

## KAPİTALİZM VE BOŞ ZAMAN

Ömer AYTAÇ\*

*Fırat Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Elazığ*

### ÖZET

Kapitalizm bir üretim sistemi olarak çalışma kadar boş zamanı da organize etti. Çalışmayı katı bir kodlanmışlık içine hapsedtiği gibi boş zamanı da terminolojik anlamından sıyrarak, kârlı bir alan olarak düzenleme çabası içinde oldu. Bu bağlamda, boş zamanlar, birey inisiyatifinden uzaklaşarak, kurumsal aygıtlar ve araçsal hegemoninin etkisine girdi. Boş zaman, artık bireysel dinginlik, düşünsel derinlik ve özgür tercihlerin zamanı değil, kapitalizmin kârı artırmak için ürettiği metaların, kurgusal yaşam deneyimlerinin, alışveriş etkinliklerinin, paket eğlencelerin, medya gösterimlerinin ve kaçışçı eğilimlerin adresi haline geldi. Bu makalede, boş zaman olgusunun kapitalist bir av sahası olarak düzenlenmesiyle, reel anlamında gözlenen değişimlere/aşınmalara temas edilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** kapitalizm, boş zaman, boş zaman endüstrisi, püriten etik, hedonist etik

## CAPITALISM AND LEISURE

### ABSTRACT

As a system of production, capitalism organized leisure as well as working hours. Not only had it captured working in a rigid system of coding, but also tried to organize leisure as a tool of profit maximization by removing it from its denotation. Within this context, leisuries have become nothing to do with individual will and interests and are now under the influence of institutional apparatuses and instrumental hegemony. Leisure is no more the time for personal tranquility, intellectual density, and free choices, but has become a piece of time in which individuals un-consciously consume goods, fictitious life experiences, shopping activities, entertainment kits, media demonstrations and absurd trends without knowing actually they have been created by capitalism to maximize the profit of entrepreneurs. This article underlines the changes/deformation encountered with the restructuring of leisure as a capitalist hunting field.

**Key Words:** capitalism, leisure, leisure industry, puritan ethic, hedonist ethic

---

\* E-mail: oaytac@firat.edu.tr

## 1.GİRİŞ

Günümüz toplumunda, boş zaman çok boyutlu bir karaktere sahiptir. Sadece kişiye ait, onun inisiyatifinde bir zaman değil, farklı kurumsal aygıtlar, örgütler, endüstriler ve soyut yapıların nüfuz ettiği, kendi tekellerine aldığı ticari bir alandır. Boş vakit, artık bir endüstri, kârlı bir ekonomi, çoklu işlevler gören bir piyasadır.

Boş zamana ilişkin yaklaşımlar konuya daha çok çalışma ilişkileri-boş zaman ikilemi açısından yaklaşılır. Çalışmanın insan hayatındaki merkezi rolü ve çalışmanın dinlenme, eğlenme, rahatlama ile organik irtibatı, boş zamanı çalışmayla ilintili ele almaya götürmektedir .

Boş zamana ilişkin yaklaşımların bir kısmı, boş zamanı kapitalizmin sağaltımı, çalışmanın yeniden üretimi ve yaşanan yalnızlık, yabancılaşma ve psikopatolojinin giderilmesi için geçirilen bir zaman olarak görüyorlar. Boş vaktin bireysel gönenç, toplumsal özgürleşim, düşünsel derinleşmeden çok, kapitalizmin gereksindiği emek gücünü yeniden ikame etmek ve kapitalizmin yol açtığı yorgunluğun giderilmesi için kullanıldığı savındadırlar.

Boş zamanı işin/çalışmanın bir uzantısı olarak görmek de yaygındır. Zira, çalışma etiği ve değerleri boş zamanda da geçerlilik arz ediyor. İş/çalışma sürecinde gözlenen kuralcılık, disiplin, bürokratiksellik vs. aynen boş zamana da yansımakta ve çalışmanın ilke, kural ve baskıcılığı bu alanı da kuşatmaktadır. Boş zaman, iş'e ait ratio'nun av sahası haline gelerek bürokratikleşmektedir (bkz. Ritzer, 2000; Rojek, 1993). Çalışmanın mantığı ile boş vaktin mantığı arasındaki farkın kaybolması çoğunlukla teknolojinin rasyonelinden kaynaklanıyor. Teknolojik rasyonalite, toplumsal hayatı; eğlence, oyunlar, spor, talih oyunları, hobiler vb. her alanı kâr/maliyet hesaplarının emrine vererek, bu alanın işteki gibi rasyonel kullanımını sağlamaya çalışıyor. Boş zamanın, kapitalist av sahası haline gelmesi, kapitalizmin kendisini yeniden ürettiği bir alan olarak öne çıkması, hiç kuşkusuz, boş zamanın terminolojik içeriminde aşınmalara yol açmaktadır.

Bu çalışmada, kapitalizm ile boş zaman arasındaki ilişkiye ve boş zamanın kapitalist sistem özelinde geçirdiği dönüşüme, aldığı yeni anlamlara ve işlevlere değinilmektedir.

## 2. İŞ VE BOŞ ZAMAN

İş, amaçlı bir dizi eylemliliği ve bunun için geçirilen süreyi kapsar. Bu eylemlilik çoğu kez, zorunluluk, bağlayıcılık, disipline olma, örgütsel normlara dayanma gibi formalist bir yapılanmaya dayanır. Modern iş/çalışma, uzmanlaşmış, rasyonalize olmuş ve ücretli bir karaktere sahip olmuştur (Roberts, 1999: 2). İşin doğasında, bireyin istencine hükmeden bir zorunluluk/bağlayıcılık vardır. Bu durum, bireyin serbest, özgür devinimini devre dışı bırakır. Kişisel ya da kurumsal zorunluluk bağıyla faaliyette bulunma, bağımsız hareket etmeyi, kişisel tasarrufta bulunmayı imkan dışı kılar.

Boş zaman genelde iş/çalışmayla ilintili görülmüştür. İşten artan, geriye kalan, bağlayıcılık ve zorunluluktan uzak bir zaman olarak tanımlanmıştır. Bu zaman dilimi, kişinin özgür iradesiyle, kendi istenciyle kullanacağı, tasarrufta bulunacağı bir zaman olarak görülmüştür (Parker, 1995: 28-31). Ancak boş zamanın içeriminde ve taşıdığı

değer/anlam ölçülerinde zamanla aşınmalar görülmüştür. Bu yüzden, pek çok sosyal bilimci, boş zamanın bireye ait bir zaman olarak ele alınmasına kuşku ile bakmaktadırlar. Zira, modern boş zaman bugün için, bireysel tasarrufların çok ötesinde, değişik iktidar aygıtlarınca yönlendirilen bir zaman/yaşam alanı haline gelmiştir.

Günümüze gelinceye kadar boş zaman farklı şekillerde algılanmıştır. Örneğin, çalışmanın yeniden üretimi için gerekli sınırlı-sorumlu bir zaman, eğlenme, dinlenme, hayattan zevk alma gibi hedonist arzulara hizmet eden bir zaman ve de benlik inşaa, öz-güven sağlama ve de varoluşu yeniden kurma gibi bireysel/sosyal temsile hizmet eden bir zaman dilimi olarak görülmüştür.

Boş zamana ilişkin kuramsal yaklaşımlar (örn. Rojek, Urry, Roberts, Hemingway, Kraus, Kelly, Kivel, Parker, Pronovost vs.), kavramın modernite ya da kapitalizmle birlikte bir anlam/içerik kayması yaşadığı, nesnel anlamı dışında farklı anlam yükleriyle kendini var kıldığı ve bu zamanın kullanımının birey dışı iktidarların kontrolüne girdiğine ilişkin görüşlere ağırlık vermektedirler.

### **3. BOŞ ZAMAN: GEÇMİŞ VE MODERNİTE**

Antik Yunan'da boş zaman, iyilik, hakikat ve bilgi gibi dünyanın üstün değerleriyle uğraşmak, bunlar üzerine düşünmek olarak anlaşılmıştır. Bu düşünceye göre, boş zaman, bir şey yapılmayan zaman değildi, aksine, seçkinlik, derin düşünme, estetik hazlar ve beğeni oluşturma zamanıydı. Bir bakıma, ruhun arındırılması ve derin düşünümSELLİK ifade ediyordu. Bu yüzden, boş zaman, çalışmayla ilişkilendirilmekten uzak idi. İş-boş zaman farklılığı, ancak, sınıfsal düzeyde ortaya çıkıyordu ve farklı değerler/anlamlar alıyordu. Çalışma alt sınıfa aidiyet içeriyorken, boş vakit, seçkinlere/iktidar çevrelerine ait bir ayrıcalık olarak görülüyordu (Juniu, 2000:69). Seçkinler (aristokratlar) ile az okumuşların ve kölelerin boş zamandan anladıkları ve bu zamanı kullanma biçimleri farklıydı. Her sınıf, kendi konumuyla eş düşen algılama, beğeni ve estetik hazza sahipti ve tüm yaşam deneyimlerinde sınıflara özgü kıstaslar, tercihleri ve pratikleri belirliyordu (Kelly-Freysinger, 2000:28).

Antik Yunan'da gözlenen boş zaman algısının aksine Roma döneminde, boş zaman sınıfsal bir hak değildi ve dolayısıyla bir sosyal statü ve bir yaşam tarzını ifade etmiyordu. Romalı'lar, eğlenceli boş vakit etkinlikleri için iş dışı zaman oluşturmuşlardı. Boş zaman üretici aktivitelerden sonraki bir zamandı ve işin/çalışmanın yeniden üretimi için gerekliydi. Bir bakıma işi destekleyici, onu takviye edici bir kullanıma sahipti ve yönetsel/toplumsal gönenç açısından da bir işlevsellik taşıyordu. Bu yüzden de, yönetici kesim tarafından boş vaktin değişik eğlenceler yoluyla optimal şekilde geçirilmesi teşvik edilmekteydi. Kitle boş zaman türleri (oyunlar, sporlar, gladyatör dövüşleri vs.) bu dönemde yaygınlaştı ve gündelik yaşamın bir parçası haline geldi (Juniu, 2000: 69).

Orta dönemde boş zaman, sadece bir dinlenme ve etkinlik zamanı değil, aynı zamanda üst sosyal tabaka arasındaki bir sosyal temsil alanıydı. Yunan düşüncesinin aksine boş zaman, işten boşalma ve hangi etkinliğe katılacağını seçme özgürlüğünü ifade ediyordu. Geç orta çağda, boş zaman; gösteriş, lüks, haz ve israfı doğru dönüşmeye başladı ve bu zamanın kullanımı köleci çalışma düzeninin aksine bir soyluluk işareti oldu (Juniu, 2000: 70). Veblen'in "gösterişçi tüketim" anlayışıyla

çakışan bu boş zaman anlayışı, yapay bir zenginlik, prestij ve güç kaynağı olarak modern zamanımıza kadar gelmiştir.

Boş zamanın özerk bir yaşam alanı olarak algılanmasının tarihi eski değildir. Özerk boş zaman algısı daha çok modern döneme aittir. Endüstriyalizmle birlikte değişen toplumsal ve kültürel hayat, kendi içinde özerk yaşam alanları ortaya çıkardı. İşin; zorunlu, eşgüdümlü, kuralcı, örgütlü ve ritüel bir kurguya kavuşması, doğal olarak, işdışı alanı da spesifik bir yaşam alanı haline getirdi (Kraus, 1998: 186-188).

İş/çalışma alanındaki dönüşümler 18. yüzyılla büyük bir ivme kazandı. 1700'ler boyunca Püriten iş etiği, iş ve aile sorumluluğu Luther'in dinsel yorumu ekseninde yeniden yapılandı. Boş vakti "başboşluk" ve "israf" zamanı olarak gören püritenizm, aylıklığı, hedonizmi, harcamayı, başboşluğu günah olarak nitelendirdi. Çalışmaya, tasarrufa, çileciliğe, hazzı ertelemeye kutsiyet atfederek sermaye oluşumunu teşvik etti. Çalışma ilişkilerini ve dolaylı olarak da iş dışı alanı (özel/sosyal alanı) yeniden organize etti. Endüstri devrimi, çalışma saatlerinde kayda değer bir artış getirdi. Üretimi artırmak amaç olduğundan, işçilerin sömürülmesi, güç ve elverişsiz koşullara maruz bırakılmaları bu dönemde yaygınlık kazandı (Juniu, 2000: 70). Çalışma hayatı, Püritenizmin yanısıra, Taylorist anlayış tarafından da reorganize edildi ve giderek, kuralcı, eşgüdümlü, metodik ve baskıcı bir niteliğe kavuştu (Bkz. Drucker, 1994: 55). 19. yüzyıl Batı Avrupa'sında yaşayanlar belki de tarihin en ağır ve güç çalışma koşullarına tanık oldular. Çalışmadan kazanç sağlayan, kâr elde eden çıkar grupları ve patronlar, kitlesel çalışmayı organize ederek endüstri toplumunu bir çalışma kampına dönüştürdüler. Bu zamana dek en büyük erdem kabul edilen ve yalnızca zengin ve seçkinlere özgü olan tembellik, artık bir hastalık olarak kabul edilir oldu. Çalışma kutsanmış bir eylem ve yaşamın temel ereği haline geldi.

İşin yeni yapısı, öncelikli olarak daha fazla iletişim ve eşit paylaşma arayışında olan, sosyal etkileşim konseptlerinin yeniden yapılanmasına yol açtı. İş/çalışma ilişkileri, işçi ve işveren arasındaki alışveriş ilişkisini dönüştürmekle kalmadı, iş dışı sosyal süreçleri de dönüştürdü. Amaç, üretimi artırmak ve istikrarı sağlamak olduğundan, ekonomik ödüller (imkan/gelir) sosyal ödüllerle takviye edildi. Ekonomik ödül, işçiye boş zamanı satın alma, dolayısıyla, hazzı satın alma gücü verdi (Kelly, 1996; Hemingway, 1996; Juniu, 2000: 70).

Taylorist/fordist çalışma düzeninin sınır tanımaz yayılmacılığı, sonuçta, işlik dışı alanı da kendi ölçeğinde disipline etti ve rasyonel bir örgütsel işleyişe açtı. Taylorizm sadece üretim süreciyle sınırlı kalmadı, üretim dışı boş vakit alanları, eğlence ve tüketim aktiviteleri de Taylorcu mantık tarafından reorganize oldu. Bir başka deyişle Taylorizm iş kadar iş dışı alanı da düzenleyerek, boş vakit ve tüketim süreçlerini Taylorcu kâr/maliyet hesaplarına göre yeniden yapılandırdı (Webster-Robins, 1989: 334).

#### 4. ÇALIŞMA KARŞITI SÖYLEMLER VE BOŞ ZAMAN

Lafargue'nun (1999) boş zamana ilişkin görüşleri, özellikle 19.yüzyılda kapitalist etiğin çalışmayı kutsayan, yaşamın öznel zevklerinden yararlanmayı dışlayan, eğlenceyi ve hazzı küçümseyen paradigmasını sarsacak bir dinamizme sahipti. Lafargue, "Tembellik Hakkı" (1883) adlı eserinde çalışma denilen çılgınlığa karşı çıkmakta ve çalışma sürelerinin azaltılarak, günde en fazla 3 saatle sınırlı tutulmasını savunmaktadır. Geriye kalan zaman ise, insanların yaratıcı etkinliklerde bulunmaları

için serbest bırakılmalıdır. Lafargue, burjuvazinin ancak çalışanın yaşamaya hakkı olduğu şeklindeki “çalışma hakkı” prensibini eleştirir ve “Tembellik Hakkı” adı altında “boş zaman hakkı” nı savunur. Ona göre emekçiler günde 14-16 saat, çok güç koşullarda çalışarak, tüm insani, moral ve sanatsal yaratıcılıklarını yitirmektedirler. Bu durum onların varoluşsal bilinçlerinin aşınmasına ve erk sahiplerinin üzerlerindeki denetimin kurumlaşmasına yol açmaktadır.

Lafargue, makinanın insana özgürlüğünü bahşeden bir tanrı olduğunu, onu zor ve yıkıcı çalışma koşullarından uzaklaştırdığını, özgürlük ve boş zaman olanağı sunduğunu belirtmektedir. Lafargue’ya göre makinelerin etkili kullanımı sonucu, çalışma süreleri azalacak ve bu durumda “toplumsal hiyerarşi, bölüşüm ve organizasyonda radikal değişimler” meydana gelecektir. Lafargue’nun temel kaygısı, bireyin fiziksel ve zihinsel potansiyelini başkası için değil, kendisi için ve erk sahiplerinin üzerlerinde kurduğu denetimi ortadan kaldırma yönünde kullanmalarınıdır (1999: 112).

Russel (1990) da, benzer şekilde, “Aylaklığa Övgü” (In Praise of Idleness) adlı eserinde modern çalışma kavramına eleştiri getirir. Bu çalışmasında Russel, emek yoğun kapitalist çalışma düzenine tepki olarak aylaklığın hiç de olumsuzlayıcı bir değer içermediği aksine, hayattan ve insanal olandan yana bir tavır olduğunu vurgular. Bu bağlamda, Russel çalışma sürelerinin azaltılmasını, çalışmanın, kişinin yazgısı ve yaşamının tek belirleyeni olmaktan çıkartılması gerektiğini ve boş vaktin artırılmasının bir insanlık hakkı olduğunu ileri sürer. Russel’e göre boş vaktin artması, kültürel gelişmeye hizmet edecektir.

Russel, makinelerin etkinliğinden yararlanmak suretiyle çalışma saatlerinin azaltılmasını ve dört saatle sınırlı hale getirilmesini önerir. Ona göre daha iyi iktisadi örgütlenme daha fazla boş vakte yol açacaktır. Bu ise sonuçta insanal gelişmeye hizmet edecek, makul ölçüde maddi rahatlık sağlayacaktır (1990:111).

Russel’a göre, zorunlu çalışma, ancak boş zamanı zevkli kılacak ölçüde olmalı, bitkinlik, yorgunluk meydana getirecek ölçüde olmamalıdır. Bu durumda insanlar çalışma yorgun olmayacaklarından boş vakitlerinde edilgin ve yavan eğlencelerle yetinmeyeceklerdir. Boş vakit, istemli kamu yararı faaliyetlerine katılma şeklinde değerlendirilecek, bu da zorunluluk ve bağlayıcılık dışı özgürlükçü eğilimleri besleyecektir. Kadın ve erkekler daha mutlu yaşama imkanına sahip olacaklar, sevgi, özveri, hoşgörü vb. erdemler sosyal hayata egemen olacaktır. Çalışmanın, makinavari çalışmanın bireyden götürdüklerini ikame etme adına, boş zaman, insanal gelişime kapı aralayıcı bir aylaklık içinde geçirilecektir (1990: 23-24). Dolayısıyla aylak olmak, insanal, doğal ve sosyal varoluş ve erdemli bir hayat için kaçınılmaz bir gereklilik olmaktadır. Püritenlerin aforoz ettiği aylaklık, böylelikle olumlanmakta ve “kendilik” ve “toplumsal duyarlılık” için düşünsel imkanlar taşımaktadır.

Modern çalışma düzeni ve bunun dayandığı “iktisadi aklın” eleştirisini yapan bir Yeni Zaman kuramcısı olarak Gorz’da (1995: 127), fordist üretim sürecinin toplumsal patoloji ürettiği ve bunun aşılması gerektiği üzerinde durur. Taylorist/fordist çalışma sürecinin esnemesi gerektiği, bireyin çalışma kölesi yapılmasının sistemin önünü tıkadığını ileri sürer. Çalışmaya atfedilen merkeziliğin yaşamın bütünselliğini parçaladığını belirten Gorz, çalışmanın giderek, toplumsal bütünlüğü atomize ederek ayrık alanlar oluşturduğunu belirtmektedir. Çalışma merkezli toplumun, üretim sürecinde atfettiği kimlikler, artık bütünsel kimliği tanımlamaktan uzaklaşmakta, iş dışı alan, farklı kimlik parametreleri üretmektedir.

## 5. KAPİTALİZM VE BOŞ ZAMAN

Bir üretim sistemi olarak kapitalizm, büyük ölçüde özel mülkiyete, bireysel/özgür girişimcilğe ve üretim araçlarının denetlenmesine dayanır. Bu sistemde önemli olan piyasa rekabeti yoluyla kârı maksimize etmektir. Bireysel emek, piyasa koşulları ölçüğünde özgür dolaşıma sahiptir. Kapitalist çalışma düzeni, formel, metodik, verimliliği artırma gayesi güder. Bunun için de çalışanın emeği (fiziki, zihinsel/entelektüel), kapitalist amaçlara hizmet edecek ölçüde maksimum düzeyde değerlendirilir (Rojek, 1995: 12).

Erken kapitalist dönemde, “bir tür çalışma kampı” havası egemendir ve yaşamın temel unsuru kıyasıya bir çalışmadır. Endüstriye dayalı toplumsal düzen, bireylerin enerjilerini işe/çalışmaya yönlendirirken onların disiplinli, itaatkar, dakik, düzenli ve aktif özneler olmasını da sürekli kutsar. Püriten etik ve Taylorist ilkelere göre biçimlenmiş kapitalist çalışma ve yaşama düzeninde insanların çok çalışması, aktif, itaatkâr, metodik ve sorumlu bireyler olmaları gereği, bir iç dürtü olarak bireyi yönlendirir (Kelly-Freysinger, 2000:45-46).

Endüstriyel üretimde, makinaların merkezi rol üstlenmeleri, çalışma sürelerini aşağı çekerken boş vaktin artmasını sağladı. Boş zamanın artışı teknolojik gelişme ve üretim artışıyla atbaşı bir gelişim gösterdi. Teknolojik gelişmeyle üretim hem seri hem de kütleli bir karakter kazandı. Emek, zaman ve insangücü daha az kullanılmak suretiyle daha fazla üretim mümkün hale geldi. Üretimde makinaların etkin kullanılması aktif insangücüne olan gereksinimi azaltarak bireyin daha çok sevk ve idareyi sağlayıcı fonksiyonunu ön plana çıkardı. Bu durum çalışma süresinin kısaltılmasını da beraberinde getirdi.

Çalışanlar için boş zaman hayati bir yaşam hakkı haline geldi. Özellikle sıkıcı/monoton işlerde çalışanlar için boş zaman, soluklanmak ve çalışma için gerekli enerjiyi depolamak için hayati bir önem kazandı. Aynı çalışma ortamında uzun süre çalışmak monotonluk ve iş ortamına yabancılaşmaya neden olduğundan bundan kurtulmak için boş vakte olan ihtiyaç arttı.

Kapitalist sistem, emeğin yeniden üretimi için, çalışanların iş dışı yaşamlarını da düzenlemeye çalıştı. İş dışı alanı, tüketme performansını maksimize edici bir noktada tutmak için, bir tür tüketim üssü olarak organize etti. Bu noktada, boş vakitler, kapitalist sistem için bulunmaz bir pazarı haline geldi. Bu pazarda, metalar hem reel içerimleriyle hem de simgesel, göstergesel yönleriyle alış-satışa konu edilir. Kapitalizm bu yolla artan üretimi masedebilme imkanı bulmakta, bu yüzden de boş vaktin artmasını kendi sürekliliği için teşvik etmektedir (bkz. Roberts, 1999: 165-167).

Kapitalizm, metaların tüketimi için bunları “ihtiyaç” olarak sunma stratejisi güttüğünden, birey, sunumu yapılan onca malın gerçekten ihtiyaç olup olmadığını bile anlayamaz. İhtiyaç, istek ve haz üreten araçların gücü karşısında birey, manipülasyona açık bir bilinç taşıyıcısı konumundadır. Bu manipülasyon bireylerin “seçmeci ilgi” yetilerini dumura uğratmakta, baskın manipülasyona ayarlı tercihlere yöneltilmektedir. Bu durum, bireyin seçme yeteneğinin körelmesine ya da medya yöneltimli hale gelmesine bu ise, bireysel taleplerin yapay ve üretici siyasanın emrine girmesine işaret etmektedir (bkz. Jameson, 1983; Baudrillard, 2003).

Kapitalizm artık “kendi ekonomik çıkarları nedeniyle herkes için daha fazla boş zaman istemek noktasındadır; ancak yine aynı nedenlerle bu zamanı ‘boş’ bırakmaya da niyetli değildir. Şimdi kapitalist sistemin temel hedeflerinden biri, belki de en önemlisi, ister toplumsal mücadeleler isterse doğrudan teknolojik ilerlemeler yoluyla yaratılmış olsun, her türlü boş zamanı ‘fethetmek’ tir” (Argın, 1992b: 36).

Kapitalist sistem için boş zamanlar, artık, bir dinginlik, arınma ve de tüketme zamanıdır. Hem çalışmayı yeniden üretmek için hem de artan üretimin massedilmesi için ihtiyaç duyulan bir zamandır. Boş zaman, bir yandan çalışmaya/yorgunluğa dayalı patolojinin sağaltımı bir yandan da artan üretimin emilmesi için işlevsel bir alandır. Boş vakitler böylelikle, kapitalist çalışmanın bir karşıt kutbu olarak yine kapitalist isterler yönünde organize edilmektedir. Bu zamanın belirleyici niteliği, birey güdümlü ya da bireysel iktidara dayalı bir alan olmaktan çıkarak, kârı maksimize etmeye yarayan, kapitalist etiğin egemen olduğu “kurtarılmış bir alan” haline gelmiş olmasıdır.

Boş zaman, bu yolla kapitalist sistemi ayakta tutan, ona soluk aldırın, kurulu yapının önemli bir sacayağını oluşturmaktadır. Boş/serbest zamanın tecimsel organizasyonu, satışa sunulan bir nesneye dönüşmesi ve söz konusu alanda endüstriyel sektörlerin (eğlence, kültür, bilinç) hükümlü, kuşkusuz serbest zamanın reel anlamını, tarihsel süreçlerde gözlenmeyen bir anlam ve nitelik erozyonuna uğratmıştır. Medya, eğlence/boş zaman endüstrisi, turizm, moda, akran grubu, hegemonik anlayış, siyasal ideoloji vs. bireyin ve dolayısıyla toplumun yaşam tasarımı üzerinde onayıcı, yönlendirici ve baskıcı bir egemenlik kurmakta, bu da, uzun vadede bireyin bilinç yapısı ve özgür karar alma sürecini kesintiye uğratmaktadır. Serbest zamana ilişkin değer ve pratiklerin birey dışı baskın yapılarca belirlenmesi ve bunun olağan bir ilişki ve etkileşim süreci olarak cereyan etmesi, bireyin alternatif değer ve pratikler arama şansını ortadan kaldırmaktadır. Bir başka deyişle boş zamanın total aygıtlarla bir tahakküm alanı olarak kurgulanması, bireysel inisiyatif, özgün tercihleri devre dışı kılmaktadır.

Kapitalist uygarlık açısından boş zaman, artık, çalışmanın yeniden üretimi için gerekli bir yaşam alanıdır. Kapitalist düzenin yeniden üretimi için, çalışmaya hazır (biyolojik/zihinsel) işgörene ihtiyaç duyulması, bu vakti, yorgunluğun giderilmesine hizmet edecek tarzda düzenlemeye yöneltmiştir. Bunu yaparken de kapitalizm, her şey gibi, boş zamanı da metalaştırarak piyasa kullanımına açmıştır. Bu piyasada kâr marjını artırmak için, suni eğlenceler üretir ve bunlara talebi artırmak için de topluma baskı sınırını aşan zorlamalarda bulunur.

Kapitalizmin zaman, mekan ve ulusal sınır tanımaması, kârın maksimizasyonunu küresel boyutta sürdürmeye yöneltmiştir. Bu yüzden, küresel eğlence ürünleri tüm dünyayı sarmaktadır. Bir sinema filmi ya da bilgisayar oyununun piyasaya çıkması, tüm dünyada aynı heyecanlar ve talepler doğurmaktadır. CD çalar, DVD/VCD, sinema filmleri, TV seriyalleri, spor karşılaşmaları, Müzik klipleri, film/TV starları, Pop hitleri, turizm, tatil köyleri, egzotik kültürler, eğlence parkları, Disneyland, Hollywood, karnavallar vs. küresel pazarın birer parçasını oluşturmaktadır. Boş zaman ürünleri artık evrensel pazarın merkezi unsurları arasındadırlar. Bir yerde üretilen ürünler aynı anda bütün dünyayı dolaşmaktadır. Bu durum, benzeşik boş zaman deneyimleri ve kültürlerinin ortaya çıkmasını beraberinde getirmektedir (bkz. Hibbins, 1996).

Bugünkü boş zaman, aynı zamanda, modernliğin yeniden üretim sürecine de, ivme kazandırmaktadır. Modernlik, değişik endüstriyel, teknolojik aygıtlar vasıtasıyla, boş zaman üzerinden kendine alan açmaktadır. Nitekim, iş dışı yaşam alanları, modernliğin göstergeleri, imajları, sembolleri ve değişik statü/kimlik parametreleri doğrultusunda organize olmaktadır. Eğlence, seyirlik oyunlar, hobiler, oyalanma/avuntu etkinlikleri, mekanlar, alışveriş merkezleri, tema parkları, medya ortamları, televizyon gösterimleri, video/bilgisayar oyunları, turizm etkinlikleri vs. tüm bunlar, modernliğin yeniden üretimini sağlayan, kapitalist isterler doğrultusunda organize olan kurgusal/paket yaşam alanlarını oluşturmaktadır.

## 6. KAPİTALİZM VE BOŞ ZAMANIN DENETİMİ

Kapitalist sistem, türlü aygıtlar yoluyla egemenliğini birey ve toplum yaşamında kurumlaştırma çabasıdır. Nitekim, kültür endüstrisi yoluyla, bireyler başat kültürü kolayca benimsemeye, kurulu sisteme katılmaya yönlendirilirler (Adorno, 1991). Bu süreçte boş vakit alanları, bireye ait bir alan olmaktan çıkarak, kapitalizmin sektörel bir üretim birimi olarak işlem görmektedir. Bu yüzden “zaman kavramı” da, parçalı/fragmanter bir karakter almakta, kâr/maliyet hesaplarına uygun şekilde tanzim edilmektedir. Gelecek, şimdi ve geçmiş kavramları, iktisadi içeriklerle doldurularak, kâr/verimlilik ölçütlerine göre organize edilmektedir.

Kapitalist sistem, boş vaktin tecimsel kullanımını keşfettikten bu yana bu zamanı denetim altına alma stratejisi içinde oldu. Burjuvazinin disipline sokucu enerjisi alt sınıfın boş vakit ayrıcalığı üzerinde denetleyici, yönlendirici bir hükümler kurdu. Hegemonyacı yetke, bağımlı kesimin boş vaktini ve hazlarını denetim altına alırken iki temel strateji içinde oldu: Bunlardan birincisi baskıcı yaşama stratejileri geliştirdi ikincisi de denetimsiz (spontane-gelişigüzel) boş vakit etkinliklerini yüceltti ve disipline bağlayıcı sahiplenme stratejileri geliştirmeye çalıştı (Fiske, 1999:90-91). Egemen yetke, bir yandan, manipülatif/baskıcı aygıtlar vasıtasıyla denetime açık yaşama biçimlerini yaygınlaştırırken, diğer yandan, spontane akıp giden boş vakit uğraşlarını disipline etmeye, kendi isterleri yönünde (kâr maksimizasyonu için) dönüştürmeye çalıştı. Her iki tarzda da, boş vakit kurulu yetke tarafından denetime boyun eğici tarzda dönüşmeye zorlanmış oldu.

Smythe'in de ifade ettiği gibi, artık kapitalizm iktidarını iş dünyasından boş zamana doğru kaydırmış durumdadır. Nitekim, televizyon seyredirken bile, metalaştırılma sürecine katılmaktayız, meta kapitalizmi için montaj hattında çalışan bir işçi kadar çalışmaktayız (Fiske, 1999: 39). TV seyredirken, seyri yapılan metaları, imajları, görünürlükleri bir bakıma tüketiyoruz, o süreçlere katılıyoruzdur. Bu yönüyle de montaj hattındaki bir işçi kadar meta kapitalizminin çarklarını döndürüyoruz, anamalcı dinginliği sağlıyoruz demektir.

Kapitalist sistem, çalışma üzerinde uyguladığı denetimi, boş vakit geçirme süreçlerine de yaymaktadır. Tatiller, sportif süreçler ve tüm kültürel görüngü noktaları ve bunlara ait anlam ve davranışları denetim altına alma girişimleri, temelde bağımlı sınıfın bağımlılığını pekiştirmeye, teslimiyetçi katılım sağlamaya hizmet etmektedir. Kapitalizm, gündelik yaşamın baskı altında tuttuğu hazı yine kârı artırıcı bir siyasa doğrultusunda özgürleştirmeye çalıştı. Bunun için eğlenceyi üreten örgütlenmeler oluşturdu. Fabrika sahipleri işçileri için “iş gezileri” düzenlediler. “Ucuz kısa yolculuk bileti, işçi sınıfı mensuplarının tatil giderlerini kendilerinin ödeyip tatillerine



“sahiplenmelerini”, onun anlamlarını denetleyebilmelerini, yukarıdan sağlanan ve düzenlenen tatil disiplininden kaçmalarına olanak tanıdı” (Fiske, 1999: 97-98).

Kapitalizm, şimdi gerçek yaşamın boş zaman’da olduğu sloganını/ideolojisini yaymaya çalışarak, iş üzerindeki kontrolünü boş vakit alanlarına kaydırmaktadır. Bu süreçte önemli rolü ise kültür endüstrisi oynamaktadır. Zira, kültür endüstrisi ürünleri, insanlara reel hayatın bağlayıcılıklarından kurtulmada, unutmaya/oyalama/avuntu türü uğraşlar sunarak bir yanlısıma yaratır. Kapitalizm perspektifinden boş zaman, parselenmiş “kurtarılmış” kârlı bir pazardır. Bu süreçte, birey edilgin, sunulu programları, metaları, mekanları, eylem kalıplarını, statü simgelerini, imaj ve göstergeleri tüketmekle varoluşu ikameye çalışmaktadır.

Kitleye sunulan değişik hizmetler/etkinlikler, birey üzerindeki denetimin kaybolduğu anlamına gelir mi? Söz konusu etkinlikler bireyi daha mı özgür kılmaktadır? Ya da bu endüstrinin sunduğu olanaklar, özgür seçimlere mi dayanmaktadır? Boş zamanlar sosyolojisi konusunda araştırmalar yapan Dumazedier, bu sorulara olumsuz yanıt vermektedir. Ona göre, boş vaktin artışıyla beliren ve özgürlük vaad eden bu etkinlikler birer yanlısamadan ibarettir. Bu etkinlikler, çalışmanın götördüklerini geri vermekten ve kurumsal denetimin basıncını hafifletmekten uzaktırlar. Ona göre, boş vakit etkinlikleri bireyin içten yönelimini yansıtmamaktadır. Tatiller, turistik faaliyetler, hafta sonu gezintileri vs. kişilerin kendilerini rahatlamış/dinlenmiş gibi yaptıkları birer tuzaktırlar. Bu etkinlikler aynı zamanda, kurgusal, ticari ve paket olarak üretilmiş etkinliklerdir (Dumazedier, 1989:145-146).

Bir başka ifadeyle, boş zamanlar artık piyasaya bağımlı bir fenomendir. Piyasa, pasif eğlenceler, oyalanmalar ve seyirlik oyunları kitleye sunar. Her tür eğlence, spor, izlence vs. sermayenin büyütülmesine hizmet eder. Büyük şirketler, dev holdingler, boş zamanın doldurulması yolunda pasif etkinlikler üretirler. Kapitalist akıl, boş vakitlerdeki, kişisel uğraşları, amatör ve muhalif yaklaşımları bir şekilde piyasa kurallarına dahil etmektedir. Boş vakit, artık bireysel, tabii bir alan değil, kapitalist türlü niyetlerin bir av sahasıdır (Braverman, 1974: 278).

Tüketime açılan ihtiyaçlar, metalar, haz, imge, statü ve göstergeler de aslında, kitlenin kontrol altına alınmasının araç ve yöntemlerini oluştururlar. Müzik ve futbol tutkunu olmak, tüketmeye koşulmuş olmak, hayatın asli öğelerinin maddileşmesi vs. egemen dizgenin kitleyi denetim altına alma stratejilerinden sadece bir kaçıdır. Ticari, endüstriyel, bürokratik, politik kurumlar, böylelikle toplumsal kesimlerin hareket alanlarını, olası tepkileri denetleyerek nötralize etmektedirler. Pop müzik ve futbolun Batı toplumlarında masum sınırların çok ötesine uzanan anlamlar kazanması, gerçekte, kurulu dizge üzerindeki egemenliğin bu yolla pekiştirilmek istenmesinden kaynaklanmaktadır (bkz. Corrigan, 1995: 71-75). Daha açık bir ifadeyle, popüler müzik ve spor, kitleleri sisteme eklediği gibi, iktidar ilişkilerini de meşrulaştırmakta ve hegemonik düzeni sürdürmeye araçsal destek vermektedir denebilir.

Dolayısıyla, kapitalizm, boş zamanı, akıp giden kontrolsüz bir alan olarak bırakmadı, aksine, boş vakti tümüyle denetleme stratejisi içinde oldu. Kapitalizm için boş zaman, “hızlı kâr” a ulaşmanın en kestirme yollarından biri olduğundan, boş zaman, daha çok tüketim içerimli, piyasa kurallarına tabi, ticari eğlencenin üretim üssü olarak organize edildi. Bu ise, ticari aktivitelere, eğlence ekonomilerine ve hizmet

sektörü içindeki payları giderek artan deneyim/boş zaman endüstrilerine büyük ivme kazandırdı.

## 7. KAPİTALİZM VE BOŞ ZAMAN ENDÜSTRİLERİ

Boş zamanın artışı, sadece modern zamanlara özgü bir fenomenin, “boş zamanları değerlendirme endüstrisi”nin ortaya çıkmasına yol açtı. Bu endüstrinin araçları olarak, gösteri sanatları, sinema, tiyatro, futbol, televizyon, radyo, müzik konserleri, oyunlar, kumar makineleri vs. sayılabilir. Ayrıca, seyahat, gezi, otel, motel, deniz, kamp, plaj, tatil köyleri vs. de bu endüstrinin sınır tanımaz yayılım alanlarını oluşturmaktadır. Bu endüstriler, boş vakti metalaştırarak paraya tahvil etme, kitle tüketimine açma gayreti içindedirler.

Boş zaman ya da deneyim endüstrisi (leisure/experience industry) büyük ölçüde, eğlence, Tv, sinema, video, sözde ruhsal arınma aktiviteleri vb. yaşamsal aktiviteleri içine almaktadır. Bu endüstri, insanların sağlık, kaçış, eğitim ve hayatı zenginleştirme amaçlı içsel ihtiyaçlarını tatmine çalışmaktadır. Deneyim endüstrisi, doğal parkları ziyaret etmek, egzotik tatiller yapmak, popüler sporları seyretmek, sanat ve televizyon izleyiciliği gibi çok farklı deneyimleri kapsamaktadır. Bu endüstri, eğlence yoluyla kaçışa, psikoterapi yoluyla sağlığa, ilaç ve alkol yoluyla kaçışa, din yoluyla arınmaya, okuma yoluyla bilgilenmeye, sanat yoluyla kendinden geçmeye ve seyahat yoluyla ferahlamaya hizmet eder. İnsanlar başka yaşamlara tanık olmak için filmlere giderler, yerleri/mekanları görmek için seyahat ederler, doğaya dönük deneyimleri için rekreasyonel vasıtalar, çadırlar, uyku tulumları vs. kullanırlar. Deneyim endüstrisi, endüstriyel emek ve hizmet sektörlerinden oluşur. Birleşik devletler deniz aşırı seyahat şirketleri, televizyon kuruluşları, film ve eğlence endüstrisi en hızlı büyüyen ekonomik sektörleri oluşturur (Ogilvy, 1986: 27). Bugün Amerika, iletişim teknolojileri, bilgisayar oyunları ve yazılımları, ticari eğlence sektörü, televizyon, video, VCD, DVD, MP3, film endüstrisi, spor karşılaşmalarının seyirlik ve o ölçüde de ticari bir sektöre konu olması açısından dünyanın en büyük “deneyim endüstrisi” ni oluşturmaktadır.

Bugün için boş zaman, büyük şirketlerin yatırım yaptığı, kıyasıya bir rekabetin olduğu tecimsel bir alandır artık. Bu alanda pazar payını artırmak isteyen firmalar, ilginç, otantik, sıra dışı etkinlikler icat ederek, pazarda kalma şanslarını artırmaya çalışmaktadırlar (Benington-White, 1992:11-15).

Thompson, İngiltere’de tatil endüstrisini incelediği çalışmasında, bu endüstrinin çok hızlı büyüdüğünü ve ekonominin en kârlı sektörü haline geldiğini belirtir. Bu alandaki ticari organizasyonların kıyasıya rekabeti ekonomik sisteme kayda değer bir hareketlilik getirmektedir. Tatilcilerin deniz aşırı seyahatleri ve ülke içindeki turistik hareketlilikler, büyük meblağların döndüğü boş zaman endüstrilerini devasa boyutlara ulaştırmıştır. Özellikle, British Airways Holidays, Rank Travel, Blue Sky, Thomas Cook, Global ve Holiday Club International vb. yüksek cirolu şirketler, boş zaman ve tatilleri, artık tecimsel bir metaya ve endüstrinin imkanlarına bağımlı hale getirmiştir (Thompson, 1995: 173-180).

Boş zaman endüstrileri, genelde, gösteri sanatları, radyo, televizyon, oyun ve seriyaller, sinema, tiyatro, stadyumlar, yüzme havuzları, para makineleri, jimnastik salonları, sirkler, lunapark, kitle konserleri, faşing ve karnavallar, kitle turizmi,

gösterişe dayalı tüketim vs. gibi çeşitlenen eğlenti alanlarında hizmet vermektedir. Ayrıca, bu dev endüstri, seyahat acentaları, otel ve moteller, kamp malzemeleri, deniz ve dağ sporları için gerekli malzemenin üretilmesi ve pazarlanmasına kadar yayılan oldukça geniş bir pazarı kapsamaktadır.

İktisadi refahın artması ve çalışma saatlerinin azalması, boş zaman endüstrisine yeni açılımlar kazandırmaktadır. Boş vaktin artması, ücretli izinlerin (6 hafta) çoğalması, refahın demokratikleşmesi vs., gezi-seyahat kültürünün yayılmasını getirmiştir. Gezi, hobi, dağ turizmi, deniz eğlenceleri, kondüsyon merkezleri, iletişim araçları ve oyun endüstrisi boş vakti doldurmanın en gözde araçları durumundadır. Seyahat acentaları, giderek daha fazla gezi programları üretiliyor ve her sosyo-ekonomik kesimden insanları çekebilecek cazip fırsatlar sunuyorlar. Ayrıca, çeşitli dernekler, vakıflar, devlet, kilise ve belediyeler de, halka boş vakitlerini değerlendirme yönünde aracılık/danışmanlık yapmaktadırlar. Spor sahaları, açık/kapalı yüzme havuzları, kitaplıklar, hobi kursları, tema parkları, sanat ve bilim etkinlikleri, turizm şirketleri, rekreasyon merkezleri, çocuk, gençlik ve emeklilik yurtları vs. bireylerin boş vakitlerini denetim altına alma yönünde faaliyet göstermektedirler, bu konuda, paket etkinlikler, yaşam deneyimleri üretmektedirler.

Kraus'un ifadesine göre, modern toplumda boş vaktin geçirilmesi, aynı zamanda profesyonel danışmanlık hizmeti veren birimler ortaya çıkarmıştır. Bu konuda, seyahat acenteleri, otelciler, tatil beldesi yöneticileri, spor, dans, müzik veya sanat öğretmenleri vs. oyun ve boş zaman konusunda danışmanlık hizmeti vermektedirler. Söz konusu boş vakit hizmet profesyonelleri, global ölçekteki eğilimleri takip ederek, toplum için boş vakit değerlendirme biçimleri tasarlamaktalar, boş vaktin aynı zamanda, fiziksel fitness, kariyer ilerleme ve sosyal statü gibi kişisel hedeflere ulaşmaya hizmet edici tarzda kullanımına aracılık etmektedirler. Boş zaman hizmet profesyonelleri, aynı zamanda, boş vaktin, çok kültürcülük, çevresel koruma, oyun ve boş vakit eğitimi gibi hususlarda topluma hassasiyet kazandırmayı amaçlamaktadırlar (Kraus,1994:42).

Boş zaman ürünleri, globalleşerek, tüm dünyada aynı anda ve aynı tarzda tüketilmektedir. Boş zaman endüstrisi, metalaşma, esnek uzmanlaşma ve ticari sponsorluk yoluyla karakterize olan, dünyanın en büyük sektörü durumundadır (Benington ve White, 1992: 15-18). Bu sektör, aynı zamanda, sunduğu olanaklarla, boş vakti değerlendirmeye araçsal bir boyut da katmıştır. Modern endüstri ve teknolojik imkanlar arttıkça, boş zamanın geçirilmesi de araçsal bir hegemoniye dönüşmüştür. Örneğin, TV, radyo, sinema, bilgisayar oyunları, internet, müzik enstrümanları, VCD, kamp malzemeleri, şans oyunları, çeşitli eğlence aletleri, oyuncaklar vs. boş zamanı geçirmede vazgeçilmez araçlardır. Boş vaktin bu yönde geçirilmesi ise, söz konusu araçlara olan bağımlılığı artırmaktadır. Bu sayede boş zamanı değerlendirmede bireysel tasarruf sınırlanmakta, araçsal faktörlerin rolü artmaktadır. Örneğin, sörfçülük, su dalgıçlığı, motorsiklet, yarış arabaları, bilgisayar oyunları, müzik enstrümanları, kitle iletişim araçları vs. özel ilgilere sahip grup ve kişiler için olmazsa olmaz boş vakit geçirme araçlarıdır. Bu durum, araçsal boş zaman alt kültürlerinin oluşmasını da beraberinde getirmiştir. Çok sayıda hobi grubu, dernekler, klüpler vs. boş zamana dayalı alt kültür grubu olarak faaliyet göstermektedirler.

Bu bağlamda boş zamanın geçirilmesi artık, dev endüstrilerin çatısı altında bağımlı/yarıbağımlı bir etkinlik şeklinde deneyimlenmektedir. Bu yüzden, salt bir boş vakit etkinliği olarak görülmekten uzaktırlar ve metalaşan bir değere sahiptirler.

Metalaşma hem emeğin üretiminde hem de mal/hizmet ve deneyimlerin üretim ve pazara sunulmasında yaşanmaktadır. Kültür ve boş vakit alanları, bu metalaşmanın birer av sahası durumundadır. Çok farklı etkinlik alanları, eğlence ya da kültür endüstrisinin yeniden üretim mantığına göre, tekbiçimli, standart, paraya tahvil edilebilir bir tarzda faaliyet göstermektedir. Dolayısıyla tek biçimlilik yaygınlaşmakta, genel kitlenin beğeni, zevk ve haz düzeyi standart hale gelmektedir.

Müzik ya da plak endüstrisinin iş dışı vakitleri ya da tatilleri, sınırlı bir kitle için de olsa kendine bağımlı bir rekreasyona dönüştürmesi, eğlence/kültür endüstrisinin etkin hale gelmesi, kumar, magazin, televizyon gösterimleri, çeşitli sapkınlıklar ve uyuşturucuların tüm kitleye açılması, meşruiyete kavuşturulması ve normalize edilerek gerçek kültür/hayat tarzı olarak kurumsallaştırılmasını getirmiştir (Oskay, 1983: 170). Boş vaktin, endüstriyel sektörlerin kuşatması altında olması, bu alanın bir haz, eğlence, tüketim ve izleyici malı üretme zamanı olarak kullanılması, boş vakti insani/sosyal gelişim, ruhsal dinginlik alanı olarak konumlamak isteyen iyimser boş zaman kuramcılarının işini güçleştirmektedir.

Eğlence/kültür/boş zaman birer endüstri haline gelirken, bu zaman ve buna dayalı etkinliklerde farklılaşmalar görülmüştür. Eski alışkanlıklar ve boş zaman deneyimleri terk edilmek durumunda kalmıştır. Farklılaşan etkinlikler ve alışkanlıklar ise, yeni boş zaman endüstrilerine dinamizm kazandırmaktadır (Benington-White, 1992:17-19). Boş vakit, ticari bir mantıkla organize edildiğinden bireysel tercihler, eğilimler, beğeni düzeyleri, eğlenme anlayışları vs. kapitalist etiğin inisiyatifinde şekilleniyor. Bu sektör, bireylerin bilincini, parasını ve zamanını kuşatarak, özgürlüğüne ipotek koyarak varoluşu üzerinde hakimiyet kurmaktadır. Birey, kendine ait, özgür, kişisel tercihi ve devinimini içeren bu zaman dilimi üzerindeki egemenliğini yitirerek, araçsal ve mekansal kısıtlamalarla bu alanı sınırlı/sorumlu bir şekilde yaşamaktadır.

Moderniteyle birlikte boş vakit imkanı artmakla birlikte bu vaktin bireysel istekler yönünde geçirilmesinde sorunlar yaşanmaktadır. Boş vakitler, rasyonalize olmuş, örgütlü hale gelmiş, kitle beğeni standardına göre dizayn edilmiş, tecimsel bir katılım esprisine göre tasarlanmış, paketlenmiş bir etkinlik alanı ya da yaşam tarzına karşılık gelmektedir. Bir bakıma, çalışma da boş vakit de aynı ratio tarafından işleyen, tüketime açılan, katılım içeren bir alandır artık. Boş vaktin, yani insana ait vaktin, yine işteki rasyonun av sahası olarak düzenlenmesi, bireysel, toplumsal varoluşun önünü tıkamakta, tekil bir kimlik formuna bireyi mahkum etmektedir. Bu toplumda, boş vakit, çalışmadan ayrıştırılmış, farklı ratioların operasyonel olduğu bir alan değildir. Boş zaman, bürokratikleştirilmiş, örgütlü hale getirilmiş, tekdüze, tekil bir siyasa tarafından dizayn edilmiş bir yaşam alanıdır. Boş zaman endüstrisi, spor klüpleri, rekreasyon merkezleri, oyun tasarımcıları, film, müzik üreticileri, oyuncak sanayi, reklamcılar, imagemakerlar vs. hegemonik iktisadi/siyasi ve toplumsal düzenin pazarlamasını yapan birer ideolojik düzen satıcılarıdır. Bireylere sadece eğlence/dinlenme paketleri satmıyorlar, aynı zamanda mevcut düzeni, hegemonik yaşam stillerini pazarlıyorlar, böylelikle de sistemin yeniden üretimini mümkün hale getiriyorlar.

## **8. PÜRİTANİZMDEN HAZCI ETİĞE: YENİ BOŞ ZAMAN ETİĞİ**

Püritanizm, Weber'in rasyonel kapitalizmde ayrıcalıklı yer verdiği bir iktisadi etike sahiptir. Modern kapitalizmin simgesi olarak da görülen püritanizm, çok çalışmak/çok üretmek buna karşılık, tutumlu olmakla kendisini sembolize eder.

Püritenizm de, iş/meslek, dini bir yüceliğe sahiptir ve sıkı (hard) çalışmak kutsanmıştır. Ahlaki tüm kurallar, bir “fayda-kâr-biriktirme” esprisine göre biçimlenmiştir. Bundan dolayı püritanizm, ritüel zevklerden arınmış, tembelliği/aylaklığı aforoz etmiş, bedensel hazzı denetim altına almış, çalışma ve üretmeyi bir dini ibadete dönüştürmüştür. Tasarruf, yatırım yapmak, sıkı çalışmak, eğlence ve hazzın yadsınması vb. ilkeler bir püritan prototipin belirmesini sağlamıştır (Bozkurt, 1998: 59-60). Modern kapitalizm, bir bakıma, çalışmaya koşullanmış bu kesimin ürettiği artı değer üzerinde yükseldi, sermaye birikimi, bunun yatırıma dönüştürülmesi, paranın dolaşımı bu yolla mümkün oldu. Püriten çileci çalışma, bir yaşam ideolojisi olarak belirlediğinden, özellikle ilk dönem kapitalist toplumda, sosyal hayat bu yönde şekillendi.

Başlangıçta kapitalizm, dinamizmini, üretkenlik, çileci çalışma, tasarruf ve hazzı/doyumu yadsıma anlayışından sağlıyordu. “Sanayideki çalışma düzeninin çalışan kitle üzerindeki baskısını ve insanlıktan çıkarıcı doğasını anlayan sosyalizm, sendikacılık, anarşizm, feminizm gibi akımlar, sanayi toplumuna yetkeyle sahip çıkan ve bundan kâr sağlayan egemen kesimi suçlayarak toplumsal ilişkilerde değişiklik istediler. İronik olsa da kapitalizm, bu eleştirel ve kapitalizm karşıtı perspektifleri keşfetti ve kendisini olumlayacak yapıları da bu akımların eleştirilerinden çıkardı” (Aydoğan, 2000: 123-124).

Kapitalist üretim koşulları, fazla üretime yol açtığından artık püriten etiğin çalışmaya koşullama anlayışında gerilemeler oldu. Çünkü, fazla üretim yoğun/sıkı çalışmayı gereksiz kılıyordu. Fazla üretim emilmedikçe, çileci etiğe bağlılık bir anlam ifade etmiyordu. Bu yüzden, çalışmayı, tasarrufu, hazdan yoksunluğu yücelten püritenizm, yeni toplumsal dengeler açısından karşıt bir etiksel oluşuma yerini bırakmak durumunda kaldı. Kapitalizm artık tüketimi, aylaklığı ve hazzı yaygınlaştırmaya, teşvik etmeye başladı. Tüketmekle varoluşu ikame çabasında olmak yükselen bir değer haline geldi. Statülerin soydan/doğuştan geldiği sosyal formasyonların yerine mesleki konumu, geliri, bilgi ve becerisi, tüketimci performansı ile statü ve sınıfsal konum işgal etmek öne çıktı. İnsanlar, hazcı tüketimi yaygınlaştırarak, gösterişçi/kıskandırıcı atraksiyonlar göstererek, toplumsal temsiliyete başvurmaları ve bu yolla fazla üretimin içsel bir emiliminin mümkün hale gelmesi, doğal olarak, kapitalizmin kendini yenilemesini sağladı.

Böylelikle, gelişmiş endüstriyel toplumlarda tüketim, bireyin gösterişçi tatmin isteğinin bir sunulanma alanı olarak öne çıktı. Bunun için de, tüketmek, normal bir tavır olmaktan çıkarak, çalgınca yapılan, bireyin yeni imgeler, statüler, prestij göstergeleri edindiği, bunu başkalarını kıskandırma içgüdüleriyle yaptığı bir eyleme dönüştü. Daha çok tüketmenin, üst toplumsal konum işareti olarak görülmesi, konum yükseltme arayışındaki kesimin gösterişçi tüketim sembolleri kullanmasına, sahiplik durumunu abartılı şekilde sergilemesine yol açtı. Meta ve tüketimci performans, başkalarından üstün olma aracı olarak işlev görmeye başladı.

Veblen’ in ifadesine göre, gösterişçi kültür, zengin olmayı ve mülkiyeti hayatın temel gayesi haline getirdi. Bu doğrultuda, belli tüketim araçları, beğeni tarzları ve moda, varlıklı/serbest zamanlı bir sınıf tarafından, alt sınıfları gittikçe kenara itmek için kullanılan bir değer oldu. Üretici faaliyetlerden bağımsız, kendisini gösterişçi tüketimle ele veren bu sınıf, iktisadi gücünü, kıskandırıcı bir tutumla, israf temelli sergilemeye çalıştı. Bu yüzden, bağımlı kesimlerin öfkelerini üzerlerine çektikleri gibi, diğer sınıflarla olan farklarını ispatlayıcı bir çabanın da içinde oldular (Veblen, 1995:

102-114). Varlığı/serveti abartılı şekilde sergileyen bu sınıf, aynı zamanda, aylıklık, gösteriş, harcama ve hazzaya dayalı bir yaşama stili üretti. Veblen'in "gösterişçi tüketim/yaşam stili" dediği şey bir bakıma, boş vaktin içerimi ve organize yapısını da şekillendirir oldu. Bu yüzden, Veblen'in "gösterişçi tüketimi", aynı zamanda "gösterişçi boş zaman" a da karşılık gelmektedir. Nitekim boş zaman, artık, sahiplik durumunu, aşırı tüketim, eğlence, lüks ve sefahatle geçirme olarak anlaşılmaktadır. Moderniteyle birlikte, boş zaman, anonimlik ve mobilite ile karakterize olan, yüksek harcama kalıpları ve pahalı tüketim nesnelere izini süren yeni anlam ve içerimlere kavuştu. Ritzer'in gösterişçi boş zaman (conspicuous leisure) dediği bu realite, aslında, Veblen'in gösterişçi tüketim (conspicuous consumption) dediği şeyin daha ileri bir boyutuna işaret etmektedir (Ritzer, 2001: 209-210).

Şu bir gerçek ki, artık modern dünya, boş zamanı olan bir sınıf (leisure class) dan, bir "boş zaman toplumu"na" geçmiş durumdadır. Boş zaman, imtiyazlı bir sınıfın iyeliğinde değil, tüm topluma aidiyet taşımaktadır. Bir bakıma boş vaktin demokratikleşmesine tanıklık etmekteyiz (bkz. Seabrook, 1995: 97-104). Kapitalist sistem de, sermaye oluşumuna katkı sağlayan püriten etikten giderek uzaklaşmış durumdadır (Junio, 2000:70). Çalışmak, üretmek ve kazanmaya dayalı ahlakçılık, yerini çılgınca tüketmek, kendini salıvermek ve lakayt bir hedonizme bırakmaktadır. Tüketim için, iş dışı (leisure) zaman, para ve pazar ekonomisi tarafından sağlanmış harcama fırsatlarına sahip olmak gerekmektedir. Tüketim, kendini ifade edici bir işlev gördüğü gibi, bu alandaki ticari sektör de, denetleyici ve kontrol edici bir misyonu yerine getirmektedir. Bu toplum için tüketim, başlı başına bir yaşamsal gösterge haline gelmekte, insanlar tüketim etrafında kültürel imajlar edinmektedirler. Tüketimci kültür, modern toplumu teslim almış gibidir (Roberts, 1999: 189).

Günümüz insanı, bu süreçte, etik sınırlamalardan giderek uzaklaşmakta ve daha çok tüketimci bir kimlik sergilemektedir. Boş zaman endüstrisinin ürettiği birbirinden çekici ürünleri tüketmeye koşulmuş vaziyettedir. Üst statü gruplarına seslenen seçkin mekanlar ve tüketim kalıpları, reklam ve değişik manipülatif göndermelerden dolayı her sınıftan insanın yöneldiği mekanlar haline gelmektedirler (bkz. Baudrillard, 1997). Eğlence, turizm, kumar ve oyun salonları, alışveriş merkezleri, deniz ve sahil beldeleri, oteller, giyim malzemeleri, yeme mekanları ve markaları, beden sunumu vs. genel anlamda birer statü belirtgeni objeler/metalar olarak işlev görmektedir. Bu durum, alt sınıflardan insanların konumları elvermediği halde bu mekanlarda bulunmak, marka, sembol ve de metaları tüketme isteğini kamçılayarak irrasyonel tepkimeler göstermelerine yol açmaktadır. Kısıtlanan tüketim isteği tatmin olmadığı zaman psikolojik ve sosyal travmalar baş göstermekte, kişinin ya içe çekilerek şizoid yarılma ya da dışa dönük agresif tavırlar sergileyerek bu durumu aşırı uçlarda yaşamasına yol açmaktadır. Bu bağlamda, boş zaman alanı, tüketme, eğlence, bireysel sunum, toplumsal/sınıfsal ifade biçimlerinin içiçe geçtiği oldukça komprime bir alan haline gelmektedir.

Bu bağlamda, Roberts, boş zamanın tümüyle tüketim içerimli hale geldiği, insanların sınırsız harcamalar yaparak, boş vakti alışveriş merkezlerinde dolaşarak geçirdikleri, vitrinlerin albenisine tutulmuş bilinç taşıdıkları ve kısıtlanmış tüketimci güdülerin idaresinde olduklarından söz etmektedir. Bu çerçevede, Roberts, boş vaktin, giderek tüketimle ilişkilendirildiği, tüketimci bir yaşam alanı olduğu gerçeğinin yaygın bir kabul gördüğüne de işaret etmektedir (Roberts, 1999: 170).

Nitekim, boş vakit ve bu alandaki etkinlik türlerinin her birinin belli bir piyasa değeri bulunmaktadır ve piyasa ekonomisi kuralları bu alanda geçerlidir. Boş zaman, artık, profesyonel bir etkinlik alanı haline gelmiştir. İş süreçlerinde olduğu gibi, boş vakitler de, profesyonelliğin etkisi altında işlerlik değerine kavuşmuştur. Boş zaman, bu alandaki profesyonel işçilerin (leisure worker) kontrolünde ve manpülasyonu altında ticari bir alan olarak organize olmuştur (Pronovost, 1998: 58). Bundan dolayı, boş vakit ve bu alandaki faaliyetler nesnel anlamları dışında ticari, sınıfsal, statüsel ve kimliğe içkin anlam ve içeriklerle yüklüdürler. Örneğin spor, ruhsal ya da bedensel gelişime hizmet eden bir etkinlik değil, daha çok kendini ifade etme/incelme/statü edinme ya da bir aidiyet zemini keşfetme adına yapılan bir etkinliktir. Yine müzik, dev plak şirketlerinin, klip yapımcılarının oluşturdukları beğeni kalıplarına göre şekilleniyor. Yine kadın ve erkekliğin ölçüleri modacı ve moda evlerinin tek merkezden oluşturdukları kreasyonlara göre oluşturuluyor. Kitlenin ilgi, beğeni ve tercihlerini biçimlendiren kapitalist siyasa, daha fazla tüketim için serbest zamanı tüketim merkezli olarak dönüştürüyor. Toplumsal başarı, sosyallik, statü edinme, kimlik vs. yapay olarak üretilen kültürel ve ekonomik ürünleri tüketmekle eşdeğer algılanmaktadır. İnsani ilişkiler, sevgi, aşk ve dostluk da tecimsel nesnelere dönüşmüş durumdadır. Artık her şeyin bir piyasa değeri vardır. Dolayısıyla kapitalist toplumda boş vakit, daha fazla tüketmek ve tüketim metaı üretmekle geçirilen bir zaman ve oldukça kârlı bir sektör olarak bir işlevselliğe sahip kılınmıştır.

Kapitalizm varoluşsal sürekliliği için artık püriten çilecilikten uzaklaşmaktadır. Aksine, kitlelerin daha fazla serbest zamana sahip olmasını talep etmekte ve bu zamanın artması ile teknik gelişmelerin doğurduğu üretim fazlasını tüketime açacak koşulların oluşturulmasına çalışmaktadır. Kapitalizm daha fazla serbest zaman talep ederken de, bu zamanın, genel sistemin onadığı etkinlik ve tüketim ilişkileri ile geçirilmesine, ekonomik birikim oluşturulmasına çalışmakta, bunun için de istek, haz ve gösterişçi tüketim eğilimlerini olabildiğince kışkırtmaktadır.

### **9.KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ: BOŞ VAKTİN METALAŞMASI**

Kültür endüstrisi; film, müzik (caz/pop), tv, radyo, diziler, magazin, çizgi roman gibi kitlesel tüketime göre hazırlanmış eğlence ürünlerinden oluşur. Kültür endüstrisi, kitlelerin boş vakitlerini eğlenceli kılmak, herşeyin yolunda gittiği yanılsaması yaratarak, dizgeyle uyumcu/konformist bir bütünlüklilik hali meydana getirmek üzere faaliyet gösterir. Kültür endüstrisi, kültürel üretimin tecimsel/standart/kolay tüketilebilir tarzda hazırlanarak kitle tüketimine açılmasını sağlar. Kültür endüstrisinin yapay eğlence ihtiyacı oluşturması ve bunu manipülatif aygıtlar yoluyla kurumlaştırması, kitlelerin yaşam tarzını dönüştürüyor. Bu süreçte, boş vakit kullanımı da çalışma gibi, zorunlu, bağlayıcılığı olan ve hatta yorucu bir etkinliğe dönüşüyor. Böylelikle, boş vakit etkinlikleri, yabancılaşma psikozu içindeki bireyin işe yeniden koyulabilmesi için yapmak zorunda olduğu mecburi bir etkinlik halini alıyor (Adorno, 1991; Rojek, 1995: 17).

Adorno ve Horkheimer'ın dediği gibi, günümüzde, sinema filmleri, tiyatro, avant-garde sanat vb. tüm kültürel etkinlikler birer endüstri olarak faaliyet göstermektedirler. Bu bağlamda kültür endüstrisi, içerikleri benzeşik çok sayıda kültürel metaları, farklı ambalajlar altında kitle beğenisine sunmakta, bu yolla değişik sosyo-ekonomik kesimden insanları kendi pazarına dahil etmektedir (Oskay, 1993: 239-242).

Bu endüstrilerin her biri, farklı bir alanda uzmanlaşmış gibidirler. Televizyon, sinema, video, bilgisayar oyunları, gazete, dergi, popüler roman, müzik, futbol, at yarışları, talih oyunları vb. araçlarla vaktin geçirilmesi bir endüstriye konu olmakta ve büyük paraların döndüğü bir sektör haline gelmektedir. Tüm bunlar boş vaktin, kitlesel bir av sahası haline geldiğini göstermektedir (bkz. Adorno, 1991). Kapitalizm, bu alanlarda reklam, propaganda ve imaj hilesi dahil her türlü manipülatif yolu denemek suretiyle, kâr marjını yükseltmeye çalışmaktadır. Bu durum, boş vakit alanlarının yanı sıra, tüm yaşam alanlarının birey kontrolünden çıkması, endüstriyel aklın hakimiyetine girmesi anlamı taşımaktadır.

Adorno ve Horkheimer, kültür/bilinç endüstrilerinin, bağımlı konumdaki insanları etkilemesinin farklı şekillerde olabileceğine işaret etmektedirler. Onlara göre, bu etkileme, “bağımlı konumdaki sınıf ve katmanlardaki insanların sürdürmekte oldukları yaşamın totalitesi içinde taşıdıkları reel bilinçleri nedeniyle, bilinç endüstrisinin ürünlerine, belirli bir oranda adeta ‘kendiliklerinden’ yönelmeleriyle gerçekleşmektedir. Ne var ki bu yönelme bile özgür bir yönelme değildir. Beğeni yönünden toplumsal yaşam totalitesi içinde brutal ve belirsiz bir duruma düşmüş ‘kitle toplumu’ insanını bilinç endüstrisinin ve eğlence endüstrisinin ayrıca koşullandırabildiği bir yönelmedir. Ayrıca bu yönelme, eğlence endüstrisi karşısında bile edilginleşmekten kurtulmaya yetecek parasal, zamansal ve kültürel olanaklara sahip olmayan ‘kalabalıklaşmış’, amorf ve atomize olmuş bu ‘sınıf’ ve ‘katmanlar’daki insanlar için reel toplumca konulmuş bir tür sınırlılık ya da zorunluluk” (Oskay, 1982: 188) olmaktadır.

Adorno ve Horkheimer’e göre, kültür endüstrisinin ürünleri, hem iş hem de boş vakitlerde kitleye sunulan ekonomik sistemin birer unsurudurlar. Bu ürünler ekonomik dizgenin ayakta kalış nedeni olduğu kadar dizgenin etkinliğini sürdürmesi için gerekli bağımlı birey/kitlenin yeniden üretilmesine de hizmet eder. Bir başka deyişle, kültür endüstrisi, mamul madde kadar, kendisiyle uyumlu birey ve toplumsal kitle de üretmektedir (1996: 15). Bu bağlamda boş vakit, kültür endüstrisinin kendisini dönüştürmesine hizmet eden bir tüketim alanıdır. Bu endüstri, boş vakti, bireysel hükümlanlığa yatkın bir alan olarak kullanılmasına izin vermemekte, aksine bu alanı tümüyle kontrolüne almak istemektedir.

Bugün için boş vakit deneyimleri, kültür endüstrisinin gücü sayesinde giderek birbirine benzer hale gelmektedir. Ortak mekanları paylaşmak, örgütlü eğlencelerde bulunmak, tur organizasyonlarının müşterisi olmak, kitle konserlerine katılmak, deniz, sahil beldelerinde bulunmak, kitle iletişim araçlarının izlerkitlesi olmak yaygın bir durumdur. Kültür endüstrisi, etkinlikler kadar, beğeni düzeyleri, ilişki biçimleri, sosyallik formları ve hedef kitleyi de ortalama/standart/tekdüze bir kalıba sokmaktadır.

## 10. YABANCILAŞMA VE BOŞ ZAMAN

Modern üretim biçiminin (fordizm), örgütlü, disiplinli, metodik, kuralcı ve rasyonel bir kurguya sahip olması, işi tatmin edici ve eğlenceli bir etkinlik olmaktan uzaklaştırmış, daha çok bir görev ve zorunlu bir faaliyet haline getirmiştir. Bu yüzden, iş/üretim, “içe dönük bir çilecilik” ile, yalnızlık ve kopmuşluk duygusunun depresmesine, yabancılaşma psikoza ve yoğun kaçışçı eğilimlerin tahrikine yol açmaktadır.



Çalışmanın yabancılaşmayı üreten koşulları, sonuçta, iş dışı alanı da, mekanik, duygudan arınık, rasyonel bir kullanıma açmaktadır. Sistemin sağlıklı/normal insan parametrelerine zıt oluşumlar bu süreçte hız kazanmaktadır. Yalnız, güvensiz, yabancı, endişeli, bunalı nevrozu sergileyen, depresif semptomlara sahip modern birey, iş dışı zamanını da benzer bir haleti ruhiye içinde geçirir. İş dışı alan, bir bakıma extrem ifade stillerine karşılık gelmektedir. Reel basıncı hafifletmek, zorlantı psikozundan kaçmak, gevşemek, arınmak ihtiyacı, kuşkusuz, kaçışçı bir dünya kurgusuna götürmektedir (bkz. Rojek, 1993).

Çalışan kitle çoğu kez işlikteki disiplin, metodik çalışma ve yorgunluğun etkisini azaltmak için aşırı bir tepkisellik gösterir. Birey kimi durumda, örgütsel kalıplarla bütünleştiğinden bunu spontane olarak özel/sosyal yaşamına da taşımakta, özel alanı da bürokratize etmektedir. Habermas'ın yaşam alanlarının kolonizasyonu olarak ifade ettiği bu durum, bir bakıma bireyin örgüt içinde yaşadığı yabancılaşmayı, örgüt dışında da yeniden üretmesi olarak da görülebilir (bkz. Loo-Reijen, 2003). Kimi durumlarda da birey, örgütsel tutum ve davranış ölçülerine karşıt bir tavır alarak, iş dışı zamanlarını tam bir kayıtsızlık, lakaytlık, aykırı ve kuraldışı davranarak geçirebilmektedir. Çalışan sınıfın çoğu kez taşkın ve kontrol edilemez eğlence ve gevşeme atraksiyonlarını, gerçekte, metodik/disiplinli çalışma koşullarına bir tepki olarak değerlendirmek mümkündür. Bu durum, bireyi ikili/dual bir kişilik yapısına itebilmektedir. Bir başka deyişle, modern toplum, rasyonaliteye dolayısıyla bürokratikleşmeye açıklık kadar, bürokratik ratio'ya tepkisel tavrından beslenen irrasyonel bir tavra da yatkınlık göstermektedir. Birey gündüz "aşırı disiplinli", gece "spontane", "savruk", "haz düşkünlüğü" gibi extrem tepkiler vermektedir. Gündelik hayattaki bu dual refleks, modern bireylerin zihinsel/psişik dünyalarında kırılma/çatlamalara yol açmakta ve toplumsal sistem, bu bağlamda karşıt ikili bir zihinsel paradoks ile tanımlanır olmaktadır (Bkz. Bell, 1976). Bu ikili yapı, önemli psikolojik takıntılara, zihinsel parçalanmışlığa ve şizoid ruhsal deformasyona kaynaklık edebilmektedir. Ruhsal evrenin sınırlarındaki belirsizlik, duygu ve tavırlardaki denge yitimi ve çevresel sınırlara karşı kayıtsızlık, radikal toplumsal altüst oluşlara sebebiyet verebilmektedir.

Kapitalist sistem, iş sürecinde ürettiği yabancılaşma, stres ve şizoid patolojiyi, bu kez boş vakti kullanmak suretiyle, bu alanı bir gevşeme üssü olarak konuşlamakla sağaltmaya çalışıyor. Deleuze ve Guattari (1990)'nin söyledikleri gibi, kapitalizm, kendi ürettiği çelişki ve bunalımlar sayesinde yeni açılım, soluklanma noktaları keşfetmekte ve bunu yine kapitalist süregenlik için kullanmaktadır. Boş vakit bu süreçte yine maksatlı kullanıma, pragmatik amaçlara, kurumsal iktidarlara hizmet edecek şekilde kullanılmış olmaktadır.

Zaten, kapitalizm her şey gibi boş vakti de pazar payı yüksek bir alan olarak organize etmiştir. Mamul madde kadar kapitalizm ürettiği bunalıyı da metalaştırarak alış/satış nesnesi haline getirmiştir. Argın'ın da ifade ettiği gibi, "her şeyi pazarlayan kapitalizm, şimdi artık kendi krizini de 'metalaştırarak' pazarlamaktadır. Başka bir deyişle kapitalizm, bir taraftan bunalım üretirken, bir taraftan da bunlara geçici çözümler sunmaktadır. Şimdi sistem 'kurbanları'na şöyle seslenmektedir: 'Çalışma mı?, evet çok sıkıcı; ama üzülmeyin, dışarıdaki Pub'lar sizin hizmetinizde, için ve unutun. Az gelişmiş ülkelerin ucuz ve egzotik sahilleri ayağınızın altında güneşin altına uzanın ve kendinizi bırakın; işte özgürlük bu, unutmak ve kendini bırakmak. Hatta bu bile fazla. Birçok araştırmacının, hemen hemen bütün toplumlarda, boş zaman

etkinliklerinin artan bir biçimde ev-merkezli hale geldiği ve başta televizyon olmak üzere, medyanın güdümü altına girmiş olduğunu gösterdiği düşünülürse, kapitalizmin insanlara, boş zamanlarında evde oturup, ellerindeki alet ile istedikleri kanalı ‘seçme’ olanağı sunarak, ‘uzaktan kumandalı bir özgürlük alanı’ yaratmış olduğunu bile söyleyebiliriz. Bu nedenle, şimdi kapitalizme karşı mücadele emek süreçlerinin radikal eleştirisi kadar, belki daha fazla, ‘boş zaman’ süreçlerinin radikal eleştirisini içermek zorundadır” (Argın, 1992a: 27-28).

Yabancılaşma süreci artık sadece emek süreci içinde değil, belki daha yoğun bir şekilde boş zaman süreçlerinde yaşanmaktadır. Yabancılaşmış boş zaman (alienated leisure) kavramı, artık turizm dahil pek çok boş vakit endüstrilerinin imal ettiği bir gerçekliğe işaret etmektedir (Urry, 1990; Dann, 2000: 372). Örgütlü kapitalizm, boş vakitlere ilişkin yabancılaşmış yaşantıların yeniden üretim süreçlerine yönelmiş durumdadır. Daha doğrusu artık boş vakitler, bireylerin katılım göstermekle kendilerinden uzaklaştıkları, sosyalite çeperinin daraldığı bir gerçekliğe tekabül etmektedir. Boş vakitler, pasifizme, itaate, rıza göstermeye, boyun eğmeye, başkaları merkezli düşünme ve davranmaya, manipüle deneyimlerle yüklü bir kullanım değerine sahiptir. Doğallık, spontanelik, içsel yönelim gibi güdülenmeler yerini dışsal çekipçevirmelere bırakmıştır.

Modern yaşantının getirdiği değişim/yabancılaşma ve parçalanma boş vakitleri kuşatmış durumdadır. Serbest zaman artık, geçici ilişkiler, kurgusal yaşantılar, kaçışçı etkinlikler alanıdır (Pronovost, 2000:360). Birey, çalışma sürecinde olduğu kadar, boş vakit ya da günlük yaşamında da bütünlük algısından uzak, zaman ve mekânın parçalılığını yoğun bir şekilde yaşamaktadır. Zamanın parçalanması, atomik parçacıklara dönüşmesi, insanın var olan sistem karşısındaki duruşunu belirsiz hale getirmiş, zaman ve mekân algısı farkındalık krizine uğramıştır. Bu kriz ya da bu bilinç yitimi, varolan yaşamın tek, yegane yaşam olabileceği yanılsamasına bireyi mahkum etmekte bu ise onun mevcut yaşama ilişkin eleştirel tavır almasının önünü kapamaktadır. Yabancılaşmayla yüklü çalışma düzeni içinde, yarışmacı ve başkalarını yönlendiren ilişkiler kuran birey, kendisi için üretilen eğlence ve dinlenme metalarını tüketerek kurgusal yaşama deneyimleri sergilemektedir (Oskay, 1982). Yabancılaşma mitosunu içselleştirmiş birey için, insanal/ sosyal birliktelikler yerine araçsal, kitlesel ve de kurgusal edimler öne geçmekte, kişinin reel olandan kaçma, kurtulma, uzaklaşma isteğini karşılayacak kültür endüstrisinin ürünleri tek seçenek haline gelmektedir.

Bu noktada Ritzer (1993) ve Rojek (1994, 1995), günlük rutinlerden ve sıkıcı olandan kaçma adına yöneldiğimiz etkinlik süreçlerinin gerçekte birer tuzak olduklarına vurgu yaparlar. Onlara göre, boş zaman ve rekreasyon hayatımızın rasyonelitesinden kaçmaya hizmet etmekle birlikte aslında bu kaçışın rotası yine rasyonel, bürokratik ve fast food restoranlarda geçerli prensiplerin olduğu bir dünyaya doğrudur. Bu yüzden, kaçışın yöneldiği noktalar da tutulmuştur ve tıpkı iş’e ait rasyonelitenin orada da hüküm sürdüğü, örgütlü, rasyonel, bürokratik bir ilişkiler spektrumuna hapsolmek söz konusudur. Bu çerçevede, modern dünyada, kaçışın yöneldiği alanlar da yine rasyonelize edildiğinden, birey bir kaçıştan diğerine tutulmaktadır (Hibbins, 1996: 23).

Bu çerçevede, boş vakit alanlarının giderek duygudan arınık, mekanik ve rasyonel olarak yapılandırılmış ilişki ağlarını içerdiği rahatlıkla söylenebilir. Mestroviç, “Duygu Ötesi Toplum” adlı eserinde, modern bireylerin, sahte, mekanik ve rasyonel

ilişkiler kurdukları, kâr/maliyet hesaplarının gölgesinde hayatlarını sürdürdükleri, toplumun genel anlamda duygu ötesi bir sürece girdiğini belirtmektedir. Riesman'ın "öteki yönelimli" birey ve toplumuyla paralellik taşıyan bu toplumda, oyun, eğlence, cemaatler, grupsal formlar, aile, akrabalık vb. sosyallik üniteleri de giderek duygudışı hale gelmişlerdir ve rasyonel bir işleyiş dizgesine teslim olmuşlardır (Mestrovic, 1999). Bu bağlamda, modern yaşamın rasyonalitesinden kaçma adına sığınılan sosyalliklerin de sahte ve duygusallıktan boşalmış mekanize yapılar oldukları ve duygusal yaşamın merkezi olmaktan uzaklaştıkları dikkati çekmektedir.

İş'in rasyonalitesine dayalı yabancılaşma, doğal olarak iş dışı yaşamı da kuşatmış durumdadır. Boş zaman da, genelde, işlikteki tutum ölçeğine uygun tarzda, yine mekanik şekilde geçirilmektedir. Bireyler, örgütsel, kitlevi birliktelikler içine girmektedirler, örneğin paket turizme yönelmektedirler, seyirlik oyunlar, spor seyirciliği, müzik konserleri, bilgisayar oyunları, tv/video seyretme, vb. faaliyetler içine girmektedirler. Dolayısıyla, boş vakit, örgütlü, rasyonel, araçsal ve kitlevi bir çaba içinde geçirilmektedir. Bireysel yaratıcılığa dayalı, iradi ve estetik yönelimlere alan açılmamakta, işlikteki gibi maniple, zorunluluk ve bir görev duygusuyla yapılan etkinliklerin merkeziliği söz konusu olmaktadır.

Yabancılaşmış birey ve toplumu sorun edinen Fromm, boş vakitlerin de yabancılaşma ethosuna dayalı bir içeriminin olduğuna vurgu yapmaktadır. Ona göre, birey üretim ve örgütlenme sürecinde olduğu kadar boş vakit, eğlence ve tüketim sürecinde de yabancılaşmıştır. Çalışma sürecinde katılım ve sorumluluktan uzaklaştığı gibi, hayatın diğer alanlarında da pasifizme yatkınlık göstermekte ve bağımlı kişilik ortaya koymaktadır. Bugün daha fazla boş vakte sahip olmakla birlikte, çoğu kişi, yabancılaşmış bürokratinin sürüklediği edilginliği boş vakit/dinlenme zamanlarında da gösteriyor. Boş vakit çoğu kez, gösteri izleme ve meta tüketimi şeklinde geçiriliyor (Parker, 1979: 44-45).

Gündelik hayat bu çerçevede, hep tekrar edilen pratikler şeklinde gözüküyor. TV seyretme, pub, diskotek, cafe türü yerlere takılma, spor karşılaşmaları seyretme, kitlese konserler/eğlenceler peşinde koşmak, bu toplum insanının rutin yaşam pratiklerini oluşturmaktadır. İş dışı saatler yine, örgütlü kapitalizmin bu sefer üretimi sürekli kılmak adına bireyi tüketmeye koştuğu ve bu yolla üretim/çalışma sürecine dinginlik kazandırdığı bir kısır döngüde sürüp gider. Kültür endüstrisinin sunduğu ürünler/etkinlikler, gerçekte onun varolan yaşam/düzene karşı eleştirel konuşlanmasını önleyerek, konformist, itaatkar, rıza gösterici, düzene bağımlılığı yüksek eklektik yaşamlara yöneltir.

Dolayısıyla, modern dünyada yabancılaşma, artık, iş rasyonalitesiyle sınırlı değildir. Çok geniş ilişki ve mekansal ağlarda geçerlilik taşımaktadır. Bu dünyada birey genel anlamda tek, yabancı, güvensiz, konformist bir psikopatoloji içindedir. İnsanal yakınlık, dostluk ve zamanı anlamlı kılıcı pratikler yerine örgütlü, rasyonel ve ticari ilişkilerin tarafı durumundadır. Kültür ya da bilinç endüstrisi, onu, yapay eğlence avantajları peşinde koşturur. Bu sektör, yabancılaşmış bireyi bir kazanç kapısı olarak tasarımıyarak bunun üzerinden para kazanmaya çalışır. Boş vakit, böylelikle, yabancılaşma ve stres için bir sağaltım alanı olmaktan çok, stres ve yabancılaşmaya davetiye çıkaran, hatta büsbütün artıran bir fonksiyon görmüş olur.

## 11. SONUÇ YERİNE

Kapitalizm sosyal dünyayı, “çalışma” ve “çalışma dışı” diye iki farklı alana böldü. Zorunlu çalışma ile birlikte, yaşanan hayat farklı bir boyut kazandı ve iş dışı (leisure) özerk/spesifik bir sosyal yaşam dünyası oluştu. Kapitalizm yaşam dünyasını bölümlerken aslında iş dışı alanı (boş vakti) da kendi sürekliliği için organize etmiş oldu. Boş vakit, bu süreçte, çalışmanın yeniden üretiminde işlevsel bir araç olarak düzenlendi. Kapitalizm bir yandan çalışmayı yeniden üretmek için bir yandan da ürettiği yabancılaşmayı, ruhsal patolojiyi ve sosyal uyumsuzlukları yine boş zamanı amaçlı kullanmak suretiyle sağaltmaya çalıştı. Kapitalizmdeki evrilmeye paralel olarak boş zaman da, yeni anlamlar, yeni değer ve kullanım biçimleri kazandı. Tüketim, kimlik, imaj, gösterge ve statü edinmenin, benliği sunumlarının bir aracı haline geldi. Artık, kapitalist etik, çileci çalışmayı değil hedonist tüketimi, hazzı ve arzuyu üretmenin, bu öğelere hayatiyet kazandırmanın çabası içindedir.

Modern dünyada, boş vakitler, artık, bireysel isterlerin, spontaneliğin ve özerk tercihlerin alanı değildir. Bu alan, bürokratik rasyonalitenin yanı sıra, tüketim ekonomisi, eğlence sektörü, medya ve turizm ekonomilerinin kontrolindedir. Bu da, irrasyonel boş vakit kullanımının yaygınlaştığına işaret etmektedir. Boş vakit üzerinde egemenlik hakkı, kapitalist aygıtların tekeline girmiştir. Bu durum boş zamanın terminolojik anlamına karşıt olsa da, boş zaman, artık, meta tüketimi, kaçış, unutmaya, kurgusal deneyimler, paket eğlenceler, sanal sosyallikler, sınıf/statü parlatma, kimlik edinme, gösterişçi tatlar/hazlar yaşama anı/alanı olarak işlem görmektedir.

Boş zamanın kapitalist süreçte aldığı değerler ve değişik kullanım biçimleri, hiç kuşkusuz, sosyolojik boş zaman araştırmalarında bir zenginleşme vaat etmektedir. Bundan dolayı, boş zaman olgusu, yakın gelecekte üzerinde en fazla durulacak konuların başında yer alacağı benziyor. Gelecekte boş vaktin daha çok artacağı, boş vakti işgale aday sektörlerde yaşanacak olası gelişmeler, boş vaktin hayatın temel odağı haline geleceğine ilişkin yargıları güçlendirmektedir. Çalışma sürelerinin azalması da, toplumsal yapıyı esaslı şekilde dönüştürecektir. Boş vakitler bu süreçte, bireysel ve toplumsal bilincin yeniden şekillenmesine imkan tanıyacak, endüstriyel süreçle evden savrulan kitleler için “ev” yeni bir yönelim odağı haline gelecek, bilgisayar/internet imkanlarıyla iş’in evde yapılması dolayısıyla yeni çalışma/üretim süreçleri oluşacaktır. Bu durum, yeni insan, yeni toplum tipi, yeni kimlik ve toplum politikaları geliştirilmesini olanaklı kılacaktır (bkz. Aytaç, 2002).

Spontane “boş vaktin” geri getirilmesi yönündeki çalışma karşıtı ütöplast yaklaşımın da, gelecekte daha bir reel temel bulacağı tahmin edilmektedir. Boş vaktin ve bu alandaki değer üretiminin hayatın temel ögesi haline gelmesi (ki bugün, eğlence, tüketim, kültür mekanları, aktiviteler, statü/gösterge/imaj üretim alanları vs.) durumunda, toplumsal yapı ve yaşam alanları yeni boş vakit ideolojisine uygun tarzda yeniden yapılacaktır. Bu ise, yerleşik yapısal öğelerin biçim değiştirmesine; kimlik, politika, toplumsal cinsiyet, kentsel alan/mekanlar, üretim/tüketim ilişkileri, sınıfsal/tüketimsel performans ölçüleri, zihinsel paradigmler vb. bireysel/toplumsal alan, yeni altüst oluştan payına düşeni alacaktır. Ancak, kapitalizmin deformasyonuna uğramamış otantik/eski boş zamanı geri getirmek, reel çağrışımlarına geri dönmek bugün için hayal olmanın ötesine geçememektedir.

**KAYNAKLAR**

- Adorno, T. (1991) 'Culture Industry Reconsidered', in T. Adorno (Ed.), *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*, London: Routledge.
- Argın, Şükrü (1992a), "Kapitalist Toplumda İşin ve İşgücünün "Kaderi": Fordizmden Post-Fordizme" *Birikim*, Sayı 41
- Argın, Şükrü (1992b), "Boş Zamanın Toplumsal Anlamı Üzerine Notlar", *Birikim*, Sayı 43
- Aydoğan, Filiz (2000), *Medya ve Serbest Zaman*, İst: Om Yayınları
- Aytaç, Ömer (2002), "Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar", *Fırat Üni. Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 12, Sayı 1
- Baudrillard, Jean (1997), *Tüketim Toplumu*, Çev.H.Deliçaylı-F.Keskin, İst:Ayrıntı Yay.
- Baudrillard, Jean, (2003), *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çev. O.Adanır, İst: Doğu Batı Yay.
- Bell, Daniel (1976), *The Cultural Contradictions of Capitalism*, London: Heinemann
- Beneton, Philippe (1991), *Toplumsal Sınıflar*, İst: İletişim Yayınları
- Benington, J.-White, Judy, (1992), "Leisure Services at a Crossroads", *The Future of Leisure Services* (Ed.J.Benington-J.White) London:Longman
- Bozkurt, Veysel (1998), "Püriten Etiğin Sonu ve Post-Endüstriyel Dönüşüm" *Bilgi ve Toplum*, Sayı 1, Nisan
- Braverman, H. (1974), *Labour and Monopoly Capitalism*, Montly Review, 1974
- Corrigan, Paul (1995), "What do Kids get out of Pop Music and Football?", *Sociology of Leisure A Reader* (Ed. C.Critcher), London: E&FN Spon
- Dann, Graham (2000), "Theoretical Advances in the Sociological Treatment of Tourism", *The International Handbook of Sociology* (Ed. Stella R.Quah and Arnaud Sales), London: Sage Publications
- Deleuze, Gilles, Guattari, Felix (1990), *Kapitalizm ve Şizofreni I*, İst: Bağlam Yayınları
- Drucker, P.F. (1994), *Managing The NonProfit Organizations*, Oxford: Buitenworth ltd.
- Dumazdier, Joffre (1989), "France:Leisure Sociology in the 1980s", *Leisure and Life-Style*, (Ed. Anna Olszewska ve K.Roberts) London: Sage Publications
- Fiske, John (1999), *Popüler Kültürü Anlamak*, Çev.S. İrvan, Ank: Ark Yay.
- Fromm, Erich (1990), *Sağlıklı Toplum*, çev. Y.Salman-Z.Tanrısever, İst: Payel Yay.
- Gorz, Andre, *İktisadi Aklın Eleştirisi*, Çev.I.Ergüden, İst: Ayrıntı Yay.
- Hibbins, Ray (1996), "Global Leisure" *Social Alternatives*, Jan, Vol 15, issue 1
- Horkheimer-Adorno (1996), *Aydınlanmanın Diyalektiği II*, Çev.O.Özgül, İst: Kabalcı Yay.
- Jameson, F. (1983), "Postmodernism and Consumer Society", in Hal Foster (ed.) *The Anti-Aesthetic Essays on Postmodern Culture*, Seattle: Bay Press
- Juniu, Susana (2000), "Downshifting:Regaining the Essence of Leisure" *Journal of Leisure Research*, Vinter, Volum 32, iss. 1
- Kelly, John R., Freysinger, Valeria J. (2000), *21 st Century Leisure:Current Issues*, Boston: Allyn and Bacon
- Kraus, Richard (1998), *Recreation and Leisure in Modern Society*, Boston/London: Jones and Bartlett Publishers

- Kraus, Richard (1994), "Tomorrow's Leisure: Meeting the Challenges" *The Journal of Physical Education, Recreation, Dance*, April, v65 n4
- Kumar, Krishan (1999), *Sanayi Sonrası Toplumdan Postmodern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*, Çev. M.Küçük, Ank: Dost Kitabevi Yayınları
- Lafargue, Paul (1999), *Tembellik Hakkı*, Çev. V.Günyol, İst: Cumhuriyet Gaz. Yay.
- Loo, Hans Van Der- Reijen, Williem Van (2003), *Modernleşmenin Paradoksları*, Çev. K.Canatan, İst: İnsan Yay.
- Mestroviç, Stjepan G. (1999), *Duyguötesi Toplum*, Çev. A.Yılmaz, İstanbul : Ayrıntı
- Ogilvy, James (1986), "The Experience Industry (the Information Economy and Experience Enrichment)", *American Demographics*, Dec, V8, n 12
- Oskay, Ünsal (1993), *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, İst:Der Yayınları
- Oskay, Ünsal (1982), *Çağdaş Fantazy: Popüler Kültür Açısından Bilim- Kurgu ve Korku Sineması*, Ankara : Ayko Yayınları
- Oskay, Ünsal (1983), "Popüler Kültürün Toplumsal Ortamı ve İdeolojik İşlevleri Üzerine", *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar* (Ed.K.Alemdar, R.Kaya), Ank: Savaş Yayınları
- Parker, Stanley (1995), "Towards a Theory of Work and Leisure", *Sociology of Leisure A Reader* (Ed. C.Critcher vd.), London: E&FN Spon
- Parker, Stanley (1979), *The Sociology of Leisure*, London: George Allen-Unwin LTD
- Pronovost, Gilles (2000) "The Collapse of the Leisure Society? New Challenges for the Sociology of Leisure", *The International Handbook of Sociology* (Ed. Stella R.Quah and Arnaud Sales), London: Sage Publications
- Pronovost, Gilles (1998), "Leisure Workers", *Current Sociology*, Vol. 46 Iss.03 July 1998
- Ritzer, George (2000), *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, Çev. Ş.S.Kaya, İst: Ayrıntı Yay.
- Ritzer, George (2001), *Explorations in the Sociology of Consumption. Fast Food, Credit Cards and Casinos*, London: Sage Publications
- Roberts, K. (1999) *Leisure in Contemporary Society*, New York: CABI Publishing
- Rojek, Chris (1993), *Ways of Escape. Modern Transformations in Leisure and Travel*, London: The Macmillan Pres Ltd.
- Rojek, Chris (1995), *Decentring Leisure: Rethinking Leisure Theory*, London: Sage
- Russel, Betrant (1990), *Aylaklığa Övgü*, Çev. M.Ergin, İst: Cem Yay.
- Seabrook, Jeremy (1995), "From Leisure Class to Leisure Society", *Sociology of Leisure A Reader* (Ed. C.Critcher vd.), London: E&FN Spon
- Thompson, Grahame F. (1995), "If You can't Stand the Heat get off the Beach: The UK Holiday Business", *Sociology of Leisure A Reader* (Ed. C.Critcher vd.), London: E&FN Spon
- Veblen, Thorstein (1995), *Aylak Sınıf*, Çev.İ.User, İst:Marmara Üni.Yayımları
- Webster, F-Robins, K. (1989), "Plan and Control: Towards a Cultural History of the Information Society" *Theory and Society*, 18