



Asya Studies

Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar
Year: 8 – Number: 27 p. 255-266, Spring 2024

Tüketim Kültürünün Göç Üzerinde Oluřturduđu Başlıca Faktörlerin İrdelenmesi*

Examining the Main Factors Created by Consumer Culture on Immigration

DOI: <https://doi.org/10.31455/asya.1428958>

Araştırma Makalesi /
Research Article

Makale Geliř Tarihi /
Article Arrival Date
31.01.2024

Makale Kabul Tarihi /
Article Accepted Date
28.03.2024

Makale Yayım Tarihi /
Article Publication Date
28.03.2024

Asya Studies

Erol Akyıldırım
Doktora Öğrencisi / İğdir
Üniversitesi / Tarım Bilimleri
(Disiplinler Arası)
akyildirimrol@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2333-6044

Öz

Çalışmada insan olgusu ile isteğin göç etme süreci üzerindeki ilişkisinin irdelenmesi amaçlanmaktadır. İnsanın biyolojik yapısı tüketime eğilimli bulunmaktadır. Bu nedenle tüketime yönelik ürün çeşitliliğinin artmış olması, tüketim bağlamında ihtiyaç dairesini genişletmektedir. İnsanın tabiatında, ihtiyaç dairesinin hayal dairesi kadar geniş olduğu söylenebilir. Elde edilmeyen istek ve ihtiyaçların, hayal dairesi kadar geniş bir mekânın olduğu düşünülmektedir. Bu durum, arzu ve isteklerin peşinde koşan ve sosyal hareketlilikte bulunan bir birey profilini doğurmaktadır. Tüketim anlamında birey yapay ve yanlış tüketim bombardımanına maruz kalmaktadır. Birey ya da kitleler istek ve ihtiyaç dairelerinin kötüye kullanımını hususunda, sosyal medya ve reklam gibi faktörlere maruz kalarak, ihtiyaç fazlası ürün tüketmektedir. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeyle birlikte globalleşen dünyada, tüketim anlamındaki ürünlerde çeşitliliğinin artış göstermesi ve bireyin bu ürünlere ulaşma isteği, beraberinde bireysel ve kitlesel hareketliliği doğurmaktadır. Tüketim hususunda bireyin sınırlı olmayan arzuları ve doymayan biyolojik yapısı, tüketim anlamında sürekli eylem gerçekleştirecek yapıda olduğu görülmektedir. İnsan olgusunun bu yapısı da göç sürecini sürekli tetiklemektedir. Özellikle de kent merkezlerinde tüketim mekânlarının yoğunlaşması, bireysel ve kitlesel anlamda göç hareketliliğinin oluşumuna yol açmaktadır. İhtiyaç alanı sosyal yapının tüm katmanları için göreceli bir kavram olduğundan, göç sürecinin de bu kapsamda değişkenlik ve süreklilik göstereceği görülmektedir. Sonuç olarak tüketim olgusu insanın hayal ve nazar dairesi kadar geniş olduğundan daima genişleyen ve kapitalist gelişmenin kötüye kullandığı bir mekân olarak görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Göç, İhtiyaç Dairesi, Kapitalizm, Küreselleşme, Arzu

Abstract

The aim of the study is to examine the relationship between human phenomenon and desire on the migration process. The biological structure of humans is prone to consumption. For this reason, the increased variety of products for consumption expands the circle of needs in the context of consumption. It can be said that in human nature, the circle of needs is as wide as the circle of dreams. It is thought that unachieved desires and needs have a space as wide as the circle of dreams. This situation creates an individual profile that pursues desires and desires and engages in social mobility. In terms of consumption, the individual is exposed to artificial and wrong consumption bombardment. Individuals or masses consume surplus products by being exposed to factors such as social media and advertising regarding the abuse of desires and needs. In the globalizing world with the development of mass media, the increase in diversity in consumption products and the individual's desire to access these products lead to individual and mass mobility. In terms of consumption, the individual's unlimited desires and unsatisfied biological structure seem to be in a structure that will take continuous action in terms of consumption. This structure of the human phenomenon constantly triggers the migration process. The concentration of consumption spaces, especially in city centers, leads to the formation of individual and mass migration movements. Since the area of need is a relative concept for all layers of the social structure, it is seen that the migration process will vary and continue in this context. As a result, since the phenomenon of consumption is as wide as the circle of human imagination and vision, it is seen as a space that is always expanding and abused by capitalist development.

Keywords: Consumption, Migration, Department of Needs, Capitalism, Desire, Globalization

Citation Information/Kaynakça Bilgisi

Akyıldırım, E. (2024). Tüketim Kültürünün Göç Üzerinde Oluřturduđu Başlıca Faktörlerin İrdelenmesi. *Asya Studies-Academic Social Studies / Akademik Sosyal Araştırmalar*, 8(27), 255-266.

* "COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri" beyanları: Bu makale için herhangi bir çıkar çatışması bildirilmemiştir. Bu makale, Creative Commons lisansı altındadır. Bu makale için etik kurul onayı gerekmektedir.

GİRİŞ

Türkiye’de Cumhuriyet ile beraber, modernleşme sürecinde önemli değişimler yaşanmakla birlikte, 1950’li yıllarda bireysel ve kitlesel bağlamda göç akımlarının kent merkezlerine gelmesi sonucu toplumun birçok tabakasında değişimin tetiklendiği görülmektedir. Bu göç sürecinde Batı tarzı sanayinin gelişmesi paralelinde gelişim gösteren bir süreçten ziyade, kırsal itici faktörlerinin belirgin olması göç sürecinde belirleyici olmuştur (Yılmaz ve Akyüz, 2022: 30). Kırsal bölgelerin kent merkezlerine göç etmesi sonucu, popüler tüketim kültürünün tüketim mekânları aracılığı ile birlikte, daha da yaygınlık göstereceği sürecin başladığı söylenebilir.

Göç insanlığın başlangıcı ile başlamış olup insanoğlunun daha güzeli ve iyiyi yaşama arzusu bulunduğu sürece devam edecek olan bir süreçtir (Karpaz Çatalbaş ve Yarar, 2015). İnsan olgusu yaratılışı gereği daha iyisini elde etme ve yaşama isteğinde bulunmaktadır. İnsan, mevcut yaşam tarzında sürekli değişkenlik gösteren ve ekonomik, kültürel, sosyal olarak sınıf atlatıp belli bir zaman sonra başka bir yaşam tarzı ya da toplumsal statü talebinde bulunacağı bir yapıya sahiptir. Bu farklı yaşam isteği sürekli olarak kendisini üretmektedir. Başka bir ifade ile dünya toplumlarında yapılan göçlerin temelinde arzu duygusunun olduğu ifade edilebilir.

Toplumsal yapının katmanlarına bakıldığında ekonomik ve kültürel anlamda farklı statülü bireylerin olduğu görülmektedir. Üst sınıfların altında olan katmanların, toplumun en üst katmanlarına doğru yükselme trendi söz konusudur. Bu davranışın insanın yapısında olan bir duygudan kaynaklandığı ifade edilebilir. Sonsuz bir şekilde yaşama isteği ve bunun yanında sosyal refahın en iyi olduğu yaşam tarzı, her birey için talep edilen bir realitedir.

Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeye paralel olarak arzuların kapitalizm tarafından sürekli olarak kötüye kullanıldığı bir süreç yaşanmaktadır. Çünkü internet vasıtasıyla küresel dünyadaki tüm ürünlerin sosyal ağlar vasıtasıyla dolaşıma girerek bireyin istek ve arzusunu tetiklemektedir. Kapitalizm, arzu ve isteğin sınırsız bir şekilde ürünün alımına yönelik teşvik ettiği bir süreci söz konusudur. Adeta sonlu bir dünyada sonsuz tüketim tercihleri tüketilmektedir. Tüketimin zıvanadan çıktığı ve bireysel arzuların daima tüketime yönlendirildiği ve talep zorlamasının (Baudrillard, 2018: 69) yaşandığı dünyada, kazanan tarafın kapitalizm olduğu unutulmamalıdır. Çünkü Şekil 1’de de görüldüğü üzere sınırlanmayan bireysel arzuların beraberinde küresel kirliliği getireceği ve yeraltı kaynakları üzerindeki baskılanma sonucunda yeşil alanların hızla tüketilerek çöp hâline gelen bir dünyaya yol açacağı unutulmamalıdır.

Şekil 1: Hızla Tükenen ve Kirlenen Dünya



URL1

Batı toplumlarında üretimin esas alındığı kapitalist toplumun neo-kapitalist bir sürece geçerek kendisini güncellediğini ve toplumsal yaşamın her alanının denetlendiği siberetik bir sistemin var olduğu dünya söz konusudur. Tüketim toplumunun yeniden üretilebilmesi için, tüketimin sıkı bir denetim ve

tüketim kültürünün kitlelere özendirilmesi ile gerçekleşebilir. Bunun sonucunda bireysel ve kitlesel tüketim davranışları yönlendirilmektedir (Baudrillard, 2002).

İstek ve arzuların bireysel kontrol mekanizması ile dizginlenememesi, sosyal hareketliliği ve bireyin birçok yönde tüketimini tetiklemektedir. Dünya toplumlarında göçün temel sebeplerine bakıldığında zorunlu göçler dışında temel olarak ekonomik, sosyo-kültürel ve politik sebepler olduğu sonucuna varılmıştır (Deniz ve Etlan, 2009). Zorunlu göçler dışındaki göçlere bakıldığında genel anlamda daha üst bir toplumsal statü amaçlı güç süreci olduğu gözlemlenmektedir. Bu statü ise ekonomik, kültürel olarak ifade edilebilir. Çalışmada göçün temelinde yatan etkenlerin bireydeki arzuların kapitalist gelişme ile birlikte sosyal medya tarafından kötüye kullanılarak, zorunlu ihtiyaç konumuna getirildiği ve bu durumun bireysel ya da kitlesel göçe yol açtığı hususu irdelenecektir. İnsanın hayal ve nazar dairesi genişliğinde ihtiyacının olabileceğini, bu ihtiyaç dairesinin kapitalist gelişme ile zorunlu temel ihtiyaçlar konumuna getirildiği hususları tartışılacaktır. Başka bir ifade ile isteklerin internet, sosyal medya aracılığı ile yapay ve ihtiyaç duygusunun yanlış yerde kullanıldığı realitesine parmak basılmıştır. Küreselleşme sürecinin popüler tüketimi tetiklediğini ve dini değerlerin, kültürel normların yapay ve yanlış tüketim hususlarında tampon mekanizma görevi görebileceği dile getirilmiştir.

İnsanın Tüketim Hususunda Biyolojik Yapısı

Birey, gözün gördüğü kadar sınırsız ihtiyaçlara sahip olup sistemin sürekli olarak bu sınırsız olan arzuların baskılanmasına maruz kaldığı bir süreç söz konusudur. Üretkenlik ve tüketicilik arasında bireyin talep zorlamasına itildiğine tanık olmaktadır (Baudrillard, 2018: 68-69) Bir şahıs elindeki imkânlarını ya da sahip olduğu ekonomik durumunu sürekli olarak değiştirme ihtiyacını hissettiren sosyal medyadaki ilgili reklamların cezbediciliği gelmektedir. Tüketimin yaygınlaşmasında medyadaki reklamlar üzerinden gerçekleştiği görülmektedir (Yıldırım, 2020; 32). Reklamların bireyin algısı üzerinde önemli bir etkisinin olduğu yadsınamaz bir realitedir. Bireyin asıl tükettiği gerçek ihtiyaçlar olmayıp arzuların geçici bir doyumudur. Söz konusu tüketimle birlikte oluşan geçici haz, beraberinde yeniden bir tüketim süreci doğurmaktadır. Çünkü arzuların kötüye kullanılarak zorunlu konuma getirilmesi, bireyin yeniden ürünü tüketme duygusunu beraberinde getirmektedir. Başka bir ifade ile sosyal medyada reklamlar vasıtasıyla sınırsız arzuların uyandırıldığı bir süreç yaşanmaktadır. Bu durum sürekli olarak tüketimi tahrik etmektedir.

Şekil 2: Kapitalizm ve Metalaşan Dünya



URL2

Campbell temel ihtiyaçlar ile lüks tüketim ürünlerini birbirinden ayırarak, ihtiyaçların bireyi doyurduğunu, buna karşın lüks şeylerin sadece zevk verdiğini söylemektedir. Burada hazzı yönelik tüketilen ürünlerin doyumsuzluğu oluşturarak, yeniden tüketim tetiklenmektedir (Zorlu, 2016: 189). Sonuç

olarak ihtiyaç ve haz eksenli tüketilen ürünleri ayırmaktadır. Bireyin zevk ve ihtiyaç eksenli tüketim bağlamında kendisini sınırlandırabilmesi için farkındalık eğitimlerinin verilmemesi, meydanın tamamen kapitalist gelişmeye bırakıldığı bir süreci doğurmaktadır. Devlet kuruluşlarının tüketim aşırılığına yönelik toplumda arzuların sınırlandırılması bağlamında, farkındalık eğitimi verilmesi gerekmektedir. Nursi “İhtiyaç dairesi, nazar dairesi kadar büyüktür, geniştir. Hatta hayal nereye gitse, ihtiyaç dairesi dahi oraya gider. Orada da hacet vardır. Belki, her ne ki elde yok, ihtiyaçta vardır. Elde olmayan, ihtiyaçta vardır. Elde bulunmayan ise hadsizdir.” (Nursi, 2023: 251) düşüncesinde nazar dairesi ile hayal dairesini sınırsız olduğunu vurgulamaktadır. Yani insanın gözünün gördüğü ne ise ihtiyaç dairesinin de bu anlamda artabileceği olasılığını, potansiyelini dile getirmektedir. Başka bir niteleme ile hayalimizde neyi arzuluyorsak ihtiyaç dairesinin de bu bağlamda büyülebileceğini ifade etmektedir. Hayal dairesi, her bireyin sahip olduğu statüden daha farklı ve yüksek bir toplumsal tabaka olduğu söylenebilir. Bu arzu toplumun tüm sınıfları için söylenebilir. Elde olmayan ihtiyaçların, hayal ve ihtiyaç dairesinde mevcut olduğunu her bir birey dile getirebilir. Bireysel bağlamda dünya evrenindeki bireylerin arzuladığı ve sahip olmadığı ihtiyaçlar söz konusudur. Dolayısı ile kapitalizm, bireyin elinde olmayan fakat nazar dairesi genişliğinde ve hayal dairesi kadar sınırsız konumdaki istek dairesini, zaruri konuma getirerek bireyi tüketime manipüle etmektedir.

Şekil 3: İnsanın Tüketim Çılgınlığı



URL3

Kapitalist sistem, hedonizm kapsamında bireyde gıda, giyim, teknoloji, kadının bedeni, eğlence vb. alanları cazip konuma getirerek, bireyin tüketim duygusunu tahrik etmektedir (Akyıldırım, 2020) Bireyin istekleri sosyal medya ve reklamlar aracılığıyla ihtiyaç konuma gelerek, tüketim yolu ile küresel çapta toplumsal itaati sağlamaktadır. Çünkü hazcılığın kötüye kullanımı ile bireyin edilginleştiği pasif bir profil ortaya çıkmaktadır. Kadının bedeni ile her türlü ürünün tüketimi reklamlar vasıtası ile yapılmaktadır. Kapitalizm reklamdaki ürün ile ürünün yanına bırakılan güzel bir aktör arasında ilişki ya da bu ürüne sahip olma ile aktörün toplumsal statüsüne yaklaşma arasında bağlantı algısı oluşturduğundan, tüketim daha da yaygınlaşmaktadır. Başka bir örnek verilecek olursa toplumsal yapının üst katmanlarına kasıtlı olarak yükseltelen ‘ünlü’lerin, aktörlerin tüketim dalgası oluşturabilmeleri amacı ile tüketim nesnelere yardımcı unsurları olarak kullanılmaktadırlar. Bu aktörlerin yaşam tarzları da kapitalist yaşam tarzının üretimini

gerçekleştirmektedir. Tüketim toplumunda isteklerin ya da elde olmayan istek sürekli olarak ünlü aktörler vasıtasıyla tüketime yönlendirildiği görülmektedir. Reklamlar aracılığıyla tüketim mekânlarının olduğu kent merkezlerinde tüketim hızlı bir şekilde yaygınlaşmaktadır. Kenti cazip konuma getiren, tüketime yönelik sosyal ağlarla yapılan reklamların, kırsal bölgelerden kent merkezlerine göçlerin yapılmasını doğrudan ya da dolaylı olarak tetiklediği söylenebilir. Çünkü tüketime yönlendirilen birey, kırsal bölgelerde ilgili ürünü bulamayacağından kent merkezlerine göç etme sürecini etkilemektedir. Dolayısıyla kapitalist gelişmenin küresel çapta kırdan kente olan göçlerde etkili bir unsur olduğu söylenebilir.

Sosyal ağlarla yerkürenin küçük bir köy haline gelmesi sonucu, insanların tüm kültürleri ve üretim çeşitlerini tanıma olanağı doğmaktadır. Küreselleşme ile artan ürün çeşitliliği sonucunda bireyin tüketim isteği kapitalist ideoloji tarafından kötüye kullanılarak, rasyonel olmayan tüketim toplumu doğmaktadır. Bireysel bir gereksinim sürecinden ziyade rasyonel olmayan ve kapitalist gelişme tarafından dayatılan yapay ya da suni ihtiyaçlar söz konusudur. Çünkü kapitalizm reklamlar vasıtasıyla bilinçaltını tüketim bombardımanına maruz bırakarak yönlendirmektedir. Böylece ürünler, arzuların tahrik edilmesi sonucu belli bir süre zarfından sonra ihtiyaç haline gelmektedir. Göz alıcı har vurup harman savurmanın temel ilke olarak benimsendiği tüketim toplumlarında, sabah giyilip akşam atılmanın ve tekrar giyilmemin statü göstergesi olarak kabul edildiği yapay ve suni tüketim süreci yaşanmaktadır (Baudrillard, 2018: 45).

İhtiyaç fazlası üretim ve tüketimin insanlara mutluluk ve refah getireceği düşüncesi, bir ideoloji olarak görülmektedir. Veblen, popüler tüketimin gereksiz bir israf olduğunu ve asilliğin göstergesi olarak yapılan bir eylem olarak görmektedir (Veblen, 2007: 52-53). Toplumsal statü göstergesi olarak algılanan ihtiyaç dışı popüler tüketim, grupların oluşmasında önemli etkiye sahiptir. Bir gruba aittir olmanın göstergesi olarak o grubun tüketim kalıplarına benzer davranışların sergilenmesi önem arz etmektedir (Ritzer, 2001: 210).

Diğer yandan ise, kendi gruplarına yeni birini kabul edip etmemelerinde de “tüketim kalıplarına” önem atfetmektedirler. Bu çerçevede, bir gruba ait olabilmenin ön koşulunda, o grupta bulunan insanlarla benzer ürünleri kullanmak, benzer tüketim kalıpları geliştirmek ve “benzemeye çalışma” mesajını iletmek aranmaktadır.

Ritzer, *Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Cards and Casinos*, s. 210.

Marks Komünist Manifesto isimli eserinde ücretli emeğin üst yapıyı ele geçirmesinin ancak bilinçli bir işçi sınıfının ve üst yapı ile uzlaşmaz bir proleter sınıf ile olabileceğini ifade etmektedir. Fakat işçi sınıfının devrimci rolünden uzaklaştığı görülmektedir. Bu uzaklaşma kapitalist gelişmenin, işçi sınıfını kapitalist yaşam tarzı olan tüketim, eğlence merkezleri ve refah seviyesi vb. uyutucu arzular ile işçi sınıfını eski devrimci rolünden uzaklaştırdığı görülmektedir. FrankFurt Okulu kuramcılarında olan Marcuse Tek Boyutlu İnsan (1964) isimli eserinde Kapitalist gelişmenin bireyi kitlesel uyum ya da kültürel kontrollerle, kitlesel tüketim ile çelik kafese hapsedtiğini ifade etmektedir (Slattery, 2014: 208). Baudrillard (1997) Tüketim Toplumu isimli çalışmasında Marksist düşünceye göre kapitalist tüketim kültürünün, tüketimin insanın özgürlüğünü elinden alan ve bireyleri ya da kitleleri bağımlı, edilgin hale getiren, çevresine ve kendisine yabancılaştıran bir düşünce olarak görmektedir. Kısaca Kapitalizm, proletarya diktatörlüğünü eski devrimci rolünden uzaklaştırmayı, popüler kapitalist yaşam tarzına alıştıran uzaklaştırmaktadır. Bireyin hadsiz olan tüketim arzusunu kötüye kullanarak gerçekleştirmiştir. Kapitalist yaşam tarzının gelişmesine moda, takdir ve sosyal statü kazanma arzusu, artan mal ve hizmet çeşitliliği ve sosyal refah gibi faktörlerin etkili olduğu söylenebilir (Güleç, 2015: 75-80).

Kapitalizm toplumsal itaatin sağlanmasında eski şiddetli baskı oluşturan yapısından, şiddetin kullanılmadığı bir sürece dönüşmüş durumdadır. (Baudrillard, 2018: 62). Başka bir ifade ile kapitalist gelişme, bireydeki istek arzusunu ihtiyaç konumuna getirerek savaş ve sömürü yerine tüketimle meşgul olan ve itaat edilen bir dünya toplumu oluşturulmaktadır. Böylece sosyal refahın yükseltilmesi ile hedonist ilişkilerin tüketim bağlamında edilgin, pasif konuma gelen bir toplum oluşabilecektir.

Küreselleşme ve Göç

Dünyanın küreselleşme sonucu küçük bir yerleşim haline gelmesi ile, kırsal bölgelerde yaşayan insanların kent merkezlerindeki sosyal, ekonomik ve kültürel olanakları tanıma imkânı doğmuştur. Başka bir ifade ile sosyal yaşam olarak elinde olmayın birçok imkânın kent merkezlerinde olduğu bilincine varmıştır. Bu süreçte, sosyal ağların önemli oranda etkisinin olduğu görülmektedir. Çünkü internet, televizyon vb. ağlar sosyal etkileşimi önemli oranda artırmaktadır.

Küreselleşme göç sürecinin yapısı ve şekli üzerinde etkili olmakla birlikte yeni göç dalgası oluşturmaktadır. Misal olarak dış göçler sanayileşmiş ülkelere, az gelişmiş ülkelerin yaptığı işgücü göçü sosyal hareketliliği oluşturmaktadır. Çağlayan çalışmasında Küreselleşme ile birlikte göçün tam olarak hangi etkenler etrafında şekillendiği hususunun tespit edilmemesi, beraberinde kapsayıcı bir göç kuramının oluşmasını engellediğini ifade etmektedir. Göç teorisinin oluşmamasının sebebi, göçün sürekli olarak dinamik ve sürekli kendisini güncelleyen yapısından kaynaklanmaktadır. Bu durum göçün kökenini tespit etmeyi engellemektedir (Çağlayan, 2006). Bu durumun oluşmasına sebep olan etkenin, küreselleşme süreci olduğu görülmektedir. İnsanın tabiatında olan arzu ve talep duygusunun kapitalist üretim ilişkileri tarafından kötüye kullanılması, göç için net ve kapsayıcı bir kuramın gelişmesini engellemektedir. Bu durum belli zaman aralıkları içerisinde göçe sebep olan yeni etmenlerin çıkmasına yol açmaktadır. Çünkü beşerin ihtiyaç ve hayal dünyası sürekli değişkenlik göstermektedir. Bugün talep ettiği bir nesneyi, yaşamı ya da ihtiyacı başka bir zaman istememektedir.

Küreselleşme süreci ile birlikte ulus devletlerdeki sınırlar ortadan kalkarak silikleşmesi ile birlikte homojenleşen bir dünya kültürü söz konusudur. Yerel kültürlerin büyük kültürler karşısında asimile edilerek birbiri içinde eridiği süreç yaşanmaktadır. Küresel ağlarla toplumların kültürel, ekonomik ve politik anlamda birbirleri ile iletişime geçmesi ile birlikte, farklı toplumsal grupların kaynaşmasına imkân sağlamaktadır. Yer kürenin kısa sürede sosyal ağlarla bilinmesi ve tanınması kitlesel hareketliliğe neden olmaktadır.

Giddens Küreselleşme kavramında dünyadaki gelişmelerin sadece ortaya çıktığı bölgeye ait bir durum olmadığını, meydana gelen gelişmelerin herkesi etkileyeceğini ifade etmektedir. Dünya ülkeleri arasında karşılıklı olan bağların olduğunu dile getirmektedir. Küreselleşmeyi tüm insanlığın sosyal, ekonomik ve politik olarak birbirlerine bağlı olan bağlar şeklinde nitelendirmektedir. Bu bağların toplumsal gelişme üzerinde önemli düzeyde etkili bir yönünün olduğunu vurgulamaktadır. Giddens, karşılıklı bağlarla birbirlerine bağlanan beşeriyeti 'küreselleşme' olarak isimlendirmektedir:

Dünya, artık herkesi etkileyen karşılıklı bağımlılıkların gelişmesinin bir sonucu olarak, önemli açılardan fiilen tek bir sosyal sistem haline gelmiştir. Küresel sistem, içinde belirli toplumların -örneğin, İngiltere- geliştikleri ve değişim geçirdikleri bir çevreyle sınırlı değildir. Ülkeler arasındaki kesişen sosyal, politik ve ekonomik bağlar bu ülkelerde yaşayanların kaderini kesin olarak etkiler. Dünyanın artan karşılıklı bağımlılığını anlatan genel terim 'küreselleşme' dir (Giddens, 1997: 63-64).

Giddens modern dünyayı önceki süreçlerde yaşayan ve genel anlamda farklı olan post modern bir dünya olarak görmemektedir. Post modern dünyayı modernitenin devamı ya da ileri bir süreci olarak görmektedir. Marks, Weber ve Durkhem'den farklı olarak günümüz dünyasında değişimin yönü ve hızının önceki süreçlerden farklı olduğunu dile getirmektedir. İnsanlar bu değişim sürecini kontrol etmede farklılaşmaktadır. Giddens modernitenin kontrol edilmesinin güçleştiğini dile getirerek, moderniteyi cehennem kamyonuna benzetmektedir. İnsanların kontrolünden çıkmış olan bu kamyonun kendi belirlediği yolda giden ve çoğu zaman bu yolculuğun neşeli ve eğlenceli ve umutlu bir süreç ile ilerlediğini, fakat modernitenin kurumları varlıklarını devam ettiği sürece bu güzergâhın gerçek anlamda bilinmeyeceği ve kontrol altına alınamayacağını ifade etmektedir (Slattery, 2014: 419-420). Günümüz post modern dönemde Giddens'in de belirttiği gibi değişimin hızı ve yönünün farklılaştığı görülmektedir. Bu değişimin beşer tarafından kontrol edilmesinin güçleştiği ifade edilmektedir. Ayrıca kapitalist gelişme ile kontrol altına alınamayan ve belirsiz bir güzergâh ile yapılan yolculukta toplumların kontrol edemediği süreci dile getirmektedir. Aynen Giddens'in düşüncesinde olduğu gibi, kent merkezlerindeki değişim ile çekici faktörlerin gelişmesi sonucu göçün ciddi anlamda gelişme gösterdiği görülmektedir. Kapitalist gelişmenin en çok yansıdığı mekânlar olarak kent merkezlerinin yapılaşmalarında ve kültürel gelişmelerde görülmektedir. Yaşanan hızlı değişimler ve gelişmelere paralel olarak bireyin kendisini kontrol edemediği bir süreç yaşanmaktadır. Kent merkezlerinin birçok yönde çekiciliğinin artırılması ile bireysel ve kitlesel hareketliliğe sebep olmaktadır. Şehrin ışıltılı ve çekici manzaraları az gelişmiş kentlerin, kırsal bölgelerin göç eylemini tetiklemektedir (Özkan, 2019). Çünkü insan olgusu, sahip olduğunun daha iyisini arzulayan bir varlıktır. Bu göç sürecini doğrudan etkilemese de dolaylı olarak göçe sebep olan bir durum olarak bakılabilir.

Göç sürecinde itme ve çekme faktörlerin iç ve dış göçün yaşamasında önemli bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Lee'nin göç kuramında göçün başlangıcında itici faktörleri olarak işsizlik, köylerdeki düşük gelir, alt yapı hizmetlerindeki yetersizlikler gibi durumlar gelmektedir. İkinci göç eylemlerinde ise kentin çekici etkenleri olarak istihdam olanakları, bölgesel olarak kalkınmış mekânlar, sağlık ve sosyal imkânlar açısından gelişmiş mekânlar, haberleşme ve ulaşım gibi etkenlerin göç üzerinde

etkili olduğu ifade edilmektedir. Üçüncü aşamada ise ülkelerin siyasi süreci olarak liberal politikaların izlenmesi, endüstri faaliyetlerin gelişmesi, teknolojik gelişmeler ve modernleşme gibi faktörlerin kırsal bölgelerden kent merkezlerine olan göç eylemlerini etkilediği görülmektedir (Akyıldız ve Ertürk, 2021: 14).

Göç ile alakalı geçmiş dönemlerde ortaya atılan göç sebeplerinin günümüzde geçerliliğini kaybettiği söylenebilir. Çünkü kapitalist gelişme ile birlikte bireysel hareketlilikte bulunan insanları çekici ya da itici etmenleri çeşitlilik göstermiştir. Küreselleşme süreci göç olgusunu önemli oranda etkilemektedir. Toplumsal sınıfların çeşitlilik gösterdiği günümüzde, göçü tek etkenli olarak tanımlamak zor olmaktadır. Küreselleşme süreci ile çekici faktörlerin çeşitlilik göstermesi, bireylerin eylemlerini de farklı olarak etkilemektedir (Çağlayan, 2006).

Bauman (2006) çalışmasında küreselleşme ile birlikte zaruri olmayan ürünlerin tüketilerek zorunlu duruma gelmesini günümüzün modern köleliği olarak vasıflandırmaktadır. Tüketimin kendisinin bireylerde bağımlılık yaptığını ve bu kısır döngü sürekli olarak kendisini üretmektedir. Tüketimin kendisini hızlı bir şekilde yeniden üretmesinde promosyon, moda, alışveriş mekânları, kredi kartı ve süslü ürünler gibi birçok faktörün tüketimin kolaylaştırıcı unsurlarıdır (Bauman, 2006). Alışveriş mekânları ve kredi kartı gibi tüketimi kolaylaştırıcı unsurların kırsal bölgelerin dışında kent merkezlerinde kullanma imkânlarının olması, göçün önemli sebepleri arasında gösterilebilir.

Popüler Kültür ve Göç

Sınırsız ve doyumsuz bir şekilde gelen günümüz tüketim toplumu küreselleşme ile birlikte kapitalist gelişmeyi yeniden üretmektedir. Bireysel tüketim, temel tüketim gereksinimlerden uzaklaşarak sınırsız bir hal almıştır. Küreselleşme ile birlikte toplumsal ağların kitle iletişim ağları ile bağlanması, kapitalizmin gelişmesini kolaylandırmaktadır. Kapitalizmin küreselleşmesi ile birlikte tüketim bağlamında bakıldığında, bireylerin ya da kitleleri sadece ekonomik bağlamda etkilemediği görülmektedir. Kapitalizm, toplumların kültürüne, etnik yapısı gibi birçok karar mekanizmasına nüfus etmektedir. Bu sebeple kapitalist gelişmenin bir gereği olarak üretiminden ziyade, tüketim odaklı bir hale geldiği görülmektedir. Kapitalizm hangi metanın ya da nesnenin tüketileceğine karar veren bir konumda bulunmaktadır. Kapitalizm tüketime, bireyi sınırsız özgürlüğe kavuşturacağı ideolojisi olarak bakmaktadır. Tüketim nesnelerin var olduğu kısa bir zaman sonra yok olma arasındaki aracı işlevi görmektedir. Burada ‘Aracınızı çarpın gerisini sigorta halleder’ ideolojisi yatmaktadır. Üretim hızla yok olması esas kabul edilmektedir (Baudrillard, 2018: 46-47). Buradaki temel amaç tüketim kitlesine sınırsız ihtiyaçlarının olduğunu kabul ettirerek, bu kitleyi tüketici meta haline getirmektedir. Bu süreçte reklamların etkisinin önemli olduğu söylenebilir. Nar (2015) çalışmasında reklamların tüketici bilinci ve kimliğinin oluşmasında önemli bir etkisinin olduğunu ve tüketicide tüketim algısını hedeflediğini belirtmektedir. Tüketimin yeniden üretiminde başta markalar olmak üzere, birçok faktörün beşerin tüketim kimliğini oluşturma sürecinde başarılı olduğu söylenebilir (Nar, 2015). Toplumsal yapıda statü oluşturma amaçlı yapılan yapay tüketimlerin gittikçe artış gösterdiği görülmektedir. Popüler tüketim kültüründe psikolojik geçici bir tatmin yapılmaktadır. Başka bir ifade ile kapitalizmin belirleyeceği ve önemseyeceği davranış kalıpları ile statülü bir birey olacağı algısı, tüketiciler için önemli bir etkidir. Burada kapitalizmin olumladığı durum, bireylerin belirlenen tercihleri tüketmesini, statülü birey olmak için önemli bir hedef olarak kabul etmektedir. Çünkü tüketim toplumlarında tüketilen ürünün sunduğu değer dışında başka bir ifade ile kullanım değerinin dışında yüklendiği anlam ve imaj ile bireye kazandırdığı statü ön plana çıkmaktadır. Burada tüketilen metanın dışında olan bireye kazandırdığı toplumsal statü göstergesidir (Yaman, 2021: 41).

1929 yılında yaşanan ekonomik kriz ile birlikte kapitalizmin yeniden kendisini güncellediği söylenebilir. Çünkü ürettiği ürünleri tüketilmemesi, kapitalist sistemin (Baudrillard, 1998) tüketim davranışlarına yönelik eylemlerde bulunmasını gerekli kılmıştır. 1970’lerde tüketim ideolojisindeki vurgunun “satış” ve “tüketim” katedralleri odaklı olduğu bir durum söz konusudur (Güleç, 2015: 75-80). Örneğin sosyal medya üzerindeki fotoğraf paylaşımları gösterişçi tüketimi daha da hızlandırmaktadır. Burada belli bir süreçten sonra insanlar tüketim sürecinde kendisi gösterişçi tüketimi yapan konuma gelmektedir.

Us kapitalizm tarafından tüketim bombardımanına maruz kalarak bu sistem ile yönlendirilmektedir.

Bireylerin, kitlelerin tüketim makinesine ya da tüketim cihazına dönüşmesi, kapitalist gelişmede statü göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Şekil 4: Tüketim ve Beyin Algısı



URL4

Bu durum kent merkezlerine uzak kalan ve kitle iletişim araçları ile tüketim alışkanlıklarından haberdar olan kırsal bölgelerin, göç etme isteklerini tetiklediğini söylenebilir. Çünkü temel ihtiyaçların daha çok tüketildiği ve geleneksel kültürel kalıpların popüler tüketim kültür karşısında tampon mekanizması olduğu bölgelerde, toplumda statü amaçlı yapılacak tüketimlerde genç kitlelerin göç etme isteğinde bulunacağı söylenebilir.

Baudrillard Simülasyon isimli eserinde günümüz post modern dünyasının gerçek bir toplum olmadığını, semboller ve imajların gerçek ve somutun yerine geçtiğini ifade etmektedir. Bu sanal gerçeklikte, insanların mal ve hizmetleri tüketmekten ziyade semboller ve imajları tüketmektedir. Tüketilen gerçek ürünlerden ziyade ihtiyaçlar ve arzuların geçici olarak psikolojik doyumu yapılmaktadır. Alınan ürünler gerçek işlevinden uzaklaşarak yüksek statü amaçlı tasarımcıların etiketlerine dönüşmüş durumdadır. İnsanlar birbirlerini gerçek anlamdaki sosyal ilişkisi, davranışları ve ahlaki yönlü vasıflardan ziyade etrafına verdiği imaj ve sembollerle tanımakta ve değer vermektedir. İmajın kendisini kısa süreli tattırdığı tatmin duygusu, gerçekliğin önünü perdelemektedir (Slattery, 2014: 470-473). Baudrillard'ın Simülasyon kavramından hareketle kırsal bölgelerden gelişmiş kent merkezlerine doğru yapılan göçlerde geçici bir tatmin duygusunun giderilmesi amaçlı bir göç eyleminin yapıldığını söyleyebiliriz. Sosyal medyada kent merkezlerin cezbedici sosyal, kültürel ve ekonomik imkânlarının tanıtılması, bireyi akılcı olmayan bir göç sürecine sürükleyebilmektedir. Çünkü yapılan göçlerin bir kısmının tersine göç süreci ile neticelendiğini, bu durumun rasyonel bir karardan uzak hareketliliğin sonucu olduğu söylenebilir. Kırdan kente yapılan göçlerde göçmenlerin şehir hayatı, daire yaşamı ve büyük metropol gibi mekanlarda yaşadığını belirtmesi, kırsal bölgelerde statü göstergesi oluşturacağı düşüncesi ile yapıldığı söylenebilir.

Şekil 5: Kentin Çekici Görüntüsü



URL5

Bireyin göçü, çevredeki değişim ile birlikte tüketim davranışlarında da değişimlere sebep olduğu görülmektedir. Bu süreçte göç ile birlikte kentleşmenin önemli oranda etkisi olmaktadır. Çünkü çevrenin değişimi ile birlikte bireyin eğitim ve kültür düzeyi, mesleği, ekonomik kazancı gibi birçok hususta tüketimi tetikleyen koşullar oluşmaktadır. Böylece kentleşme süreci ile birlikte sosyal ilişkilerin yükselmesi tüketim davranışlarını da eski geleneksel kalıplarından sıyırmaktadır. Yeni rüyalar ve düşünceler ile yeni bir yaşam şeklinin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Kent tüketim alışkanlıklarının bireyi kısa sürede kendisine asimile ederek değiştirmektedir (Vergin, 1985: 34). Böylelikle kısa sürede tüketim hususunda kent kültüründen etkilenen ve bu potada eriyen kırsal bir kitle oluşmaktadır.

Kültür insanın yaşadığı mekâna adapte olma olarak vasıflandırılabilir. Başka bir ifade ile kültür yaşam şekli olarak bireyin alışkanlıkları, inanışları, davranışları şeklinden tanımlanabilir. Antropoloji bilimi, bireyin tüketim davranışları üzerinden önemli oranda etkileyici bir faktör olduğu söylenebilir. Günümüz kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile kültür etkilenmekte ve bu durum da tüketim davranışlarını tetiklemektedir (Nar, 2015). Kapitalizm kültürden hareketle bireysel eylemi yönlendirmektedir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile küreselleşme sonucu kırsal bölgelerdeki geleneksel kültür kalıplarının silikleşmesi, göç eylemlerini daha da akışkan hale getirdiği söylenebilir. Çünkü bireyin eylemleri üzerinde tutucu rolü bulunan kültürün çözülmesi ile göç eylemi üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir.

II. Dünya savaşı sonrası süreçte ekonomik gelişme ile birlikte bireysel bağlamda tüketime yönelik gelişmelerin yaşandığı görülmektedir. Günümüz dünyasında gösterişçi tüketimi yönlendiren başlıca faktörler olarak yükselen “ihtiyaçlar”, “takdir ve sosyal statü kazanma arzusu”, “moda”, “gelir seviyesinin artması veya ani gelir artışları”, “artan mal ve hizmet çeşitliliği”, “eğitim düzeyinin yükselip ve sosyal ilişkilerin gelişmesi” vb. davranış kalıpları arzuların gösterişçi tüketimi yönlendirdiğini (Güleç, 2015: 75-80) ve bu sürecin de bireysel hareketliliği kımıldatarak göçü tetiklediği görülmektedir. Baudrillard da bireylerin satın alamamanın ötesinde, tüketim davranışına yönelmeleri üzerine odaklanarak, birtakım kodlar ile göstergeler sistemine dönüşen tüketim toplumunun yükselişini dile getirmektedir (Anık, 2016).

Toplumsal Sınıf ve Göç

Kırsal bölgelerin kent merkezlerine göç süreci ile birlikte kentleşme ve sosyalleşme süreçleri de bir bakıma başladığı söylenebilir. Üretici konumunda bulunan göçmenlerin kentleşme ile birlikte tüketici konuma geldikleri görülmektedir. Taşra insanların kentleşme süreci ile birlikte tutumlu bir yaşamdan gösteriş ve zorunlu olmayan tüketici yaşam şekline dönüştükleri söylenebilir. Bu durumun nedeni olarak kentleşme sürecinin kırsal sınıfı, tüketimi kanalize ettiği şeklinde ifade edilebilir (Yılmaz ve Akyüz, 2022: 57).

Petersen “eğer her insan aynıysa neden bazıları göç ediyor da bazıları göç etmiyor” (Çağlayan, 2006) şeklindeki yaklaşımından hareketle toplumsal tabakaların göç etme süreçlerinde değişkenlik göstereceği söylenebilir. Çünkü ekonomik ve sosyal refahın daha yüksek olduğu bir yaşam şeklini talep etme durumu, her birey için farklılık arz etmektedir. Örneğin kırsal bölgeler ait olan ‘baba diyarı’, toprağa olan aidiyet hissi ve memleket özlemi gibi etkenler göçün önüne önemli oranda set koymaktadır. Ayrıca kent merkezlerinde ekonomik, kültürel ve sosyal bağlamda tutunamama, bütünleşememe gibi durumlar kırsal bölgelerden kent merkezlerine yapılan göçlerde itici faktörü olarak ele alınabilir. Bu faktörlerle birlikte bazı insanların yaratılışında sürekli yer değiştirme, seyahat etme gibi bir yapı söz konusu iken, toplumsal yapının bazı tabakalarındaki kitlelerde ise daha çok stabil bir yaşam tercih edilmektedir. Bu durum toplumsal tabakalar dikkatlice gözlemlendiğinde görülebilmektedir. Dolayısıyla göç sürecinin yaşanmasında kentin çekici ve kırsal itici faktörleri belirleyici olmakla birlikte, insanın tabiatındaki stabil yapısı ve kültürel etkenlerin göç sürecinde önemli oranda etkili olduğu söylenebilir.

Toplumsal cinsiyet ilişkileri bağlamında göç sürecine bakıldığında, kadınların göç etme süreçlerine daha çok taraftar olduğu söylenebilir. Çünkü kırsal bölgelerdeki sosyal yaşamın meydana getirdiği zorluklar ve kent yaşamındaki daha konforlu yaşam şekli, kadına cazip gelmektedir. Örneğin kamu hizmetlerinin sunduğu alt yapı hizmetleri, eğitim, sağlık, ulaşım, sosyalleşme imkânı, doğal gaz vb. etkenlerin kadın açısından bakıldığında kent yaşamının kırsal bölgeye göre daha rahat bir yaşam tarzı sunduğu görülmektedir. Bu sebeple göç sürecinde kırsal bölgelerde ataerkil bir yapıdan dolayı kadının her ne kadar göç etme sürecinde tercihi çok etkili olmasa da, kent merkez yaşamı kadın için genel anlamda tercih edilmektedir.

Her insanın dünyaya bakış açısı bir diğerinden farklı olduğundan ihtiyaç dairesi de değişkenlik gösterebilir. Bu süreçte dini inanç etkili olmaktadır. Kapitalizmin bireyde yanlış ve yapay ihtiyaçlar oluşturarak bireyin ihtiyaçlarını ziyadeştirdiği gibi, dini inancı yüksel olan bireyler ya da kitlelerde öz kontrol mekanizması dini öğretilerle güçlendiğinden kapitalizmin tuzaklarına karşı önemli oranda engel teşkil etmektedir. Örneğin İslam dini kutsal kitabı Kur’an’ın Araf süresinin 31 ayetinde “*Yiğün için fakat israf etmeyin*”, İsrâ süresinin 26. ve 27. ayetinde “*Akrabaya, yoksula ve yolda kalmış yolcuya haklarını ver, fakat saçıp savurma. Çünkü saçıp savuranlar şeytanın kardeşleridir. Şeytan ise Rabbine karşı çok nankörlük etmiştir.*” vb. öğretilerin kapitalizmin yapay ve yanlış tüketim algısına karşı önemli oranda etkili olduğu söylenebilir. Bu durumda toplumda İslam dininin ilkelerini gerçek anlamda benimseyerek yaşamında uygulayan bireyler ya da kitleler için geçerli olduğunun altını çizmek gerekir. Benzer şekilde İslam peygamberi de toplumda dönüşümcü rol model olarak benimsenmektedir. İslam peygamberinin aşırı tüketimin her türlüşünün karşısında durarak “*İktisat eden zenginleşir, israf eden fakirleşir*” (Bezzar), “*Yiğün için, giyinin ve tasadduk edin. Fakat israf ve kibirden sakının*” (Buhari) ve “*Her istediğini yemek israftandır*” (İbni Mace) vb. öğretilerin kapitalizm karşıtı öğretiler olarak bulunarak zaruri olmayan ihtiyaçların yaratıcı tarafından yasaklandığı ve İslam dininde hoş karşılanmayan davranışlar olarak kabul edilmektedir. Bu ve başka dini öğretilerin toplumsal bir sınıf oluşturduğunu ve bu durumunda göç üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Çünkü kapitalizmin kent merkezlerinde göçü yönlendirecek olan çekici faktörlerin, inancı güçlü olan kitle üzerinde çok etkili olamayacağı söylenebilir. İnanç bu durumda sosyal hareketlilik üzerinde etkili olmaktadır. Bu durum toplumda bazı sınıfların göç etmesine ve bazı tabakaların da göç etmemesine neden olmaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Kapitalizm toplumun kültüründe, tüketimi kolaylaştırıcı davranış kalıplarını oluşturarak yaygınlaştırmaktadır. Örneğin anneler günü, babalar günü, baby shower vb. tüketimi kolaylaştırıcı günler üretmek, bireyler tarafından meşrulaştırılıp özendirilmektedir. Yeni kültürler aracılığı ile tüketim davranışları suni ihtiyaçlarla şekillenmektedir. Geçici tatmin ya da doyumsuzluk yeniden bir tatmin oluşturarak kendisini üretmektedir (Baudrillard, 2018: 60). Bu şekilde yanlış ürünlerin tüketimi sağlanmaktadır. Tüketim kültürünün özendirilmesini sağlayan kapitalist taşıyıcılar olan küresel aktörlerin

nihai hedefi de bireylerde geçici tatminsizlik oluşturmaktadır (Nar, 2015). Sosyal ağlar vasıtası ile kentin çekiciliği kırsal bölgeler tarafından tanınması ile bireylerin kent yaşamına yönelik göç isteği doğmaktadır. Bu hareketlilik de kendisini yeniden üreten başka bir hareketliliği üretebilmektedir. Çünkü kent merkezlerindeki olanakların köylü ya da az gelişmiş bölgeler tarafından tanınması, kırsal bölgelerin dünyaya ait bakışını değiştirmektedir. Bu durum göç sürecini de etkileyebilmektedir.

Küreselleşme sonucu bireyin dünyayı tanınması ile dünyaya, yaşama yönelik bakış açısı değişmektedir. Çeşitliliğin her türlüünün kısa sürede sosyal ağlarla tanındığı bir süreçte, göç eylemin hızı ve yönü de değişmektedir. Kapitalizm bireyin sınırsız olan ihtiyaçlarını reklam, internet ve sosyal medya gibi ağlarla yapay ve yanlış tüketim algısı oluşturarak bireyin isteklerini ihtiyaç konumuna getirmektedir. İnsanın hayal ve nazarının nereye ulaşıyorsa ihtiyaç dairesi de oraya kadar ulaşmaktadır. Sahip olmadığı ve elinde bulunmayan imkânlar ihtiyaç dairesinde bulunmaktadır. İhtiyaç dairesi de sınırsız bir düzeyde bulunmaktadır. Hatta hayalin gittiği yere kadar insanın ihtiyaçları çeşitlilik göstermektedir (Nursi, 2023: 251).

Kapitalist gelişmeyi canlı tutan ve ruhuna ruh katan ideolojisinin, beşerin hayal ve nazar dairesi kadar geniş olan isteklerinin ihtiyaç konumuna getirmesi düşüncesidir. Burada tüm dünya devletlerinin ivedi ile yapması gereken, kapitalist sistemi canlı tutan bu yönüne karşı insanlara farkındalık eğitimi vermesi gerekmektedir. Aksi halde birey hedonist bağlamda kapitalizmin esiri olmaya başka bir ifade ile edilgin ve pasif konuma gelecektir. Çünkü kontrol edilmeyen bireyin arzularının baskısı ile zaruri olmayan ihtiyaçlar zaruri ihtiyaçlar konumuna getirilmektedir. Kapitalist sistem dört şeye muhtaç olan bireyi yüz şeye muhtaç konuma getirmiştir. Bunun sebebi olarak bireyin biyolojik yapısındaki sonsuz arzuların zorla ihtiyaç konumuna getirilmesi düşüncesinde yatmaktadır. Böyle bir bireyin ekonomik getirisi arzularına kâfi gelmediğinden yoksul duruma düşmektedir (Nursi, 2006: 132). Yoksullaşan birey, zamanla uyuşturucu, gasp ve toplumsal bütünleşmeyi bozan anomik davranış göstermektedir. Bu sebeple kapitalizm beşerin sınırsız olan duygularını kötüye kullanarak tüketim algısını artırmaktadır. Bu süreç bireyin kırsal bölgelerden kent merkezlerine ya da ülkeler arasında bireysel hareketliliği, kitlesel kıvıldamayı tetiklemektedir. Göçün minimize edilmesi için kapitalist gelişmenin insanın istek ve duygusunu kötüye kullanması yününün engellenmesi gerekmektedir. Bunun için de internet, sosyal medya ve reklamlar gibi sosyal ağlarla rasyonel bir tüketim kültürünün geliştirilmesi ve öz kontrol bilinci eğitiminin verilmesi gerekmektedir.

Yazarlık Katkısı

Çalışma tek yazarlı olarak yürütülmüştür.

Etik Kurul Beyanı

Bu araştırma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

KAYNAKÇA

- Akyıldırım, E. (2020). Kapitalist İlişkiler Bağlamında İnsan İradesinin Baskılanması. *İğdir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(25), 1-21.
- Akyıldız, İ. E. & Ertürk, E. (2021). Lee Kuramı Perspektifinden Kırdan Kente Göçün Mekaniği: Bursa Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(2), 14.
- Anık, M. (2016). Aykırı Bir Düşünür Olarak J. Baudrillard ve Gösteriş Amaçlı Tüketim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(47), 447.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu*, (Çev. Hazal Deliçaylı ve Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (1998). *Üretimin Aynası ya da Tarihi Materyalist Eleştiri Yanılsaması*, (çev. Oğuz Adanır). İzmir: İzmir Dokuz Eylül Yayınları, 132.
- Baudrillard, J. (2002). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, (Çev. Oğuz Adanır). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2018). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2006). *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çağlayan, S. (2006). *Göç Kuramları Göç ve Göçmen İlişkisi*. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 0(17), 75-90.
- Deniz, O. & Etlan, E. (2009). Kırdan Kente Göç ve Göçmenlerin Uyum Süreci Üzerine Bir Çalışma: Van Örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 480.

- Giddens, A. (1997). *Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Güleç, C. (2015). Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı. *MEK Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(38), 75-80.
- Karpat Çatalbaş, G. & Yazar, Ö. (2015). Türkiye'deki Bölgeler Arası İç Göçü Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analizi ile Belirlenmesi. *Alphanumeric Journal*, 3(1), 100.
- Nar, M. Ş. (2015). Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 944-951.
- Nursi, S. (2006). *Tarihçe-i Hayat*. İstanbul: Envar Neşriyat.
- Nursi, S. (2023). *Sözler*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Özkan, R. (2019). Göç Olgusu ve Toplumsal Yapıya Etkisi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2019(2), 134.
- Ritzer, G. (2001). *Explorations in the Sociology of Consumption: Fast Food, Credit Card and Casinos*, GBR: SAGE Publications Inc., London.
- Slattery, M. (2014). *Sosyolojide Temel Fikirler*, (Çev. Özlem Balkız, Gülhan Demiriz, Hacer Harlak, Cevdet Özdemir, Şebnem Özkan, Ümit Tatlıcan). İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- URL 1. (2024). <https://www.mardinlife.com/gundem/israfin-ideolojiye-donusen-yuzu-tuketim-cilginligi-ve-luks-yasama-arzusu> adresinden 13.01.2024 tarihinde erişildi.
- URL 2. (2024). <https://venharhaber.com/vahsi-kapitalizm/> adresinden 13.01.2024 tarihinde erişildi.
- URL 3. (2024). <https://www.haksozhaber.net/tuketim-ve-bilinc-uzerine-142379h.htm> adresinden 13.01.2024 tarihinde erişildi.
- URL 4. (2024). <https://setenay91.wordpress.com/2015/05/19/cagin-vebasi-populer-kultur-2/> adresinden 13.01.2024 tarihinde erişildi.
- URL 5. <https://images.app.goo.gl/Wf6UK3uT8CauxaEc7> adresinden 13.01.2024 tarihinde erişildi.
- Veblen, T. (2007). *The Theory of the Leisure Class* (ed. Martha Banta), Oxford, GBR: Oxford University Press.
- Vergin, N. (1985). *Hızlı Şehirleşmenin Sosyolojik ve Siyasal Sonuçları*. İstanbul: Sisav.
- Yaman, D. (2021). Tüketim ve Tüketim Toplumu Kavramlarının Covid-19 Pandemi Süreci Çerçevesinde İncelenmesi. *The Journal of Communication and Social Studies*, 1(1), 41.
- Yıldırım, S. (2020). Yapay Zekânın Tüketim Kültürü Bağlamında Değerlendirilmesi: Black Mirror Örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 5(9), 31-43.
- Yılmaz, M. & Akyüz, N. (2022). Kent Olgusu ve Kent-Din İlişkisi Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. *Journal of Analytic Divinity*, 6(2), 9-34.
- Yılmaz, M. & Akyüz, N. (2022). Kentsel Dönüşüm Sürecinde Sosyo-Kültürel Farklılaşmalar Üzerine Bir İnceleme. *Euroasia Journal Of Social Sciences & Humanities*, 9(26), 46-62.
- Zorlu, A. (2016). *Üretim ve Tüketim Teorileri*. Ankara: Altınordu Yayınları.