



**JOHN KENNETH GALBRAİTH'İN İKTİSADİ ANALİZİNDE BOLLUK TOPLUMU,
TÜKETİCİ EGEMENLİĞİ VE SOSYAL SORUNLAR**

Dr. Anıl BAŞARAN*

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Galbraith'in mevcut iktisadi anlayıştan kaynaklandığını iddia ettiği sosyal sorunları içeren Bolluk Toplumu analizindeki temel kavramsal çerçeveyi incelemek ve bu analizde ulaşılan sonuçları değerlendirmektir.

Galbraith özellikle, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı bir üretim artışı sürecine giren Amerikan toplumunun yaşadığı iktisadi dönüşümleri analiz etmiştir. Galbraith'in bu analizinin özünde; İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerika'da biriken zenginlik, tüketim, üretim ve sosyal dengesizlik gibi konular yatmaktadır.

Amerikan ekonomisi ve toplumuna yönelik eleştirilerden oluşan Bolluk Toplumu analizi, hem iktisadi hem de sosyolojik gözlemleri içerisinde barındırmaktadır. Bolluk Toplumu analizinde zenginlikten kaynaklı bir iyimserlik ve ardından zenginliğin düşüşüyle ortaya çıkan birikim ve bölüşüm sorunlarından doğan bir kötümserlik sezilmektedir. Bolluk Toplumunda iktisadın en temel sorunlarından birisi olan kıtlık çözülebilmıştır ama artan zenginliğin yapay isteklere yönlendirilmesiyle beraber olumsuz bir durumla karşılaşmıştır.

Üretim, tüketim ve bölüşüm gibi ana iktisadi meseleler üzerinde yoğunlaşan Galbraith, Amerikan ekonomisinin o dönemde içinde düştüğü bu olumsuz durumu sorgulamaktadır. Galbraith'e göre yerleşik iktisat teorisi ise bu durumu açıklayabilmekten uzak kalmakta ve dolayısıyla Amerikan ekonomisine farklı bir açıdan yaklaşmak gerekmektedir. Galbraith'in Bolluk Toplumu analizinde yer alan geleneksel akıl, bağımlılık etkisi ve tüketici egemenliği eleştirisi ise önerilen bu farklı yaklaşımın unsurlarıdır.

Anahtar Kelimeler: Bolluk toplumu, geleneksel akıl, tüketici egemenliği, sosyal dengesizlik, bağımlılık etkisi.

**AFFLUENT SOCIETY, CONSUMER SOVEREIGNTY AND SOCIAL PROBLEMS IN
THE ECONOMIC ANALYSIS OF JOHN KENNETH GALBRAİTH**

ABSTRACT

The main aim of this study is to examine the conceptual framework of Galbraith's analysis in Affluent Society which claims that the view of mainstream economic theory at his time was the source of many social problems.

Galbraith has analyzed the economic transformations, American society went under, especially following the massive economic breakthrough during and after World War II. The core of issues of the analysis of Galbraith are accumulation of wealth, consumption, production and social imbalance in America after the Second World War.

The analysis in "Affluent Society" comprises of criticism of American economy and society in terms of sociological and economical observation and data. The analysis echoes of periods of optimism due to increasing wealth and a pessimism due to following slowdown and problems of distribution and accumulation of wealth. The scarcity of the resources was not an issue anymore but these abundant wealth was diverted for meeting the artificial (want creation) desires, and was the cause of a negative outlook of the society.

* Yalova Üniversitesi Merkez Kampüsü, İİBF İktisat Bölümü, anil.basaran@yalova.edu.tr, ORCID No: 0000-0003-4117-7008

This negative outlook is analyzed in terms of core economic problems such as production, consumption and distribution. Galbraith claims that the mainstream economic theory is incapable of explaining this situation and a new perspective is required. His core analytical tools, conventional wisdom, dependence effect and his criticism of the notion of consumer sovereignty are elements of his alternative approach.

Keywords: Affluent society, conventional wisdom, consumer sovereignty, social imbalance, dependence effect.

Giriş

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan refah toplumunu ele alan The Affluent Society (Bolluk Toplumu) başlıklı kitabı, Galbraith'in akademik dünyada en ses getiren eseridir. Bu eser, savaş sonrası Amerikan toplumunda oluşan zenginliğin ekonomide ve toplumsal hayatta meydana getirdiği değişimler üzerine yoğunlaşmaktadır. Galbraith'in bu çalışması, savaş sonrası Amerikan toplumuna tutulan bir ayna olarak da değerlendirilmektedir. Toplumun sahip olduğu bolluk veya zenginliğin, insanların yaşam standartlarına nasıl yansıdığı ve yerleşik iktisat düşüncesinin bu zenginliği analiz ederken neleri gözden kaçırdığı konusundaki eleştirileri, Galbraith'in bolluk toplumu analizinin temel noktalarıdır.

İktisat düşüncesine yaptığı en büyük katkılardan biri sayılan ve toplum içinde yerleşmiş ve toplumu yönlendiren düşünceler olarak tasvir edilebilen 'geleneksel akıl (*conventional wisdom*)' kavramı, bolluk toplumunun önemli parçalarından birisidir. Ayrıca Galbraith'in 'bağımlılık etkisi (*dependence effect*)' adını verdiği ve tüketicilerle üreticiler arasındaki ilişkileri tahlil eden kavramı da, Bolluk Toplumu çerçevesinde tüketicilerin durumları üzerine farklı bir yaklaşım getirmektedir. Zira Galbraith bağımlılık etkisi nedeniyle, toplumdaki yaygın 'tüketici egemenliği' söyleminin de yeniden gözden geçirilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Galbraith'in iktisadi sistem içerisindeki üretim ve bölüşüm meselelerine dikkatle eğildiğini söylemek mümkündür. Galbraith kamusal ihtiyaçlarla özel ihtiyaçların giderilmesi arasındaki dengesizliklerin, toplumsal düzlemde de bir dengesizlik meydana getireceğini vurgulamaktadır. Yani Galbraith toplumda oluşan zenginliği ele alırken, sosyal dengesizlik sorununun bu zenginliğin neresinde durduğuna dikkatleri çekmektedir. Bu sorun özelinde Galbraith'in, toplumdaki zenginliğin kamusal ve özel malların üretilmesinde bilinçli şekilde kullanılıp kullanılmadığını sorgulayan gözlemleri onun bir sosyal denge teorisi ortaya koymasına yol açmıştır.

Dört başlıktan oluşan bu çalışmada önce Galbraith'in Bolluk Toplumu analizinin hangi bağlamda ortaya çıktığı ve geleneksel aklın burada nasıl bir etkisinin olduğu ele alınacaktır. Ardından Galbraith'in yaklaşımında Bolluk Toplumu, bir zenginliği içinde barındırmasına rağmen karşı karşıya kaldığı temel sorunların neler olduğu ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bolluk Toplumu analizinin dikkat çeken unsurlarından olan tüketim veya tüketici davranışları ise Galbraith'in tüketici egemenliği (*consumer sovereignty*) efsanesine yönelttiği eleştirilerinden hareketle irdelenecektir. Çalışmanın sonunda Galbraith'in Bolluk Toplumdaki sorunların esas kaynağı olarak gördüğü ve özel mal - kamusal mal ikilemi etrafında şekillenen ve bolluk toplumunun en önemli meselelerinden birisi olarak gördüğü 'sosyal dengesizlik (*social imbalance*)' meselesi incelenecektir.

1. Bolluk Toplumunun Doğuşu ve Geleneksel Akıl

Galbraith, İkinci Dünya Savaşı sonrasında batı toplumlarının, özellikle de Amerika'nın müthiş bir zenginlik içinde bulunduğunu, fakat bu zenginliğin o toplumlar için ne ölçüde bir refah kaynağı olup olmadığını sorgulamıştır. Bu doğrultuda Galbraith'in 1958 yılında yayımlanan *Affluent Society* (Bolluk Toplumu) adlı eserinde iki gerçeği vurguladığı görülmektedir (Parker, 2004: 85). Birincisi, 1950'lerden sonra Amerika'nın kıtlık sonrası bir çağa geçmesi ve Lionel Robbins'in -kıtlık ve ihtiyaçlar karşılaştırması- tanımı çerçevesindeki iktisat anlayışının artık oluşan bu yeni düzeni açıklamakta yetersiz kalacağıdır. İkincisi ise, bu dönem ve sonrasında modern kapitalizmin ayırt edici bir kurumu olan dev şirketlerin reklamlarla, ürün çeşitleriyle ve pazarlama teknikleriyle tüketici talebinin doğası, şekli ve yoğunluğu gibi unsurları üzerinde büyük etkileri olacağıdır.

Bolluk Toplumu, Amerikan ekonomisi ve toplumuna dikkatli bir gözle yapılan eleştirilerden oluşmaktadır. Yayımlandığı 1958 yılında savaş sonrası oluşan bolluk ya da zenginlik, yavaş yavaş azalmaya başlamıştır. Dolayısıyla Galbraith'in bu eserinde hem bolluk döneminin iyimserliği, hem de bu zenginliğin sarsılmaya başladığı dönemin kötümserliği göze çarpmaktadır. Galbraith bu dönemdeki muazzam üretim artışını sorgulamakta ve bunun toplum üzerindeki etkilerini irdelemektedir. Galbraith'in Bolluk Toplumu'ndaki temel iddiası, üretimin ihtiyaçları nasıl arttırdığı ve artan bu üretimin toplumu nasıl daha iyi bir duruma taşımakta başarısız olduğudur (Dutt, 2008: 528).

Galbraith'e göre Amerika, savaş sonrasında zengin bir toplum haline gelmiştir ancak, bir şeylerin yanlış gittiği de görülmektedir. Mal üretimi katlanarak artmakta, ülkenin toplam geliri sürekli yükselmekte fakat hayat standartları giderek düşmektedir. Bu kapsamda şehirler daha az yaşanır bir konuma doğru gitmekte, eğitim ve sağlık hizmetleri dengesiz ve kötü bir biçimde sunulmakta ve toplumun refahına, huzuruna yönelik çalışmalar yetersiz kalmaktadır. Galbraith'e göre Bolluk Toplumunda kıtlık ve belirsizlik gibi sorunlar çözüldüğünden artık, iktisadi gücü ve fikirleri bu sorunların yerine şehirlerin daha güzel olmasına, havanın daha temiz olmasına ve eğitimin niteliğinin iyileştirilmesi üzerine harcamak gerekmektedir (Zinkin, 1967: 1).

Amerika'nın içinde bulunduğu zenginlik ortamı, insanların gerçekleri görmesine engel olmak gibi bir amaçla yönlendiriliyordu. Oysa Amerika, 18. yüzyılın yoksulluk içindeki dönemiyle kıyaslanamayacak derecede zenginleşmişti ve bu toplum artık, eski iktisadi görüşlerin kapsamındaki 'geçimlik ücret (*subsistence wage*)' ve 'kıtlık (*scarcity*)' gibi kavramlar aracılığıyla anlaşılamazdı. İktisat, bu dönemle birlikte 'kasvetli bilim (*dismal science*)' olma özelliğinden kurtulmalıydı (Savaş, 2000: 916).

Amerikan toplumunun sahip olduğu büyük zenginliğin yanında duran fakirlik, eşitsizlik ve güvenlik gibi meseleler açıkça ortadadır. Toplumdaki bu mevcut zenginliğin tüm sorunları geride bırakması gerekirken, 'geleneksel akıl' bunları canlı tutmaktadır. Geleneksel akıl, toplum içinde alışlagelen iktisadi düşünce biçimini temsil etmektedir. Galbraith, yoksulluğun olduğu zamanlardan beslenen bu fikirlerin ya da geleneksel aklın yerine, bolluk veya servetin olduğu mevcut dünyanın gerçeklerini açıklayabilme yetisine sahip fikirleri geçirme çabası içerisindedir.

Galbraith'e göre insanlar karmaşık ve anlamak için zahmet gösterecekleri fikirlerden ziyade, daha basit ve tanıdıkları veya aşına oldukları fikirleri benimsemektedirler. Aşinalık (*familiarity*) ve öngörülebilirlik (*predictability*) geleneksel aklın en önemli özellikleridir. Bu özelliklerle birlikte ortaya çıkan, geleneksel akla itibarını kazandıran ve bu akıldan doğan fikirlere saygı duyulmasını sağlayan bir diğer özellik ise onun kabul edilebilirliğidir (*acceptability*). Dolayısıyla Galbraith bu yerleşik fikirlere, sözü edilen özelliklerini (aşinalık, öngörülebilirlik ve kabul edilebilirlik) de göz önünde bulundurarak tasarladığı bir isim vermenin uygun olduğunu düşünmüş ve tüm bu fikir alışkanlıklarını, 'geleneksel akıl' olarak tanımlamıştır (Galbraith, 1960: 9).

Geleneksel akıl, sadece herhangi bir politik ideolojiye özgü bir anlayış değildir. Bu anlayışı liberal kesim de kabul edebilir, muhafazakâr kesim içinden de geleneksel akıllı takip edenler olabilir. Örneğin 19. yüzyılın geleneksel akıllı, liberal ilkelere bağlı bir ekonomik anlayışı temsil eden ve denk bütçe hedefi çerçevesinde, devletin rolünün en aza indirgenmesi gerektiğini ileri süren fikirler bütünüdür. Bu anlayış refah devletini dışlamaktadır.

Refah döneminin, yani Galbraith'in irdelediği dönemin geleneksel akıllı ise kapitalizmin revize edilmesine dönük, açık bir bütçeyi esas alan bir refah devletini savunmaktadır. Bu fikirlerin gerisinde de Keynes'in Genel Teorisi'nde temelleri atılan bir sistem yatar. Bu açıdan 19. yüzyılın geleneksel aklını Adam Smith, 20. yüzyıl refah döneminin geleneksel aklını ise John Maynard Keynes (daha çok Ortodoks Keynes yorumları) oluşturmuştur.

Geleneksel aklın, insanların davranışlarını yönlendirme gücünün olması, onların belirli bir düşünce çerçevesinin dışına çıkmasına izin vermemesi Galbraith'in dikkat çekmek istediği tehlikeli bir durumdur. Geleneksel aklın ürettiği normlar, gerçekte büyük bir dinamizmi olan dünya düzenine aykırıdır. Çünkü dünya sürekli değişmekte, yerleşik düşünce alışkanlıkları ise sabit kalmaktadır (Breit ve Ransom, 1971; 161). Dünyada yaşanan değişimler ile bunun karşısında ona ayak uydurmaya çalışan geleneksel aklın düşünce yöntemi çatışmaktadır.

Galbraith'e göre geleneksel akıl, diğer düşünce akımlarından gelen eleştirilerle değil ama değişen dünya ile birlikte oluşan şartların ve bu şartların şekillendirdiği toplumsal olayların yaratacağı etkiyle sarsılacaktır. Galbraith, bu noktada şu ifadeyi dile getirmektedir (1960: 13): "*Geleneksel aklın düşmanı fikirler değil ama olayların seyridir*".

Değişen dünyanın yarattığı etkilerden en önemlisi sanayileşmedir. Galbraith, bu etkilerle birlikte değişen ekonominin ve toplumun sorunlarını anlayabilmek için, hâlihazırdaki düşünce biçiminden uzaklaşılması gerektiğini vurgular. Çünkü bu düşünce biçimi kendisini, anlamak istediği dünyaya değil takipçilerinin görüşlerine uydurmaktadır (Galbraith, 1960: 13). Bu yüzden Galbraith geleneksel akıllı, gerçek dünya ile ilişkisini kesmiş bir fikirler seti olarak değerlendirmektedir. Galbraith'in geleneksel akıl üzerinden yaptığı bu analizler, birçok açıdan Veblen'in eleştirilerinin Galbraith'e yansımalarıdır (Spiegel, 1971: 640).

2. Bolluk Toplumunun Sorunları

Galbraith'in görüşüne göre, toplumdaki insanların hemen hemen hepsinin gelir düzeylerinde bir yükselme meydana gelmiş ve eşitsizlik de acilen halledilmesi gereken bir sorun olmaktan uzaklaşmıştır. O dönem için eşitsizlik artık, politik açıdan da önemli bir sorun değildir. Bu durumdan şikâyetçi olanlar ise sadece çiftçilerdir. Çünkü onlar için iktisadi gelecek belirsizdir. Bunun nedeni, çiftçilerin ekonomideki belirsizliği minimize etme çabalarının, ticaret birlikleri ya da dev şirketlerin çabalarından daha az etkili olmasında yatar (Galbraith, 1960: 113). Eşitsizliğe karşı yapılan mücadeledeki yanlış ise, gelir dağılımını yeniden tanzim etmek yerine sürekli ekonomik büyümeyi hedef olarak koymaktır.

İktisadi güvenliği sağlama arzusunun çoğu zaman üretimin karşısında durduğu ve hatta üretim artışının en büyük düşmanının, iktisadi güvenlik endişesinin olduğu uzun bir süre boyunca iddia edilmiştir (Galbraith, 1960: 112). Galbraith'e göre bu iddia, toplumu büyük bir yanışa sürüklemektedir.

Galbraith'e göre koruyucu önlemler, ekonomik sistem içindeki monopollerin doğmasıyla başlamaktadır. 1930'lu yıllarda Amerikan hükümetinin yaptığı birçok reformun amacı, toplumun tüm kesimlerini ve ekonomide yer alan sektörleri iktisadi güvensizliklere karşı korumaktır. Ülke insanların büyük bir kısmının gelirleri arttıkça bu insanlar, gelirlerinin korunması hususunda da hassas bir hale gelmiştir.

1950'lerin refah ortamına girildiğinde ise, iktisadi hayatın içindeki bu kaygılar da ortadan kalktığı için, korunma ihtiyaçlarına olan istekleri de azalmıştır. Ancak liberal kesimin "geleneksel aklı" henüz bunu fark edemediğinden, hâlâ yeni koruma yöntemleri ve tedbirleri geliştirmekte ısrarcı olmuşlardır. Oysa güvensizlik, genel bir açıdan bakıldığında eskide kalan bir sorun halini almıştır. Ancak bunu tam anlamıyla sağlayabilmek için, güvensizliğin temelinde yatan asıl sorun olan işsizliğin yok edilmesinin gerektiği açıktır.

Galbraith'in düşüncesine göre güven meselesi, istikrarın kaynağı olarak sürekli bir üretim artışına neden olmaktadır. Güvenin sağlanması için, yüksek düzeyde üretim yapılması gerektiği şeklindeki tavsiyeler de, mevcut sistemi sadece üretime odaklanan bir anlayışa sürüklemektedir. Galbraith, savaş sonrası dünya çapında yaşanan durgunluğun milyarlarca dolar değerinde üretimden vazgeçilmesine neden olduğunu, ancak diğer taraftan bu mallara ihtiyacın pek duyulmaması nedeniyle, zararın da çok fazla hissedilmediğini ifade eder. Galbraith, belli düzeyde bir işsizlik sigortası ile toplam talepteki azalmanın karşılanarak bu durgunluğun etkilerinin giderilebileceğini belirtmektedir.

İktisadi güvensizlik kavramının, etkinlik ve iktisadi gelişme için gerekli olduğu konusunda Galbraith'in eleştirisi oldukça serttir. Galbraith bu görüşü, "*belki de iktisadi düşünceler tarihinin en büyük yanılgısı*" olarak değerlendirmiştir (Galbraith, 1960: 113). Galbraith'e göre iktisadi güvensizliğin azaltılması ile üretimin artırılması arasında sadece bir tutarlılık değil, ayrıca vazgeçilmez bir bağ vardır. Maksimum üretim için yüksek bir iktisadi güvenlik seviyesine, iktisadi güvenlik için de yüksek bir üretim düzeyine ihtiyaç vardır. Toplumun refahı için, bu iki unsurun da birbirinden beslenmesi gerekmektedir (Galbraith, 1960: 115).

Üretime verilen büyük önem geleneksel aklın en önemli ilkelerinden birisidir. Ancak Galbraith, verilen bu öneme kuşkuyla yaklaşmaktadır. Ona göre geleneksel aklın üretimin artırılması için aldığı önlemler gerçekçi olmaktan uzaktır. Galbraith, üretimin ya da verimliliğin artırılması için başvurulan yolların, aslında üretime ne kadar az önem verildiğinin bir göstergesi olduğunu ispata çalışmaktadır. Çünkü üretime verilen önem hakikaten çok ciddi düzeylerde olsaydı, yatırımların yenilik ve icatları teşvik etmek için yapılacak araştırmalara yönlendirilmiş olmasının gerektiği açıktı (Galbraith, 1960: 124).

Galbraith, üretimin artırılması için, temel olarak beş yol önermekte ve ancak bunların uygulanmasıyla üretimin artırılacağını ifade etmiştir. Galbraith, önerdiği bu yolları ise şöyle sıralamaktadır (1960: 125):

(1) *Mevcut verimli kaynaklar, özellikle emek ve sermaye (var olan hammadde de dâhil) daha da bütünüyle istihdam edilebilir. Diğer bir ifadeyle, işsizlik ortadan kaldırılabılır.*

(2) *Hâlihazırdaki zanaatların teknik durumuna göre, bu kaynaklar daha etkin olarak istihdam edilebilir. Emek ve sermaye daha avantajlı bileşimlerle üretimde yer alabilmelidir.*

(3) *Emek arzı artırılabilir.*

(4) *Ayrıca emeğin yerine de kullanılabilen, sermaye arzı artırılabilir.*

(5) *Zanaatların durumu teknolojik yenilikler aracılığıyla geliştirilebilir. Bunun neticesinde, mevcut emek ve sermaye arzından daha çok çıktı elde edilebilecek ve sermaye daha nitelikli bir hale gelecektir.*

Galbraith'e göre toplum, üretim meselesine geleneksel aklın sınırlarından baktığı için bu gibi yöntemlere uzaktır. Geleneksel akıldan beslenen fikirlerde, üretimi artırmak için teknolojik ilerlemenin yerini kimse sorgulamamaktadır (Galbraith, 1960: 126).

Bir diğer mesele de, piyasanın ürettiği her türlü mal ve hizmet değer görürken, hükümetin sağladığı hizmet ya da ürettiği mallar itibar görmemektedir. Galbraith'e göre bu durumun arkasında, yine geleneksel akla olan sıkı sıkıya bağlılık vardır. Kamusal hizmetler arttıkça, geleneksel akla göre iktisadi özgürlüğün kaybedileceği korkusu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca devletin iktisadi gelişmeye katkı vermek amacıyla harcamalar yapması sonucu toplum, geleneksel aklın da etkisiyle sosyalizm korkusuna da kapılmaktadır (Galbraith, 1960: 136).

Bolluk toplumunun bir diğer sorunu ise enflasyondur. Enflasyon savaş sonrasında da dünyadaki etkisini korumuş ve yok olmanın tersine, üretimi kutsayan sistemlerin içinde sürekli yer alan bir sorun haline gelmiştir. İkinci Dünya Savaşı öncesi dönemde Keynes, işsizliğin kendiliğinden çözülemeyecek bir sorun olduğunu göstermiştir. Fakat refah döneminde de enflasyonu ayrıntılarıyla inceleyecek ve bu sorunun da kendi kendisine halledilemeyeceğini ortaya koyacak yeni bir Keynes ihtiyacı doğmuştur. İşsizliği tek sorun olarak gören sistem, enflasyonu ihmal etmiştir.

Galbraith'e göre enflasyon, toplumun kısa vadedeki tüm üretim güçlerinin tam ya da tama yakın kapasitede çalıştığı düzeye tekabül eden talep artışı miktarıdır

(Galbraith, 1960: 214). Ekonominin sektörlerinde yer alan yoğunlaşmış ya da piyasada monopol haline gelmiş büyük firmalar, kendi fiyatlarını talepteki değişmelere göre ayarlayabilmektedir. Söz konusu büyük firmalar, planlarını daha çok uzun vadeli yapmaktadırlar.

Sendikalar, bu büyük firmalara ücret zammı isteğiyle gittiğinde, fiyatları artırma güçleriyle sendikaların bu isteklerine cevap vermektedirler. Bu durumun sonucunda ise, ücret ve fiyatın birbirini beslediği bir enflasyonist baskı doğmaktadır. Bu süreçten çıkan enflasyonist etkiler ekonomiye hızla yayılmaktadır. Bu yayılma sonucunda enflasyondan en fazla zararı görecektir olanlar; çiftçi, küçük esnaf gibi büyük firma haricindeki iktisadi aktörlerdir (Galbraith, 1960: 221).

Galbraith, enflasyonist bir ortamda üretimi ya da kapasiteyi artırmanın hiçbir şekilde netice vermeyeceğini belirtmektedir. Çünkü talep de diğer taraftan artacaktır. Galbraith'e göre bu sorunun çözülmesi için, iktisadi güvenlik ve üretim açısından sıkıntılar doğarsa bile, ekonominin kaldırabileceği belli bir oranda işsizliğe izin verilmesi gerekmektedir (Galbraith, 1960: 223). Bunun dışında, ücret ve fiyatların sürekli bir artış eğilimine girmesiyle oluşan karşılıklı enflasyonist etkileri önlemek için direkt olarak ücret ve fiyat kontrollerini uygulamak da bir çözüm yolu olabilmektedir.

Diğer bir çözüm yolu ise, Galbraith'in pek sıcak bakmadığı para politikasıdır. Galbraith enflasyonla mücadelede, para politikasına güçsüz bir araç olarak bakmaktadır. Galbraith'e göre bunun nedeni ise, para politikasının sadece toplam talep düzeyinde etki yapmasıdır (Galbraith, 1960: 229). Büyük firmalar yatırımlarını sahip oldukları tasarruf aracılığıyla yaparken, para darlığını sadece çiftçiler ve küçük esnaf çekmektedir. Para politikası en iyi şekilde uygulansa bile, ayrıca toplumun yatırım ve iktisadi gelişme gibi konularda kendi inisiyatifi ile davranma imkânlarına da zarar vermekte ve iktisadi durgunluğu hızlandırabilmektedir (Galbraith, 1960: 237). Bu gibi endişeler sonucu Galbraith; para politikasının, enflasyonun kontrolü için sağlıklı ve güvenilir bir politika aracı olmadığını düşünmektedir.

3. Bolluk Toplumunda Tüketim ve Tüketici Egemenliğinin Eleştirisi

Tüketici davranışları analizinin bugünün şartlarına göre değil de, hâlâ 19. yüzyıldaki fakir toplumun koşullarına göre yapılması, iktisadi yaklaşımda geleneksel aklın etkilerinin görüldüğü diğer meselelerden birisidir. Galbraith'e göre bu analizin temelindeki "azalan marjinal fayda kanunu" ve "iktisadi sistemin dışında kalan unsurların, tüketicinin zevk ve tercihlerini belirlediği" gibi varsayımlar geçerliliğini yitirmektedir.

Azalan marjinal fayda ilkesi gereğince, bir maldan tüketilen miktar arttıkça, ilave edilen son birimden elde edilen faydanın azalacağı varsayılmaktadır. Marjinal fayda teorisi, belirli bir malın tüketimi arttıkça (tek mal varsayımı) onun öneminde bir azalmanın olacağını kabul ederken, bu durumu tüm mallar için ya da daha doğru bir ifadeyle bir grup veya bütün halindeki mallar için geçerli saymamaktadır. Galbraith, bu durumu sorgularken; kişi başına düşen reel gelirdeki artışlarla insanların ek ihtiyaçlarını karşıladıklarını ve bu malların ise karşılanmasının aciliyeti daha düşük olan mallar olduklarını ifade eder.

Bu durumda ise aciliyeti daha düşük ihtiyaçları karşılayacak malların üretiminin de, daha az önem taşımaya başlaması gerekmektedir. Dolayısıyla burada, tüm üretimdeki ilave artışın öneminin daha düşük olduğu ve düşmeye de devam ettiği varsayımı vardır. Sonuçta marjinal fayda ilkesine bağlı üretilen iktisadi fikirlerin, artan zenginlik şartlarında, doğrudan üretimin azalan önemi çerçevesine yerleştirilmekte olduğu açıktır (Galbraith, 1960: 145). Artan zenginlikle beraber, verimlilik gibi önemli bir iktisadi amaç ve üretimin önemi de bu süreçte azalmaktadır.

Azalan marjinal fayda teorisi analizinde, tüketicinin elinde tek bir mal olduğu ve tüketicinin elindeki bu malın miktarı arttıkça marjinal faydasının azalacağı şeklindeki ilkeden dolayı bu teorinin, sadece tek bir mala uygulanacağı, bütün mallara uygulanmasının mümkün olmadığı şeklinde bir ön kabul vardır. Galbraith'in itirazı, bu ön kabulün bazı malların diğer mallardan önce edinildiği gerçeğini ve bu yüzden daha fazla öneme sahip olan malların bir önceliği olduğunu ihmal ettiği ve ihtiyaçların önceliği özelliğinin azalan bir karakter taşıdığını gösterdiği noktasındadır (Galbraith, 1960: 148).

Yerleşik iktisadın teorisyenleri, azalan marjinal fayda olgusunu hep savunmuşlardır. Ancak bu durum, Marshall'ın fayda ve talep analizinde birtakım sorunlar doğurabilmektedir. Sadece fayda kavramının sınırları içerisinde düşünen iktisatçıların, gelir yükseldikçe paranın marjinal faydasının konumu hususunda kayıtsız kaldıklarını ifade etmektedir. (Breit ve Ransom, 1971; 167).

Galbraith'e göre gelir arttıkça paranın marjinal faydasının azalacağı ya da artacağı konusundaki bu kayıtsızlık, talep teorisinin en önemli unsurudur. Galbraith, bunun kanıtlanmasının çok zor olduğunu görmüş olsa da, gelir yükseldikçe paranın marjinal faydasının azalacağını düşünmektedir. Bunun arkasında ise tüketicilerin zevk ve tercihleri yatmaktadır. Tüketicilerin zevk ve tercihlerinin iktisadi olmayan birçok faktörle belirlendiği varsayımı nedeniyle, geleneksel akıl kendisine gelecek fikir saldırılarına karşı da sağlam kalabilmektedir (Breit ve Ransom, 1971; 168).

Ortodoks iktisadi görüşlerden kaynağını alan geleneksel akla göre tüketicinin ihtiyaçları, iktisadi olmayan (kültürel, biyolojik ve politik vb.) bazı faktörlerle belirlenmektedir. Ayrıca iktisadi olmayan bu faktörler aracılığıyla, gerçek olmayan bir takım suni ihtiyaçlar yaratılmaktadır. Oysa geniş bir çevrede kabul edilen tüketici talebi teorisi, daha önceden var olan (*pre-existing*) bir ihtiyacı tatmin ettiğinden dolayı, bu ihtiyacı tatmin eden herhangi bir mal ya da hizmetin üretimini her şekilde haklı görmektedir (Boddewyn, 1961: 14).

Geleneksel akıl, üretime en yüksek derecede önem vermekte ve üretimi sadece tüketicinin ihtiyaçlarını yansıtacak şekilde yönlendirmektedir. Bu düşünceye göre, tüketici ihtiyaçları hiçbir zaman tam olarak tatmin edilemeyeceğinden, mal ve hizmetlerin üretiminin artırılması toplumun iyiliğine olacaktır. Ancak Galbraith'e göre bu düşünce biçimi, iktisadi olarak güvenlikten yoksun ve yoksul insanların yaşadığı bir dönem için geçerli olabilir. Fakat artık toplum bolluk çağındadır ve üretim meselesine bu şekilde yaklaşmak, çağın gereklerine uygun düşmemektedir. Bundan sonra yapılması gereken, tüketicilerin bireysel ihtiyaçlarının tatmin edilmesi değil, toplumun genel koşullarının iyileştirilmesi olmalıdır (Zinkin, 1967:1).

Tüketicilerin vermiş olduğu tüketim kararları ile üreticinin üretim kararları arasında var olan güçlü ilişki, tüketiciler üzerinde bir etkiye neden olmaktadır. Bu etki Galbraith'in kavramsallaştırmasıyla, "bağımlılık etkisi" adını almaktadır. Galbraith bağımlılık etkisini şu şekilde tanımlar (1960: 158):

"...Daha yüksek üretim düzeyi; sadece, daha yüksek ihtiyaç tatmini düzeyi gerektiren, daha yüksek bir istek yaratma düzeyine sahiptir. Tatmin edildikleri sürece bağlı olan ihtiyaçların, bu sürecini adlandırmak için çok fırsat vardır. Buna 'bağımlılık etkisi' adını vermek uygun olacaktır."

Galbraith, öncelikleri-aciliyetleri (*urgency*) üretim tarafından zorlanan veya dikte edilen ihtiyaçların ortaya çıktığı bir tüketim toplumuna (*consumer society*) dikkat çekmektedir (Munier ve Wang, 2005: 67). Üreticiler tarafından çeşitli reklam kampanyaları, pazarlama taktikleri ve ürün üzerinde değişiklikler gibi teknikler ile tüketiciler etkilenmekte ve tüketicilerin talep davranışları, ihtiyaç duydukları mal grupları manipüle edilmektedir. Galbraith bağımlılık etkisini açıklarken üreticinin, tüketicilerin zevk ve tercihlerini yönlendiren ya da manipüle eden bir araç olarak kullandığı reklamlar üzerine yoğunlaşmaktadır (Sharpe, 1974: 30).

Bazı temel isteklerin, vazgeçilmez ihtiyaçları temsil etmesi ve bu ihtiyaçlara olan arzunun çok güçlü olması gerektiği açıktır. Ancak bolluk toplumunda insanlar, kendilerinin temel ihtiyaçları karşılandıktan ya da tam olarak karşılanmadıktan sonra çok da acil olmayan veya tatmin edilme önceliği düşük olan ilave bazı ihtiyaçlarla tanışmaktadır (Waller, 2008: 15). Bunlar genelde Veblen'in gösteriş tüketimi kavramıyla özdeşleşen ve gösteriş yapma gayesiyle sahip olunmak istenen mal ve hizmetlerdir. Artık bolluk toplumunda talepler, belli baskılardan doğmaktadır. Bunlar, tüketicinin çevresine iyi görünme, gösteriş yapma kaygısıyla kendi kendisine oluşturduğu baskılar olabileceği gibi, mal ve hizmet üretenlerin, o mal ve hizmetleri satmak için reklam, kampanya ve satış tedbirleri aracılığıyla tüketici üzerinde yapacağı baskılar da olabilir.

Üreticilerin amacı, tüketicilerin yeni ve farklı malları tüketmesini sağlamak ve aslında ihtiyaç duyulmayan mallara karşı bile tüketicilerde bir istek yaratmaktır. Bu nedenle üreticiler de, elindeki reklam ve tanıtım gibi mekanizmalar aracılığıyla, yeni ihtiyaçlar ve yeni istekler ortaya çıkarmaktadırlar. Galbraith'e göre mal ve hizmet üreticilerinin amacı, tüketici üzerindeki bağımlılık etkisi neticesinde hayli değişmiştir. Mal ve hizmet üretenler artık, tüketicilerin ihtiyaçlarını (*needs*) tatmin etmek yerine, yeni istekler (*wants*) yaratmaktadır¹. Galbraith, bu olguyu "istek yaratma" (*want creation*)

¹ Heilbroner'a (1989: 369) göre Galbraith'in istek yaratma ifadesini kullanmasıyla birlikte, arkalarında uzun felsefi tartışmalar yatan 'wants – need', 'necessities – luxuries' ve 'entitlements – desires' gibi ayrımlar akla gelmiştir.

'Want' ve 'need' İngilizce sözlüklerde (Bkz. Webster's, 1974) genellikle, 'ihtiyaç', 'gereksinim' veya 'istek' gibi aynı anlama gelebilecek şekillerde tanımlanmaktadır. Ancak genel kaniya göre 'need' insanların yaşamını devam ettirmesi için kesinlikle tatmin edilmesi gereken ve yüksek derecede önem taşıyan ihtiyaçları (beslenme gibi) ifade etmektedir. 'Want' ise, tatmin edilmediğinde insanlar için çok önemli sorunlar yaratmayan ve yaşamını devam ettirmesinde herhangi bir rolü olmayan ihtiyaçları ifade etmektedir.

Özet olarak, ikisi de ihtiyaçtır fakat 'aciliyet (*urgency*)' dereceleri farklıdır. Bundan dolayı bu çalışmada 'want' kelimesi Türkçe 'istek' sözcüğüyle, 'need' kelimesi ise 'ihtiyaç' sözcüğü ile karşılanacaktır.

olarak tanımlamaktadır (1960: 153): “Üretim, tatmin etmeyi amaçladığı ihtiyaçlar yaratırsa veya ihtiyaçlar üretimle birlikte aynı hızla (pari passu) ortaya çıkarsa, bu yüzden ihtiyaçların önceliği, üretim önceliğini savunabilmek için artık kullanılamayacaktır.”

Galbraith'e göre Neoklasik iktisattaki, tüketicinin zevklerinin, tercihlerinin ve tüketim davranışlarının ekonominin dışında işleyen, biyolojik, siyasi ya da kültürel bir takım faktörler tarafından belirlendiği varsayımı gerçekçilikten uzaktır. Çünkü artık üreticiler tarafından, iktisadi faktörler aracılığıyla (reklam veya piyasanın diğer araçları ile) tüketicinin zevk ve tercihlerini üreticinin kendi istekleri doğrultusunda şekillendirmek mümkün hale gelmiştir (Munier ve Wang, 2005: 67).

Galbraith istek yaratma sürecini değerlendirirken bağımlılık etkisi kavramından sık faydalanmaktadır. Bu etkinin diğer bir boyutu da, büyük ölçüde reklamlarla sağlanan, tüketici konumundaki insanların diğerlerinin tüketimlerine tanık olmasıdır. Reklamlarla birlikte oluşan başkalarına özenme hissi, istek yaratma sürecinin pasif ve çok dikkate alınmayan bir yönüdür. Bu sürecin asıl aktif ve önemli unsurları reklam ve modern kültürde kitlelere sürekli olarak “AL” mesajı vermeye çalışan satıcı faaliyetleridir (Stanfield, 1983: 590).

Bağımlılık etkisi tüketici egemenliğini zayıflatan bir unsurdur. Tüketici talebinin üretimi teşvik etmesi gerekirken, tüketici talebi bağımlılık etkisi vasıtasıyla üretime bağlı ya da şartlı bir hale dönüşmektedir. Böylece, üretime bağlı olan tüketici ihtiyaçları neticesinde, Neoklasik iktisadın “kararlarını fayda maksimizasyonu çerçevesinde alan rasyonel tüketici”, “veri zevk ve tercihleri olan tüketici” ve “tam bilgiye sahip tüketici” varsayımları da sorgulanır hale gelmektedir. Tüketici bu varsayımlar altında, kendisine en uygun seçimi yapmaktadır. Tüketicinin tercihlerini etkileyen bu varsayımlar, tüketici egemenliğine öncülük etmektedir (Munier ve Wang, 2005: 67).

Üretimin artmasıyla beraber üreticiler, tüketicilerin kendi zevk ve tercihlerinin sonucu olan ihtiyaçları karşılayacak mal ve hizmetlerin yerine, kendilerinin belirledikleri ve yarattıkları arzuları (istek yaratma) tatmin eden ve geniş kitlelere satmak istedikleri mal ve hizmetleri üretmektedirler (Waller, 2008: 15). Bu şekildeki bir ekonomik sistem içerisinde de, ‘tüketici egemenliği’nden söz etmek mümkün değildir. Burada üreticilerin kararları neticesinde oluşan bir ‘üretici egemenliği’ vardır.

Tüketici egemenliği, 1930’lu yıllarda yeni bir kavram olarak modern ekonominin bir parçası haline gelmiştir. Bu kavramı ilk kullanan kişi Avusturya Okulu’nun temsilcilerinden olan İngiliz iktisatçı, William Hutt’tır. Hutt’a (1936: 257)² göre “*Tüketici, vatandaş olarak gücünü, toplumsal anlamda kullanabildiği talep gücünü siyasi kurumların otoriter kullanımına devretmediğinde egemendir.*” Yani tüketici egemenliği temel olarak, bir gücün (talep gücü) piyasada kullanılabilme olasılığıdır.

Galbraith, Neoklasik iktisadın geliştirdiği ‘tüketici egemenliği’ efsanesini, Amerikan toplumunun yaşam tarzı üzerinden eleştirmektedir. Galbraith'e göre ekonomiye iki yaklaşım üzerinden bakmak gerekir. Birincisi; tüketicilerin seçimlerini ve davranış biçimlerini, fiyat ve maliyetleri etkileme gücü olmayan işletme oluşumudur. Bu

² Bu konudaki detaylı bir çalışma için bkz. (High, 1988)

tür piyasa sistemini, Neoklasik iktisadi düşüncede rekabetçi ve çok sayıda firma oluşturmaktadır.

İkincisi ise, yeni bir firma türünün doğduğu ve rekabetin varsayıldığı gibi işlemediği bir düzene işaret eder. Modern ekonomiyi ifade eden bu sistemde, yeni bir firma biçimi olarak ifade edilen dev şirketin (*huge corporation*) ortaya çıkmasıyla birinci iktisadi yaklaşımdaki varsayımlar, geçerliliğini yitirmektedir. Dev firmalar sadece fiyat ve maliyetleri değil, ayrıca tüketicilerin davranış kalıplarını da etkileyebilme gücüne sahiptir. Galbraith'in tasvir ettiği modern ekonomide oluşan bu etkiler, tüketiciler tarafından değil, üreticiler tarafından harekete geçirilmektedir (Munier ve Wang, 2005: 67).

Galbraith, Bolluk Toplumu'nda ihtiyaçların tüketicilere zorla kabul ettirildiği bir tüketim toplumunu tasvir etmektedir. Tüketicilerin hâkim olduğu bir toplum ancak, ihtiyaçların önceliğinin (*urgency of wants*) çözülmesi gereken bir sorun olarak ortada durmadığı kitlesel tüketici toplumlarında mümkündür. Oysa tüketiciler, ihtiyaç duymadıkları halde önlerine sunulan sonsuz sayıda ürün ve hizmetle karşı karşıyadır (Munier ve Wang, 2005: 67). Bu yüzden tüketici egemenliğini, başka açılardan ve daha farklı toplum anlayışları üzerinden değerlendirmek gerekmektedir.

Üretime aşırı bir önem veren geleneksel akıl, üretimdeki artışın piyasadaki egemen tüketicilerin istekleri doğrultusunda gerçekleşen bir durum olduğunu iddia etmektedir. Geleneksel akla göre, tüketicinin ihtiyaçları hiçbir zaman tatmin edilemeyeceğinden (ihtiyaçların sonsuz olması), mal ve hizmetlerin üretiminin sürekli artması toplum için olumlu bir gelişme anlamına gelmektedir. Oysa Galbraith'in bu yaklaşıma itirazı vardır. Galbraith'e göre bolluk toplumları için kontrolsüz bir üretim artışı, olumsuz neticeler doğurmaktadır.

Galbraith, bolluk toplumlarındaki üretim artışıyla birlikte yeni yaratılan 'yapay isteklerin (*artificial wants*)' tüketiciyi bulunduğu konumdan daha iyi bir noktaya getirmeyeceğini düşünmektedir (Dutt, 2008: 527). Hatta özel mallar (*private goods*) için yaratılan yeni ihtiyaçlar, sağlık, eğitim ve bunun gibi tüketicilerin yaşam koşullarını doğrudan etkileyen birçok kamusal hizmeti tercih etmesine engel olacak ve bir 'sosyal dengesizlik' meydana getirecektir.

Özet olarak interaktif ve bilgiye dayalı küresel bir ekonomide, Galbraith'in ifade ettiği bağımlılık etkisinin tüketiciyi yönlendirdiği ve tüketicinin isteklerinin üreticilerin kontrolünde biçimlendirildiği bir iktisadi sistem içerisinde tüketicinin mi yoksa üreticinin mi egemen olduğu daha derinlikli bir tartışmanın konusudur. Galbraith'e göre

Neoklasik teoride tüketici, fayda maksimizasyonu amacıyla davranan ve bu davranışlarını rasyonel mantığa oturtan iktisadi bir aktördür. Ayrıca Neoklasik iktisadın varsayımlarına göre insanlar özgür ve kendi kararlarını almakta bağımsızdır. Ancak Galbraith bu varsayımlara şiddetle itiraz etmektedir, çünkü Galbraith'e göre bağımlılık etkisinin olduğu bir ekonomide tüketicinin bağımsızlığı iddiası tam anlamıyla bir yanılsamadır (Humbert, 2005: 57). Bağımsız olmayan bir tüketicinin de piyasada egemen olması mümkün değildir.

Zira tüketici üreticinin isteklerine tamamen veya biraz boyun eğdiğinde, artık o ortamda tüketicinin egemenliğinden söz etmek mümkün değildir (Galbraith, 1990: 157).

Galbraith bu egemenlik ilişkisine bireycilik üzerinden de yaklaşmakta ve iktisadi sistem bireyci bir karakter taşımadığından, ne tüketicilerin ne de vatandaşların toplum içerisinde egemen olmadığını iddia etmektedir (Waligorski, 2006: 127).

4. Bolluk Toplumunda Sosyal Denge veya Dengesizlik

Bolluk toplumunun ve modern toplumun en temel meselelerinden birisi de, ekonomide hangi malların üretileceğine karar verilmesidir. Galbraith, bolluk toplumu içerisinde gözlemediği ve ayrıntılarıyla incelediği; eşitsizlik, güvenlik, üretim, talep, gelir düzeyi, enflasyon, para politikası ve yoksulluk gibi konuları Amerika'daki sosyal dengesizlik sorunuyla bağlantılı olarak görmektedir.

Sosyal dengesizlik kavramını anlamak için, ilk önce 'sosyal denge'nin ne olduğuna bakılması gerekmektedir. Bu bağlamda Galbraith, sosyal dengeyi şu şekilde tanımlamaktadır (1960: 255):

"...özel malların tüketimindeki her artış normal olarak, devlet tarafından koruyucu ve kolaylaştırıcı adım anlamına gelmektedir. Bu hizmetler yakın bir zamanda gerçekleştirilmezse, her durumda bunun sonuçları da bir açıdan sıkıntılı olacaktır. Devletin sağladığı mal ve hizmetlerle, özel sektörün ürettiği mal ve hizmetler arasında memnun edici bir ilişkiyi ifade eden bir kavram bulmak gerekirse; bunun adı sosyal denge olabilir."

Özel bir malın üretilmesiyle ve bu malın tüketiminde bir artış olmasıyla birlikte, devletin aldığı koruyucu ve kolaylaştırıcı olarak nitelendirilen önlemleri veya attığı adımları ise Galbraith'in şöyle örneklendirdiği görülmektedir (1960: 255):

"... ifade edildiği gibi otomobil tüketiminde gerçekleşen bir artış, kolaylaştırıcı anlamda sokaklar, otoyollar, trafik kontrolleri ve park alanları ihtiyacı doğurmaktadır. Koruyucu anlamda olanlar ise, polis ve otoyol devriyesi hizmetleri ve buralardaki hastaneler gibi ayrıca olması gereken hizmetlerdir."

Galbraith sosyal dengenin, ekonomideki özel sektörle kamu sektörünün istikrarlı ilişkisine bağlı olduğunu söylemektedir. Bu istikrarın sağlanması içinse, özel sektörün ürettiği mal ve hizmetlerin, kamu kesiminin ürettiği mal ve hizmetlerle dengeli bir mesafe içerisinde bulunması gerekmektedir. İki sektör de birbirinin üzerinde hâkimiyet kurmayı değil, birbirinin tamamlayıcısı olabilmeyi göz önünde tutmalıdır.

Ancak refah toplumunun sahip olduğu servet, ölçsüz bir şekilde özel sektöre doğru yönlendirilmektedir. Bu yüzden toplumun, genel olarak hayat standardı önemli bir oranda düşük görünmektedir. Servetin bu şekilde özel sektöre yönlendirilmesi neticesinde kamu güvenliği, sağlık, eğitim, ulaştırma, barınma, eğlence ve ayrıca hava kirliliği gibi ekolojik meseleler ihmal edilmektedir. Galbraith'in vurguladığı 'sosyal dengesizlik' sorunu, böyle toplumsal bir durumla sonuçlanmaktadır.

Bu dengesizliğin doğmasının temel nedeni de, özel sektörün kamu kesiminden daha fazla ve aşırı şekilde gelişim göstermesidir. Özel kesim ile kamu kesimi arasındaki uyumsuzluk, ekonominin gelişmesine de engel olduğundan toplumun iktisadi açıdan memnuniyet seviyesini düşürmektedir. Özetle Galbraith'e göre bu dengesizlik, sosyal bir takım rahatsızlıklara ve sıkıntılara da sebebiyet vermektedir (1960: 251).

Sosyal dengesizliğin çok çeşitli nedenleri olmakla birlikte, bu nedenleri genel olarak beş başlık altında toplamak mümkündür (Sharpe, 1974: 33):

- **İstek Yaratma:** Reklamlar aracılığıyla istek yaratmanın etkisi, daha önce de bahsedildiği gibi tüketici talebinin yönlendirilmesiyle ilgilidir. Örneğin televizyon üreticileri, televizyonun özelliklerini övebilmekte ve bu ürünle alakalı reklam kampanyaları düzenleyebilmektedir. Oysa diğer taraftan mesela eğitim gibi bir konuda, okul özel sektör açısından büyük kar elde etme amaçlı bir şirket olmadığından, okulun reklamı yapılmadığından ve kimse eğitimin niteliklerini övmediğinden, eğitim ihtiyacı en azından bir televizyon ihtiyacı kadar hissedilmemektedir. Neticede insanlar, özel mallara ilişkin her türlü avantajı reklamlar vasıtasıyla öğrenebiliyorken, eğitim gibi kamusal hizmetlerin ihmal edilmesi nedeniyle bu hizmetlerden yoksun kalabilmektedir.

- **Büyüme:** Galbraith'e göre sosyal sorunların çözümü, sürekli artmakta olan üretimin içerisinde yer almaktadır. Üretim ve milli gelir arttıkça sağlık, eğitim ve refah için gereken kaynak ihtiyacı da artmaktadır. Daha fazla milli gelir, daha az yoksulluğu; daha az yoksulluk ise kamusal hizmetlere daha düşük bir ihtiyaç seviyesini beraberinde getirecektir.

- **Enflasyon:** İkinci Dünya Savaşı sonrası, yani refah döneminde çözülmesi için büyük çaba sarf edilen kronik sorun enflasyon, kamu hizmetlerinin devam etmesini daha da hızlandırmıştır. Vergilerle idare edilen şehirlerin belediyeçilik hizmetleri ve eğitim hizmetleri gibi çeşitli kamusal hizmetler, enflasyon yüzünden büyük bir oranda aksamaya başlamıştır. Ayrıca enflasyon, devletin emrinde çalışan memurların da içinde bulunduğu ekonomik koşulları etkilediğinden, kamu hizmetleri bu vesileyle de kötü etkilenmiştir.

- **Askeri Harcamalar:** Bütçenin önemli bir kısmının askeri harcamalara, orduya aktarılması nedeniyle sosyal denge olumsuz şekilde etkilenmiştir.

- **Kaynak Dağılımı:** İnsana yapılan yatırım (eğitim) kamusal bir hizmet olarak sayılırken, eşyaya yapılan yatırım ise özeldir. Piyasa mekanizmasının hiçbir unsuru, eğitimin topluma olan katkısı daha yüksek olsa bile, eğitimden kâr elde edilmesi zor olduğu için, kaynakları özel ve kamu kesimi arasında bölüştürmemektedir. Kaynak dağılımının uyumlu bir şekilde yapılmaması neticesinde sadece kaynak dağılımında bir dengesizlik değil, ayrıca özel ve kamu kesimi arasındaki dengesizlikte daha da şiddetli ayrışmalar meydana gelmiştir.

Modern tüketim toplumunun içerisinde, toplumdaki bireylere zarar veren bir sosyal dengesizlik gerçeği ve özel servet (*private opulence*) ile kamusal sefalet (*public squalor*) arasında bir zıtlık bulunduğu iddiası, Galbraith'in bolluk toplumu için geliştirdiği analizi içerisindeki en temel tezlerinden birisidir (Stanfield, 1983: 592). Galbraith, özel malların giderek, erdemli ya da kamusal mallardan daha fazla üretilmeye başlanması sonucu ortaya çıkan sosyal dengesizlik sorununun çözümü içinse, tek bir yol önermektedir. Bu yol ise kamu sektörünün mal ve hizmet üretme kabiliyetini artıracak süreçleri kullanarak, özel mallar veya tüketici malları üzerine satış vergilerinin uygulanmasıdır (Brue ve Grant, 2007: 390).

Sonuç

Galbraith'in düşüncelerini ifade ederken çeşitli toplumsal kaygılar taşıdığı görülmüştür. İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerika'nın sahip olduğu zenginliğin, kamusal yararları olan alanlara değil de, bireysel yararı gözetilen ve özel tüketimi özendirilen alanlara aktarılmasını şiddetle eleştirmiştir. Modern kapitalizmin gelişmesiyle birlikte daha da güçlenen ve piyasaları kontrol etme kabiliyetine sahip olan dev şirketlerin, tüketicilerin zevklerini, tercihlerini ve talep davranışlarını da kontrol etmesiyle Neoklasik iktisadın 'geleneksel aklı' ve 'tüketici egemenliği' varsayımı da sorgulanmaya başlamıştır.

Dolayısıyla Neoklasik tüketici teorisinin, Galbraith'in en çok eleştirdiği konulardan birisi olduğu göze çarpmaktadır. Galbraith, bu eleştirisini tüketici – üretici ilişkilerinin niteliği üzerine yoğunlaştırmış ve bu ilişkide egemen olan tarafın tüketiciler değil, üreticiler olduğunu vurgulamıştır. Üreticilerin tüketiciler üzerindeki kontrolü, Galbraith'in kendi kavramsallaştırmasıyla ifade ettiği "bağımlılık etkisi" aracılığıyla sağlanmıştır. Bağımlılık etkisi neticesinde tüketiciler, aslında ihtiyacı olmadığı mal ve hizmetleri almaya başlamıştır. Üreticilerin reklamlar vasıtasıyla tüketiciler için istekler yaratmasının, bağımlılık etkisini ortaya çıkaran temel unsur olduğu görülmüştür.

Neoklasik iktisadın geleneksel aklı, ekonomideki mevcut kaynakların nerelere veya kimlere tahsis edilmesi gerektiği konusunda tüketicinin rasyonel bir biçimde, aklına ve demokratik ilkelere uygun olarak tercihini yapacağını iddia etmektedir. Ancak Galbraith'e göre tüketiciler üzerinde bağımlılık etkisinin bulunması sonucunda, kamusal kesimin ihmal edilmesi süreceği gibi görünmektedir. Hatta bağımlılık etkisinden ziyade bu etkinin altında yatan tüketici için istek yaratma süreci, fakir bir kamu sektörünün oluşmasına katkı yapmaktadır.

Galbraith'in taşıdığı diğer bir toplumsal kaygı, üretimin aşırı derecede kutsanmasının ortaya çıkardığı sorunlardır. Oysa üretimin sürekli artmasının doğuracağı maliyetlerin göz önüne alınması gerekir. Bu maliyetlerin en başında gelen de, ekolojik düzene yüklenen maliyettir. Galbraith, daha fazla üretim için, daha temiz bir çevreden vazgeçmenin pek de mantıklı olmadığını düşünmektedir.

Galbraith'in Bolluk Toplumu çalışması ile Amerikan toplumunun kapsamlı bir analizini yaptığı anlaşılmaktadır. Bu analiz, kamusal sefalet - özel servet çelişkisi bağlamında şekillenmektedir. Galbraith sosyal denge teorisi ile bolluk toplumunun elindeki zenginliği nasıl kullandığını ve bu zenginliğin neden daha fazla kamusal yarar için yönlendirilmediğinin kaynaklarını araştırmış ve nihayetinde özel mal ve hizmetlerin, kamusal mal ve hizmetlerden daha fazla üretildiği bir toplum içerisinde büyük sosyal dengesizliklerin ortaya çıkacağını vurgulamıştır. Dolayısıyla Bolluk Toplumunda karşılaşılan asıl sorun sosyal dengesizliktir. Bu dengesizliğin doğmasının temel nedeni de, özel kesimin kamu kesiminden çok daha hızlı bir biçimde gelişmesi neticesinde ortaya çıkan uyumsuzluktur. Özel kesim ile kamu kesimi arasındaki bu uyumsuzluk, ekonominin gelişmesine de engel olduğundan toplumun iktisadi refah düzeyi de düşme eğilimine girmektedir.

KAYNAKLAR

- BODDEWYN, Jean, (1961), "Galbraith's Wicked Wants", **Journal of Marketing**, 25, 6: 14-18.
- BREIT, W. ve R.L. RANSOM, (1971), **The Academic Scribblers**, New York: Holt, Rinehart and Winston Inc.
- BRUE, S.L. ve R.R. GRANT, (2007), **The Evolution of Economic Thought**, Mason: Thomson South-Western.
- DUTT, Amithava K, (2008), "The Dependence Effect, Consumption and Happiness: Galbraith Revisited", **Review of Political Economy**, 20, 4: 527-550.
- GALBRAITH, John Kenneth, (1960), **The Affluent Society**, Massachusetts, Houghton Mifflin Company.
- GALBRAITH, John Kenneth, (1990), **Ekonomi Kimden Yana**, (Çeviren: Belkıs Çorakçı, Nilgün Himmetoğlu), İstanbul: Altın Kitaplar.
- HEILBRONER, Robert, (1989), "Rereading the Affluent Society", **Journal of Economic Issues**, 23, 2: 367-377.
- HIGH, S. Hugh, (1988), "W. H. Hutt and Apartheid", **Managerial and Decision Economics**, 9, 5: 59-63.
- HUTT, William, (1936), **Economist and the Public: A Study of Competition and Opinion**, London: Jonathan Cape.
- HUMBERT, M, (2005) With John Kenneth Galbraith: a "Political and Moral Philosophy" Conception to Study Economic Activities. **Journal of Post Keynesian Economics**, 28, 5: 47-64.
- MUNIER, F. ve Z. WANG, (2005), "Consumer Sovereign and Consumption Routine: A Reexamination of Galbraithian Concept of the Dependence Effect", **Journal of Post Keynesian Economics**, 28, 1: 66-82.
- PARKER, Richard, (2004), "The Legacy of John Kenneth Galbraith", **Challenge**, 47: 81-89.
- SAVAŞ, V, (2000), **İktisadın Tarihi**, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2000.
- SHARPE, Myron E, (1974), **John Kenneth Galbraith and the Lower Economics**, New York: International Arts and Sciences Press.
- SPIEGEL, Henry W, (1971), **The Growth of Economic Thought**, New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- STANFIELD, J. Ronald, (1983), "The Affluent Society after Twenty – five Years", **Journal of Economic Issues**, 17, 3: 589-607.
- WALIGORSKI, Conrad P, (2006), **John Kenneth Galbraith: The Economist as Political Theorist**, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- WALLER, W, (2008), "John Kenneth Galbraith: Cultural Theorist of Consumption and Power", **Journal of Economic Issues**, 42, 1: 13-24.

WEBSTER'S, (1974), *New World Dictionary of the American Language*, (2nd edition), New York: World Publishing.

ZINKIN, M, (1967), "Galbraith and Consumer Sovereignty", *The Journal of Industrial Economics*, 16, 1: 1-9.