecekondulara tapu dağıtmak, onlara karşılıksız elektrik, su, kanalizasyon, yol götürmek biçimindeki yanlış uygulama, ilk kuşak gecekonduların hızla apartmanlara dönüşmesine neden olmuştur.”

Köyden kente göç nedeniyle artan iş gücü, rekabeti de beraberinde getirmiştir. Tarım sektöründe emeğinin değeri kalmayan işçi, iş bulma umudu ile kente göç etmiş ve kendilerine kentte yer edinmeye çalışmıştır. Bu da yeni bir sosyolojik denklemi doğurmuştur. Marx’ın (2011: 63) da ifade ettiği gibi emek kapitalistlerle toplumsal ilişkileri dönüştürmüştür: “İşçi kendi emeği içinde kendini ne kadar dışlarsa karşısında yarattığı yabancı, nesnel dünya o kadar erkli bir duruma gelir; kendi kendini ne kadar yoksullaştırır ve iç dünyası ne kadar yoksul bir duruma gelirse kendine özgü o kadar az şeye sahip olur”.

Yeni oluşan toplumsal yapıya hızlı uyum sağlamaya çalışan ve Marshall yardımları ile hayali bir refaha kavuşarak Amerika’ya yakınlaşma eğilimi gösteren Türk toplumunda, küçük Amerika olma hayali ile başlayan tüketim çılgınlığının faturası ağır olmuştur. Batılı devletler tarafından az gelişmiş ülkelere ihraç edilen tüketim kalıpları, bu ülkelerdeki geleneksel tüketimi modernleştirmiştir. Üçüncü dünya ülkelerine modernleşme adı altında tüketimin dayatılması, gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelere ekonomik, siyasal ve sosyolojik açıdan büyük sorunlara neden olmuştur (Çakır, 2019: 26-27). 1950’lerden 1974 Kıbrıs Barış Harekâtı’na kadar Amerikanlaşma’nın derin etkileri toplumsal hayatta kendini gösterirken, hareket sonrası sosyal ve ekonomik kriz çıkmış, insanlar temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuyruklarda bekleyeceği ve sürekli borçla dönen bir tüketim yapısıyla karşılaşmıştır. Ritzer (2000: 60) bu durumu şu şekilde açıklamaktadır. “Kitlesel tüketimin Amerikan toplumunun karakteristiği olmasının başka bir anlamı daha var: İnsanlar ellerindeki kaynaklarının hepsini değilse çoğunu tüketim malları ve hizmetlerine harcama eğiliminde. Aslında var olan kaynakların tümünü harcamanın artık yeterli olmadığı birçok durumda insanlar büyük bir borç yükü altına giriyor.”

### **3.2. Yerli Malından Amerikan Pazarına Türkiye’nin Değişen Yüzü**

Soğuk Savaş döneminde, gelişmiş ülkeleri temsil eden blokta, komünizme karşı kapitalist düzenin devamı için diğer ülkelere Amerikan tarzı tüketim alışkanlıklarının ihraç edilmesi görüşü ağır basmıştır. Öyle ki Ritzer’e (2000: 67) göre, Amerikan tarzı tüketim alışkanlığı ve kültürü saldırganca ve zorla diğer ülkelere ihraç edilmiş, bu ülkelerin vatandaşları Amerikalılar gibi tüketmeye yönlendirilmiştir. Ritzer’in görüşlerini Alamerikanlaşma (Amerikan tarzı yaşam biçimi) kavramı ile açıklamaya çalışan Orçan (2007: 127), Alamerikan kavramının Marshall yardımları ile hayatımıza girdiğini, gündelik hayatın tüm pratikleri ile toplumun her katmanına nüfuz ettiğini vurgulamaktadır. Bu noktada geleneksel tüketim kültürü olan alafrangalaşma ve onun yerini alan Alamerikanlaşma arasındaki en derin fark, hangi toplumsal sınıflar tarafından benimsendiği noktasında kendini göstermektedir. Alafranga kültür, özellikle elit kesim tarafından benimsenirken Alamerikan hayat tarzı çoğunlukla toplumun alt/orta

kesimleri tarafından kabul görmüştür. Bu nedenden dolayı da Alamerikan kültürün etkisi daha derin olmuştur. Çünkü daha geniş kitlelerce benimsenen bir kültürün ortadan kalkması kısa vadede mümkün görünmemektedir. 1950’li yıllarda yaşanan gelişmeler sonucunda ortaya çıkan yeni toplumsal yapıda gelenekselden uzaklaşmış modern yaşam tarzına adım atılmıştır. İlişkilerde maddiyata dayanan, yüzeysel ve karşılıklı çıkar ilişkisinin yerleştiği bu modern dünya anlayışı Weber (1997: 160’dan akt. Aydın, 2010: 28) tarafından şöyle tarif edilir: *“Henüz hiç kimse gelecekte kafeste kimin yaşayacağını ve bu devasa gelişimin sonunda tamamen yeni peygamberler mi yoksa eski düşünce ve ideallerin mi güçlü şekilde yeniden doğacağını ya da bunların ikisi de olmayacaksa bir tür mekanikleşmiş taşlama ve bunun yanı sıra kasılmış kendini beğenmişliğe mi geçileceğini bilmiyor. Ruh yoksunu uzman insanları, yürek yoksunu zevk inşaları, bu hiçler kendi kendine daha önce hiç ulaşılmamış bir insanlık düzeyine turmandıklarını zannederler”*.

Amerikan tarzı tüketimde, ürün/hizmetin değeri onun simgesel anlamı ve bireye kazandırdığı statü ile değerlendirilmektedir. Baudrillard (2015: 66) Amerikan tarzı tüketimde daha fazla tüketerek toplumsal bir statü kazanma çabası olduğunu şöyle açıklamıştır: *“Nesneler sayılarıyla, yinelemeleriyle gereksizlikleriyle biçimlerinin aşırı bolluğuyla moda yoluyla kendilerindeki saf ve basit işlev sınırını aşan her şeyle yalnızca toplumsal özü-Statü’yü-yani sadece bazılarında doğumla verilen ve diğerlerinin tersine yazgı yüzünden hiçbir zaman ulaşamayacakları bir Tanrı lütfunu temsil ederler.”*

Yaratılan imgeler dünyasında tüketerek *“var olma savaşı”* veren birey, bu süreçte özgür davranmayı tercih eder. Yeni düzende özgür tercih üzerine inşa edilen tüketim söylemi, zamanla demokrasi ile ilişkilendirilmiştir. Amerika’nın demokrasi, özgürlük, fırsat gibi öğeler ile özdeşleştirilmesini eleştiren Lasn (2004: ix) gerçeğin bundan farklı olduğunu dile getirir. Kapitalist düzenin bir avuç çok uluslu şirketler tarafından yönetildiğini dile getiren Lasn, insanların tasarım bir hayat sürdürdüklerini, sadece temel ihtiyaçlarını karşılamının ötesinde özgürce hareket edemediklerine vurgulamaktadır. Bauman (1999: 18) patron ve işçi ilişkisinin patron lehine yeniden kurgulandığını dile getirmektedir. Kurgulanan işçi-patron ilişkisinde, çalışanın bir köle yerine konulduğunu ifade eden Bauman, bu sistemde işçinin efendisine bağlı ve sadık bir köle gibi davranması ve patronuna daha fazla kazanç sağlaması gerektiğini belirtmiştir. Bauman’ın görüşlerini destekleyen Erdoğan, post-modern kapitalist dönemde, çalışma saatlerinin arttırılması nedeniyle sürecin, emek sömürüsüne dönüştüğünü ve vahşi kapitalizme dönüldüğünü dile getirir. Erdoğan (2000: 223) post-modern çalışma sistemini şu şekilde açıklamaktadır. *“Emek sömürüsünün kolaylaşması ve kapsamının genişlemesi, hizmet ve iletişim sektörlerin büyümesi ve yaygınlaşması, sendikalaşmanın gerilemesi ve çalışanların çeşitli mekanizmalarla örgütlü mücadele güçlerinin kırılması ve sömürüye yeni yönetim biçimleriyle boyunsunmaya zorlanması post- modernlikse, Amerika böyle bir post-modernliği yaşıyor”*

Ülkemizde de, özellikle 1930’lu yıllardan itibaren (ekonomik buhranın ertesinde) halkta oluşturulmaya çalışılan tasarruf bilinci ve yerli malların kullanımının devlet eliyle teşvik edilmesi çabalarından DP döneminde vazgeçilmesiyle, Amerikan tarzı tüketim kültürü hegemon konuma gelmiştir. Artık Türk malı basit, ucuz ve kalitesiz olarak görülmeye başlanmış, toplumun tüm kesimlerinden Amerikan ürünleri yoğun talep görmüştür. Hatta üzerinde Amerikan etiketi olan her şeye büyük saygı duyulurken, yerli ve milli olanların kullanımı zaman zaman bir ayıp olarak nitelendirilmiştir. İthalatın serbest bırakılmasıyla bireylerin ithal ürünlere yönelmesi, bu imajın pekiştirilmesine katkıda bulunmuştur (Özen, 2015: 491,492). 1951’de radyoda ticari reklamların serbest bırakılmasıyla Amerikan mallarının radyo reklamları/yayınları üzerinden tüketiciye ulaşması mümkün olmuştur. Bununla birlikte yayınlanan dergiler (Yıldız, Cennet, Radyo Haftası ve Radyo Âlemi), fotoromanlar, sinemada gösterilen filmler Amerikan tarzı yaşam biçimini Türk halkı ile buluşturmuştur. Kitle iletişim araçları ile Türk halkına dayatılan Amerikan rüyası, kısa sürede meyvelerini vermiştir. Türk halkı bu rüyayı gerçekleştirmek için satın alma yarışına girişmiştir. Buna bağlı olarak 1950’li



yıllarda yeme-içme, konaklama giyecek, eğlence ve boş vakitleri geçirme konusunda değişim görülmüştür. Hedef kitlesinin kadınların oluşturduğu olan tematik dergiler, genelde yabancı kaynakların Türkçeye çevrilerek okuyucularıyla buluşmuştur. Piyasadaki kadın dergileri, okuyucularına nasıl iyi bir anne, bir aşçı, bir kadın olunacağını öğretirken, diğer taraftan da modern ailenin yaratılması konusunda rehber niteliği taşımaktadır. Bu dergiler bireylere görsel anlamda rehber olurken radyo da içerdiği reklamlar ile bu dergilerin ilettiği mesajları pekiştirmiştir. İhtiyaçların şekillenmesinde kitle iletişim araçlarının etkisine değinen Featherstone (2013: 198), kitle iletişim araçlarında yayınlanan reklamlar aracılığı tüketim kültürünün yaygınlaştırıldığını ve malların temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik amacın itibarsızlaştırıldığını ve bunun yerine yeni imgeler ve göstergeler ile yeni ihtiyaçların ortaya çıktığını ifade etmektedir.

Sosyal hayatın önemli bir parçası olan Türk sineması da bu gelişmelerden nasibini alarak 1950’li yıllarda önemli ölçüde değişim göstermiştir. Amerikan filmleri, Türk oyuncular ile yeniden çekilmiş (Amerikan filmlerin kötü taklitleri) bu durum, Türk sinemasında kimlik sorununun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu nedenle yerli sinema endüstrisi, özgün hikâyeler ile gözden düşmüş Amerikan filmlerin taklidi arasında kalarak kendi kimliğini aramıştır (Özen, 2015: 492-495).

1950’ler Türkiye’inde Alamerikanlaşmanın sonuçlarından biri de, bireylerin sürekli tüketmeleri bu tüketim sürecinde toplumun genel kurallarına uygun ama toplumdaki farklı olma görüşünün dayatılmasıdır. Marshall Planı çerçevesinde, tüketim bir demokratikleşme ve modernleşme aracı olarak görülmüştür. Baurdillard’a (2015: 48-49) göre demokrasi, bir tüketim malı ile somutlaşmış, insanın ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan bir maddi ve manevi üretim sürecinin içine dâhil olmuştur. Bu şekilde tüketim evrenselleşmiştir. Türk siyasal tarihinde de benzer şekilde toplumu pasifize etmenin yolu, bireyleri tüketime yönlendirmek olarak görülmüştür. Bu süreçte, kitle iletişim araçları önemli rol oynamıştır. Radyo, gazete ve dergiler tüketiciye ihtiyacı olmayan şeyleri satın almaya teşvik edici bir işlev görmüştür. Marcuse (2013: 20) bu düzeni şu şekilde betimlemektedir: “*Sahip olma, tüketme, küçük aletleri, aygıtları, araçları, makineleri kullanma ve sürekli yenileme ihtiyacı halka sunulmuş ve kabul ettirilmiştir; çünkü bu malları kendini yok etmek pahasına bile olsa kullanmak, biraz önce tanımladığımız anlamda, “biyolojik” bir ihtiyaç haline gelmiştir.*”

Modernite Kapitalizm ve Sosyalizm isimli eserinde küreselleşen dünyada değişen üretim anlayışı çerçevesinde yeniden ele alan Bauman, (2013: 68) katı bürokratik sistemden kurtulan sermayenin, küreselleşmenin etkisi ile kapitalist sistemini devam ettirecek fırsatlar bulacağı coğrafyalarda yeniden yapılandığını dile getirmektedir. DP döneminde, liberalleşme sayesinde pek çok Amerikan şirketleri Anadolu’ya yatırım yapmıştır. Amerika’dan gelen yardımlar ile tüketim teşvik edilirken, Amerikan ürünlerinin ülkeye sokulması konusunda gerek Amerikan firmalarına gerekse Türk tüccarlara kolaylık sağlanmıştır. Dönemin iş insanlarından olan Vehbi Koç, bazı Amerikan firmaların temsilciliğini alarak toplumun dayanıklı tüketim mallarına ulaşmasını kolaylaştırmıştır (Oran, 2001: 537). Yabancı yatırımcıların Türkiye’ye yatırım yapmasına yönelik kanunların çıkarılması ile Amerikan firmaların Türk ortakları ile fabrika açılmasına yönelik girişimler başlatılmıştır. Ford ve Vehbi Koç ortaklığı ile kurulan Otosan, 1959 yılında faaliyetlerine başlamıştır. 1960 yılında ilk otomobil üretimi gerçekleştirmiştir.<sup>9</sup> Yine Vehbi Koç tarafından 1955’te kurulan Arçelik A.Ş., dayanıklı tüketim mallarının üretimine başlamıştır. Çıkarılan teşviklerle ile hammadde ithalatı kolaylaştırılmış böylece Türkiye’de 1959’da ilk çamaşır makinesi, 1961’de de buzdolabı üretilmiştir. Arçelik’in ardından Profilo, Beko ve Bosch gibi firmalar üretime başlamıştır. Bunun sonucunda, daha önce günlük alınan bozulmaya yüz tutan meyve sebzeler artık haftalık alınmaya başlanmış, böylece semt pazarı ve bakkal kültürü ortaya çıkmıştır. Dayanıklı tüketim malları kullanımının yaygınlaşmasıyla aile yapısında da değişimler

<sup>9</sup> Ayrıntılı bilgi için bakınız. <https://www.fordotosan.com.tr/tr/kurumsal/ford-otosan-hakkinda/tarihce>

yaşanmıştır. Kadınların hayatını kolaylaştıran çamaşır makinelerinin eve girmesi ile kadınların üzerindeki iş yükü azalmış böylece aileye daha fazla serbest zaman yaratılmasına imkân sağlanmıştır. Kadınların ev içindeki iş yükünün azalması, ilerleyen dönemlerde sosyal hayatta daha fazla yer edinmelerine imkân tanımıştır (Orçan, 2014: 179-182).

Kitle iletişim araçlarıyla gündelik yaşama ilişkin gelişmeleri takip eden bireyler, aynı zamanda bu yolla tüketim davranışlarını da şekillendirmektedir. 1950 sonrası gerçekleştirilen düzenlemeler ile bireylerin ürünler hakkında bilgi edinmesi ve satın alması kolaylaşmıştır. 1950 yılından itibaren özel şirketlerin reklamlarının radyoda yayınlanmasına izin verilerek piyasaya canlılık getirilmesi hedeflenmiştir. 1950 ve 1960'lı yıllarda televizyonla henüz tanışmayan Türk toplumunda, radyo dünyaya açılan bir pencere olmuştur. Bu nedenle radyo kısa zamanda geniş kitleleri peşinden sürükleyen bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Reklamcılığın gelişmesi benzer sektörlere ivme kazandırmıştır. Gelişen ve büyüyen reklamcılık sektörü, bireyler üzerindeki etkisini arttırmış ve onları daha fazla tüketime yönelmiştir. Yanıklar (2010: 30) reklamlar ile birlikte ürünlere ederinden fazla değer atfedildiğini, tüketimin başarılı birey olmayla özdeşleştirildiğini vurgulamaktadır. Ancak reklamlarla birlikte ürünlere atfedilen bu imaj, tüketiciye gerçek olmayan bir hayat sunmaktadır. Yayınlanan dergilerde bireylere sunulan yaşam, ulaşılmaması gereken bir hedef haline getirilmiştir. Bu yaşam tarzında, Amerikan kültürü ile uyumlu, imge odaklı, ürünün faydası yerine ürünün sunduğu imajlar ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte edebiyatçılar, dergi veya gazetelerde yayınladıkları yazılar ile bunu eleştirmiştir. 1950'li yıllardan itibaren Türk toplumunu yönlendiren ve pasifize etmeye yardımcı olan diğer bir unsur ise modadır. Kitle iletişim araçları sayesinde son moda akımlarından haberdar olan tüketici, ihtiyacı olanını değil bir imajı satın almaya odaklanmıştır. Hoskins'e (2015:115) göre moda, sınıflar arasındaki ayrımı ortadan kaldırmaz; aksine daha da derinleştirir. Bunu yaparken de çeşitli kimliği inşa ederken maddi şartları zorlar. Giyim-kuşam, bireylerin sahip oldukları gücü veya olmak istediklerini bireyleri temsil etmektedir. Giddens (2012: 102) moda ile yapılan bu kimlik inşasını şu şekilde ifade eder: *"Bireyler olarak, içinde yaşadığımız geniş bağlamla birlikte evrimleşiyoruz. Gündelik yaşamlarımızda yaptığımız küçük seçimler bile -ne giydiğimiz, boş zamanımızı nasıl geçirdiğimiz, sağlığımızı nasıl koruduğumuz ve bedenimize nasıl baktığımız sürekli olarak kendi öz kimliğimizi yaratma ve yeniden yaratma süreçleridir"*.

Ülkemizde 1950-60 arasında yaşanan toplumsal dönüşüm bireylerin giyim tarzlarına da yansımaktadır. Bu dönemde kadınlar, dergilerle moda akımlarını yakından takip etmiş; modayı kendi şartlarına göre uyarlamıştır. Türkiye'de moda akımları, genellikle Türk kültürüne ve ananelerine uygun olarak dönüşmektedir. Örneğin 1950'li yıllarda dünyada mini etek modası varken Türkiye, bu akıma geç ayak uydurmuştur. Aynı şey pantolon için de geçerlidir. Dönemin moda akımları, öncelikle Amerikan film yıldızlarının üzerindeki kıyafetlerde sonra sokaklarda görülmüştür. Dönemin modasına yön veren modacılar sinema ve müzik sektörlerini de kullanarak daha geniş bir kitleye ulaşmıştır. Bu dönemde genç kızlar; ince beli vurgulayan kloş etek, süveter, değişik uzunlukta çoraplar ve babetler ile kıyafetlerini tamamlamışlardır (Ağaç vd, 2008: 11). Amerika'nın ihraç ettiği kot pantolonlar ve bunların oluşturduğu popüler kültür, dünyada olduğu gibi ülkemizde de ilgi görmüştür. Kot pantolonlar, 1955 yılında kurulan kot fabrikası ile Türk toplumundaki yerini sağlamlaştırılmıştır. Simmel'in belirttiği gibi (2003:108) moda, birbirine benzer sınıflarda farklılığı giderirken; üst sınıfların kendine ait ulaşılmayan farklı bir statü oluşturmuştur.

Netice olarak, Amerikan tarzı tüketim ile bireyler, metaları yaşamlarının bir parçası olarak görmeye başlamış, böylece kendine yabancılaşmıştır. Bireylerin tüketimleri, aslında onların kim olduğunu ve kim olduğunu göstermektedir. Bu nedenle tüketim, ekonomik ve toplumsal bir eylem olmanın yanında sosyolojik ve psikolojik boyutu öne çıkan bir unsura dönüşmüştür. Bireylerin metalar üzerinden kendini tanımladığı bir dönemde, insanlar, oturduğu ev, semt, satın aldıkları otomobiller,

mobilya ve mutfak eşyaları üzerinden kendine bir kimlik ve statü yaratmaktadır (Marcuse, 1990: 8; Bocock, 1993: 10). Modernleşen Türkiye’de yollarda görülen Amerikan otomobilleri, inşa edilen apartmanlardaki yaşam, dinlenen Amerikan pop müziği, Amerikan sineması, bu kapsamda verilebilecek örneklerdendir.

#### 4. Sonuç ve Genel Değerlendirme

Türk tarihinde, toplumsal alandaki tüketim anlayışının değişmesinde Demokrat Parti dönemi önemli kırılma noktaları arasındadır. Osmanlı’dan devralınan tüketim anlayışı gerek cumhuriyetin erken dönemlerinde, gerekse çok partili yaşama geçişle birlikte dönüşüme uğramıştır. Özellikle, çok partili sisteme geçişle birlikte yaşanan gelişmeler, Türkiye’de toplumsal yapıda birçok önemli değişimi beraberinde getirmiştir. Bu süreçte izlenen politikalarla hayali bir refah toplumu yaratılmaya çalışılmış ve kısmen de başarılı olmuştur. Oluşturulan yeni sistemde hem devletin kurumları; hem de bireyler daha fazla tüketmeye teşvik edilmiştir.

1950’li yıllardan itibaren Türkiye’de toplumsal tüketim alışkanlıkları, zorunluluk çerçevesinden Alamerikanlaşan bir tüketici toplumuna evrilmiştir. Köyden kente göçün artması ile kentsel yapı değişmiştir. Yoğun göçü kaldıramayan kentlerde pek çok sağlık, iskân, sosyolojik ve ekonomik sorunlar ortaya çıkmıştır. Ekonomik alanda, ithalatın serbest bırakmasına ve teşvik edilmesine yönelik politikalar nedeniyle hayatın her alanında ihtiyaç duyulan ürünler dışarıdan temin edilmiş, bunun politik, ekonomik ve sosyolojik sonuçları olmuş; tüketmeye alışmış, gösterişi önemseyen ancak üretmeyen ve tükettiklerinin borcunu ödeyemeye çalışan bir toplumsal alışkanlıklar miras kalmıştır. Demokrat Parti’nin özel girişimi ve liberal ekonomiyi destekleyen politikaları, kişilerin aşırı ve lüks tüketime yönelmesinde etkin rol oynamıştır. Refah devleti yaratma isteği küçük Amerika olma hevesiyle birleşmiş, ortaya üretmeden tüketen bir toplum çıkmıştır.

#### Kaynakça

- Açıkgöz, Ö. (2013). *Osmanlı Modernleşmesi*, Ankara, Elips Kitap.
- Ağaç, S. vd. (2008) “Cumhuriyet’ten Günümüze Kadın Giyim Kültüründeki Değişimler Üzerine Bir Araştırma”, 38. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi Bildiriler Kitabı, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları: 4/1, 1-20
- Alsac, Ü. (1993.) *Türk Kent Düzenlemesi ve Konut Mimarlığı*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Aydemir, Ş. S. (2000). *Menderesin Dramı*, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- Aydın, D. G. (2010). Kapitalizmde Bireyin Sorgulanması: Yabancılaşma ve Demir Kafes. *Amme Dergisi*, 43 (2): 17-32.
- Aydilek, E. (2019). “Osmanlı’dan Günümüze Kamu Güvenlik Yönetiminde Dönüşüm”, Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Bakan, S. ve Özdemir, H. (2014). “Türkiye’de 1946-1960 Dönemi İktidar- Muhalefet İlişkileri: Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Demokrat Parti (DP)’ye Karşı”, *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (14): 373-397.
- Balcı M. ve Karadeniz Y. (2018). 1945 Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu Tartışmalarının Siyasetteki Muhalef Oluşuma Etkisi ve Demokrat Partinin Kuruluşu, *Dumlupınar Üniv. Sosyal Bilimler Dergisi*, (57): 271-278.
- Baudrillard, J. (2015). *Tüketim Toplumu*. İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. İstanbul, Gündüz Basımcılık.
- Bauman, Z. (2013). *Modernite, Kapitalizm, Sosyalizm*. İstanbul, Say Yayınları.

- Belge, M. (2016). *Step ve Bozkır: Rusça ve Türkçe Edebiyatta Doğu- Batı Sorunu ve Kültür*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Bocock, R. (1993). *Tüketim*. Ankara, Dost Kitabevi Yayınları.
- Boratav, K. (1998). *Türkiye İktisat Tarihi 1908-1985*, İstanbul, Gerçek Yayınevi.
- Buğra, Ayşe (2016). *Devlet ve İşadamları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çakır, H. (2019). “Türkiye’deki Çocuk Televizyon Kanallarındaki Reklamların Tüketime Etkileri: Kastamonu İli Örneği”, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Çolak, F. (2002). *Türkiye’de Çok Partili Hayata Geçiş ve Demokrat Parti (1945-1950)*, Türkler Ansiklopedisi, Ankara, Yeni Türkiye Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2000). *Kapitalizm Kalkınma Post-modernizm ve İletişim*. Ankara, Erk Yayınları.
- Erhan, Ç. (2001). “ABD ve NATO’yla İlişkiler, (Ed. Baskın Oran), 1945-1960 *Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar*, ss. 522-575, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Eroğul, C. (2003). *Anatüzeye Giriş*, Ankara, İmaj Yayınevi.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim*. İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. (Haz. Cemal Güzel), İstanbul, Kırmızı Yayınları.
- Güngör, E. (2017). 1950’ler Türkiye’inde Modernleşme ve Gündelik Hayat Değişimlerine Sinema Üzerinden Bakmak: İstanbul Geceleri Filmi, *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 2 (3): 94-112.
- Hoskins, T. E.(2015). *Modanın Anti-Kapitalist Kitabı Foya*, (Çev. Derya Bayraktaroğlu), Ankara, Ütopya Yayınları.
- Neziroğlu, İ. ve Tuncer Y. (2013) *Hükümetler-Programları ve Genel Kurul Görüşmeleri - Cilt 5*. Ankara: Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı
- İnce, E. (2006). Köylüyü Topraklandırma Kanunu’nun Türk Siyasal Yapısının Oluşumu Üzerine Etkileri, *ÇTTAD*, 5 (13): 59-78.
- Kara, N. (2014), *Türkiye’de Çok Partili Sisteme Geçiş ve Demokrasi Sorunları*, (Ed. Ersin Kalaycıoğlu ve Ali Yaşar Sarıbay), *Türk Siyasal Hayatı*, ss.277-323, Ankara, Sentez Yayınları.
- Kayıran M. ve Metintaş M.Y. (2018). 1945 Çiftçi Topraklandırma Kanunu ve Uygulaması, *KSBD*, 10 (19): 647-666.
- Keyder, Ç. (2015). *Türkiye’de Devlet ve Sınıflar*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Kızılkaya A. (2016). Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Varlık Vergisi, *HAK-İŞ U.A. Emek ve Toplum Dergisi*, 5(12): 85-95.
- Kongar, E. (2008). *21. Yüzyılda Türkiye*, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- Koyuncu, D ve Tiltay, M. (2017). Evaluation Of The Transformation In The Ottoman Society’s Consumption Patterns After The Tanzimat Period In The Context Of Era Novels. *Journal of International Management Educational and Economics Perspectives*, 5 (2): 1-19.
- Kurukamçı, K. (2017). “Osmanlı İmparatorluğunda Tüketim Alışkanlıklarının Değişimi”, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih ABD, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Lasn, K. (2004). *Kültür Bozumu*, (Çev. Cem Pekman ve Ahmet Ilgaz), İstanbul, Bağımsız Yayınları.
- Marcuse, H. (1990). *Tek Boyutlu İnsan*, (Çev. Aziz Yardımlı) İstanbul, İdea Yayınevi.
- Marcuse, H. (2013). *Özgürlük Üzerine Bir Deneme*, (Çev. Soner Soysal), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Marx, K. (2011). *1884 El Yazmaları*, (Çev. Kenan Somer), İstanbul, Sol Yayınları.

- Oran, B. (2001). *Türk Dış Politikası: 1919-1980*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Orçan, M. (2007). Modern Türk Gündelik Hayatında Alamerikanlaşma Eğilimleri, *Avrupa Günlüğü*, (10): 125-140.
- Orçan, M. (2014). *Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*, Ankara, Harf Eğitim Yayınları.
- Otosan (-) 10.12.2019 tarihinde <https://www.fordotosan.com.tr/tr/kurumsal/ford-otosan-hakkinda/tarihce> adresinden alınmıştır.
- Özen, E. (2015). “Sinemamızın Şahsiyet Azabı Ellili Yıllarda Yerli Film/Türk Filmi Ayrımı Üzerine Bir Değerlendirme” (Ed. Tanıl Bora), *Türkiye'nin 1950'li Yılları*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Öztürk, O. M. (1993). *Ordu ve Politika*, Ankara, Gündoğan Yayınları.
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Sander, O. (2002). *Siyasi Tarih 1918–1994*, Ankara, İmge Kitabevi.
- Simmel, G. (2003). “Moda Felsefesi” (Ed. G. Simmel, *Modern Kültürde Çatışma*, ss. 101-132, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Şener, M. (2015). “1923-1945 Burjuva Uygarlığının Peşinde”(E. Atilla Aytekin), *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Siyasal Hayat*, ss.195-341, İstanbul, Yordam Kitap.
- Üstün, B. ve Tural, O. (2008). Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişimler ve Bu Değişimlerin Alışveriş Mekânlarına Etkisinin Eskişehir Örneğinde İrdelenmesi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2): 259–282.
- Veblen, T. (2014). *Aylak Sınıfın Teorisi*, Ankara, Tutku Yayınevi.
- Weber, M. (2015). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, Ankara, Alter Yayınları.
- Yanıklar, C (2010). Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34 (1): 25-32.
- Zorlu, A. (2006). *Modern Tüketimin Tarihinden Tüketim Araştırmalarına Tüketim Sosyolojisi*. Ankara, Global Yayınları.