



Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi (İSMUS), II/1 (2017), s. 65-92

“GENİŞLETİLMİŞ BENLİK” ÜZERİNE BİR ELEŞTİRİ: “MATAFORA OLARAK CONSUMER”

Mehmet Ali PAYLAN*

Özet

Bu çalışmada Belk’in “genişletilmiş benlik” düşüncesi eleştirilmiştir. Bu suretle; ilk olarak “tüketici” kavramı, “alta almak fiili” ve “alta alınan yer” açısından incelenmiştir. İkinci olarak “benlik”, geniş manadaki “uzam” ve “uzamlı” açısından ve “benliğin” inşası itibariyle incelenmiştir. “Genişletilmiş benlik” düşüncesine ilişkin eleştiri, “tüketicinin” dış dünyadan aldığı bir nesne ve bu nesnenin sahip olduğu bir niteliğin hangi suretle “benliğe” eklendiği sorusu itibariyle temellendirilebilir. Bu manada dış dünyadan alınan nesnenin, “alta almak fiili’ni” icra eden olarak “tüketici” vasıtasıyla “alt olarak nereye” nakledileceği meselesi tartışılmıştır. Kavram olarak “tüketicinin” nazariyat itibariyle hem nesnenin nakledildiği “alt olarak yer” suretinde hem de nesnenin nakledicisi olarak “metafora” suretinde görünemeyeceği tartışılmıştır. “Benliğin”, nazariyat itibariyle bizatihi kendisinin basit ve bölünemez olması fikrinden hareketle, genişleyip genişleyemeyeceği fikri açılmıştır. Sonuç olarak, bu hususların geniş manada “iç olarak yer” ve “dış olarak yer” konusu itibariyle “consumer topografyası’nın” ve iktisadi bireyin teşkiline ait bir mesele olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Genişletilmiş benlik, tüketici, teori.

JEL Kodları:M30,M39

* Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Osmaneli Yüksekokulu, mehmetali.paylan@bilecik.edu.tr

A CRITIQUE ON THE "EXTENDED-SELF": "CONSUMER AS A MATAFORA"

Abstract

This study criticizes the Belk's "extended self". Firstly, the term "consumer" is analyzed with regards to "act of taking to under" and "topos as an under". Secondly, the term "self" is analyzed in broad terms of "extensio", "res extensa" with respect to construction of the "self". The criticism against the "extended self" can be based upon the question that how the object and it's attribution, which is taken from external world, are attached to the "self". So this study discusses the problem about transferring an object taken from the external world to "topos as an under" through the "consumer as an actor of taking to under". Consumer can't be seem to be both as "topos as an under that objects are conveyed to" and as "matafora that objects conveyor" in theory. The opinion of extendible self is also analyzed by the fact that self isn't divisible and simple in itself at theory. As a result, all these issues is about forming the "topographia of consumer" and the "homo economicus" including with the "topos as an inner" and "topos as an exterior (outer)" in broad terms.

Keywords: Extended self, consumer, theory.

JEL Codes:M30,M39

1. Giriş

Tüketiciler ve bir fiil olarak tüketim, akademisyenler için olduğu kadar üreticiler ve reklamcılar için de vazgeçilmez, yerine başka bir şeyin konulamadığı karakterlerdir (Trentmann, 2006). 70’li yılların sonlarından itibaren araştırmacılar, tüketici araştırmalarında yeni perspektiflerin ihtiyacını vurgulanmış (Belk, 1975; Belk, 1976) ve bu suretle 1980’lerde farklı disiplinlerin, tüketim düşüncesi ile ilgili olarak dağınık halde bulunan kültürel anlamlılıkları, Tüketici Kültürü Teorisi (Consumer Culture Theory) adıyla bir potada eritilerek, tüketici davranışlarına anlam kazandırma çalışmaları hız kazanmıştır (Annumma & Li, 2012). Bu manadaki çalışmaların en kayda değer olanı, Russell Belk’in “Possessions and the Extended-Self”¹² isimli çalışmasıdır ve tüketici araştırmalarının zeminini ve alfabetini değiştirmiştir (Brown & Schau, 2008; Shau, 1998; Ladik, Carrillat, & Tadajewski, 2015).

Tüketici araştırmaları, farklı disiplinlerin uygulamalarını kullanan bir kimliğe bürünmekte ve bu çalışmaların, üzerinde yükseldiği temel düşüncenin ise, tüketici-nesne ilişkisi ve “tüketicinin kimlik inşası” olduğu

¹ “Sahip olunanlar ve Genişletilmiş Benlik”.

“Possess” sözcüğü, Latince “posse” (kuvve) ve “esse” (var olmak) sözcüklerinden oluşmaktadır. Bu manada yukarıda “sahip olunanlar” olarak karşılığı verilen “possession” sözcüğünün, aşkın zeminde kuvvede var olan veya sahip olunan olarak araştırılması gerekir. Ayrıca (Ülken, 2014)’in de belirttiği gibi varlık, sahip olmak (posseder) anlamına gelmektedir.

“Extended” sözcüğünün dilimizde “genişletmek, uzatmak” karşılıkları bulunmaktadır. Herhangi bir anlam kaymasına sebebiyet vermemek için (Özer, 2014)’in çevirisine sadık kalınmıştır. Burada şu hususa değinmek gerekir, “extended” sözcüğü Latince “ex(dış)” ve “tendere (uzanış,uzatmak)” sözcüklerinin birleşmesinden oluşmuş bir sözcüktür. Bu manada “extended” sözcüğünü “dışa uzanan” olarak çevirmek de uygun bir hareket tarzı olarak görülebilir. Bu manada, mesela Descartes’in “res cogitans” ile beraber” diğer cevher olarak gördüğü “res extensa (uzam)” kavramından hareketle de bir açıklama getirilebilir.

“Self” sözcüğünün dilimizde “kişilik, benlik, nefis, ruh, öz” gibi karşılıkları bulunmaktadır. Herhangi bir anlam kaymasının önüne geçmek ve (Özer, 2014) ‘in de makalesinde “self’i” “benlik” olarak dilimize aktarmış olması dolayısıyla bu çalışmada “self” sözcüğüne karşılık olarak “benlik” sözcüğü kullanılmaktadır.

² İncelemeye başlamadan önce belirtilmesi gereken husus, metin içerisinde parantez içerisinde ve tırnak içerisinde belirtilen sözcüklerin varlığıdır. Parantez içerisinde İngilizce veya Türkçe olarak yazılan sözcükler, Belk’in çalışmasında önemli görülen sözcüklerin ne ifade ettiğinin vurgulanması açısından yazılmıştır. Tırnak içerisindeki sözcükler ise, hem o sözcüğün anlamını vurgulamak hem de kaydedilen düşünce içerisindeki hassasiyeti ortaya koymak için belirtilmiştir.

görülmektedir (Shankar & Fitchett, 2002; Annumma & Li, 2012; Bode & Ostergaard, 2013; Sivadas & Venkatesh, 1995).

Bu durum, “benliğin” yani “self’in” tanımlanmasında, nesneyi merkeze alan bir araştırma sürecinin başlamasına sebebiyet vermiştir. Tüketici araştırmalarında benliğin kurulumu ile ilgili fikirlerin 1950’li yıllarda, tüketicinin benlik imajı yada öz imajının ürün imajı ile olan ilişkisinin tartışılması ile başladığı ve Grubb ve Grathwoll’un 1967’de bu konudaki ilk formal model önerisini ortaya koyduğu görülmektedir (Morgan, 1993). Hatta “benliğin” tüketim fiili açısından tanımlanmasının yanında onun yani “benliğin” genişletilmesi ve tüketici-nesne ilişkisi zeminindeki bu genişletme düşüncesinin yapısının karmaşıklığı da gündeme gelmiştir (Curasi, Price, & Arnold, 2004; Kates, 2004). Joy ve Li (2012)’nin “tüketici kimliği projeleri” olarak da isimlendirdiği bu düşünce faaliyetleri, sosyoloji ve antropoloji alanlarının da açılımıyla önemli bir akademik birikim halini almıştır ve almaya da devam etmektedir.

Belk’in (1988) çalışması, halihazırda bilimsel yapı ve kullanılan metaforlar itibariyle sınırları açık olarak belli olmayan, aşkın bir yapı olarak değerlendirilmektedir (Cohen, 1989). Cohen’in değerlendirmeleri, bu çalışmanın çıkış noktası için önemlidir. Fakat, dikkat edilmesi gereken esas husus, tüketici davranışının zemininin tespiti ve bu zemin dahilinde tüketicinin inşa edilmesidir.

Bu çalışmada Belk’e ait genişletilmiş benlik düşüncesi, teorinin³ (nazariyat) inşası zemin kabul edilmek üzere ve bu inşaya ait çerçevenin içinde kalınmaya çalışarak açılmıştır. Teori inşası (Koç, 2009) ile kastedilen, dış dünya itibariyle tüketicinin davranışlarına zemin teşkil eden kavramların manzara seyri itibariyle tesis edilmesidir.

Manzara esasında seyirden anlaşılan ise, nazariyatta bir sahne itibariyle bir manzaraya iç olan suretli ismin seyridir (Koç, 2008; Koç, 2009). Nazariyatta seyredilen bir suretli isim, tüketici davranışı açısından mecazen ifade edilmek istenirse, görünen dış dünyada bir manzara itibariyle bu manzarada seyredilen bir nesneye benzetilebilir. Fakat

³ Çalışmanın bundan sonraki akışında “teori” sözcüğü ile esasen “nazariyat” sözcüğü kastedilmektedir. Bu iki sözcüğün kavram olmağı itibariyle birbiri yerine kullanılması özellikle önem arz eder. Nazariyat ve teori kavramlarının ayrıntılı bir açılımı için bkz. (Koç, 2008).

nazariyatta seyredilen bir suretli isme iç olarak suretli vasıf ve suretli vasfa iç olarak suretsiz fiil düşünülürken, dış dünya itibariyle seyredilen bir isim suretsizdir dolayısıyla bir içe de sahip değildir. Elbette dış dünya itibariyle seyredilen bir nesnenin iç dünya itibariyle algısından ve bu algı itibariyle gerçekleşen bir idrakten bahsedebilmek için algılanan nesnenin “dil’de” var olan tesisinin zihne aktarılması meselesinin incelenmesi gerekmektedir. Dış dünya itibariyle “tüketicinin” ya da daha geniş bir ifadeyle “rasyonel iktisadi bireyin” fiziksel olarak edindiği bir nesnenin bir isimde müteşekkil olması ve bu teşkilin “dil” yoluyla zihinde tesis edilmesi olarak kısaca açılanabilecek bu düşüncenin daha ayrıntılı olarak işlenmesi, nazariyat itibariyle tüketicinin kim olduğu sorusunun da cevabını bulmakta bize daha kuşatıcı bir zemin kazandıracaktır.

“Açmak” fiili teori itibariyle “içli” olanın teşrih edilmesidir. Dolayısıyla “açmak” ile ifade edilen sözcük, mesela analiz veya kritik (critique) kelimesine karşılık kullanılamaz (Koç, 2009). Genişletilmiş benlik düşüncesinin içerdiği kavramlar itibariyle, teorideki tesisinin açılabilmesi, teoride basit ve içli olarak bulunanın teşrih edilmesi ile mümkün olabilir. İlerleyen bölümlerde, genişletilmiş benlik düşüncesine ait sözcükler, kavramların teorideki tesisleri açısından, basit ve içli suret olarak kabul edilmek suretiyle açılmıştır. Genişletilmiş benlik düşüncesini ortaya koyan sözcükler, teori itibariyle basit ve içli suret olarak kabul edilmeksizin yapılacak bir açılımın çalışmanın tafsil edilmesinden ibaret kalacağı düşünülmektedir.

Belk’in düşüncesi itibariyle ortaya konan genişletilmiş benlik kavramı, kısaca ifade etmek gerekirse, dış dünyaya ilişkin nesnelere ait içte oluşan algının benliğe eklemlenmesi olarak tanımlanabilir. Söz konusu eklemlenmeye tabi olanların benlikte teşhis edilebilmesini sağlayacak mekanizmanın ise Belk tarafından ortaya konduğu söylenemez. Bu açıdan, benlik kavramının teorideki inşasının önceliği zemin olarak kabul edilmeden, dış dünyaya ait nesnelere ilişkin herhangi bir şeyin algısının benlikte teşhis edilebilmesini sağlayan bir mekanizmanın ortaya konulması ise mümkün görünmemektedir.

Belk’in düşüncesinde, dış dünyaya ait nesnelere ilişkin algının içte inşa edilebilmesi ve bu inşanın teşhis edilebilmesi, düşüncesinin dayandığı zemin itibariyle hatalı görünmektedir. Bu husus, iç olarak yer ve dış olarak yer kavramlarına istinaden açılmıştır.

Bu incelemenin eleştiri açısından kullanmaya çalıştığı yöntem, eleştiriye tabi olan kavramın teori inşası itibariyle açılmasıdır. Kavram sözcüğü ile, "bir objenin zihindeki tasavvuru" ifadesi anlaşılmaktadır (Öner, 2013, s. 31). Böyle bir açılımın, bütünü parçalarını ayırmak olarak görülmemesi gerekir. Çünkü, teori itibariyle mürekkep bir bütün düşünmek imkan dahilinde değildir (Koç, 2009). Aksi takdirde genişletilmiş benlik düşüncesinin eleştirisinin dayanacağı zemin ortadan kalkar.

Teorinin inşasının, kavramın epistemolojik ve ontolojik bağlamından koparılmaması yardımıyla gerçekleşeceği düşünülmektedir. Genel itibariyle belirtmek gerekirse, genişletilmiş benlik düşüncesi ve mevcut itibariyle yaygınlaştırılmaya çalışılan "tüketici kültürü teorisi" (consumer culture theory) çalışmaları esas itibariyle, kullandığı kavramların bütünü ontolojik veya epistemolojik bağlamlarından soyutlamaktadırlar. İlerleyen bölümlerde açılmaya çalışıldığı üzere, bu bağlamın koparılmasında, genişletilmiş benlik düşüncesinin dayandığı felsefi esas önemli rol oynamaktadır. Bu çalışma aynı zamanda bu soyutlama sebebiyle ortaya çıkan belirsizlik ve tutarsızlıkları açığa çıkarmak amacındadır. Bu manada düşünüldüğünde, sözcüklerin aşağıdaki farklı başlıklar altında kavram itibariyle açılmaya çalışılması, bizi onların var olabilecek ontolojik ve epistemolojik bağamlarını da tekrar düşündürmeye itecektir.

Belk'in düşüncelerinin eleştirisi üzerine kurgulanan bu çalışmanın, birinci bölümünde Belk'in çalışmasının kısa bir özeti verilmektedir. Eleştirinin esas alındığı bölümler olan, "metafora olarak consumer" ve "genişletilmiş benliğin kavramsal eleştirisi" başlıkları altında ise, iki temel kavramın nazariyat itibariyle açılımı hedef almaktadır. Sonuç kısmında söz konusu eleştirinin yol açabileceği bazı çıkarımlara değinilmektedir.

2. Genişletilmiş Benlik'in⁴ İncelenmesi

Tüketici araştırmalarını farklı bir mecraya yönlendiren, tüketici kültürü teorisi araştırmalarının üzerine inşa edildiği zemin konusunda bir temel noktadan bahsedilmişti: tüketici-nesne ilişkisi. Bu bölümde, bu ilişkiyi farklı açılardan değerlendiren önemli bir çalışma incelenmektedir: Russell W. Belk'in (1988) "Possessions and the extended self" adlı makalesi.

⁴ Belk'in çalışması önemli derecede hacimli bir çalışmadır ve bu çalışmayı Özer (2014) incelemektedir. Fakat, Özer'in temas etmediği noktalara değinmek ve sonraki bölümlerde yapılacak eleştirilere zemin oluşturması dolayısıyla kısmen böyle bir incelemenin ortaya konulması uygun görülmüştür.

Genişletilmiş benlik kavramının çıkış noktasını Belk, William James'in 1890 tarihli "The Principles of Psychology" kitabındaki şu sözlerinden alıntı yaparak ortaya koymaktadır: "Sahip olduklarımızı (possessions) bizi çağrıştıran şeyler olarak tanımladığımızda kendimizi de onların (sahip olduklarımızın) bir toplamı olarak görebiliriz (Belk, 1988).

Belk çalışmasının amacını, benlik algısı ile sahip olunanlar arasındaki ilişkinin incelenmesi olarak görmektedir. Bu ilişkiyi incelemenin yalnızca tüketici davranışının önemini anlamada yardımcı olmakla kalmayıp, insan varlığı olarak sınırlı varoluşumuz içerisinde, genişletilmiş benliğimizi anlamamıza da yardımcı olacağını belirtmektedir (Belk, 1988).

Belk (1988), çalışmasından önceki tüketim araştırmalarına ait olan benlik kavramını görmezden geldiğini, çünkü tüketim araştırmalarında yapılan benlik algısı çalışmalarının; nesnenin algılanan vasıfları ile benliğin algılanan vasıfları arasında bir benzerlik bulmaya çalıştığını ifade etmektedir. Belk, bu ve benzer sebeplerden dolayı, mevcut çalışmasını diğer çalışmalardan esasa ait (substantially)⁵ farklar nedeniyle farklı bir araştırma olarak görmektedir.

Belk, bazı ampirik çalışmalara dayanarak fiziksel olarak sahip olduklarımıza kimliğimizi empoze edebileceğimiz gibi, yine fiziksel olarak sahip olduklarımızın da kimliğimize empoze olabileceğini söylemektedir. Bu düşünce bizi, "benim" dediğimiz bir şeyi, "ben" demeye inandırmaya götürecektir (Belk, 1988, s. 141).

Belk, tesis etmek istediği "empirik ben'i" bir zemine dayandırmak istemektedir. Bu yüzden ampirik bulgulara dayanarak, sahip olduklarımızı sadece benliğimizin bir parçası olarak değil, fakat bunun yanında benliğimizin gelişimini sağlayan bir araç olarak da görmemiz gerekliliğini dile getirmektedir. Belk, benlikte gerçekleşen genişlemenin, beraberinde

⁵ "Substantially" sözcüğü Türkçe'de "esasen, ciddi olarak, gerçekte" gibi sözcüklerle karşılanmaktadır. "Substantially" sözcüğü, Latince "substance" sözcüğünden türemekte ve bu sözcük de "sub (alt)" ve "stare-stand- (ayakta duran)" sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Belk'in, genişletilmiş benliğe mahsusen bir zemin oluşturmaya çalışması sebebiyle, bu çalışmada "substantially" sözcüğünü, çalışmanın içeriğine de paralel olarak "esasa ait" sözcüğü ile karşıladık. Bunun yanında "substantially" sözcüğüne karşılık olarak mesela "altta duran" sözcüğü de kullanılabilir. Özellikle bu sözcüğü "altta duran" sözcüğü ile karşıladığımızda, gerek Belk'in benliği tesis ederken onu hangi suretle tasvir ettiğini, gerekse de "consumer" sözcüğünün geniş manada nasıl bir kavramlaştırmanın ürünü olduğu rahatlıkla görülebilecektir.

istenmeyen veya gönülsüz bir biçimde, benlikte azalmayı veya eksilmeyi de getireceğini söylemektedir (Belk, 1988, s. 142).

Belk, insanın zamanını ve dikkatini yönlendiren fiziksel bir enerjiyi, nesnenin içine geçirdiği⁶ belirterek, bu iç geçirme sonucunda ortaya çıkan ürünün benliğimizin bir parçası olarak görülmesi gerektiğini çünkü bu ürünlerin benliğimizden kaynaklanan ve orada büyüyen (filizlenen) şeyler olduğunu dile getirmektedir (Belk, 1988, s. 144; Hodder, 2011).

Belk, genişletilmiş benliğin üç fonksiyonu olduğundan bahsetmekte ve bu fonksiyonların felsefi temellerini de Sartre'ın felsefesine dayandırmaktadır. Bunlar; sahip olmak (having), yapmak (doing) ve olmaktır (being). Sartre, bir şeye sahip olma isteğinin tek nedeninin benlik algımızı genişletmek olduğunu ve bizim kim olduğumuzu bilebilmenin tek yolunun ise neye sahip olduğumuzu gözlemlemekle gerçekleştirebileceğini belirtmektedir. Bir nesne, sahip olunan bir şey haline geldiğinde "benlik" ve "benlik olmayan" sentezlenir ve "sahip olmak" ve "olmak" birleşmiş olarak görünür⁷ (Belk, 1988, s. 146).

Esasen bakıldığında, bu üç fonksiyonun icra edilme tarzlarını bilmek gerekmektedir. Belk'in düşüncesine mahsusen, benliğin (genişlemek suretiyle) nasıl dışa uzanacağını yollarını da bulmak zorunluluğu mevcuttur. Bu suretle Sartre'ın düşüncesinde, bir nesneyi benliğin bir parçası olarak görebilmek için üç yol bulunmaktadır (Belk, 1988, s. 150).

Birinci yola göre, nesneyi kişisel kullanımımız için uyumlaştırmak veya kontrol etmek suretiyle nesne üzerinde kurmaya çalıştığımız hakimiyet, o nesnenin bizim bir parçamız haline gelmesini sağlar. (Belk, 1988, s. 150). Benliği genişletmenin ikinci yolu, herhangi somut bir nesneyi veya fikri yaratmaktır. Antropolojik bulgularda ve Locke'un politik felsefesinde

⁶ Belk'in çalışmasında kullanılan haliyle (we invest "psychic energy" in an object) cümlesindeki "invest" sözcüğünün Türkçe'de kullanılan yaygın karşılığı "(finansal olarak) yatırım yapmaktır". Latince "invest" sözcüğü "in" ve "vestire" sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Bu suretle, "in" sözcüğünün anlamı olarak "iç" ve "vestire" sözcüğünün anlamı olarak da "clothe in (giydirmek), surround (çevrelemek)" sözcükleri kullanılmaktadır. Bu çalışmada, Belk'in düşüncelerine paralel olarak "yatırım yapmak" kavramının yerine, insanın sahip olduğu enerjinin nesnenin içine geçirilmesine, nesneyi çevrelemesine (sarmasına) imkan verecek anlamı kazandıran "iç geçirmek" sözcüğünün daha uygun olacağı düşünülmüştür. Yani iç geçirilen enerjinin nesne suretinde görünmesi anlamını vermesi şeklinde.

⁷ Bu cümleden olmak üzere Belk'in, Hegel'e ait dialektiği ve dialektik mantığı de temele aldığı fark edilebilir. Hegel dialektiği ve bunun üzerine inşa edilen genişletilmiş benlik, varlık ve yokluğun sentezi eleştirisi esas alınmak suretiyle açılabilir, fakat bu çalışmada bu hususa değinilmemiştir.

karşılığını bulan bu düşünceye göre; bir şey maddi veya soyut olarak yaratıldığında, onu yaratan kendi kimliğini, yarattığı varoluşun içine dahil eder. Belk'e göre benliği genişletmenin son yolu, Sartre'ın ifadelerine nispetle şu şekilde ifade edilmektedir: Bilinen bir obje ister bir kişi olsun, ister bir nesne veya isterse bir yer, bilen ve bilinen arasındaki bilme ilişkisi, o nesneye sahip olmak konusundaki cinsel veya bedensel bir arzu (istek) tarafından ortaya çıkar (Belk, 1988, s. 150).

Bazı sahip olunanlar, diğer sahip olunan şeylere nazaran daha merkezi bir role sahiptir. Bu merkezi role sahip şeyler, çekirdek benlik etrafında eş merkezli olarak yayılan bir oluşum halindedir. Belk bu hususu, benliğin başka bir özelliği olarak görmekte, bireylerin benlik algısına ait safhalar⁸ olarak değerlendirmektedir. Bu durumu da, bizim sadece bireyler olarak var olmadığımızı, kollektif bir varlığımızın da olduğunu söyleyerek temellendirme düşüncesindedir (Belk, 1988, s. 152).

Belk, günümüz hayat anlayışının merkezi meselelerinden biri olan tüketimin “genişletilmiş benliğin inşası” yoluyla anlaşılmasının, ileriki dönemlerde yapılacak tüketim araştırmalarının sınırlarını genişletecek bir potansiyele sahip olabileceğini belirtmektedir (Belk, 1988, s. 160).

Belk'in (1988) çalışmasına, düşüncesinin temellerini üzerine attığı zemin, esaslar ve kavramlar itibariyle bakıldığında özetle, “sahip olduklarımız bizim kim olduğumuzu belirler ve bu durum tüketici davranışının en temel ve kayda değer gerçeklerinden biridir” şeklinde bir özetleme yapılabilir (Cohen, 1989).

3. Matafora Olarak Consumer⁹

Tüketici davranışını açıklamak ve anlamak konusunda var olan parçalanmışlığı bir bütün halinde temellendirebilmek ve tüketici davranışının altında yatan (substantia) zemini anlayabilmek için, bu

⁸ Benlik algısına dair safhaların, bu çalışmanın eleştiri olarak esasını teşkil etmemesi dolayısıyla ayrıntıya girilmemiştir. Benlik algısına ait safhaların ayrıntıları hakkında daha fazla açıklama için bkz. (Özer, 2014).

⁹ “Consumer’ı” sözcüğün ait olduğu dilin kendi anlamı, genişletilmiş benliğin ve bütün tüketici davranışı teorilerinin üzerine inşa edildiği ortak zemin itibariyle incelenmek istendiği için metin içerisinde “consumer” sözcüğü kullanılmıştır. Bu durum çalışma içerisinde, okumanın akışı için olumsuz bir durum oluşturmakla beraber çalışmanın kavramsal açıdan inşa edilebilmesi için bir gereklilik oluşturmaktadır. Ayrıca ifade etmek gerekir ki, çalışma içerisinde kullanılan “tüketici” kavramının da, aksi belirtilmedikçe bu bölüm içerisinde açıklaması yapılan Latince anlamına karşılık olarak kullanıldığı belirtilmelidir.

davranışın sahip olduğu heterojenliğin ve sürekli değişen karakterinin arkasındaki veya zeminindeki evrensel olanı tanımlamak gerekmektedir (Bagozzi, 2006). Bagozzi bu düşüncesinin temellerini, ünlü filozof Leibniz’in “insanda var olan psikolojik birlik” veya “insanın içinde var olan öz” olarak belirttiği düşüncesinde bulmaktadır. Tüketicinin davranışlarının zemininde var olan bir “bir’lik” olduğu düşüncesi kayda değer ve üzerinde önemle durulması gereken bir düşüncedir.

Tüketiciye ait davranışın zemininin tesisi esasen bir soruya gönderme yapmaktadır: “Gerçeklik bireyin dışında ve bireyden bağımsız olarak mı araştırılır (vardır) yoksa bireyin bilincinin bir ürünü olarak mı araştırılır (vardır)?” (Shankar, Elliott, & Goulding, 2001). Bu soru, “tüketiciyi” nazariyat bakımından irdeleyebilmek açısından öne çıkan anlam arayışlarının ne olduğu sorusunu düşündürmektedir. Çünkü yukarıda ortaya konulan soruya felsefe tarihinde de henüz net bir cevap verilebilmiş değildir. Fakat bahis konusu bu düşünce, Belk’in genişletilmiş benliğini açıklamak ve anlayabilmek için üzerinde durulması gereken bir düşüncedir.

Genişletilmiş benlik düşüncesinin zeminini ve esasını anlayabilmek için öncelikle geniş manada “tüketici” kavramından ne anlaşıldığının açıklığı kavuşması gerekir. Bu suretle, söz konusu eleştirinin zemini, nazariyat itibarıyla tüketicinin kavramsal olarak tesis edilmesidir. Ayrıca, Belk’in düşündüğü manada tüketicinin, nazariyatta tesis edilmesi; beşer’e yani homoya ait dış dünyadan alınan bir nesnenin, yine beşer’e ait benliğe nakledilmesi icraatının nazariyat itibarıyla açılmasını gerektirir. Ayrıca yine nazariyat itibarıyla nesne teşkili hususu da önem arzeder.

Duralı’ya göre; Varlıklar kavramlar, varolanlarsa, olaylar yahut süreçler biçiminde tezahür ederler. İnsan, dış dünyada karşılaşım duyularla algıladığı varolanları aklında ışılan uygun kavramlarla buluşturmak suretiyle keşfeder (Duralı, 2011). “Tüketim nasıl oldu da antropolojik bir alan haline geldi?” sorusuna, Graeber (2011), “consumption’ın” ne olduğu ve “consumer’ın” kim olduğundan hareketle bir cevap aramakla başlamıştır. Graeber incelemesine, “consumer” sözcüğünün etimolojik kökeni üzerinden başlamaktadır. İngilizce “to consume” sözcüğü, Latince “con-sumere” sözcüğünden türemektedir (Graeber, 2011). Fakat Graeber, “con-sumere” sözcüğündeki “sumere” sözcüğünün “sub” ve “emere” sözcüklerinin birleşiminden kaynaklandığına değinmemektedir.

“Sub” sözcüğünün Türkçe’deki karşılığı “yer olarak alt” demektir, “emere” sözcüğünün Türkçe’deki karşılıkları ise “almak, koymak”, “co-” öneki ise “birliktelik” anlamına gelmektedir. Yani Türkçe’de tam manasıyla karşılık verilmeye çalışıldığında, “consumer’a” karşılık olarak “alt olarak yer ile alta alan’ın birlikteliği” şeklinde bir karşılık verilebilir. Bu manada düşünüldüğünde, burada kısaca “consumer” sözcüğüne Türkçe’de kısaca, “alta almak” fiilini yada icraatını gerçekleştiren olarak “alta alan”, “alta koyan” şeklinde bir karşılık vermek mümkün olabilir. Elbette böyle bir karşılık Türkçe’de “tüketici” olarak adlandırılan sözcüğe yüklenen anlamı karşılıyor değildir. Fakat “consumer” sözcüğü, kendi dilinde ve nazariyat itibariyle kavramın yüklendiği bağlamda anlaşılmaya çalışıldığında, Türkçe’deki anlamının bu şekilde olması gerektiği sonucuna varılması gerekir. Bu husus aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca “alt olarak yer ile alta alan’ın birlikteliği” anlamına da, “consumer’ın” bir “substratum” olarak değerlendirilmesi açısından aşağıda temas edilmiştir.

“Matafora olarak consumer” ifadesi ile nazariyat cihetinden “consumer’ın” zemininin incelenmesi kastedilmektedir. Aşkın’ın¹⁰ bir sahne itibariyle seyrettiği bir nesne¹¹ ve bu nesnenin seyir suretiyle idraki nazariyata mahsus sarfetme icraatının açılması yoluyla mümkündür. Aşkın, nazariyata mahsus “consumer’dır”.¹² “Nazariyata mahsus consumer” ifadesi ile nazariyata mahsus bir nesnenin sarfedilmesi icraatının

¹⁰ Burada “Aşkın” ile; olağan yaşama sürecinde doğrudan tecrübe, bilimdeyse deney verisi olmayan; sezginin yahut duyguların iletildiği, akılla kavranan, değişmez görünen doğrular yahut hakikat kastedilmektedir.

¹¹ Burada “nesne” ile nazariyata mahsus nesne kastedilmektedir. Nazariyata mahsus nesne ile suretli isim ve bu suretli isme iç olarak suretli vasıf ve suretli vasfa iç olarak suretsiz fiil kastedilmektedir. Nazariyata mahsus basit manzara itibariyle, Aşkın, nazariyata mahsus bir nesneyi manzara itibariyle seyrederek, seyir yoluyla tasvir eder ve bu yolla idrak eder. Aşkın’ın nazariyat itibariyle icra ettiği bu fiile bir başka cihetten consumer’ın basit manzarayı seyir yoluyla tasviri ve idraki ve bu yolla sarfı olarak da düşünürüz. Daha ayrıntılı açıklama için bkz. (Koç, 2009)

¹² Bu ifadeyi dikkatli düşünmek gerekir. Bu cümle itibariyle Aşkın, felsefi literatür esas alınarak geniş manasıyla düşünüldüğünde, dış dünyada varolanlar ve bu varolanlara yönelik icra edilen davranışların teorik zeminidir. Bu cümleden olmak üzere esasen, “nazariyata mahsus consumer” ifadesi sadece nazariyat itibariyle bir belirlenim ortaya koymak için kullanılmıştır. Aşkın zeminde, kavram olarak “consumer” sözcüğünden bahsetmek imkanı mevcut değildir. Bu yüzden, tüketici davranışı itibariyle fiziksel varolanlara yönelik davranışı mümkün kılan yani davranışlara zemin olan nazariyat için, “consumer” sözcüğü yerine farklı bir sözcük kullanılmalıdır. Böyle bir teklif bu araştırmanın kapsamına henüz girmemektedir.

zemininin araştırılmasını anlıyoruz. Bu sebeple Belk’in düşündüğü anlamda “consumer”; psukhe nihai zemin kabul edilmek üzere, beşer’i Aşkın’a (Duralı, 2013) dil yoluyla nakleden nesne nakledicisi ve bu nakil suretiyle benliğin inşacıları olarak düşünülür. Burada “psukhe” ile kastedilen aslen “nefs” olmakla birlikte, “nefs” sözcüğü kavram itibariyle “psukhe” sözcüğünü de içeren daha geniş bir anlama sahiptir. Bu yüzden “consumer’a” zemin olarak “psukhe” sözcüğü kullanılmıştır (Koç, 2008; Koç, 2009).

Belk’in düşündüğü manada, nazariyata mahsus benlik inşacıları olarak consumer bir metafora olarak düşünülür. Metafora yani Türkçe’deki okuyuşuyla “metafor”, Türkçe’de “mecaz” olarak bilinmektedir. “Metaphor” sözcüğü aslen Grekçe “meta” ve “pherein” sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır. “Meta” sözcüğüne Türkçe’de karşılık olarak “öte”, “pherein” sözcüğüne karşılık olarak ise “taşımak” verilebilir. “Metafora” ise denizcilikte bir nesneyi denize salmak veya denizden bir nesneyi almak için kullanılan bir nakil aracıdır (Koç, 2009). Bu açıklamalar ışığında mecazen ifade edilmek istenirse “metafora olarak consumer”, homo’nun yani beşerin dış dünyadan aldığı bir nesneyi “alt olarak yere” taşımalarının suretidir.

Bu manada düşünüldüğünde “metafora olarak consumer”, mecaz esaslı bir nesne taşıyıcısı ve bu nesnelerin algılanması cihetinden bu algılamaya ilişkin anlamların kavramlaştırılması itibariyle benlik (kimlik) inşacıları denilebilir. Bu hususta şöyle de söylenebilir; “consumer”; psukhenin, dış dünyadan algılama yoluyla edindikleri itibariyle kendisini (self) inşa etme cihetidir. Burada esas olan husus, yer itibariyle geçişliliklidir. Aksi takdirde nazariyat itibariyle, geniş manada iktisadi bireye ait nisbete dayalı rasyonel esasların kurulabilmesi imkanı bulunmaz.

Belk’e göre, “alta almak” yada “alta koymak” fiilini icra eden “metafora olarak consumer’ın”, “dış dünyadan” bir nesneyi alması ve “alt olarak bir yere” koymasından bahsedilir. Belk’in bahsettiği manada “biz neye sahipsek o’yuz” düşüncesinin esasını, “consumer’ın” benliğini, “dış dünyayla” eşleştirmesi olarak düşünürüz. Bu manada bakıldığında “consumer’ı”, “iç olarak yer” ve “dış olarak yerin” birbirine itibari esasta bağlandığı “rasyonel bir mekanizma” ya da diğer deyişle “bir nesne nakledicisi suretinde metafora” olarak düşünmemiz gerekir. Çünkü “consumer “,

nesne ile nisbetli bir alaka yürütmeksizin, benlik nesne olarak, nesne de benlik olarak görülemez.

Burada “iç olarak yer” ve “dış olarak yer” ifadelerine açıklık getirmek gerekir. Çünkü “consumer’a” ilişkin davranışa zemin olan “bir yer” tesis edilmeden, yerler itibariyle geçişliliği anlayabilmek ve “kavram olarak consumer” ifadesinin nazariyat itibariyle açabilmek imkan dahilinde görünmemektedir.

Koç, “iç olarak yer” ve “dış olarak yer” kavramlarını “düz topografya” esasında ve “iç topografyası” esasında olmak üzere iki esasta incelemektedir: Mesela “ev’in iç’i’nin, ev’in dış’ı ile münasebet’i”, mimariye mahsus “iç ve dış münasebet’i” bakımından örnek oluşturur. Bu manada “iç” ve “dış”, esasen “yan’yan’a’dır”. Yani, “ev’in iç’i” ve “ev’in dış’ı”, “düz topo-graphia” itibariyle “yan’yan’a’dır”; arada, mesela “duvar” bulunarak (Koç, 2009). “İç topografyası” ise “nazariyat’a” mahsustur.

Bu manada Koç’un “iç topografyası” ile ne anlatmak istediğini anlamak için yine kendisinin yazdıklarından örnek verilebilir:

...Mesela bir “şahıs”, bir “ev’de’dir”. Bu “şahıs”, “ev’e iç” olarak görülemez. Aksi takdirde, “şahs’ı”, “ev’e” mahsus “nitelik’ler’e” bağ’lamak” gerekir; yani, “şahs’ın sureti, ev’dir” demek icab eder ki, bu uygun değildir. “Konum ilişki’si”, yani “yer” itibariyle düşünülen “ilişki”, bu manada bir “bağ’lantı” olarak kabul edilemez. Bahis konusu “şahıs”, “ev’e iç” değildir; ancak “ev’de’dir”, yani “ev’in iç’i’nde’dir”; “şahıs”, bu manada, “ev’in kayd’ı altında” olarak düşünülür (Koç, 2008, s. 111).

Geniş manada, “metafora olarak consumer’ın” yani “alta almak fiilini icra eden’in”, benliği nasıl tesis ettiğini anlayabilmek için Koç’un yukarıda bahsedilen iç ve dış topografya anlayışını esasa almak gerekir. Belk’in çalışmasında, altını önemle çizdiği “neye sahipsek, o’uz” düşüncesi, benliği bizzat parçalardan mürekkep bir bütün haline getirir. Bu durum da şöyle düşünmek gerekir; “consumer” dış dünya itibariyle gün içinde yediği, içtiği, satın aldığı, izlediği her şeye ait algıları, kısacası sahip olunanları, benliğini inşa etmek için kullandığı bir parça olarak görmektedir. Bu parçaların her birinin toplamı da bir bütün olarak benliği oluşturmaktadır. Yani Koç’un düşüncesine göre Belk değerlendirilmeye çalışıldığında, “metafora olarak consumer” marifetiyle “yer olarak alt’a” nakledilen dış dünyaya ait nesnelere karşılık gelen algıların terkibi,

"benliğe iç" olarak düşünülür. Başka bir deyişle benliğin bileşenleri olarak düşünülür.

Özel'de Belk'in genelde ise rasyonel iktisadi bireye mahsus davranışın zemininin ortaya konduğu söz konusu düşüncenin nazariyat itibariyle herhangi bir anlam ifade etmediğini gösterebilmek için Çitil'in düşüncelerine değinmek gerekmektedir:

Tikel nesne, tümel nesnenin tesis ve idraki üzerinden tefrik edilmekte ve bireysel bir bütün oluşturmaktadır. Tikel a posteriori nesnenin bireysel bir bütün olarak tesisinde ve idrakinin zemininde, içsel olarak ait bulunduğu tümel nesne yer almaktadır(Çitil, 2012).

Çitil'in bahsettiklerinden anlaşılın o dur ki; dış dünyaya ait bir nesnenin içte tesis edilmesi için öncelikle, bir iç topografyası tesis etmek gerekmektedir. Bu hususta parçayı, yani Belk'in belirttiği manada gün içinde sahip olunanaları bütüne, yani "benliğe iç" olarak düşünmek, parçanın suretini bizatihi bütün olarak görmeyi gerektirir. Mesela, "ayak", "beden'dedir". Ancak "ayağı", "beden'e iç" olarak düşünemeyiz, aksi takdirde, "ayağın suret'i, beden'dir" demek gerekir ki, bu mümkün değildir (Koç, 2008, s. 111).

Öyleyse Belk, geniş manada kavram olarak "consumer'ı"; düz topografya itibariyle "altta duran benlik" suretinde bir yapı olarak inşa etmektedir denebilir. Belk'in, yukarıda açıklanan manada "consumer'ı" anlama biçimi kendi açısından tutarlı görünse bile, "consumer" ve "benlik" sözcüklerinin anlamları itibariyle bu düşünce pek mümkün görünmemektedir. Çünkü "consumer" öncelikle nazariyatta tümel olarak teşkil edilmeden, dış dünyaya mahsus varolanlar itibariyle tikel a posteriori olarak tesis edilemez. Belk'in çalışmasında bu manada bir tesisin veya bu tesise ilişkin bir zemin araştırmasının eksikliği göze çarpmaktadır.

Nazariyata mahsus tümel nesnenin tesisi hususunda Çitil (2012)'in aşağıdaki ifadeleri de Belk'in düşündüğü manada bir benlik tesisinin esasen zeminsiz olduğunu ortaya çıkarır:

Aristoteles'in, ampirisistlerin ve Hegel'in sorgulamaksızın aşikâr olarak kabul ettikleri ve tüm görüsel karşılıklara atfen kullandıkları "bu şey" in zemininde esasen aklın tümel nesne tesis etme faaliyeti yer almaktadır. Ve aklın tümel nesneyi tesis edişi tamamen kuşatılmadan, tecrübenin ortaya çıkışını temellendirebilmek mümkün olamaz. Ampiristler, tikel olanın,

aklın tesis ettiği bir tümele ait olmaksızın bireysel bir bütün olarak mevcut olduğunu ve tümel olanın tikel olan bu nesnelere gruplandırılması yada listelenmesi yoluyla elde edilebileceğini düşünerek temel bir yanılgıya düşmüşlerdir. Tümel ile tikelin sahip oldukları bütün-parça ilişkisi dikkate alındığında, dışsal parçaları itibariyle ayırt edilebilir olan unsurların listelenmesinin ya da gruplandırılmamasının tümeli tesis edemeyeceği aşikârdır... (Çitil, 2012, s. 84).

Belk, “consumer’ın” sahip olacak olduklarına nasıl bir kuvvetle uzanacağı ve bu kuvveti sarf eden olarak da kuvveti nerden alacağı ile ilgili olarak da herhangi bir açıklama getirmemektedir. “Consumer”, “kuvveti bizatihi kendisinde olan” ya da başka bir deyişle “kuvveti kendisinden kaynaklanan” bir nesne olmadığı için alta koymak fiilini icra eden olarak, sarf ettiği kuvvetin de dayandığı bir zemini ve esas olmalıdır. Aksi takdirde “consumer”, yaptığı icraat itibariyle muallâk bir zeminde fiil icra eder. “Consumer’ın” icra ettiği “yapmak” fiilinin, Belk’in çalışmasında belirttiği üzere antropolojik esasta ve zeminde incelenmesi, “consumer” vasıtasıyla inşa edilen benlik fikrini zamanın kaydı altında olan bir olgu haline getirir.

Belk’in düşündüğü manada “consumer’ın” düşünsel zeminini Aristoteles’de bulmak imkanı mevcuttur. Aristoteles, tözü, bir şeyi o yapan şey olarak tanımlamaktadır (Aristoteles, 1993, s. 6). Buna yakın bir ifadeyi Heidegger de kullanmaktadır. Heidegger’e göre, “bizatihi varolan bir varolanın varlığını ifade eden terim substantia’dır”. Bu terim, bazen “töz” anlamındaki varolanın varlığını (yani tözselliği), bazen de bizatihi varolanın kendisini (yani tözü) ifade etmektedir. Substantia’nın bu ikili anlamı (ki Eskiçağda “ousia” kavramı da aynı ikillige sahiptir) hiç de tesadüfi değildir (Heidegger, 2011, s. 93).

Geniş manada “consumer’ın” kim olduğu sorusu Aristoteles’in “öz” veya “dayanak” düşüncesine göre açılmak istediğinde şunlar düşünülür: “Alta alan” veya “alta koyan” olarak “consumer”, bütün değişmelere karşın sabit olarak, yani “tükenmeyen tüketici” veya “sarf olmayan sarfedici” gibi bir töz niteliğinde düşünülebilir. Böyle bir düşünce “consumer” açısından mümkün değildir, çünkü “consumer’ın” böyle bir niteliği kendinde haiz değildir. Adeta bir cevher olarak düşünülecek “consumer”, hem “alta aldığı yer’in” kendisi, hem de “alta almak fiilini icra eden” olamaz. Böyle bir düşünce “consumer’ı”, benlik suretinde görünür olan bir töze indirger ki, bu mümkün değildir.

Consumer'ın kim olduğuna dair araştırmanın nazariyat açısından zemininin tüketici-nesne (consumer-object) temelindeki esaslarını ortaya koyan "substantia" sözcüğü, Belk'in düşündüğü manada "consumer'ın" ve genişletilmiş benlik düşüncesinin de dayandığı temel esastır. Öyle ki, Duralı (2011:88); aklın nesneleştirdiği karşılaşılanı özüne taşıdığından bahsetmektedir. Burada nesnenin taşınan olduğunu belirterek, Ortaçağ Latincesinde "nesne'ye" obiectum denildiğini, obiectum'u alan, üstlenen akıl varlığının subiectum olarak adlandırıldığını ve bu suretle obiectum'u yani nesneyi düşünen, böylelikle içselleştiren'in özne yani subiectum olduğunu belirtmektedir. Şüphesiz "subiectum" sözcüğünün yukarıda "consumer'ın" anlamı itibariyle belirtilen "sub" ve "emere" sözcüklerinin kökleri itibariyle aynı olması bir tesadüf olarak görülemez.

Özetle belirtmek gerekirse, genişletilmiş benlik düşüncesinin, tüketici-nesne ilişkisi açısından değerlendirilmesi için, öncelikle tüketici kavramının nazariyatta tümel olarak tesis edilmesi gerekir. Bu hususla ilgili olarak, Belk'in çalışmasında böyle bir kavram tesisinin yapılmadığı görülmektedir.

4. Genişletilmiş Benliğin Kavramsal Eleştirisi

Bu bölümde, nazariyat itibariyle benliğin genişleyip genişleyemeyeceği incelenmeye çalışılmıştır. Türkçe'de genişletilmiş benlik olarak adlandırılan (Özer, 2014) kavramın öncelikle anlamı üzerinde durmak gerekmektedir. "Ex", "dış anlamındadır. "tended" ise Latince "tendere, tendo" sözcüğünden gelmektedir "uzanan" manasında.

Kavramın çevirisi itibariyle herhangi bir olumsuzluk görünmemekle beraber, "benlik" olarak algılanan ya da düşünülen şeyin veya diyelim nesnenin, genişletilip genişletilemeyeceği ya da uzatılıp uzatılamayacağı sorusunun cevabını aramak son derece önemlidir. Bu suretle, öncelikle geniş manada "uzam" (extensio) sözcüğü hakkında bilgi sahibi olmak gerekir. Çünkü Belk'in tanımlamasıyla genişletilmiş benlik anlayışı, benliğin uzamsal (spatial) olarak genişlemesini gerektirir (Belk, 1990).

Uzam (extensio) ve uzamlı (res extensa) düşüncesi konusunda Belk'in de dolaylı olarak varsaydığı, Kartezyen felsefenin söylemi kayda değer öneme sahiptir. Descartes biri ruh, diğeri madde olmak üzere iki farklı töz veya cevher kabul etmektedir. Bunlardan Ruh'un özü düşünmek ve madde'nin özü ise yer kaplamak (uzamlı olmak)'tır. Bunun için, Varlık'ın

birinci kısmı Res Cogitance (Düşünsel Şeyler), ikinci kısmı da Res Extensia (Uzamsal Şeyler) olarak anılır (Hocaoğlu, 1996; Skirbekk & Gilje, 2006, s. 252).

Heidegger, Descartes'ın bu ikili ayrımının bundan sonraki bütün “doğa ve tin” şeklindeki ontolojik ayrımların belirleyicisi olduğunu belirttikten sonra Belk'in düşüncelerine, içinde Sartre'ın da bulunduğu kabul edilen varoluşsal felsefe zemininde temel oluşturabilecek aşağıdaki ifadeleri kullanmaktadır:

Her töz, müstesna bir niteliğe sahiptir ve belirli bir tözün tözselliğinin özü bu nitelikten okunabilmektedir. Peki res corporea¹³ için söz konusu nitelik hangisidir? Buna göre cismani tözün sahih varlığı; uzunluk, genişlik ve derinlik denilen uzanımlar olup, biz ona “dünya” deriz. Extensio'ya söz konusu müstesna niteliği veren nedir? Uzanım, bahse konu olan varolanın asıl varlık konstitüsyonudur. Buna göre, öteki varlık belirlenimleri, kendileri ne iseler öyle “var” olabilmeleri için, uzanımın önceden var olması gerekir. Yani uzanım, cismani nesneye birincil olarak “tayin” edilmiş olmalıdır (Heidegger, 2011, s. 93).

Yukarıda bahsedilen fikirlerin düşündürdükleri bakımından, uzamlı'nın idrak edilebilmesi için öncelikle, uzam'ın inşasından bahsetmek gerekmektedir. Fakat kastedilen bu uzam inşası fikrini Heidegger veya Sartre gibi varolanların terkibi üzerinden bir inşa fiili veya süreci olarak anlamamak gerekir. Başka bir deyişle, tüketicinin dış dünyadan algı yoluyla edindiklerinin zihinde birincil olarak tesis edili olması gerekir. Aksi takdirde benlik, kendi sureti “iç'inde” hangi parçaların eklemlenmesi suretiyle kendisinin genişlediğini idrak edemez.

Belk'in düşüncesi nazariyat itibariyle değerlendirildiğinde iki farklı senaryo ihtimal dahilindedir. Birinciye göre “tüketici”, “benlik” suretinde bir tesis olmak durumundadır. “Tüketicinin”, “benlik” suretindeki bir tesis olduğu düşüncesi, alta almak fiilini icra eden “tüketiciyi”, “altta yatan substratum” olarak değerlendirmeyi gerekli kılar. Bu koşulda ise, “tüketici” hem altta yatan olarak “bir yer” olur, hem de alta almak fiilinin icra edildiği bir “metafora”. Yani hem uzamlı'yı nakleden araç, hem de naklettiği uzamlı'ya dayanak.

¹³ “Corporea” sözcüğü, Latince “beden” anlamına gelen “corpus” sözcüğünden gelmektedir.

İkinci senaryoya göre “benlik”, “tüketici” suretinde bir tesis olmak durumundadır. Bu takdirde “benlik” alta almak fiilinin dayanağı olarak görülmelidir. Yani “tüketici” icra ettiği alta almak fiiline ait kuvveti “benlikten” almaktadır. Çünkü “tüketici” alta almak fiilini icra ederek, “dış dünya’ya” ait uzamlıyı, “benliğe” nakledip, bu suretle “benliği” tesis etmektedir. Böyle bir düşüncede imkan dahilinde değildir çünkü hem “benliğin” kavram olarak bizzat kendisi ile çelişmektedir hem de yukarıda Çitil ve Duralı’nın belirttiği üzere, bir nesneye mahsus tümel inşası açısından benliğin varolanlar marifetiyle inşası mümkün değildir.

Belk’in düşüncelerinin zemininin dolaylı yollardan da olsa Aristotelesten kaynaklanabileceği düşünülebilir. Aristoteles’e göre, bir zıttan diğerine giden değişimler içinde bu değişimlerin dayanağı (öznesi) olan bir şey vardır (Aristoteles, 1993;3). Aristoteles’in cevher fikri itibarıyla açılması gereken genişletilmiş benlik düşüncesinin, Aristoteles’in felsefesi açısından eleştirilmesi gereken noktalarına Ülken’in düşünceleri aracılığıyla değinmek yerinde olacaktır. Ülken şunları söylemektedir:

Cevher fikri Aristoteles’in değişmeye karşı değişmezliği kurtarmak için ileri sürdüğü fikirdir. Cevher bütün değişen arazların (accident), yüklemelerin (attribut) dayandığı şey (substratum)dir. Cevher şekille maddenin sentezi ise, irca edilemez ilk olgu ve dayanak (substratum) olma gücünü kaybeder. Nitekim madde ve şekil, muhteva ve kalıp, bünye ve unsurlar, ruh ve beden bütünlüğünü parçalayarak sonradan yaklaştırmak için yapılan bütün teşebbüsler Aristoteles’de olduğu gibi başarısızlığa uğramıştır. Bunlardan en barizi Descartes’in teşebbüsüdür: Madde ve şuurun iki ayrı cevher olarak konulması sonradan ruh beden halinde aralarındaki münasebeti açılabilmesi için “parallellik” varsayışına başvurulması kendisinde ve onun izinde gidenlerde esaslı bir felsefe ve psikoloji buhranı doğurmuştur (Ülken, 2014, s. 105,120).

Bu düşüncelerden sonra özetle ifade edilmek istenirse, nazariyat açısından ister tüketiciyi isterse de benliği bir cevher olarak düşünmek ve bunları birbiri üzerine uzatarak genişletmek veya bir başka açıdan birleştirmek, mevcut kavramların tasavvurları açısından mümkün görünmemektedir.

Belk’in düşüncelerinin eleştirilmesi gereken bir diğer nokta; genişletilmiş benliğin üç fonksiyonundan biri olan sahip olmak fiilidir. Çünkü sahip

olmak fiili, beraberinde kaçınılmaz olarak kaybetme tehdidini de doğurur (Wattanasuwan, 2005). Bu durum, yukarıda da bahsedildiği gibi “benlik” fikrini iptal eder. Kavramsal olarak anlamı, “bizatihi kendisi” demek olan “benlikten”, bir şeyin kopması veya eksilmesi düşünülemez. Bu fikir, Ferraro ve arkadaşlarının kısmen ortaya koyduğu gibi, sahip olunanlar ve benlik arasındaki bağlantının teşrih edilmesi yoluyla daha ayrıntılı olarak tartışılabilir (Ferraro, Escalas, & Bettman, 2011).

Bir sözcüğün kavram itibariyle karşıtını düşünmeksizin kuşatıcı bir kavramsallaştırma yapılması mümkün değildir (Koç, 2008). Bu manada “benliğe” ilişkin olarak “dışa uzanan” sıfatı yüklenebiliyorsa, aynı zamanda “içe kapanan” “benlik’ten” de bahsetmek gerekir. Geniş manada “consumer’ın” naklettiklerine (dış dünya itibariyle algılananlara) ait yer (topos¹⁴) araştırmasının başlaması gereken nokta burasıdır.

Belk’in bahsettiği manada benliği genişletme fikrinin geniş manada “yer” düşüncesi itibariyle açılması gerektiğinde, “iç olarak yer” ve “dış olarak yer” konusuna değinilmesi gerekir. Aksi takdirde benliğin bir yerden bir yere uzanması yada genişlemesi düşünülemez. Yukarıda da bahsedildiği üzere “ex” dış anlamındadır. Bu manada düşünüldüğü takdirde, Belk’in düşüncesine mahsusen, “benliğin,” iç olarak bir yerde” mukim iken yani yer tutmuş yada mekan kaplamış iken, “dış olarak bir yere” uzandığının tasavvur edilmesi gerekir.

Bu manada düşünüldüğünde, “benliğin” kendisi “bir iç olarak yer” suretinde görülemez, eğer hal böyle olsaydı “iç olarak yer”, “benlikten” ayrılamazdı. Diğer bir alternatif olarak “benliğin”, “consumer olarak yer’den” “dış’a” uzandığı düşünülebilir, çünkü Belk’in açıklamalarına mahsusen başka bir çıkış yolu bulunmaz. Fakat bu durumda, sözcüğe yüklenen kavram itibariyle bir çelişki oluşur. Alta almak fiilini icra eden olarak consumer, “alt olarak bir yer’dir” demek mecburiyeti doğar. Fakat, “alt olarak bir yer’den”, “üst olarak bir yere uzanılır”, “dış olarak bir yer’e” değil. Dolayısıyla bu şekildeki bir düşünce de, bizi “benliğin”

¹⁴ Burada “yer” kelimesi “space, place, surface” gibi sözcüklerle karşılanmamıştır. Geniş manada “topos” (Koç, 2009) sözcüğü “iç olarak yer” ve “dış olarak yer” kavramlarına da karşılık gelmek üzere kullanılmıştır. Bu manada Paylan (2015)’in “yer” sözcüğüne karşılık olarak “space” sözcüğünü kullanması düz topografyaya ait yere karşılık gelmektedir. Paylan (2015)’in bu kullanımı bu yönüyle eleştirilebilir.

mekan tuttuğu "iç olarak yer'e" götürmez. Dolayısıyla Belk'in öncelikle "benliğin" içinde olduğu bir "iç olarak yer" inşa etmesi gerekir.

Bir an için, benlik cevher olarak kabul edilsin ve "cevher olarak benliğin", "iç olarak bir yer'den", "metafora olarak consumer" marifetiyle "dış olarak yer'e" yani dış dünyaya uzandığı farz edilsin. Bu suretle tasavvur edildiğinde dışa uzanma kuvvetinin dayanağı "cevher olarak benliğin", "içe kapanma" (intensio) fiilini de icra etmesi beklenir, aksi takdirde "cevher olarak benliğin", dışa uzanan fakat içe kapanamayan olarak kısmi fiil icra ettiği söylenmek zorunda kalınır. Fakat böyle bir düşünce cevher fikri açısından mümkün değildir, çünkü bir cevher kısmi kuvvet sarf etmez (Koç, 2009). Yani sarfedilen kuvvet açısından da benlik cevher olarak görülemez.

Özetle, Belk'in "iç olarak yer" ve "dış olarak yer" kapsamı içerisinde "benlik" ile ilgili herhangi bir "iç-dış" münasebetinden bahsetmediği görülmektedir. "İç olarak yer" ve "dış olarak yer" kavramları birbirine nispet edilmeden yapılacak bir genişleyen benlik tasavvuru hatalı ve eksik bir tasavvur olarak kalacaktır. Belk'in düşüncesine mahsusen "benliğin" genişletilmesi hususunda Mittal (2006)'in, ürünlerin genişletilmiş benliğe nasıl dahil edildiği konusundaki fikrine de temas ederek bu bölümü sonlandırmak uygun olacaktır.

Mittal, "benliğin" genişletilmeden önceki halini "sans possession" olarak adlandırmakta ve "ben" (I) , "bana" (me) ve "benim" (mine) tasavvuru üzerinden hareketle bir genişletilmiş benlik tasavvuru ortaya koymaktadır. Mittal, ayrıntılarına burada yer verilmeyen kuramında, "benliği" "sans possessions" olarak bir nokta suretinde düşünmektedir. Fakat "benliği" bir nokta suretinde düşünmek, "benliğe" eklenen her noktanın yan yana veya üst üste olarak düz topografya itibariyle bir çizgi şekline gelmesi ve bu sayede bir daireye irca edilmesi anlamına gelir (Mittal, 2006).

"Benlik", bir nokta olarak tasavvur edilip, dış dünyaya uzamak yoluyla genişleyen bir şey (daire) olarak düşünülemez. Aksi takdirde "benlik" zamanı kuşatan değil, zaman tarafından kuşatılan bir yapı halini alır. Bu husus da mesela "akan zamanda değişen ben" ve "akan zamanda değişmeyen kurucu ben" fikirleri açısından, bir açıklamayı gerekli kılar¹⁵.

¹⁵ "Akan zamanda değişen ben" ve "akan zamanda değişmeyen kurucu ben" fikrinin tartışması için bkz. H. Bülent GÖZKAN'ın "The Problem of the Constitution of Self and Reason in Kant's Transcendental Thought/Kant'ın Transandantal Düşüncesinde Benin ve Aklın Tesis Ediliş Sorunu" . Doktora tezi, Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Benliğin zamanın kaydı altında olması demek, onun zaman içinde yani zaman tarafından kuşatılan şekilde, oluşum (generation) esasında teşkil edilmesi demektir. Belk'in anladığı manada benliğin zamanın kaydı altında tesis edilmesi demek, Duralı (2011, s.159)'nın belirttikleri üzerinden ifade edilecek olunursa, “ben'in” kendini dış dünyadaki cisimli varolanlar itibariyle akış ve süreç içerisinde tesis etmesi demektir. Fakat dış dünya itibariyle var olan bu akışın dışına çekilmeksizin kendimizi üzerimizde bulduğumuz düzlem yani “değişmez ben'imiz” ortaya çıkamaz. Yani Belk'in dış dünya itibariyle tesis etmeye çalıştığı benlik bu cihetten de temelsiz kalmaktadır.

Belk ve Mittal'in çalışmalarında, somut veya soyut olarak satın alınan ürüne ait bir veya bir kaç niteliğin, hangi araç vasıtasıyla benliğe dahil edildikleri de açığa çıkmamaktadır. Daha açık olarak ifade etmek gerekirse, “benlik” dış dünyaya mahsusen “tüketici vasıtasıyla”¹⁶ satın aldığı bir ürüne veya markaya ait bir niteliği, neyin yardımı ile idrak etmektedir. Bu konuya, Kleine ve Kernan (1991), tüketim nesnelere kavram atfedilmesi ile ilgili a priori bir model önerisi olarak, “tüketicinin” ürüne atfettiği anlamın nasıl gerçekleştiği sorusuna cevap aramak suretiyle değinmektedir (III & Kernan, 1991). Bu husus, uzam fikrinin tesisi ile fiziksel nesnelere zihinde idrak edilmeleri ile alakalı olarak incelenmelidir. Fiziksel nesnelere ait algı ve kavram isnatı ile ilgili konulara da değinmek suretiyle bu husus başlı başına bir araştırma konusu oluşturmaktadır.

Belk'in tasavvur ettiği manada bir dışa uzanış ve bu suretle dış dünyaya ait nesnelere benliğe ekleyiş, dış dünyadaki nesnelere ancak idrak yoluyla kavrayabilme şartı ile mümkündür. Fakat bu idrakin, nesnenin sahip olduğu niteliğin “aynen” benliğe katılması gibi bir düşünce ile temellendirilmeye çalışılması, kimlik düşüncesinin nazariyatta temellendiği “ayniyet” ve “hüvviyet” tasavvurunun tesis edilmesi cihetinden, “tüketicinin” “kimlik” sorununun da başladığı nokta olarak görülebilir. Bu konuda Ahuvia (2005), ve Schemberi ve arkadaşları (2010)'nın, Belk'in “tüketiciye” bakışı hakkında söyledikleri de kısmen destek verir niteliktedir.

Genişletilmiş benlik düşüncesi ile alakalı olarak, ayrıntılarına bu çalışmada girilmeyecek olan, Kleine ve arkadaşları'nın (1995) ve Kleine ve

¹⁶ “Tüketici aracılığıyla” veya “tüketici vasıtasıyla” ifadeleri ile “metafora olarak consumer” kastedilmektedir.

Baker (2004)’in ortaya koyduklarının da, genişletilmiş benliği desteklemesi (özellikle hediye alışverişi konusunda) dışında başka bir katkısının olduğu söylenemez. Ayrıca Belk’in, “benlik” ve “kimlik” terimleri ile alakalı olarak ortaya koyduklarının mantıksal olarak da problemliliği olduğu konusunda eleştirilerin olduğu da bilinmektedir (Ahuvia A. , 2013). Fakat bu eleştirilerin genişletilmiş benliği nazariyat açısından kavramsal olarak açılıma tabi tuttuğuna dair herhangi bir iz bulunmamaktadır.

5. Sonuç

Tarihsel süreç içerisinde değerlendirilmeye çalışıldığında, tüketici davranışının temellendirilmesinin ve bu temellendirmeye alakalı kavramsal açılımların merkezi meselesinin, nesnelere yerler itibariyle geçişliliği fikrinin tesis edilememesi olduğu düşünülmektedir.

Dış dünyaya ait fiziksel bir nesnede hazır bulunduğu düşünülen yada farzedilen bir özelliğin (niteliğin) algısının, mesela nispetli düşünceye imkan veren yer olarak zihinde nasıl ve hangi kuvvetler marifetiyle tesis edildiği sorusunun tüketici davranışı literatüründe henüz kayda değer bir cevabına rastlanılamamaktadır. Esasen bu ve buna benzer sorunlar, tüketici davranışının dayandığı felsefi zeminden kaynaklanan topografik sorunlardır. Genişletilmiş benlik düşüncesinin ve tüketici kültürü teorisinin de, bu sorunların bir ürünü olduğu felsefe kronolojisi dikkatle incelendiğinde rahatlıkla görülebilecektir.

Bu çalışmada, öncelikle Belk’in (1988) genişletilmiş benlik (extended self) düşüncesi, “consumer” ve “self” sözcükleri itibariyle, içinde kullanıldığı dilin ve anlayışın bağlamı ve kavramı itibariyle değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme itibariyle kavramlar açısından dikkat edilmesi gereken husus, kavram inşasının, objenin zihindeki tasavvuru itibariyle gerçekleşmesinin gerekliliğinin ortaya konmasıdır. Bu gerekliliğin nedeni, dış dünyaya ait algıların akan zamanda değişmeyen bir inşasının davranışa evvel olarak tesis edilmesidir. Bu cümledeki “evvel” ifadesi, zamanın fiziksel akışına itibaren ortaya çıkan bir öncelik sonralık ilişkisini ifade etmemektedir. Bu manadaki tesisin mekanı ise nazariyattır. Nazariyat ile, bu çalışmada “tüketicinin” davranışlarına zemin teşkil eden yer kastedilmektedir. Bu yer, “tüketici” olarak ifade edilen kavramın dış dünyaya ilişkin davranışları itibariyle zemindir.

Metnin bütünü içerisinde açıklanmaya çalışıldığı üzere, genişletilmiş benlik düz topografya'ya mahsus genişleme düşüncesini esas almış görünmektedir. Topografik dönüşüme mahsus genişleme düşüncesi, “dış'ın” “alt'a” nakledilmesi düşüncesi itibariyle temellendirilemez. Çünkü iç topografyası itibariyle “dış” “iç'e” izafidir bu sebeple.

Tüketici bütün değişimlerin “altında yatan bir zemin” olarak görülemez. Sebebi yukarıda açıklandığı üzere, alta almak fiilini icra eden olarak “tüketici” hem alt olarak yer'e nesne naklettiği yerin kendisi, hem de bu yere nesne nakleden metafora olamaz. Eğer hal böyle olsaydı “tüketici” hem değişimlerden ve bozulmalardan etkilenmezdi, hem de nesneyi dış dünyadan kendine nakletmek için bir metafora olmaya gerek duymazdı. Bu eleştiri geniş manada “consumer topografyası” teşkili fikrinin zeminini oluşturur, yani tüketici davranışına ait zeminin teşkili.

Dış dünyaya mahsus olan fiziki nesnelere ait özelliklerin (niteliklerin) “metafora olarak consumer” vasıtasıyla “benliğe” eklenip, bu yolla genişleyeceği düşüncesi, “benliğin” düz topografya itibariyle bir nokta suretinde görülemeyeceği fikri savunularak eleştirilmiştir.

Belk'in ve genişletilmiş benlik düşüncesini destekleyen bir çok araştırmanın, “tüketicinin” dış dünyasına mahsusen ilişkide olduğu, çokluk olarak somut nesnelere sahip olduğu nitelikleri, “benlikte” nasıl “bir'leştirdiği” meselesi ise başka çalışmalara konu olabilir.¹⁷

Geniş manadaki tüketici davranışı literatürü içinde vaz edilmeye çalışılan tüketim toplumu veya tüketici kültürü fikrinden de görüleceği üzere, Belk'in kurmaya çalıştığı manada bir düşünce şekli “tüketiciyi”, rasyonel iktisadi bireyden öteye götüremez. Fakat, tüketiciye ait kurulduğu zannedilen bu rasyonel ilişkinin de doğru bir zemin üzerinde inşa edildiği söylenemez.

Rasyonel iktisadi birey kavramı zemininde rasyonel tercihler¹⁸ yapan “tüketici” fikrinin eleştirisi de, “iç olarak yer” ve “dış olarak yer” fikrinin açılması ile mümkün olabilir. Burada özne ile nesnenin “yer olarak dil” vasatında (zemininde) birbirine eşitlenmesi durumu söz konusudur. Bu

¹⁷ Bu konuya, Bagozzi (2006)'nin “tüketici davranışı” ile “tüketici eylemi” terimlerinin birleştirilmesi düşüncesi ile kaleme aldığı çalışmaya da değinmek suretiyle, farklı bir çalışmada değinilebilir.

¹⁸ “Consumer'ın” rasyonel seçim teorisi ile ilgili geniş bir tartışma için bkz. (Yılmaz, 2009).

husus, “yer olarak dil” vasatında, basit önerme ile ifade edilen bir davranışın veya fiilin bir sayıyla temsil edilmesi ile ilgili olarak “tüketici davranışının” ölçülmesi sorununun da zeminini teşkil eder. Tüketici davranışı ile ilgili literatürde yapılan bahse konu bütün ölçümlerin zemininin dilin mahiyeti ve nesnenin isim de müteşekkil olması açısından nazariyat itibariyle incelenmesi gerekmektedir. Böyle bir inceleme, metafora olarak ifade edilen tüketicinin nazariyat itibariyle taşıdığı “dilsel nesnenin” mahiyetinin de açığa çıkartılmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

Son olarak ifade etmek gerekirse, Belk, “genişletilmiş benlik” düşüncesinin, fiziksel çevreden kimliğimize dahil edilen nesnelere, bedenlerimizin anlık sınırını öteye aşıracağını (transcend) belirtmiştir. Bu suretle, “metafora olarak consumer’ın” aşkınlık fikri itibariyle nazariyat esasında teşkil edilmesi imkanının araştırılması ve aşkın (transcendant) zemininin teşrih edilmesi büyük önem taşımaktadır¹⁹.

Fikriyata dair belirlenimlerin yer olarak zemini nazariyat itibariyle tesis edilmeden, düşününce olarak tüketicinin mekan tuttuğu yerden, aşkın’ın mekanına göçüş (transcend) temin etmek imkanı bulunmaz. Bu manada tüketici davranışı literatürü, aşkın’a mahsus nazariyattaki yani teorideki sarfetme icraatına dair fikriyat manzumesi olarak görülebilir. Bu fikir mesela, “possession” sözcüğünün anlamından hareketle de aranabilir. Nazariyat itibariyle yapılacak bu aşkınlık incelemesi, geniş manada rayonel iktisadi birey ve tüketim toplumu düşüncesinin nazari esaslarının anlaşılmasına da imkan tanıyacaktır.

¹⁹ Belk, Wallendorf ve Sherry (1989)’nin çalışması bu manadaki bir incelemeye kaynak teşkil edebilir.

KAYNAKÇA

- Ahuvia, A. (2013). Beyond “Beyond the Extended Self”: Russ Belk on Identity. J. N. Sheth içinde, *Legends in Consumer Behaviour: Russell W. Belk*. SAGE Publications.
- Ahuvia, A. C. (2005). Beyond the Extended Self: Loved Objects and Consumers’ Identity Narratives. *Journal of Consumer Research* , 171-184.
- Annumma, J., & Li, E. P. (2012). Studying Consumption Behaviour Through Multiple Lenses: An Overview of Consumer Culture Theory. *Journal of Business Anthropology* , 141-173.
- Aristoteles. (1993). *Metafizik*. (A. Arslan, Çev.) İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Bagozzi, R. P. (2006). Explaining Consumer Behaviour and Consumer Action: From Fragmentation to Unity. *Seoul Journal of Business* , 12 (2), 112-143.
- Belk, R. W. (1976). It’s the Thought that Counts: A signed Diagraph Analysis of Gift Giving”. *Journal of Consumer Research* , 155-162.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended-Self. *Journal of Consumer Research* , 15 (2), 139-168.
- Belk, R. W. (1975). Situational Variables and Consumer Behaviour. *Journal of Consumer Research* , 2 (3), 157-164.
- Belk, R. W. (1990). The Role of Possessions in Constructing and Maintaining a Sense of Past. *Advances in Consumer Research* , 17, 669-676.
- Belk, R. W., Wallendorf, M., & John F. Sherry, J. (1989). The Sacred and the Profane in Consumer Behaviour: Theodicy on the Odyssey. *Journal of Consumer Research* , 1-38.
- Bode, M., & Ostergaard, P. (2013). ‘The wild and wacky worlds of consumer oddballs’: Analyzing the manifestary context of consumer culture theory. *Marketing Theory* , 1-18.
- Brown, S., & Schau, H. (2008). Writing Russell Belk: Excess all areas. *Marketing Theory* , 8 (2), 143-165.
- Cohen, J. B. (1989). An Over-Extended Self? *Journal of Consumer Research* , 16 (1), 125-129.

- Curasi, C., Price, L., & Arnold, E. (2004). How Individuals' Cherished Possessions Become Families' Inalienable Wealth. *Journal of Consumer Research* , 31 (December), 609-622.
- Çitil, A. A. (2012). *Matematik ve Metafizik, Kitap1: Sayı ve Nesne*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Duralı, Ş. T. (2013). *Kutadgubilig Türkçe'nin Felsefe-Bilim Sözlüğü*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Duralı, Ş. T. (2011). *Sorun Nedir?* İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Ferraro, R., Escalas, J. E., & Bettman, J. R. (2011). Our possessions, our selves: Domains of self-worth and the possession-self link. *Journal Of Consumer Psychology* , 21 (2), 169-177.
- Graeber, D. (2011). Consumption. *Current Anthropology* , 52 (4), 489-511.
- Grubb, E. L., & Grathwohl, H. L. (1967). Consumer Self-Concept, Symbolism and Market Behaviour: A Theoretical Approach. *Journal of Marketing* , 22-27.
- Heidegger, M. (2011). *Varlık ve Zaman*. (K. H.Ökten, Çev.) Agora Kitaplığı.
- Hocaoğlu, D. (1996). Descartes'da Matematizm ve Mathesis Universalis. *400. Doğum Yılı Nedeniyle Rene Descartes Sempozyumu*, (s. 29-45). İstanbul.
- Hodder, I. (2011). An archeology of the self: the prehistory of personhood. J. W. Huyssteen, & E. P. Wiebe içinde, *In Search of Self: Interdisciplinary Perspectives on Personhood* (s. 50-69). William B Eerdmans Publishing Co.
- III, R. E., & Kernan, J. B. (1991). Contextual Influences on the Meanings Ascribed to Ordinary Consumption Objects. *Journal of Consumer Research* , 311-324.
- Joy, A., & Li, E. P. (2012). Studying Consumption Behaviour through Multiple Lenses: An Overview of Consumer Culture Theory. *Journal of Business Anthropology* , 141-173.
- Kates, S. M. (2004). The Dynamics of Brand Legitimacy: An Interpretive Study in the Gay Men Community. *Journal of Consumer Research*, 455-464.

- Kleine, S. S., & Baker, S. M. (2004). An Integrative Review of Material Possession Attachment. *Academy of Marketing Science Review* , 1-29.
- Kleine, S. S., III, R. E., & Allen, C. T. (1995). How Is a Possession “Me” or “Not Me”? Characterizing Types and an Antecedent of Material Possession Attachment. *Journal of Consumer Research* , 327-343.
- Koç, Y. (2009). *Theographia'nın Esasları Teoloji ve Matematik İnşası Üzerine Bir İnceleme*. Ankara: Cedit Neşriyat.
- Koç, Y. (2008). *Theologia'nın Esasları Felsefe'nin ve Teoloji'nin Nazariyatı Üzerine Bir İnceleme*. Ankara: Cedit Neşriyat.
- Ladik, D., Carrillat, F., & Tadjewski, M. (2015). Belk's (1988) “Possessions and the extended- self” revisited. *Journal of Historical Research in Marketing* , 7 (2), 184-207.
- Mittal, B. (2006). I, me, mine- how products become consumers' extended selves. *Journal of Consumer Behaviour* , 5, 550-562.
- Morgan, A. J. (1993). The Evolving Self in Consumer Behaviour: Exploring Possible Selves. *Advances in Consumer Research* , 20, 429-432.
- Öner, N. (2013). *Klasik Mantık*. İstanbul: Divan Kitap.
- Özer, S. (2014). Genişletilmiş Benlik Teorisi. M. İ. Yağcı, & S. Çabuk içinde, *Pazarlam Teorileri* (s. 419-455). İstanbul: MediaCat.
- Paylan, M. A. (2015). Tüketim Yoluyla Kimlik İnşası Düşüncesinin Mekân ve Nesne Tasavvuru Bağlamında Açılması Üzerine Bir Giriş Denemesi. *Niğde İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 8 (3), 59-67.
- Schemberi, S., Meireles, B., & Kristiansen, S. (2010). Brand Consumption and Narrative of the Self. *Psychology & Marketing* , 623-638.
- Shankar, A., & Fitchett, J. A. (2002). Having, Being and Consumption . *Journal of Marketing Management* , 501-516.
- Shankar, A., Elliott, R., & Goulding, C. (2001). Understanding Consumption: Contributions from a Narrative Perspective. *Journal Of Marketing Management* , 17, 429-453.
- Shau, H. (1998). Discourse of Possessions: The Metatheory of Russell Belk. *Advances in Consumer Research* , 25, 37-44.

- Sivadas, E., & Venkatesh, R. (1995). An Examination of Individual and Object-Specific Influences on the Extended Self and its Relation to Attachment and Satisfaction. *Advances in Consumer Research* , 406-412.
- Skirbekk, G., & Gilje, N. (2006). *Antik Yunan'dan Modern Döneme Felsefe Tarihi*. (E. Akbaş, & Ş. Mutlu, Çev.) İstanbul.
- Trentmann, F. (2006). The Modern Evolution of the Consumer: Meanings, Knowledge and Identities Before the Age of Affluence. F. Trentmann, & J. Brewer içinde, *Consuming Cultures, Global Perspectives: Historical Trajectories, Transnational Exchanges* (s. 19-69). Oxford: Berg Publishers.
- Ülken, H. Z. (2014). *Varlık ve Oluş*. Doğu Batı.
- Wattanasuwan, K. (2005). The Self and Symbolic Consumption. *Journal of American Academy of Business* , 6 (1), 179-184.
- Yılmaz, F. (2009). *Rasyonalite/ İktisat Özelinde Bir Tartışma*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.