

TÜKETİM TOPLUMUNUN ÇEVRE SORUNLARINA ETKİLERİ

Abdullah ÇELİK*
Ayşe KÜÇÜK**

Öz

Sanayi devrimi, insanların tüketim biçimlerinin değişmesinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Sanayileşme, üretim tekniklerini değiştirdiği gibi tüketici alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Kapitalizm, hem bir sanayi devrimi hem de bir tüketici devrimi üretmiştir. Bu çalışmada tüketim-kapitalizm ilişkisi incelenmiş, kapitalizmin tüketimi teşvik etmek için kullandığı alışveriş merkezleri, reklam ve moda araçları analiz edilmiş, tüketim toplumu ve çevre sorunları arasındaki ilişkiye değinilmiştir. Çalışmanın sonucunda, toplumun tüketim alışkanlıklarının değiştiği; tüketimin ihtiyaçları karşılamanın ötesinde bir anlam kazandığı; bireylerin bilinçsizce yaptıkları tüketimin çevresel maliyetinin çok yüksek olduğu; tüketim toplumunun doğal çevre üzerinde ciddi boyutlara ulaşan tahribata neden olduğu ve çevre üzerinde geri dönüşü olmayan zararlara yol açtığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Tüketim toplumu, Çevre, Kirlilik

THE EFFECTS OF THE CONSUMPTION SOCIETY ON ENVIRONMENTAL PROBLEMS

Abstract

The industrial revolution is regarded as the beginning of the change of the consumption patterns of people. Industrialization has changed consumer habits as well as changing production techniques. Capitalism has produced both an industrial revolution and a consumer revolution. In this study, the relationship between consumption and capitalism is examined, shopping centers, advertising and fashion tools used by capitalism to promote consumption are analyzed and the relationship between consumer society and environmental problems is discussed. As a result of the study, it was observed that the consumption habits of the society changed; consumption has a meaning beyond meeting needs; that the environmental cost of consumption unconsciously made by individuals is very high; consumption society has caused serious damage to the natural environment and causes irreversible damage to the environment.

Keywords: Consumption, Consumption society, Environment, Pollution

* Prof. Dr., Harran Üniversitesi İİBF Kamu Yönetimi Bölümü, acelik@harran.edu.tr

**Yüksek Lisans Öğrencisi, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ayse.kucuk@harran.edu.tr

GİRİŞ

İnsanoğlu, var olduğu günden beri yaşamını idame ettirebilmek için sürekli tüketme eğiliminde olmuştur. Ancak tüketimin boyutları zamanla değişmiştir. İlk insanlar sadece temel ihtiyaçlarını karşılamak, hayatta kalabilmek için tüketirken; zamanla bu tüketim modeli biçim değiştirmiş ve günümüzde “tüketim toplumu” denilen yeni bir toplum biçimi ortaya çıkmıştır. Bu toplum biçimi sanayi devrimiyle başlatılmaktadır. Çünkü sanayileşme üretim tekniklerini değiştirdiği gibi tüketici tercihlerini de değiştirmiştir. Kapitalizm, hem bir sanayi devrimini hem de bir tüketici devrimini meydana getirmiştir (Bayhan, 2011: 224).

Sanayileşme öncesi tarım toplumunda insanlar sadece kendi ihtiyaçları kadar ürünü evlerinde veya küçük atölyelerde üretirken; sanayi devrimi ile birlikte fabrikalar kurulmuş, işçi sayısı ve üretilen malların sayısında bir artış olmuştur. Bir gelire sahip olan işçiler bunu pazarlarda harcama imkânı bulmuşlardır. Tüketim artık sadece temel ihtiyaçlar değil, temel ihtiyaçların ötesinde bir anlam kazanmıştır.

Tüketim alışkanlıklarının değişmesine neden olan diğer faktörler, fordist ve post-fordist üretim tekniklerinin hayata geçirilmesi olmuştur. 1908’de fordist üretim tarzına geçilmesiyle birlikte seri üretim dönemi başlamıştır. Bu durum, daha fazla işgücü, daha fazla ürün ve daha fazla “tüketim” anlamına gelmektedir. Fordizmde işçi sınıfını tüketime yönlendirmek için işçi ücretleri arttırılıp, verimli kitlesel üretim ve dolayısıyla kitlesel tüketim hedeflenmiştir.

1970’lerde fordizm krizi başlamıştır. Bu krizin nedeni seri üretiminin mantığından kaynaklanan stok birikimidir. Fordizm, krizini aşmak için bu dönemde esnek üretim tarzına geçmiştir. Esnek üretim sayesinde ürün çeşitliliği artmış ve kapitalizm gelişmiştir. Esnek üretim tarzı, fordizme alternatif olarak ortaya çıkmış, tüketicileri, tüketirken bir seçim yapmaya yönlendirmiştir. Şirketler, müşteri talepleri doğrultusunda üretim yapmayı, ürün çeşitliliğini arttırmayı hedeflemişlerdir.

Artan ürün sayısı ve ürün çeşitliliği kapitalizmin gelişmesinin önünü açmıştır. Kapitalizmde üretim çarkının işleyebilmesi için tüketim çarkının da kusursuz bir şekilde işlemesi gerekmektedir. Bunun için de tüketime özendirilmesi gerekmektedir. Reklamlar sayesinde bireyler yeni çıkan ürünlerden haberdar olmaktadır. Bu da moda sektörünün gelişmesine katkı sağlamıştır. Artık bireyler, modası geçtiği için daha fazla eşyayı çöpe atıp yerine yenisini alan birer “tüketici”ye dönüşmektedirler.

Her şeyin tüketildiği bu toplumsal yapıda göz ardı edilen bir husus vardır: Çevre. Zamandan hız kazanmak için veya modası geçtiği için kullanılıp çöpe atılan her şey çevreye atık olarak geri döner. Yapılan her alışveriş çevreye bir yükür. Tüketen sınıf, aşırı tüketmeye devam ettikçe, eko-sistemin dengesi bozulacak, küresel ısınma artacak, buna bağlı olarak su kaynakları azalacak ve deniz seviyesi yükselecektir.

Bu çalışmada ilk önce tüketim toplumunun tanımı yapılmış, tüketim toplumunun ortaya çıkış süreci değerlendirilmiş, kapitalizm ile ilişkisi ele alınmış ve tüketim toplumunun işleyişinde kapitalizm ve reklamların ne gibi rolü olduğu üzerinde durulmuştur. Daha sonra tüketim toplumunun çevre ile olan ilişkisi ele alınmış ve tüketim toplumundan kaynaklı çevre sorunları incelenmiştir. Son olarak da kendisi için tüketen insanın, kendi sonunu da getireceğinden habersizce tahrip ettiği doğada, çevre kirliliği üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

1. Tüketim Toplumu

20. yüzyılda piyasa ekonomisine geçiş, küreselleşme ve toplu pazarın gelişmesiyle birlikte ortaya yeni bir toplum biçimi olan tüketim toplumu çıkmıştır. Tüketim toplumu, 20. yüzyılın yaşam biçimini anlatan bir kavram olup, kitlesel üretim sonucunda ortaya çıkan kitlesel tüketim biçiminde tanımlanmaktadır (Kırcı, 2014: 84). Tüketim toplumu kavramı hem tüketim miktarındaki artışları hem de tüketime işlevindeki farklılaşmayı öne çıkaran bir toplumsal yapıya işaret etmektedir. Bu anlamda tüketim toplumunun en belirleyici özelliği, tüketime ekonomik olmaktan çok, sosyal ve kültürel bir

olgusu olmalıdır. Tüketim toplumunda satın alınan ürünlerin işlevlerinden ziyade, taşıdıkları anlamlar ve semboller değer kazanır (Kahvecioğlu, 2004: 1-45).

Tüketim toplumu, toplumların maddi üretim ve hizmet üretiminden ziyade, malların ve boş zamanın etrafında “tüketim” örgütlenmesi anlamına gelmekte olup, her şeyin tüketim boyutunda anlam kazandığı bir toplum biçimini ifade etmektedir (Bayhan, 2011: 223). Üretimin ihtiyaçlara göre değil, pazarlanabilme imkânlarına göre belirlendiği, reklam ve moda gibi araçlar yoluyla tüketimin özendirildiği toplum yapısı tüketim toplumunu anlatır (Ökmen, 2016: 5).

Tüketim toplumu, tüketimin öğrenilmesi ve tüketime toplumsal bir biçimde alıştırılmasıdır. Başka bir ifadeyle tüketim toplumu yeni üretim güçlerinin ortaya çıkması ve yüksek verimlilik taşıyan ekonomik bir sistemin yeniden yapılanması, yeni ve özgül bir toplumsallaşma tarzıdır (Baudrillard, 2017: 95).

Gösteri toplumu, sanayi sonrası toplum gibi kavramlarla birlikte anılan tüketim toplumunda “tüketim” bir statü göstergesi olarak algılanmaktadır. Örneğin lüks bir restoranda yemek yemek, marka giyinmek, pahalı telefonlar kullanmak, birer saygınlık belirtisi haline gelmiştir. Bireylerin toplumdaki statüleri tükettikleri bu nesnelere ölçülmektedir. Bireyler, toplumda kabul edilebilmek, kendilerini kanıtlamak, “trend” olanı yakalamak için sürekli tüketmeye yönelmektedir. Diğer bir ifadeyle tüketim toplumunda bireyler, daha fazla tüketmeyi bir yaşam tarzı haline getirmişlerdir.

1.1. Tüketim Toplumunun Ortaya Çıkışı

Tüketim, insanlık tarihi kadar eski olmakla birlikte modern anlamda tüketim toplumunun sanayi devrimi ile başladığı varsayılmaktadır. Sanayi devriminden önce üretim, sadece temel ihtiyaçların karşılanması için yapılmaktaydı. Bir metanın üretilip üretilmeyeceğini, üretilecekse ne kadar üretileceğini belirleyen şey, o metanın değişim değeri değil, kullanım değeridir. Başka bir ifadeyle bir eşya sadece kullanım ömrü bittiği için yerine yenisi üretilmekteydi (Durmaz, 2015: 127-128).

Üretim süreci 1770-1870 arası dönemde önemli değişiklikler ve gelişmeler yaşamıştır. Burjuva sınıfı bu gelişmelerden biridir. Ayrıca, kapitalist üretim modellerini yaratan, sanayide, üretim sektöründe ve mal dağıtım alanlarında çalışan endüstri işçilerinden oluşan bir işçi sınıfı da gelişmiştir (Bocock, 1997: 24). Ayrıca, sanayileşme ile birlikte kadınların da fabrikalarda çalışmasının önü açılmış, böylece bir gelire sahip olan kadınlar da birer tüketicie dönüşmüştür.

Malların fabrikada üretilmeye başlanmasıyla 1860'lı yıllardan sonra üretimde büyük bir artış yaşanmış, üretimin alanı genişlemiştir. Önceleri üretim sadece küçük iş yerleri ve evlerde yapılırken, fabrikalaşma ile üretim evin dışına çıkmıştır. Sanayi devriminin getirdiği bu yeni üretim tarzı, belli çalışma saatlerinin karşılığında ücret ödeme sistemine dayanmaktadır. Giderek daha fazla sayıda kişinin bir gelire sahip olduğu bu yeni üretim biçiminde insanlar, tüketim mallarını kendileri üretmek yerine, satın alma ihtiyacı hissetmişlerdir (Yavuz, 2013: 221). Açıkçası, sanayi devrimi üretimi değiştirmiş, daha az belirgin, ama aynı derecede olmakla birlikte tüketimi de değiştirmiştir (Goodwin ve Diğ., 2008: 5).

Sanayi devriminin ardından, ABD'de üretimin kitlesel bir boyuta erişmesiyle, üretilen malların satılabilmesi için ihtiyaçların farklılaştırılması ve yeni ihtiyaçların yaratılması temel ilke ve amaç haline gelmiştir (Yanıklar, 2010: 27). Üretimin kitlesel bir biçimde yapılması, 19. yüzyılda fordizm ile gerçekleşmiştir. Kitlesel üretime geçiş, günümüz tüketim toplumunun şekillenmesi bakımından bir dönüm noktası olmuştur (Batu ve Tos, 2017: 1001).

Fordizm genel olarak, üretimde standartlaşmaya gidilerek kitlesel bir üretimin gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Fordist üretimin en sistematik örgütlenmesinin ilk örneğini Henry Ford vermiştir (Kılıç, 2014: 11). Amerikalı otomobil yapımcısı olan Ford, sıradan aileler için seri üretim yoluyla ürettiği ilk otomobillerle Batı kapitalizminin gelişmesinde önemli bir başarıya imza atmıştır (Bocock, 1997: 29).

Ford'un amacı, üretim maliyetlerini düşürerek üretim miktarını arttırmak ve kârı en çoğa çıkararak kitlesel üretimi gerçekleştirmektir. Üretimde belirgin bir artışın görülmeye başlanmasıyla birlikte temel sorun bu ürünlerin nasıl satılacağı olmuştur. Bu noktada üretimde verimliliğin sağlanması için Ford, çalışanlarına piyasa ücretlerine oranla yüksek ücret ödeyerek alt gelir grubundaki insanların da satın alım güçlerinin artırılması hedeflenmiştir (Şahin, 2009: 6). Örneğin; Ford'un ilk "T" model otomobili 1908 yılında 850 dolardan piyasaya sürülmüştür. 1909 yılında aynı otomobil 950 dolardan satılmış, ancak 1909'dan itibaren her yıl biraz daha ucuzlayarak 1916 yılında 360 dolarlık fiyat düzeyine kadar inmiştir (Dikmen, 2000: 292). Bu sayede aynı ürün alt gelir grubundakilere de satılmak istenmiştir. Buradaki amaç, herkesi bir şekilde "tüketici" yapmaktır. Fordist sistemin en nihai hedefi, üretimdeki artışa paralel olarak tüketimin de artışını sağlayarak pazarın gelişmesinin koşullarını yaratmaktır (Selçuk, 2011: 4133). Açıkçası fordizm, "bir yaşam düzenleme biçimidir: İnsanlara önce gelir sağlama, sonra da bu geliri nasıl kullanacaklarını öğreterek yaşam biçimlerini doğrudan doğruya belirleme çabası" olarak görülmektedir (Saklı, 2007: 6).

Tüm bu avantajlarına rağmen 1970'lerde fordizm krize girmiştir. Bunun nedeni fordizmin seri üretim mantığından kaynaklanan stok birikimidir. Zira fordizm, esnek olmayan bir üretim sistemiydi. Firmalar kâra geçebilmek için uzun yıllar aynı ürün setini üretmek zorunda kalmışlardır (Dikmen, 2000: 292). Dolayısıyla belirli bir refah düzeyine ulaşan işçilerin tüketim kalıplarının değişmesiyle, standart ürünler tüketiciyi tatmin etmemeye başlamıştır. Bu noktada sistemin ayakta kalabilmesi için yeni arayışlar başlamış ve fordizme alternatif olarak post-fordist üretim sistemine geçilmiştir.

Post-fordist de denilen esnek üretim tarzı fordist modelin eleştirisinden doğmuştur. Eski sistemin katılıklarını esnetmek için yeni teknoloji ve yeni üretim teknikleri kullanılmıştır. Esnek üretim sisteminde stok fazlalığı kaldırılır, kalite, etkinlik ve verimlilik doğru orantılı olarak kabul edilir; ürünlerin hızla değişebilme özelliğine önem verilir (Kılıç, 2014: 13-14). Üretilen malların kalitesi düşürülür, ürünlerin kullanım süreleri kısaltılır. Örneğin, önceleri beş yıl

kullanım ömrü olan bir elektronik eşyanın kullanım süresi artık iki yıla indirilir. Buradaki amaç piyasaya sürülen ürün miktarını arttırmak, tüketiciye çabuk bozulan ürünün yerine yenisini satın aldırarak ve onu “tüketime” yönlendirmektir.

Esnek üretim tarzı, ürün çeşitliliği getirmekle birlikte, tüketim alışkanlıklarını da tümüyle değiştirmiştir. Teknolojinin ilerlemesi ve endüstriyel gelişim, üretimin belli bir noktaya kadar artmasına neden olmuştur. Bu süreçte birey, üretici niteliğini yitirerek tüketici durumuna geçmiştir. Başka bir ifadeyle, bir dönemin kapanışı (üretim toplumunun), diğer bir dönemin (tüketim toplumunun) açılışını da beraberinde getirmiştir (Kırılmaz ve Ayparçası, 2016: 46). Esnek üretim tüketiciye çeşitli ürünler arasından seçim yapma özgürlüğünü getirmiştir. Fordizm ve post-fordizmden önce üretim ihtiyaçların karşılanması için yapılırken yeni üretim sistemiyle, tüketimin ihtiyaçların giderilmesinin ötesinde bir işlevi bulunmakta ve tüketim bu anlamda, kapitalizmin ideolojisini meşrulaştırmaktadır (Demirel ve Yegen, 2015: 121).

1.2. Tüketim Toplumunun Kapitalizm ile İlişkisi

Tüketim toplumunun işleyişi ve ayakta durabilmesi, kapitalizmin varlığına bağlıdır. Tüketim ve tüketim ekonomisi varlığını, tüketimin pazar koşullarında fiyat-mübadele ilişkilerinde ve tüketiciler tarafından tüketilen bir durumun olmasıyla sürdürmektedir (Hatipler, 2017: 40). Dolayısıyla, kapitalist sisteme dayanan tüketim toplumunda, üretimin sürekliliği tüketimin sürekliliğine bağlıdır. Bu bağlamda tüketim toplumunun temelinde kapitalizm bulunmaktadır (Bayhan, 2011: 223).

Kapitalizm; kâr elde etmek için kullanılan aracın (sermayenin), “malı, mal üretimi için kullanmak”, malların alım ve satımını sağlamak veya hizmete dayalı işgücünü arz etmek ve satmak suretiyle birikimini sağlayan toplumların işleyiş tarzıdır (Fülberth, 2014: 17).

Kapitalizm, bireylerin ve üretici birimlerin şahsi çıkarları doğrultusunda ve en başta kâr amacıyla iktisadi faaliyetlerde bulunduğu, özel mülkiyet ve hür teşebbüsün esas olduğu, üretimin pazara yönelik olarak yapıldığı, her tür mal ve

hizmetin alım satımına konu olduğu sosyo-ekonomik ve ideolojik bir sistemdir (Bayhan, 2011: 223).

Kapitalizmde her şey pazarda satılabilecek bir metadır, her şey parasal bir değere sahiptir. Üretim, toplu pazarlar yaratmak için yapılır. Lenin (2014), bu meta dolaşımını şu şekilde formüle etmiştir: “Meta üretimindeki gelişmenin belli bir aşamasında para, sermayeye dönüşür. Meta dolaşımının formülü: Meta-para-meta şeklindedir; yani bir metayı, bir başka meta satın almak için satmak.”

Kapitalist sistemde üretimin, satmanın ve satın almanın iki işlevi vardır: Kâr elde etmek ve sermaye birikimi sağlamak. Kapitalizm, bir üretim tarzı aracılığıyla var olan ve mal üretimine dayalı bir sermaye birikim mantığıdır. Başka bir ifadeyle, üretimin sonucunda sermayeye dönecek olan artı-değer, üretiminin bir aracıdır. Bu değerın gerçekleşebilmesi için de üretilenlerin satılması gerekir. Aksi halde büyüme durur ve bu durum krizle sonuçlanır (Kılıç, 2014: 9).

Tüketim toplumu varlığını sürdürebilmek için “nesnelere”, daha doğrusu onları yok etmeye ihtiyaç duymaktadır. Günümüzde üretilen her şey, kullanım değerine veya kullanım süresine göre değil, yok oluşuna göre üretilmektedir. Bu yüzden yok etme, üretime temel alternatif olarak kalır. Kapitalist sistem sadece zenginlik ve yoksulluk üreterek, tatminler kadar tatminsizlikler, ilerleme kadar zararlar üreterek ayakta kalır. Sistemin tek mantığı varlığını sürdürmektir (Baudrillard, 2017: 46-60).

Tüketim kültürünün bir yaşam tarzı olarak benimsenmesi, kapitalist sistemin ve onu amaç edinen siyasi yapıların öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır. Kapitalist anlayışa göre tüketim kültürünün temel felsefesi, hedef kitleyi daha fazla harcamaya yönlendirecek politikalarla tüketicinin ihtiyaçlarının fazlalığını vurgulamak ve tüketicuyu ticari bir metaya dönüştürmektir (Karakas, 2017: 250-251).

Kapitalist sistem için tek amaç tüketim olduğundan, sistemin sürekliliği için üretilen ürünlerin tüketicilere pazarlanması gerekmektedir. Tüketim toplumunda en önemli hususlardan biri de kitlelere üretilen ürünü tükettirmektir. Bireyleri

ve kitleleri tüketime teşvik etmek için çeşitli araçlara başvurulmaktadır. Bu araçlar; reklam, moda ve alışveriş merkezleri olarak sıralanabilir (Alan, 2016: 368).

1. 3. Reklam, Moda ve Alışveriş Merkezleri

Tüketim toplumunda reklamlar ve moda, tüketimi teşvik etme amacı gütmektedirler. Tüketim toplumunun ayakta durabilmesi için reklam, moda ve alışveriş merkezleri gibi araçlarla tüketim özendirilmektedir. Üretilen ürünün farklı özellikleri ön plana çıkartılarak, ürün daha cazip hale getirilip tüketiciye sunulmaktadır. Bu şekilde tüketim döngüsünün devamlılığı sağlanmaktadır.

Reklamın öncelikli amaçlarından biri, müşterinin ilgisini ve dikkatini çekerek, satın alma arzusu uyandırmak ve müşteriyi tüketim tuzağına düşürmektir. Bir ürünün satışı için reklamının yapılması neredeyse bir zorunluluk haline gelmiştir (Alan, 2016: 377). Tüketim odaklı yeni toplum biçiminde belli bir ihtiyacın karşılanmasını vaat eden ancak temelde kâr etmek için üretilen ürünlerin satılması için tüketicilerin ikna edilmesi gerekmektedir (Yanıklar, 2010: 30). Bu ikna etmenin yolu da reklamdan geçmektedir. Reklam, ikna yoluyla tüketicileri daha fazla tüketmeye yönlendirmektedir. Reklam, bireyleri sisteme bağlamanın bir yolu olarak görülmektedir. Tüketim toplumunda tüketimin en temel işlevi de bu olmaktadır (Senemoğlu, 2017: 78).

Reklamın bir diğer amacı, yeni ihtiyaçlar yaratarak kitleleri tüketime yönlendirmektir. Üretilen ürünlerin satılması için yeni ihtiyaçların yaratılması şarttır (Şahin, 2009: 3). Yeni ihtiyaçlar yaratılarak, üretim-tüketim döngüsünün işleme amaçlanmaktadır. Kapitalist sistem, metaların tüketimi için bunları “ihtiyaç” olarak sunma stratejisi gütmektedir (Aytaç, 2006: 34). Bu “sunma” işlevini de reklamlar sayesinde yerine getirmektedir. Reklamlar bireylerde “ihtiyacım olduğu için satın alıyorum” algısı oluşturmaktadır. Reklam, bireylerin ihtiyaçlarına göre ayarlanmış gibi görünmektedir (Baudrillard, 2017: 83).

Modern reklamcılık, gereksinimleri gidermeye değil, yeni gereksinimler yaratmaya çalışır (Bayhan, 2011: 225). Örneğin eskiden çamaşırlar balkona asıp

kurutulurdu. Şimdi çamaşır kurutma makineleri icat edilip, sanki yeni bir “ihtiyaçmış” gibi sunulmaktadır. Aynı şekilde, eskiden çaylar sadece çaydanlıkta demlenirken, son zamanlarda “çaycı” denilen çay yapan makineler piyasaya sunulmaktadır. İnsanlar bu ürünleri sanki ihtiyaçları varmış gibi satın almaktadırlar. Artık herkesin evinde bu “çaycı”lardan vardır.

Reklam gibi moda da bireyleri daha fazla tüketmeye yönlendiren bir araçtır. Moda, günümüz kapitalist sisteminin ortak paydasıdır (Bayhan, 2011: 228). Moda sayesinde kitlesel üretim sisteminde ürün planlaması yapan ve marka üreten şirketler, ürün setlerini istedikleri sıklıkla değiştirebilme imkânı bulmuşlardır. Moda ekonomileri, ürünlerin kullanım ömürlerinin büyük ölçüde kısalmasına yol açmıştır (Dikmen, 2000: 293-294). Buna en güzel örnek olarak modası geçtiği için sıklıkla değiştirilen telefonlar verilebilir. Neredeyse her ay yeni bir telefon modeli piyasaya sunulup, tanıtılmaktadır. Tüketici, elindeki telefonun modası geçtiği için onu yenisiyle değiştirme ihtiyacı duymaktadır. Eski ve kullanılmayan, “modası geçen” her telefon bir köşeye atılıp, yok olmaya bırakılmaktadır. Moda ekonomileri yüzünden her yıl 4 milyon cep telefonu çöpe gitmektedir (www.haberturk.com). Her yıl 1500 civarında yeni ürünün kendini gösterdiği Amerikan süpermarketlerinde, malların %20’ye yakın bir kısmı raflarda bir yıldan fazla kalmamaktadır. Geri kalan %80’lik kısmı, satılamaz, gelip geçici nitelikli şeyler veya yeni modellerinin artık modası geçmiş olduğu anlaşılmış olmak üzere bir süre sonra raflardan toplatılmaktadır (Illich, 2000: 55). Moda, tüketimin hızını arttırmada, daha eskimeden, sırf artık kullanılmadığı için elindeki ürünü değiştiren kitleleri, daha fazla tüketmeye yönelten bir araç haline almıştır.

Tüketim toplumunun kültürü olan tüketim kültürü, kapitalist piyasaya aracılık eden bir kültürdür (Yanıklar, 2010: 26). Bu aracılık işlevi alışveriş merkezleri vasıtasıyla yerine getirilir. Günümüzde her geçen gün bir yenisi daha açılan devasa alışveriş merkezlerinin amacı, daha fazla tüketimi teşvik etmek ve daha fazla tüketiciyi kısıncasına almaktır.

Alışveriş merkezlerinin sayısı o kadar artmıştır ki, alışveriş merkezlerine gitmek neredeyse bir zorunluluk haline almıştır. Bu dev yapıların tüketicilere cazip

gelen tarafı, ucuza satın almak isteyebilecekleri her şeyi (giysi, yiyecek, parfüm vb.) tek çatı altında toplamasıdır (Sennett, 2017: 97). Alışveriş merkezleri daha kazançlı olmalarının yanı sıra bireylerin sosyalleşecekleri yerler olmalarıyla da tüketim toplumuna hizmet etmektedirler. Tüketiciler, alışveriş mağazalarında gezinerek toplumsal etkileşime girmeye çalışmakta ve son moda ürünleriyle eğlence biçimlerine göz gezdirmektedirler (Ritzer, 2017: 87). Artık birçok kişi hafta sonlarını alışveriş merkezlerinde geçirip, günün sonunda alışveriş poşetleriyle evlerine dönmektedir. Bunu yaparken çoğu zaman çevre göz ardı edilmektedir.

Tüketim toplumunda hedonist bir güdü ve bencilce yapılan her alışverişin çevresel bir maliyeti vardır. Satın alınan her ürün için doğa biraz daha sömürülmektedir. Zira kapitalizm, doğayı sömürmekle ayakta durabilir. Kâğıt üretmek için ağaçları kesmek, palm yağı üretmek için palmye ağaçları kesmek, ayakkabı, çanta üretmek için hayvanları öldürmek bu sömürü biçimlerinin bazılarıdır. Aynı şekilde günlük hayatta kullanılan ürünlerin birçoğu plastikten yapılmış ürünlerdir: Oyuncaklar, pet şişeler, saklama kutuları, araba lastikleri vb. Dolayısıyla yapılan her alışveriş çevreye bir yük anlamına gelmektedir. En basitinden alışveriş poşetlerinin üretiminde hammadde olarak petrol kullanılmaktadır. Bunlar doğaya bırakıldığında doğada yıllarca çözünmeyi bekleyeceklerdir.

1.4. Değişen Tüketim Alışkanlıkları: Kullan-at Kültürü

Günümüz tüketim toplumunda bireylerin tüketim davranışları, doğrudan veya dolaylı olarak CO2 (karbondioksit) salınımı, biyolojik çeşitliliğin azaltılması, küresel ısınmaya neden olma ve doğal kaynakları tüketme gibi çok sayıda çevresel etkiler meydana getirmektedir (Savaş, 2012: 137). Tüketim alanında yeni devreye sokulan değer ve pratikler, anında çözüm ve atılabilirlik, tüketimin yaygınlığının artmasıyla sonuçlanmıştır. Özellikle fast-food türü yiyecekleri yemek; kâğıt bardaklar, tabaklar, plastik çatal-kaşık, ambalaj, peçete vb. atılabilirlik özelliği olan malzemelerin kullanımının artması, tüketim alanında

hız ve “kullan-at” kültürünün yaygınlaşmasını beraberinde getirmiştir (Aytaç, 2006: 32).

Kullan-at kültürü, üretilen ürünlerin kullanım ömürlerini en aza indirmek ve düşük üretim maliyeti elde etmek amacıyla dayanıklılığının azaltıldığı, insanları tüketim çılgınlığına sürükleyen lüks bir ekonomik faaliyet biçimidir (Yücel, 2003: 110). Baudrillard, kullan-at kültürünü “çöp sepeti uygarlığı” olarak tanımlar ve “bana fırlatıp attığın şeyi söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim” diyerek “çöp sepetinin sosyolojisi”ni yapar (Baudrillard, 2017). Bu bağlamda alışveriş merkezinde satılan hazır yiyecek-içecek paketleri, piknik alanlarında kullanılan plastik araç-gereçler günün sonunda kullanılıp atılmakta ve doğaya çöp olarak geri dönmektedirler.

2. Tüketim Toplumunun Çevre Sorunlarına Etkileri

Çevre sorunlarının büyük bir çoğunluğu insan faaliyetlerinin neden olduğu sorunlardır. Bu sürecin teknik altyapısı sanayileşme ve sonrasında gelişen teknolojik ilerlemelerle başlamıştır. İnsanlar yapıp ettikleriyle doğal kaynakları sömürüp, ekolojik dengeyi bozmaktadırlar. Bu durum, doğal çevre üzerinde geri dönüşü olmayan sonuçlara yol açmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde hava, su ve toprak kirliliği gibi klasik çevre sorunlarından ziyade, küresel ısınma, iklim değişikliği, deniz ve plastik kirliliği ele alınmaktadır.

2.1. Küresel Isınma ve İklim Değişikliği

Küresel ısınma, insanlar tarafından atmosfere salınan gazların sera etkisi yaratarak yer kürenin sıcaklığının artması olarak açıklanabilir. Küresel ısınmanın en önemli sebebi, insan faaliyetlerinin neden olduğu sera gazı salınımlarıdır. Atmosferdeki insan kaynaklı sera gazı birikimleri sanayi devriminden beri artış göstermektedir (Türkeş ve Diğ., 2000: 4).

Sanayi devrimi ile atmosferde birikmeye başlayan başta CO₂ olmak üzere, öteki sera gazlarının (metan, azot oksit, CFC vb.) yerden verilen uzun dalgalı ışınları tutması nedeniyle ortalama yüzey sıcaklıklarında belirgin bir artma eğilimi

gözlenmektedir. Son yüzyılda küresel sıcaklıkta 0,8 C°'lik bir artış gözlenmiştir. Bu gazların büyük bir çoğunluğu fosil yakıt kullanımından kaynaklanmaktadır. Bunların içinde küresel iklim değişikliğine sebebiyet veren en önemli kaynak, enerji üretiminde kullanılan fosil yakıtlar ve sanayidir (Öztürk, 2002: 51-52). Fosil yakıtların tüketilmesi, atmosferdeki sera etkisini arttırmakta; bu da yüzey ısınmasına neden olmaktadır (Gautier, 2014: 11).

Dünyanın ısınmasına neden olan sera etkisi şöyle açıklanabilir: Güneşten gelen dalgalı radyasyonun bir kısmı doğrudan atmosfer tarafından uzaya verilirken, bir kısmı da yeryüzü tarafından emilir. Isınan yeryüzünden salınan uzun dalgalı radyasyonun önemli bir bölümü tekrar atmosfer tarafından emilir. Atmosferdeki gazların kısa dalgalı güneş ışınlarına karşı çok geçirgen, yeryüzünden verilen uzun dalgalı radyasyona karşı ise, biriken sera gazları nedeniyle daha az geçirgen olması sonucunda, yere yakın kısımların beklenenden daha fazla ısınması olayına atmosferin sera etkisi denilmektedir. Metan, azot oksit ve kloroflorokarbon (CFC) gibi gazlar, karbondioksit ile beraber atmosferin sera etkisini belirleyen gazlardır (Öztürk, 2002: 53-54). Sera etkisinin %3'lük kısmını insan faaliyetleri sonucu açığa çıkan CO₂, CFC, metan ve azot oksitler oluşturur (Ünlü ve Diğ., 2011: 40). Karbondioksitin küresel ısınmadaki payı %53.2, CFC'lerin payı %21.4, metanın payı %17.3, azot oksidin payı ise %8.1'dir. Azot oksit ise kimyasal gübre ve enerji üretiminden kaynaklanmaktadır (Kahvecioğlu, 2004: 85-86).

Sanayileşmiş ülkeler, karbondioksit üretiminde ilk sırada yer almaktadır (Mengi, 1999: 45). Çin %36 ve ABD %25 ile en fazla sera gazı üreten iki ülke olmaktadır (Goodwin ve Diğ., 2008: 19). Bunlar, dünyanın gittikçe ısınmasına neden olacak kadar büyük rakamlar olmaktadır. Dünya genelinde karbondioksit düzeyinin iki katına çıkması dünyayı 1,5 ile 4,5 derece ısıtabilir. Bu ise, gezegenin son 2 milyon yıl veya daha uzun bir dönemdekine göre daha sıcak olması anlamına gelmektedir (Ward, 2014: 50).

İnsanların yaydığı sera etkisi yaratan gazların en önemlileri CFC'dir. Bu gazlar, özellikle kozmetik sektöründe (parfümler, kremler vb.) kullanılmaktadır. CFC'ler soğutucu ve aerosol püskürtücü olarak sprey kutularında kullanılan

bileşiklerdir. Tüketim toplumunun büyümesiyle birlikte son yıllarda atmosfere salınan CFC seviyelerinde artış gözlenmiştir. Bu artış yıllık %4 civarındadır (Aksay ve Diğ., 2005: 34). 1980'lerden itibaren, buzdolapları, klimalar ve sprej üretiminde kullanılan CFC tüketimindeki artış, ozon tabakasındaki incelmeyi en önemli sorumlusu olarak gösterilmektedir. Atmosferi çevreleyen ozon tabakası, güneşten gelen ultraviyole ışınlarının önemli bir bölümünü tutan bir katmandır. Dolayısıyla ozonun incelmeye, canlı yaşamını tehdit etmektedir (Kahvecioğlu, 2004: 86).

2.2. Deniz Kirliliği ve Denizlerdeki İnsan Faaliyetleri

Deniz kirliliği, deniz ekosistemine zarar veren, insanların ve diğer canlıların sağlığını bozan, denizlerdeki faaliyetleri engelleyen, deniz kullanım kalitesini düşüren veya değerini azaltan maddelerin, insanlar tarafından doğrudan veya dolaylı olarak denize bırakılması olarak tanımlanabilir. Denize çöp olarak atılan maddelerin büyük çoğunluğunu plastik atıklar oluşturmaktadır. Bu plastik atıklar, balık türleri ve diğer deniz canlıları için bir tehdit oluşturmaktadır. Yapılan çalışmalarda özellikle deniz kuşları üzerindeki plastik alımının artışı endişe kaynağı olmuştur. Çalışma sonuçları 2000'den fazla deniz kuşunun vücutlarında plastik olduğunu göstermiştir. Deniz kuşlarının yutma yoluyla plastik almaları vücutlarına toksik kimyasalların birleşmelerine ve ölümlerine neden olmaktadır (Ryan, 2008: 1407; Wilcox ve Diğ., 2015: 4).

Tüketim toplumunda bireyler, sadece denize attıkları maddelerle denizlere zarar vermekle kalmayıp, avlanma vb. faaliyetlerle de deniz canlılarının yaşamlarını tehlikeye atıp, onların yaşam alanlarını daraltmaktadırlar. Denizler, bitki ve hayvanların yaşam alanlarının %95'ini oluşturmaktadır. Fakat insanlığın faaliyetleri, bu canlıların yaşam alanını azaltmaktadır. Bilim insanları okyanus diplerinde, sulak alanlarda, deniz memelilerinde, balık alanlarında ve mercan kayalıklarında ciddi bir azalma olduğunu, kirlilik, sahil yapılanmasıyla ölü bölgelerin hızla arttığını bildirmektedirler Amerika'da her yıl balıkların yumurtladığı 10.000 dönümden fazla sahil sulak alan yok olmaktadır.

Aşırı tüketim yüzünden artan avcılık faaliyetleri, balık av sahalarının gittikçe azalmasına neden olmaktadır. Yapılan araştırmalarda, denizlerdeki balık sayısının gittikçe azaldığı, trol avcılığıyla büyük çoğunluğunun yok edildiği gözlenmektedir. Büyük balıkçılık alanları aşırı avcılık nedeniyle yok olmaktadır. Ancak, bunun suçlusu geleneksel biçimde avlanan balıkçılarda değil, kâr peşinde koşan şirketler olarak gösterilmektedir. Büyük balıkçılık şirketlerinin kullandığı yüz metre genişliğindeki, deniz dibini tarayan ve yoluna çıkan her şeye hasar veren veya yok eden trol ağları bu yıkıma yol açmaktadır; her gün on sekiz–kırk ton arasında deniz yaşamı yok edilmektedir (Tirman, 2007: 198-199).

2.3. Atık Sorunu ve Plastik Kirliliği

Tüketim toplumunun en önemli çevre sorunlarından biri olan atıklar kullan-at kültürünün yaygınlaşmasıyla birlikte hızla artmaktadır. Günlük yaşamda yaygın olarak kullanılan plastik kap kacaklar, tek kullanımlık plastik poşetler, evsel ve hayvansal atıklar, gittikçe büyüyen çevre sorunlarına bir yenisini eklemektedir. Sanayileşmiş ülkelerde bu atıklar toprağa gömülme veya yakılmaktadır. Atıkların toprağa gömülmesi, çeşitli kimyasal maddelerin ve ağır metallerin toprağa sızarak oradan da yer altı sularına karışmasına ve bu kaynakların kirlenmesine neden olmaktadır. Ayrıca toprağa gömülen bu atıklar, toprağın altında çürüyüp, küresel ısınmada en önemli etkiye sahip bir sera gazı olan metan gazının yayılmasına yol açmaktadır. Yine, bu atıkların yakılması da başta karbondioksit olmak üzere zararlı emisyonların atmosfere bırakılması yoluyla hava kirliliğine neden olmaktadır (Kahvecioğlu, 2004: 96). Bu atıklar atmosferde bulunan öteki gazlarla etkileşime girip asit yağmurlarına da neden olmaktadır. Sanayileşmiş ülkelerde enerji üretiminde fosil yakıt kullanımı sonucu açığa çıkan karbondioksit ve azot oksit, atmosferdeki su buharı ile reaksiyona girerek asit yağmurları şeklinde yeryüzüne düşerler (Durning, 1998: 37).

Açıklanması gereken diğer bir kirlilik, plastik kirliliğidir. Plastik kirliliği, tüketim toplumunun neden olduğu bir kirliliktir. Plastik kirliliği, çevreye

bırakılan plastiklerin rüzgârlar vasıtasıyla sürüklenip karada ve denizlerde birikmesi olarak tanımlanabilir. Plastikler, kimya bilimi sayesinde sayılamayacak kadar çok çeşidi ile insan hayatına girmiş ürünler olarak filtrelenmesi zor kirleticilerin başında gelmektedir. Plastiğin bir türevidir olan mikro plastikler, son zamanlarda insanın “plastik ayak izi”^{*} nin büyüdüğünü, bunun çevre için bir risk haline geldiğini işaret eden bir göstere olmaktadır. Plastik ayak izinin büyümesi, tüketim toplumunun bir sonucudur. Partikülleri 1-5 mm’den küçük olan plastik parçacıklara mikro plastik denilmektedir. Günlük hayatın her alanında bu mikro plastikleri görmek mümkündür. Kişisel bakım ürünleri, şampuanlar, deterjanlar, diş macunları, çantalar, ayakkabılar, araba lastikleri vb. çok yaygın bir ürün yelpazesi mikro plastik içermektedir. Aynı şekilde, mutfak eşyaları, ambalaj malzemeleri, oyuncak, alışveriş torbaları vb. ürünler, önemli düzeyde plastik malzeme içermektedir. Sayılan bu ürünlerin büyük çoğunluğu polieliten denilen bir plastik türünden yapılmaktadır. Kadın ve erkek çorapları, spor kıyafetleri, paraşütler, bavullar, diş macunlarının kılırları, balık ağları gibi oldukça fazla ürünün yapımında naylon kullanılmaktadır. Bu ürünlerin kullanımına bağlı olarak; havaya, suya, çevreye plastik parçacıklar saçılmaktadır. Bir cilt temizleme ürününün bir dozunda yaklaşık 360.000 adet polietilen mikro boncuk olduğu belirtilmektedir (Aslan, 2018: 61-64). Bu da bahsi geçen ürünlerin her kullanımında oldukça fazla sayıda mikro plastiğin atık olarak çevreye bırakılması anlamına gelmektedir.

3. Tüketirken Tükenmek

Tüketim toplumunun tüketirken, doğal çevre üzerinde tahribata yol açtığı, kendinden başka canlılara yaşam alanı vermediği gibi, göz ardı ettiği bir husus daha vardır: Tüketirken tükendiği. Aslında insanoğlu tüketirken kendi geleceğini tehlikeye attığının farkında olmamaktadır. Tüketiciler, doğal kaynakların bir sınırının olduğu bilincinden yoksun bir şekilde hedonist bir güdü ile sürekli tüketme eğiliminde olmaktadır. Ancak, her şey gibi doğanın kaynaklarının da bir sınırı olduğunun bilinmesi gerekmektedir.

^{*} Plastik ayak izi, tek bir kişi tarafından kullanılan toplam plastik miktarıdır.

Küresel ısınmanın etki edeceği alanların başında su kaynakları gelmektedir. Isınma ve buharlaşma arttıkça sulak alanlar azalacak ve dünya su kıtlığı ile karşı karşıya kalacaktır. Artan nüfusa karşılık su talebinde bir artış olacak; ancak azalan kaynaklar bu talebi karşılamada yetersiz kalacaktır. Yağış düzensizlikleri ve kar erime biçimindeki değişiklikler, tüm dünyada su kaynakları üzerinde büyük bir tehdit oluşturacaktır (Gautier, 2014: 4). Azalan su kaynakları beraberinde gıda krizini de getirecektir. Suyun kullanım alanları incelendiğinde, tüm dünyada en fazla su, tarım alanlarını sulamada kullanılmaktadır. Dolayısıyla yaşanacak olan su kıtlığı, tarımda sulamayı etkileyecek ve su kıtlığı beraberinde gıda kıtlığının yaşanmasına da neden olacaktır.

Su, aynı zamanda hayvan yetiştiriciliğinde de kullanılmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, bir Amerikalı yılda ortalama 275 kilo et tüketmektedir (Goodwin ve Diğ., 2008: 20). Dolayısıyla ABD’de, yenilen her bir kilogram sığır etinin üretilmesi için 5 kg mısır ve soya fasulyesi yemi gerekmektedir. Bunun sonucu olarak et yiyen sınıfın beslenmesi, dünyadaki ekilebilir toprakların yaklaşık dörtte birinde yetiştirilen hububatın %40’a yakınına mal olmaktadır. Ayrıca, ABD’de bir kilogram sığır etinin üretilmesinde yemlerin sulanması için 3 bin litreden fazla su gerekmektedir (Durning, 1998: 54).

Tüketimde meydana gelebilecek tehlikelerden biri de hava sıcaklıklarında meydana gelebilecek artışın canlılar üzerindeki etkileridir. Tüm sera gazı emisyonları durdurulsa bile sıcaklıklar yarım ile 1 derecelik bir artış gösterecektir (Lynas, 2009: 237). Küresel hava sıcaklığı 1,5 ile 2,5 derece arttığı takdirde bazı hayvan ve bitki türlerinin yaklaşık %30’u yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalacaktır.

Ayrıca, yaşanacak bir ısı artışı, deniz suyu seviyelerinin artışına yol açacaktır. Yapılan araştırmalar mevcut yükselmenin 1 ile 3 mm arasında olduğunu göstermektedir. Deniz suyunun ısısı genişledikçe buzullar eriyecek ve buzullardan, buz dağlarından, Grönland buz tabakasından, Antartika buz tabakasından kopmalar ve erimeler attıkça deniz suları yükselecektir (Kadioğlu, 2007: 32). Grönland’ın 21. yüzyılda deniz seviyesindeki yükselmelere etkisinin

9 ile 88 cm olacağı tahmin edilmektedir. Küresel sıcaklıklar yalnızca 1,2 dereceyi geçtiğinde, Grönland geri dönüşü olmayan bir erime sürecine girecektir. Deniz buzuyla birlikte, kutup ayıları da yok olacaktır (Lynas, 2009: 71-78).

Küresel ısınmanın bir nedeni olan sera gazı emisyonu gün geçtikçe artmaktadır. Kirletici emisyonlar bugünkü düzeyde atmosfere salınmaya devam edilirse, 2100 yılında deniz seviyeleri 1 metre yükselmiş olacaktır. Bu yükselme sonucu bazı kıyıları yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır. Örneğin Japonya, plajlarının %80'ini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır (Kadioğlu, 2007: 35). Yine, deniz seviyesinin yükselmesi durumunda Pasifik Adaları'nda yaşayanlar içme suyu kıtlığı yaşayacaklar veya yükselmenin neden olacağı sel ve taşkınlar yüzünden yaşadıkları bölgeleri terk etmek zorunda kalacaklardır (Gautier, 2014: 54).

Özet olarak; insanoğlu doğaya hükmetmeye, doğayı kendi amaçları için kullanmaya başladığından beri, dolaylı olarak kendi sonunu getirdiğinin bilincinde olmamaktadır. Ancak, bilimsel araştırmaların göstermiş olduğu gibi doğal kaynaklar sınırsız değildir ve dünya, muhtemel kuraklık ve kıtlık tehdidi altındadır. Her geçen gün artan nüfusa karşılık daha fazla şey "tüketilmekte", daha fazla tüketim, daha fazla talep anlamına gelmekte olup doğal kaynaklar üzerinde büyük tehditler oluşturmaktadır. Tüm bunlar bir kısır döngü olarak birbirini takip etmektedir.

SONUÇ

Sanayileşme ile birlikte temelleri atılan tüketim toplumu, 20. yüzyılın yaşam biçimini anlatan bir olgu haline gelmiştir. Teknolojik yenilikler, üretim tekniklerini ve dolayısıyla tüketim alışkanlıklarını değiştirmiştir. Eskiden sadece temel ihtiyaçları karşılamak için yapılan tüketim, günümüzde ihtiyaçları karşılamının ötesinde bir anlam kazanmıştır. Kapitalizmin reklam, moda ve alışveriş merkezleri aracılığıyla tüketimi meşrulaştırması, tüketimin bir yaşam tarzı haline gelmesine neden olmuştur.

Tüketimin bu denli bilinçsizce yapıldığı bir toplumda, çevresel felaketlerin yaşanması kaçınılmazdır. Çalışmada görüldüğü gibi çevre sorunlarının büyük bir bölümü insan kaynaklıdır. Bunun en somut örneği, doğaya bırakılan çöplerin, metan ve karbondioksit salınımına ve dünyanın gün geçtikçe ısınmasına yol açmasıdır. Sadece atılan çöplerle çevre sorunlarını artırmakla kalmayıp; günlük yaşamın bir parçası olan otomobillerden çıkan egzoz dumanları atmosfere karışıp, karbondioksit salınımını, kullanılan spreyler CFC salınımını artırıp, sera gazı emisyonlarının ana sebeplerini oluşturmaktadırlar.

Tüm bunlar; dünyanın her gün biraz daha ısınmasına, deniz seviyesinin yükselmesine, bazı canlı türlerinin yok olmasına, salgın hastalıklara neden olacaktır. Dolayısıyla tüketim toplumu, çevre üzerinde geri dönüşü olmayan zararlara yol açmaktadır. Bu zararlardan en çok etkilenecek olan da yine insanlardır. Küresel ısınmanın etkisiyle su kaynakları gittikçe azalacak; kurak olan alanlar gittikçe kuraklaşacak ve insanlar önemli ölçüde su kıtlığı ile karşı karşıya kalacaktır. Bu durum tarım alanlarının azalmasına ve gıda krizine neden olacaktır. Ayrıca, deniz seviyesindeki yükselme nedeniyle bazı yerleşim birimlerinin sular altında kalması, insanları yaşadıkları bölgeyi terk etmeye zorlayacaktır.

Sonuç olarak insanın ekolojik sömürüne karşı doğa savunmasıdır. Bu sömürüye karşı doğa kayıtsız kalmayacaktır. Bilinçsizce yapılan her “tüketim”in çevresel bir maliyeti vardır. Bu maliyeti ödeyecek olan da yine insandır.

KAYNAKÇA

- Aksay, C.S., Ketenoğlu, O. ve Kurt, L. (2005). “Küresel Isınma ve İklim Değişikliği”, Selçuk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Fen Dergisi, (25), 29-41.
- Alan, S. (2016). “Üretim Toplumundan Tüketim Toplumuna Geçiş ve Değer Dönüşümü”, İnsan ve Medeniyet Hareketi Sempozyum Dizisi/Toplumsal Değişim, 367-396.
- Aslan, R. (2018). “Mikro Plastikler: Hayatı Kuşatan Yeni Tehlike”. Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi, 6 (66), 61-67.
- Aytaç, Ö. (2006). “Tüketimcilik ve Metalaşma Kısılcacında Boş Zaman”. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (11), 27-53.
- Batu, M. ve Tos, O. (2017). “Tüketim Kültürü Odağında Modernizm ve Post-modernizmin Karşılaştırılması”. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, (2), 991-1022.
- Baudrillard, J. (2017). Tüketim toplumu. Çev. Nilgün Tural ve Ferda Keski. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayhan, V. (2011). “Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: Tüketiyorum Öyleyse Varım”. Sosyoloji Konferansları Dergisi, (43), 221-248.
- Bocock, R. (1997). Tüketim. Çev. İrem Kutluk. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Demirel, S. ve Yegen, C. (2015). “Tüketim, Post-modernizm ve Kapitalizm Örgüsü”. İlef Dergisi, 2 (1), 115-138.
- Dikmen, A.A. (2000). “Küresel Üretim, Moda Ekonomileri ve Yeni Dünya Hiyerarşisi”. Toplum ve Bilim, (86), 281-302.
- Durmaz, O. S. (2015). “Post-modern Paradigmanın Kıskaçında Tüketim Toplumu ve Eleştirisi”. Mülkiye Dergisi, 39 (3), 123-150.
- Durning, A. (1998). Ne kadarı yeterli?. Çev. Sinem Çağlayan. Ankara: TÜBİTAK-TEMA Vakfi Yayınları.
- Fülberth, G. (2014). Kapitalizmin kısa tarihi. Çev. Sadık Usta. İstanbul: Yordam Kitap.
- Gautier, C. (2014). Petrol, Su ve İklim. Çev. Sevgi Genç. Ankara: TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları.
- Goodwin, N., Nelson, J.A., Ackerman, F. ve Weisskopf, T. (2008). “Consumption and the Consumer Society”. Global Development and Environment Institute Tufts University, (44), 1-21.
- Hatıplı, M. (2017). “Post-modernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya”. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, (34), 32-50.
- <https://www.haberturk.com/ekonomi/teknoloji/haber/508637-her-yil-4-milyon-cep-telefonu-cope-gidiyor#>, (erişim tarihi: 30.09.2018).
- Illich, I. (2000). Tüketim köleliği. Çev. Mesut Kardeşhan. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Kadıoğlu, M. (2007). 99 sayfada küresel iklim değişimi. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kahvecioğlu, Y. (2004). Tüketim toplumu, ekolojik risk ve Türkiye (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Bursa.

- Karakaş, M. (2017). “Bir Zihniyet Olarak Tüketim Kültürü ve İhtiyaçların Yabancılaşması”. International Congress on Political, Economic and Social Studies, 246-262.
- Kılıç, N. (2014). Yeni kapitalizm ve insan: tüketim toplumunda yaşam pratikleri (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Kırcı, H. (2014). “Hedonik Tüketim Davranışları ve Toplumsal Etkileri”. Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, (1), 80-100.
- Kırılmaz, H. ve Ayparçası, F. (2016). “Modernizm ve Post-modernizm Süreçlerinin Tüketim Kültürüne Yansımaları”. İnsan& İnsan, (3), 32-58.
- Lenin, V.İ. (2014). Karl Marx ve Marksizm üzerine. Çev. Mazlum Beyhan. İstanbul: Yordam Kitap.
- Lynas, M. (2009). 6 derece. Çev. Duygu Akın, Kutlukhan Kutlu ve Aysun Yavuz. İstanbul: NTV Yayınları.
- Mengi, A. (1999). Küresel çevre sorunları ve politikaları. Ankara: Mülkiyeliler Birliği Vakfı Yayınları.
- Ökmen, M. (2016). “Teknoloji, tüketim ve çevre sorunları”. ResearchGate, (19), 4-7.
- Öztürk, K. (2002). “Küresel İklim Değişikliği ve Türkiye’ye Olası Etkileri”. G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, (1), 47-65.
- Ritzer, G. (2017). Toplumun McDonaldlaştırılması. Çev. Akın Emre Pilgir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ryan, P.G. (2008). “Seabirds Indicate Changes in the Composition of Plastic Litter in the Atlantic and South-Western Indian Oceans”. Marine Pollution Bulletin, (56), 1406-1409.
- Saklı, A.R. (2007). “Kapitalist Gelişim Sürecinde Fordizm ve Post-Fordizm”. <http://ses.org.tr/wp-content/uploads/fordizmpostfordizm.pdf> (erişim tarihi: 18.10.2018).
- Savaş, H. (2012). “Tüketim Toplumu, Çevre Performans İndeksi ve Türkiye’nin Çevre Performansının İndekse Göre Değerlendirilmesi”. Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, (4), 132-148.
- Selçuk, G. (2011). “Fordist Birikim Rejimi ve Kitle Kültürü”. Journal of Yasar University, (24), 4130- 4152.
- Senemoğlu, O. (2017). “Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz”. İnsan&İnsan, (12), 66-86.
- Sennett, R. (2017). Yeni kapitalizmin kültürü. Çev. Aylin Onocak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Şahin, Ç. E. (2009). “Tüketim Toplumu: Mükemmele Evrilen Politika”. ResearchGate, 1-30.
- Tirman, J. (2007). Dünyayı sömüren Amerika. Çev. Füsun Doruker. İstanbul: Altın Kitaplar.

- Türkeş, M., Sümer, U.M. ve Çetiner, G. (2000). “Küresel İklim Değişikliği ve Olası Etkileri”. Çevre Bakanlığı, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Seminer Notları, 1-17.
- Ünlü, İ., Sever, R. ve Akpınar, E. (2011). “Türkiye’de Çevre Eğitimi Alanında Yapılmış Küresel Isınma ve Sera Etkisi Konulu Akademik Araştırmaların Sonuçlarının İncelenmesi”. Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi, (13), 40- 54.
- Ward, P. (2014). Yerküre sulara gömülürken. Çev. Esin Soğancılar. Ankara: TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları.
- Wilcox C., Seville, E.V. ve Hardesty, B.D. (2015). “Threat of Plastic Pollution to Seabirds is Global, Pervasive, and Increasing”. PNAS, 112(38), 1-6.
- Yanıklar, C. (2010). “Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma”. C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, (1), 25-32.
- Yavuz, Ş. (2013). “Türk Toplumunun Tüketim Toplumuna Dönüşümünde Reklamcılığın Rolü”. İletişim Kuram ve Araştırmaları Dergisi, (36), 220-240.
- Yücel, F. (2003). “Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Çevre Korumanın ve Ekonomik Kalkınmanın Karşıtlığı ve Birlikteliği”. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (11), 100-120.