

YAŞAM BİÇİMİ TASARIMINDA KÜRESEL BİR EĞİLİM OLARAK SAĞLIK SÖYLEMİ: “PROZAC” ÖRNEĞİ

İdil ALADAĞ* - Emsal Merve BİÇER**

Özet

Çağın hastalığı olarak nitelenen ‘depresyon’un iyileştirilmesine yönelik fikirler sağlık olgusu çerçevesinde meta ve hizmet olarak tüketicilerin bireysel beğenisine sunulmaktadır. Bir antidepresan olan Prozac da bu anlamda, ilaç olarak değil bir tüketim nesnesi olarak popülerlik kazanmıştır. Söz konusu bu oluşumu konu alan fikrî ürünler sinema ve edebiyatta kendilerine yer bulmuşlardır. 2000’li yılların başında aynı isimli kitaptan sinemaya aktarılan ‘Prozac Toplumu’ adlı filminden sonra ‘Prozac Toplumu’ kavramsallaştırılarak sosyal bilimler literatürüne girmiş ve küresel tüketim trendlerinin değerlendirilmesinde çok kullanılan kavramlardan biri haline gelmiştir. Çalışma, söz konusu bu çerçevede bireyselleşen tüketim edimleri kapsamında, Prozac örnek olayı üzerinden sağlık olgusunun sunumunu ve tüketimini tartışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, sağlık, yaşam biçimi, tüketim, Prozac.

Abstract

New ideas on curing depression, which is considered to be the disease of our time, are being offered to the individuals as consumer commodities and services in the context of health. Prozac, an antidepressant, has gained popularity, not as a drug but as an object of consumption. This new formation came to the subject area of intellectual products and has found its place in cinema and literature. In the beginning of 2000s, adaptation from the same named book; feature film 'Prozac Nation' was theoritised as Prozac Nation and often discussed in social sciences literature and global consumption trends. This study will discuss the presentation and consumption of health concept in the scope of individualized consumption behavior based on Prozac case study.

Keywords: Globalization, health, lifestyle, consumption, Prozac.

Giriş

Küresel bağlamda gözlemlendiğinde geleneksel sağlık anlayışı ve tüketim ilişkisinin son yıllarda değişime uğradığı görülmektedir. Bu değişimde postmoderniteyle öne çıkan tüketim kuramı belirleyicidir. Özellikle sosyal yapıda bireysel eğilimlerin daha değerli hale gelmesi, tüketim kültüründe tekil cazibe

* Öğretim Görevlisi Ataşehir Adıgüzel Meslek Yüksekokulu, Radyo ve TV Programcılığı, idilaladag@adiguzel.edu.tr, 0533 2170808

** Ataşehir Adıgüzel Meslek Yüksekokulu, Sivil Havacılık ve Kabin Hizmetleri Programı Öğretim Görevlisi, emsalmervebicer@adiguzel.edu.tr

alanlarının çoğalmasına olanak sağlamıştır. Böylelikle günümüzde küresel tüketim pratiklerinin bireysel olana yönelik bir eğim gösterdiği kabul edilmektedir. Sağlık ise hem bir olgu olarak hem de bir sektör olarak 'insan hayatı' ile eşdeğer bir anlam sunduğundan, genellikle gündelik yaşam tüketim pratikleri dahilinde yer almamaktadır. Ancak son yıllarda tüketim kültürünün dayattığı imaj, farklılaşma, benzersiz olma, bireysel stil sahibi olma gibi vurgularla yaşam biçimi tasarımı projesi kapsamına 'sağlık' olgusu da katılmıştır. Sağlıklı yaşam destek ürünleri, anti-depresanlar, bitkisel bazlı farmakolojik ürünlerini tüketmeye yönelik eğilim günümüzde gittikçe artış göstererek, ihtiyaç boyutunun haricinde yaşam stili tasarımının bir parçası haline gelmektedir. Kendi kendini programlama, düzene sokma, sağlıklı yaşama gibi fikirlerin baskınlığı vitamin v.b. ürün kullanımının yanı sıra anti-depresanlarda da görülebilmektedir. Bu anlamda yakın tarihte görülen ve dünyaca en popüler olarak kabul edilen Prozac –fluoksetin- üretici firma adının önüne geçmiş jenerik bir marka olarak dikkat çekmektedir. Öyle ki uzun yıllar devam eden küresel popülaritesinin bir sonucu olarak 'Prozac Toplumu', 'Prozac Kültürü' gibi çoklu terimler kavramsallaştırılarak sosyal bilimler literatürüne girmiş, bunun yanı sıra edebiyat ve sinemada da Prozac marka ismiyle ürünler verilmiştir. Prozac günümüz gündelik yaşam pratiklerinde ve medyadaki metinlerde de sıklıkla karşılaşılan bir marka ismi olmaya devam etmektedir. Bu çalışmanın temel varsayımı; sağlık olgusunun yaşam biçimi söylemine yerleştirilmesi ve tüketim pratikleri kapsamına girmesinin bir trend olarak büyük ölçüde Prozac ile başladığı yönündedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı tüketim kuramı çerçevesinde ilaç kullanımının bireysel karar mekanizması ile gerçekleştirilmesini eleştirel perspektifte ele almak ve irdelemektedir. Araştırma çerçevesi 2001 yılında aynı isimli kitaptan beyaz perdeye aktarılan 'Prozac Toplumu' adlı sinema filmi ekseninde kurulmuştur. Çalışma eleştirel betimsel analiz yöntemi deseninde, sağlık olgusu ve ilaç kullanımının hem bir marka hem de bir söylem olarak bireysel beğeni ve imaj çabalarının dışında tutulmasına yönelik bir bakış açısı elde etmeye odaklanmaktadır.

1. Küreselleşme Söylemi Üzerine

Küreselleşme kavramı, son dönemlerin en çok tartışılan ve hakkında yargıya varılan kavramlarından biri. Gerek akademik gerekse popüler literatür içinde kendine

önemli bir yer bulan küreselleşme konusunun ele alınış biçimi, genellikle ideolojik kaygılardan uzak tutulmadığı görülmektedir. Küreselleşmenin kavramsal içeriği ve alt çerçevelerinde yer alan unsurları günümüzde hala tartışılmaya devam etmektedir. Genel olarak küreselleşmenin uluslararası ticaret ve uluslararası ticarete açık olmak, sermaye hareketliliği, işgücü hareketliliği, çokuluslu işletmeler, üretimin değişen yapısı, teknoloji üretme kullanabilme ve endüstri ilişkilerinde dönüşüm-yeni istihdam biçimleri gibi kabul görmüş unsurları üzerinde bir anlaşmaya varıldığını söylemek mümkündür (Zengingönül, 2005). Küreselleşme kimi düşünürlere göre, ekonomik, siyasi, kültürel vb. hiçbir sorunun çözülemeyeceği bir oluşum olarak nitelendirilirken, bazılarına göre ise bu türden sorunların çözümsüzlüğünün asıl nedenidir. Küreselleşmenin kavramsallaştırılması noktasındaysa birbirinden farklı çok sayıda kavramsallaştırma biçimi söz konusu olmaktadır. (Bravo, 2010) Kavramsallaştırma çabalarından önce Baylis ve Smith (1999) tarafından derlenen ve küreselleşmenin alanın önde gelen düşünürlerince yapılan tanımlamalara yer vermek hedeflenen çerçeveyi çizmek adına yol gösterici olacaktır:

Roland Robertson (1992): “Küreselleşme, sadece uluslararası bağımlılığın somut yanlarını değil; aynı zamanda dünyayı tek bir mekan olarak algılama bilincinin derinliği ve kapsamı gibi kültürel ve soyut sorunları da içerir”.

Martin Albrow (1990): “Küreselleşme, dünyadaki halkların bir tek dünya toplumu ve küresel toplum olma yönündeki faaliyetlerin tümüdür”.

Anthony Giddens (1990): “Küreselleşme, birbirinden uzakta yaşanan bölgesel olayları, dünya capında sosyal ilişkiler olarak birbiri ile ilişkilendirmede yoğunlaşma olarak tanımlanabilir”.

Robert Cox (1994): “Küreselleşmenin özellikleri; devletin uluslararasılaşmasını hızlandıran üretimin, işçiliğin uluslararasılaşması, güneyden kuzeye göç hareketleri, birbiriyle rekabet eden çevre gibi faaliyetlerin devletleri küresel dünyanın birer şirketi haline getirmesidir”.

Rosabeth Moss Kanter (1995): “Dünya ürünlerin ve düşüncelerin aynı anda her yerde bulunduğu küresel bir market oluyor”.

Martin Khor (1995): “Küreselleşme, üçüncü dünya olarak birkaç yüzyıl önce sahip olduğumuz kolonileşme diye adlandırılmış olanşseyin ta kendisidir” (Akt. Çetin, 2008:23-4).

Küreselleşmenin ortaya çıkmasına neden olan faktörler tarihsel perspektifte değerlendirildiğinde genellikle ekonomik, ideolojik ve teknolojik olarak üç ana başlık altında değerlendirilebilir. Büyük buhrandan bu yana yakın geçmişte bakıldığında iktisadi krizler dünyayı ekonomik anlamda yeniden şekillendirme girişimlerine bir çeşit altyapı hazırlamıştır. Özellikle uluslararası iş bölümü çerçevesinde çokuluslu şirketlerin üretim faaliyetlerini küresel anlamda dünyanın çeşitli coğrafyalarına yayma çabaları ve finansal gücün serbest dolaşıma çıkararak ülkeden ülkeye sorunsuzca geçişi küreselleşme sürecini hızlandırmıştır ki günümüzde artık bu durum ‘sanal ekonomi’ olarak yeni bir boyut kazanmıştır. Küreselleşmenin ideolojik boyutu ise bilindiği üzere Soğuk Savaş yıllarında kimlik kazanmıştır. 90’lı yılların sonuna kadar dünya Sovyetler Birliği önderliğindeki komünist blok ve A.B.D önderliğindeki serbest piyasa ekonomisi olarak iki temel kutba ayrılmaktaydı. 80’li yılların sonlarına doğru Sovyetler Birliğinde başlayan çözülme komünist sistemin yavaş ritimde sonlanmasına neden olmuştur. Özellikle 1990 yılında komünist ve kapitalist sistemler arasındaki son ayrım noktası olarak kabul edilen Berlin Duvarı’nın yıkılmasıyla kapitalizmin önündeki son zorluk olarak nitelendirilen engel de aşılmış ve dünyada kapitalizm tabanlı küresel sisteme entegre olma süreci hız kazanmıştır. Küresel dönemde, ideolojik bakımdan öne çıkan en önemli düşünce akımı serbest pazar temelli ekonomik akımların gelişimini sağlayan neoliberalizm ideolojisi olmuştur. Neoliberalizm sadece ideolojik bakımdan değil benzer şekilde ekonomik bağlamda ortaya çıkan yeni anlayışın da sebebi olması sebebiyle iktisadi bakımdan da yeni dünyanın yeni ideolojisi olmuştur. Neoliberalizm, en temelde klasik anlamda öne çıkan liberal düşüncenin özellikle Friedrich Hayek, Milton Friedman ve Robert Nozick gibi iktisatçılar tarafından güncellenen yazılarıyla yenilenerek şekil değiştirmesidir. Neoliberalizmin temel öğeleri birey ve pazardır. Neoliberalizmin temel amacı piyasa üzerindeki devlet müdahalesini kaldırmaktır. Çünkü bu düşünürlere göre, ancak serbest bir şekilde yürüyecek olan bir pazar ekonomisinde buyume ve verimlilik sağlanabilir. Dolayısıyla devlet müdahalesinden kurtulmuş bir toplumda bireyler de daha özgür olacaklardır (Türköne, 2005: 124–125, Akt. Çetin, 2008:29) Son olarak

küreselleşme sürecinin omurgasını oluşturan önemli unsurlardan biri olarak teknoloji öne çıkar. Teknoloji her ne kadar hem dönüştürücü bir güç ve araç olarak hem de toplumsal karakteristiği belirlemede (artık) önemli rol oynayan bir olgu olarak ayrıca önem arz etse de; küreselleşme sürecini tasvir ve idrak etme girişimlerinde yukarıdaki diğer iki süreçten bağımsız olarak düşünülmemektedir. Küreselleşme süreci evrensel anlamda bir bütün olarak düşünüldüğünde teknoloji, ekonomi ve ideolojik boyut birbirini tamamlayan öğeler olarak dikkat çekmektedir. Bu unsurların ışığında bugün gelinen noktada küreselleşmenin istenip istenmemesi durumu söz konusu olmamaktadır. Küreselleşme denilince akla gelen anahtar alt kavramlardan biri de ‘zaman-mekan kenetlenmesidir’. (Bauman, 1999) “*Küreselleşme gerçekte mekanın ve zamanın dönüştürülmesiyle ilgilidir*” (Giddens, 2000:12). Enformasyon ağının tüm dünyada yaygınlaşması, herkesin, dünyanın her yerindeki değişiklikleri anında öğrenmesini, dünyanın herhangi bir yerindeki işe hemen müdahil olmasını, bankada hesap işlemleri yapmasını, borsaya girmesini sağlamıştır. Böylece hiç kimse yerinden hareket etmek zorunda kalmadan ve çok zaman harcamadan işlerini yapabilme olanağını bulmuştur. Küreselleşen bir dünyada enformasyon alanında yapılacak yeni düzenlemeler, insanlara gündelik işler arasında boğulmadan, kendisine daha fazla zaman ayırmasını ve zevk aldığı işleri yapabilmesi için daha fazla zaman bulmasını sağlayacaktır. Ayrıca küreselleşmeyle birlikte yurtsuzlaşmış sermayeyle bir yatırımcı, dünyanın herhangi bir yerinde yatırım yapabilmekte, bu da, o yerde yaşayan insanlar için yeni iş ve çalışma alanları yaratmaktadır. Bu çalışma ve iş alanları, orada çalışan insanlara sosyal güvence olanakları sunmaktadır.

Birçok düşünürün hemfikir olduğu gibi küreselleşmenin insanlar arasında fikir ayrılığına neden olmaktadır. Şöyle ki enformasyon ağının gelişmesinin zaman ve mekan farklılığını ortadan kaldırması ‘yerelleşmenin’ yani mekan sabitleme sürecinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle bazıları için küreselleşme olarak görülen, bazıları için yerelleşme anlamına gelmektedir. Yerelleşme eğiliminde olan topluluklar, gelip geçici sermaye sahiplerinin yatırım yapılan yerlerdeki doğal kaynaklar tükendikten sonra, çevre kirliliği, işsizlik, sosyal güvencenin çalışanların ellerinden alınması gibi olumsuz etkilerini arkalarında bırakarak, başka yerlerde yatırım yapmak üzere ayrılımlarının olumsuz etkilerine vurgu yaptıklarından,

küreselleşmeye karşı çıkarlar ve kendi topraklarındaki kaynakları kendilerinin kullanmasının gerekliliğine işaret ederler (Bravo, 2010).

Bir başka açıdan irdelendiğinde küreselleşme söylemi içinde eşitlik konusu ön plana çıkar. Küreselleşmeyle birlikte insanlara zevk aldıkları etkinliklerde bulunmaları için daha fazla zaman kalmakla birlikte, bundan hayatını idame ettirebilecek kadar para kazananların değil, yeni ortaya çıkmış gelişmeleri izleyecek ve ihtiyaçları karşılayabilecek kadar para kazananların ilk olarak yararlanabileceklerini belirtmekte yarar vardır. Diğerleri bunlardan ancak daha sonra ve çok daha az miktarda yararlanabilmektedir. Elbette bu, ilerleyen zamanlarda bu yararlanma oranının herkes için geçerli olmayacağı anlamına gelmez. Küreselleşmeyle birlikte insanların tanıştığı yenilikler, onları benimsedikleri sürece, yavaş yavaş her tabakadan insana ulaşacaktır. Örneğin, bir ihtiyaç olarak düşünülen tatile çıkmaktan herkes yararlanabilmektedir, ama farklı yerlerde ve farklı koşullarda; ya da herkes Levi's marka kot pantolon giymekte, ama kimileri orijinal olanını, kimileri de sahte olanını. Bu, toplumun geri kalan çoğunluğunun bir gün bu tür olanaklardan aynı oranda yararlanamayacağı anlamına gelmemektedir (Bravo, 2010).

Tüketerek Yaşam Biçimi Üretmek

Ticaret, yatırım ve finansın odak noktasında konumlandığı küresel ekonomik sistem dünya ülkelerinin spesifik toplumsal sistemleri üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Ancak küreselleşme yukarıda kısaca özetlenen ana elementlerin haricinde de kültür, tüketim, gündelik yaşam gibi birbirinden bağımsız çeşitli toplumsal pratik, akım ve dönüşümlerin baş aktörü durumundadır. Bu anlamda sağlık da özellikle küresel kapitalizmle yayılım gösteren tüketim kültürü kapsamında dönüşüme uğrayan söz konusu pratiklerden biridir. Sağlık olgusunun bireysel tüketimini irdelemeden önce tüketim olgusunun aktüel durumuna ilişkin bir perspektif çizmek, sonrasında ele alınacak 'tüketicilerin yaşam stili inşası' pratiğinin anlaşılması için sağlıklı bir zemin oluşturacaktır. Kapitalist sistemde özneliğin yok olduğu fikri kolektif olarak kabul görmektedir. Buna bağlı olarak da bireyin doğasının ve ihtiyaçlarının pazar koşullarına göre yeniden şekillendirildiğini ifade etmek mümkündür. Tüketime dayalı 'ben merkezli' hedonizmin dayatılması sonucunda

bireysel ve kültürel derinliğin gün geçtikçe silikleştiği gözlemlenmektedir. Özellikle kültürün kendisi kitlesel yapının, popüler kültürün, tüketimin ve enformasyon ağının içinde kaybolmaktadır. Kapitalizmle birlikte kemikleşen tüketim olgusunun getirdiği mübadelenin önem arz ettiği toplumsal bir yapı içerisinde sadece ekonomik anlamda değil, ekonomi dışındaki alanlarda da özellikle gündelik yaşamın metalaşması gerçeği söz konusu olmuştur. Her ne kadar insan yaratıcılığının kaçınılmaz ekonomik bir değerle ölçülmesi kapitalizmin kar maksimizasyonuna dayandırılrsa da, herhangi bir maddeci görüşün bu işleyişe son vermesi mümkün değildir. Metalaşma modern endüstri toplumunun temelindeki maddeci görüşün doğal sonucudur. (Güneş, 1995, Akt. Çubukçu, 1999:96)

Günümüz ileri kapitalist ülkelerinde refah kelimesinin anlamının ‘daha çok tüketmek’ yönünde değiştiği görülmektedir. Söz konusu bu ülkelerde nihai amaç maksimum maddi olan ve olmayan potansiyel metayı pazarlara sürebilmek ve tüketilmesini sağlamaktır. Kapitalist tüketim olgusunu eleştiren bazı düşünürlere göre bu durum toplumsalda kitlelerin insani özünü geliştirmekten çok, yaratıcılıklarını yok eden, düşünsel süreçlerden men eden ve her alanda yabancılaşmaya yönelik bir meyil şeklinde tezahür etmektedir. Bir diğer deyişle toplumları kuşatan modern bir kısır döngü ortaya koymaktadır ve ilgili bu kısır döngü nihai süreçte toplumların dinamiğini de oluşturmaktadır. Tüketim olgusunun temelini yönelik bu eleştiri üretim ve gerçekçi düşünce akımları ile de desteklenir. Mevcut pazar koşulları dahilinde maksimize üretim hedefleyen bir organizasyon sistemi geliştirilirken, söz konusu bu örgütlenme planlarında insanlar birer makine parçasına indirgenerek birer tüketim aracına dönüştürülürler. Dolayısıyla kişilerarası iletişim normlarını belirleyen kurallar bütünü de ilgili teknokratik örgütlenme türü ile doğru orantılı olarak değişim gösterir. Böylelikle toplumsalda her pratik/girişim tüketim boyutunda anlam kazanmış olur. *“Zaman, mekan, eğlence metalaşıp tüketilirken bunların insani içeriklerinden soyutlanarak pazarda satılan nesnelere ve anlamını yitirmiş etkinliklere dönüştüğünü görürüz. Bu anlamda bu toplumun bireyi, her türlü yaratıcılıktan uzak, tüm toplumsal değerlere yabancılaşmış ve tek kuralın daha fazla tüketmek olduğu bu ortamda, temel olarak ‘tekdüzeliği’ içselleştirmek ve benimsemek durumunda kalmaktadır”* (Tolan, 1981:234-35, Akt. Çubukçu, 1999:101).

Geleneğin baskınlığını yitirmesi sonucunda gündelik yaşam olgusunun yerel ve küreselin diyalektiği ekseninde yeniden biçimlenişi süreklilik kazanmaktadır. Böylelikle postmodern tüketim kalıplarının çeşitliliği ve alternatif bolluğu ile çevrelenen birey yaşam tarzını tüketim kalıplarıyla güncellemektedir. “*Günümüzde toplumsal hayatın “açıklığı”, eylem ortamlarının çoğulluğu ve “otoriteler”in çeşitliliği nedeniyle, hayat tarzı seçimi bireysel kimliğin ve gündelik etkinliğin inşasında giderek daha fazla önem kazanmaktadır*” (Giddens, 2010:16). Bir diğer deyişle, imaj ve sembolik sunumların tekelinde olan yaşam tarzları, bireysel kimliğin/kimliklerin meydana gelişinde merkezi bir öneme sahiptir. En genel açıdan bakıldığında yaşam tarzları sosyal yaşantının çeşitliliği ile ilgili temel fikirler vermektedir. David Chaney (1999) bireylerin kendilerinin ve karşısındaki ötekilerin davranış ve konumlarını tanımlarken yaşam tarzı kavramından faydalanacaklarını öne sürerek, bu kavramı “*insanları birbirinden farklı kılan davranış kalıpları*” olarak tanımlar. (Chaney, 1999:14) Bu noktada yaşam tarzlarının açıklık getirdiği ve yardımcı olduğu durum, gündelik yaşamı dolduran ilişkiler, bireyin kendisini anlatması ve -her türlü gerekçeyle- sözsüz mesaj iletimidir. Böylelikle yaşam tarzlarının, bireyin (çoğunlukla tüketici kimlik/kimlerini kullanarak) eylemlerinin sebebini ve bu eylemlerin ne anlama geldiğini açıklamakta yardımcı olduğu ifade edilebilir. Ancak bu durumda Chaney (1999) yaratılan söz konusu yaşam tarzlarının, herkesin yaşamına ilişkin yaratıcı bir süreç anlamına gelmeyeceğini öne sürmektedir. Bu sava göre, kurulu bir yaşam stiline sahip olan ya da bir yaşam tarzı isteğini reddedecek bireylerin de mevcudiyeti söz konusudur.

Genellikle “*bir halkın yaşam biçiminin tamamı o halkın adetleri, tutumları ve değerleri, onları bir toplum olarak bir arada tutan ortak anlayış*” (Kephart, 1982:93) olarak tanımlanan kültürle, benzer bir çerçeve çizilebilecek kadar yoruma açık olan yaşam tarzı olguları arasında anlamsal olarak ilk etapta bir yakınlık göze çarpsa da birbirlerinden tamamen farklıdır. Yaşam tarzları kültürel dizgelere bağlı olmakla birlikte içerik, biçim, tavır, sahip olunan materyaller ve bu materyallerle inşa edilen özgün kolajlar bakımından yaşamın yorumlanış ve kullanım şekli olarak betimlenebilmektedir. “*Yaşam biçimleri, özel bağlamlarda anlam kazanan uygulama ve davranış dizgeleridir*” (Chaney, 1999:15). Bu oluşum, hem farklı biçim ve içeriklerden yeni bir şey üretmek hem de sembolik değer ifade eden materyalleri

kullanım eylemindeki tarz şeklinde tezahür edebilir. Yaşam tarzını, bu stilleri hayata geçirenlerin kategorileri olarak tanımlayan Chaney (1999), bu bireysel tarzları postmodernitenin sınırlarında hızlanarak gelişmeye devam eden tüketim kültürüyle ilişkilendirmeden önce kitle kültürü içerisindeki yerine değinmektedir:

(...) yaşam biçimlerinin, davranış kalıpları ve farklı sosyal gruplaşma gibi bazı özellikler halinde, modernizmin sosyal düzeni içinde kök saldığını görmeye başlayabiliriz. Yaşam biçimleri, kitle toplumunda ortaya çıkan sosyal belirsizlikler üzerinde bir çeşit düzenli denetim görevi yapan bir beklentiler dizisi olarak işlev görürler. Bireyler tarafından öyle yaşanmış olsa bile şüphesiz ki, bu beklentiler mutlak ve zorunlu değil, ancak sınıfsal olarak oluşan farklılığın genel hatlarını ortaya çıkaran yaşam biçimi kalıplarıdır. (Chaney, 1999:22)

Benzer şekilde modernizm dolaylarındaki yaşam tarzı oluşumunu Weber (1975) toplumdaki müzik beğenisinin heterojen olduğu örneğiyle destekleyerek, belli başlı konser türlerine giden insanlar birbirinden ayrı beğenilere sahip topluluklar oluşturduklarını ve bu toplulukların aralarındaki farkın, beğenilerden ve yaşam biçimlerindeki büyük farklılıklardan kaynaklandığını ifade etmiştir. (Aktaran: Chaney, 1999)

Birey çevresindeki toplumsal grup üyelerinin benzer davranış biçimleri, tutum ve tarzlarından kendi seçimlerinin değerli ve öncelikli olduğu fikriyle ayrılmaktadır. Dolayısıyla sosyal çevreyle ilişkili olarak yapılan değer yargıları, tercihler, ağır basan dikkat ve beğeniler, daha sonra bireysel olarak tercih edilen tüketim materyalleriyle somutlaştırılarak, bireysel vitrin olarak tasvir edilebilecek yaşam tarzlarının içerisine yerleştirilmektedir. Yaşam tarzları, anlam bakımından ayırt edici tavır, duruş ve dokulara gönderme yapmanın yanı sıra, global ölçekteki tüketim kültürü sınırları içerisinde de benzersiz olmaya, ayrışmaya ve özgün bir bireysel kompozisyon oluşturmaya ilişkin süreçleri yönlendirmektedir. Bu çerçevede doğrultusunda Featherstone'nun (1991) yaşam tarzlarına ilişkin oluşturduğu perspektif şöyledir:

“Yaşam tarzı” deyimini günümüzün moda kavramlarından. Belirli statü gruplarının farklı yaşam tarzları kapsamında kullanıldığında daha sınırlı bir sosyolojik anlam ifade eden bu deyim, çağdaş tüketici kültürü içinde bireysellik, kendini ifade şekli ve belli tarza sahip özbilinç gibi çeşitli çağrışımlar uyandırmaktadır. Bireyin vücudunun, giysilerinin, konuşmasının, boş zaman değerlendirme şeklinin, yeme-

içme tercihlerinin evinin, arabasının, tatil seçimlerinin ve bunun gibi diğer seçimlerinin, tüketilen malın sahibi ya da tüketicisinin bireysel zevki ve stil duygusu hakkında fikir veren unsurlar olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. 1950'lerin, herkesin kurallara uyduğu, gri, tekdüze ve toplu tüketim dönemi olarak saptanmış olmasına karşılık, üretim tekniklerindeki değişiklikler, pazar bölünmesi ve tüketicinin daha geniş bir ürün yelpazesi istemesi yönündeki değişim, yalnızca 1960 sonrası gençliği için değil, gittikçe artan bir şekilde bu dönemin orta yaşlıları ve yaşlıları için de daha fazla seçenek anlamına gelmektedir. (ki bu seçeneklerle başa çıkmak bir sanat halini almış durumdadır) ... giderek sabit statü grupları bulunmayan bir toplum yapısına doğru ilerlemekteyiz. Günümüzdeki toplumlarda belli yaşam tarzlarının (giysilerin, boş zaman etkinliklerinin, tüketim mallarının, vücut dilinin) belli grupların ayrıcalığı olduğu fikri aşılmış bulunmaktadır. (Featherstone, 1991:83)

Değer sınırlarının aşırı genişlediği, estetiğin gerçeklik karşısında baskınlık kazandığı postmodern tüketim toplumunda, bireysel üslup anlatısı popülerlik kazanmaya devam etmekte, yeni ifade şekilleri, yeni eğilimler, yeni duygu formları ve yeni deneyimlerin üretimi süreklilik kazanmaktadır. Somut metayla sınırları ve dokusu belirlenen bir gündelik yaşam hikâyesinden çok, daha sanatsal nosyonların vurgu kazandığı, estetik ve deneyimle çerçeveslendirilmiş ifade biçimleri değerli görülmektedir. Yaşamın bireysel bir dil haline getirilmesine gösterilen rağbet, tüketim pratiklerinin ve metaların sanatsı bir şekilde tasarlanması, satın alınması ve gündelik yaşamın vitrinine konulması gibi estetik unsurlarla oluşan yaşam tarzı olgusunun rasyonel hesaplarla saptanamayacağını ifade etmek mümkündür. Bir başka açıdan irdelendiğinde yaşam tarzı olgusunun içinde hedonizm, bireysel ifadelerin etkinliği, tüketim ürünlerinin fonksiyonel boyutlarının estetikleştirilmesi gibi duygusal eylemleri görmek olanaklıdır.

Birey için yaşam tarzı, bir alışkanlık, gelenekler ve yaşam rutinleri bütünü değildir. Bir benimseme ediminden daha çok bir yaşam projesi olarak kabul edilmektedir. (Featherstone, 2005) Bu proje dahilinde kahvaltıda tüketilen temel gıdaların markasından, Uzak Doğu menşeli kişisel gelişim yöntemlerine kadar her şey birey tarafından memnuniyetle teşhir edilir, ki bu da postmodern toplumun daha öncede bahsedildiği gibi bir gösteri olduğu yönündeki ortak beyanı destekler. Bu durumda yaşam tarzı sahası içerisinde bir araya getirilen her ürün, pratik, deneyim, dış görünüş gibi unsurlar bedeninin tekeline sahiptir. Bunun sebebi, bedeninin postmodern tüketiciler için birincil teşhir mecrası olmasıdır. Bu ifade döngüsü içerisindeki birey, estetik ve bireysel bir tercih –beğeni- mekanizmasının olup olmadığını, gündelik

yaşam ritüelleriyle çevresine iletmek durumundadır. Featherstone (2005), yaşam stili olgusunun soyut boyutunu şu şekilde ayrıntılandırmaktadır:

(...) metayla bağdaştırılan ve metanın yanı sıra tüketilen bir tecrübe olmasından ötürü, ürünün niteliğinin onaylanması önemini yitirir (belli bazı tüketim malları için işlevsel enformasyon hala gerekli olsa bile). Bu tecrübenin fantezinin icra edilmesiyle ilişkili olarak psikolojik bir boyutu olmasına karşılık aynı zamanda ürünlerin iletişim vasıtaları rolü oynamalarıyla ilgili toplumsal bir boyutu da vardır. Metalaşma ve satılabilir hale gelme konusundaki daha genel eğilime sadece ürünler açısından değil, aynı zamanda tecrübeler açısından da dikkat edilmesi gerekir. (Featherstone, 2005:145)

Yaşam tarzını kurgularken odağına deneyim birikimini yerleştiren postmodern tüketici, modada son trendleri takip eden, yaşayacağı tek bir hayat olduğunu sıklıkla vurgulayan, hayattan zevk almaya ilişkin fiziksel ve düşünsel her eylemini hedonistçe gerçekleştiren bir bakış açısı sergilemektedir. Yaşam tarzları, globalleşme bazında iki türlü düşünülebilir:

1. Toplumsal grupları ayrıştırıcı yaşam tarzları
2. Çağdaş kentli yaşam tarzları

Bu ayrımı Featherstone (2005) şöyle özetlendirmektedir:

“Grupları birbirinden ayıran görece sabit eğilimler, kültürel beğeniler ve boş zaman faaliyetleri olarak kavranan hayat tarzlarına yönelik ilginin, çağdaş kentli hayat tarzlarının daha aktif şekilde biçimlendirildiği fikrine kayması bu duruma eşlik etti. Böylece sınıfsal ya da komşuluk temelli yaşam tarzına değil, tutarlılık ve birliğin yerini geçici tecrübelerin ve yüzeysel estetik etkilerin oyuncu araştırılmasına bıraktığı, hayatın aktif üsluplaştırılması olarak anlaşılan hayat tarzına odaklanılmaya başlandı” (Feathersone, 2005:159).

Yeni Bir Trend: Sağlıklı Yaşam

Sağlık ve hastalık kavramları insan topluluklarına ait sosyal değerlerin merkezinde yer almaktadır. Bu nedenle sağlığın tanımını olayların ahlaki yönü anlamına gelen iyi hayatın tarifini yapmak eğilimindedir. (Turner, 2000) Gündelik yaşamda ve medya aracılığı ile bilimsel ifadelerle sıklıkla kullanılan sağlık ve hastalık kavramlarının taşıdıkları anlam konusunda elbette kültürel farklılıklar söz konusudur ve dolayısıyla ortak bir anlamdan söz etmek oldukça güçtür. Kolektif yorum

geliştirmek bir yana sağlık ve sağlıklı olmak kavramlarına gün geçtikçe daha çok anlam yüklenmekte ve kavramların çok katmanlı yönleri doğru eğim gösterdiği gözlemlenmektedir. “Sağlık kendini iyi hissetmekten arzu edilen kiloda olmaya varıncaya kadar geniş bir anlam içinde kullanılmaktadır” (Sezgin, 2011:35). Öncelikli olarak Dünya Sağlık Örgütü’nün 1947’de resmen benimseyerek deklare ettiği tanımlamaya bakılacak olursa sağlık; ‘sadece hastalık ve sakatlığın olmaması değil; fiziksel, ruhsal ve sosyal tam iyilik halidir. (<http://www.who.int/en/>) Bu anlamda Dünya Sağlık Örgütü’nün organizasyonel yaklaşımının holistik olduğunu ifade etmek mümkündür. Genel olarak sağlık herhangi bir hastalığın olmayışı, gündelik yaşamdaki rutin aktiviteleri gerçekleştirebilmek, formda kalmak ve sağlıklı yaşamak çerçevesinde düşünülebilir. Ancak bu çerçevenin kapsamında göz önünde bulundurulması gereken ‘moral boyutu’ söz konusudur. Bu boyut özellikle günümüzde sağlık olgusunun genel hatlarında çok değerli bir rezerv olarak kabul görmekte ve bireyin bizzat kendisine iyi bakmaması durumunda kaybedilecek bir ‘değer’ olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla söz konusu bu kabul tersten okunduğunda birey kendisine iyi baktığında veya sağlıklı olarak betimlenen davranış kalıplarında istikrarlı davrandığında ‘sermayenin’ artacağı vaadi ön plana çıkmaktadır. “Sağlık genel bir iyilik hali olduğundan, bedensel sürecin işliyor olması veya klinik bulguların olmayışı bireyin kendini sağlıklı hissetmesini sağlamamaktadır” (Sezgin, 2011:35). Günümüzde sağlığın tanımlanma biçimlerine bakıldığında, hastalığın olmayışı kolektif kabulün dışında, betimlemelerde ruhsal bütünlük, sosyal iyilik hali, formda olmak, sağlıklı yaşam, rezerv, moral ve mutluluk kavramlarının yer aldığı dikkat çekmektedir. Farklı bir perspektifte de değerlendirmek gerekirse Illich, (1995) sağlığı “bir uyum sağlama meselesi, toplum tarafından yaratılmış gerçekliklere karşı içgüdüsel değil, toplumsal kültür tarafından biçimlendirilmiş bir tepki” (s.190) olarak tanımlamaktadır. (Akt. Sezgin, 2011:36)

Bauman (1998), hastalık ve sağlık arasındaki bağı normal ve anormal arasındaki zıtlığa benzetmektedir. Ona göre hayatın her alanının normal olması için dünya tıbbileştirilmekte ve hastalıkla savaşan ve sağlık koruyucu bir kuruluş olarak tıp bilimi hızlıca tükenmekte ve ‘daha iyi hissetme seçeneği’ bireyin karşısına alternatif olarak çıkmaktadır. Bunun nedenlerinden biri çağın koşullarının ve içerisinde yaşanan toplumun şartlarına göre sağlığı anlamlandırmanın biçimlerinin farklılaşması olarak kabul edilebilir. Normal olanın ne olduğu alışkanlıklara ve geleneklere bağlı olarak

zaman ve küresel şartlara göre de sürekli olarak güncellenmektedir. Bugün mikro ve makro düzeyde sağlığa ilişkin farklı perspektiflerde tarihsel süreçlerden bahsetmek mümkündür. Ancak en aktüel olarak şu denilebilir ki günümüzde sağlık beden odaklı bulaşıcı hastalıklardan korunma yolu olarak değil, ticari bir meta alanı olarak görülmektedir. Düzenli olarak kontrollerle yaşamın devamlılığının sağlanması gerekliliğinin yanı sıra, günümüzde çeşitli dünyevi zevklerden kendini soyutlama anlayışının terk edilmiş, bedenin içinin ve dışının ritmik olarak kontrol edilmesi anlayışı hakim hale gelmiştir. Bedenin kontrol yolu “tıbbileştirilmiş gündelik yaşam pratikleri ve bireyselleştirilmiş sağlık anlayışıyla” (Sezgin, 2011:49), formda, zayıf ve genç bedenlere sahip olmaktan geçmektedir. Fiske’e (1999:115) göre giyim, kozmetik, diyet ve egzersiz; kuralları cisimleştirmenin, bedeni metinleştirmenin aracıdır. Sağlığın anlamlarının bedensel değil toplumsal, güzelliğin anlamlarının estetik değil siyasal olduğunu ifade eden Fiske; sağlığın ve güzelliğin aynı ölçüde sosyo-politik ve bundan dolayı da toplumsal iktidarı uygulamaya yönelik yöntemler olduğunu belirtir. Baudrillard (2004:178) ise; sağlığın hayatta kalmaya bağlı biyolojik buyruktan daha çok, statüye bağlı toplumsal bir buyruk haline geldiğini öne sürerek, sağlığa yüklenen değer bedenin güzelliği ve formuna bağlı olduğunu belirtmektedir. Fiske ve Baudrillard’ın söz konusu bu yaklaşımlarını destekleyerek Featherstone (2005:187), sağlık olgusunu ‘yaşam tarzlarının’ içerisine yerleştirmektedir. Ona göre küresel sosyal yapıda dışavurumsal bir yaşam tarzı inşası çabası dikkat çekmekte ve yaşam tarzı önerileri sağlığı da göz önünde bulundurarak verilmektedir. ‘Yaşanacak tek bir hayatın’ ve ‘kaybedilmemesi gereken değerli bir sağlığın’ olması gerektiği mesajları ile an be an karşı karşıya olan bireyin böylelikle kendisine sunulan önerileri hayata geçirmeye çalışması; kendine bu anlamda bir kimlik oluşturma çabası kaçınılmaz hale gelmektedir. Dolayısıyla bireyler, kendilerine sunulan sağlıklı yaşam önerileriyle sorumlulukları dahilindeki sağlıklarını koruyabileceklerine ve sürekli maruz kaldıkları mesajlarla, arzuladıklarını zannettikleri görünüme ulaşabileceklerine ikna olmaktadır. Bu ikna olma durumu medya aracılığı ile kendilerine sunulan ‘ideal beden’, ‘ideal sağlık’ ile ilgili enformasyonlardan geçmektedir.

Sağlıklı yaşam endüstrisi arzulanan bedenlere ulaşmayı kolaylaştıracak ürün ve hizmetlerin her gün bir yenisini ‘sağlıklı yaşam tarzı’ önerileri olarak bireylere sunmaktadır. Yine Featherstone’nun (2005:146) görüşlerinden faydalanacak olursak;

ona göre bireylerin sağlıklı olabilmelerinin yolu kendilerine sunulan tecrübe, bilgi veya pratiklerden oluşan yaşam tarzı önerilerinden geçmektedir. Bireysel çabalar sağlıklı bir bedene ve sağlıklı bir bedene ait görünüme ulaşmanın en önemli yolu olarak gösterilmektedir. Ancak bazı bireyler kendi denetimlerinin niteliği ile ilgili sorun yaşarlar ve bu gerekçeyle spor, güzellik merkezleri, hatta estetik operasyonlar aracılığı ile bedenlerinin kontrol altına alınmasını sunulan bir fırsat ve kolaylaştırıcı bir yol olarak görmektedirler. Nihai noktada ulaşılmak istenen sağlıklı bir beden olsa bile, bu sağlıklı olma çabalarının ardında, bireylerin kendilerine sunulan 'ideal bedene' ulaşarak veya yaklaşarak beğeni toplamak, itibar kazanma istekleri bulunmaktadır. Beden özellikle 'beğenin' bir parçası olunca, sağlık ve sağlığa ilişkin sunulan her şeyin, sağlığın korunması düşüncesinin yanı sıra beğeni oluşturmak için tüketilir hale geldiğini ifade etmek mümkündür. Son tahlilde gözlemlenen ise; günümüz küresel dünyasında beden sembolik değer ve öz kimlikle yakından ilişkilidir. Bu noktada sağlıklı bir bedene sahip olmaya ilişkin medya aracılığı ile büyütülen kaygılar, bedenin dış görünüşünün sosyal yapıdaki yerinden ileri gelen kaygılarla birleşmektedir.

Bireyden bireye farklılık gösteren gündelik yaşam pratikleri, bireylerin kendi yaşam gerekçelerine uygun olduğunu düşündükleri strateji ve taktiklerle sürdürülebilir olarak devam etmektedir. Sağlık konusu kuşkusuz bu pratikler dahilinde önemli bir konuma gelmiş bulunmaktadır. Özellikle medya endüstrisinin aktüel koşulları dikkate alındığında sağlığın değerli bir metaya dönüştürülerek yeniden ve yeniden üretilip bireylere sunulduğu dikkat çeker. Bu aşamada önemli bir sorunsal ön plana çıkar: sağlık ile ilgili olan veya olmayan her şey sağlık söylemi ile ilişkilendirilerek tıbbi bir niteliğe büründürülmektedir. Sağlığın son derece ciddiye alınan bir konu olmasının yanı sıra vazgeçilmez bulunması ve bireylerin istisnasız olarak harcama yapmaktan kaçınmadıkları bir alan olması nedeniyle sağlık ve sağlığa ilişkin konular tıbbileştirilmektedir. Tıbbileştirme (medicalization) terimi 1970'lerde sosyal bilimler literatürüne girmiştir. Her ne kadar terim anlamı "tıbbi yapmak, tıbbi etmek" olarak karşılık alsada, zaman içerisinde daha geniş ve çok katmanlı bir boyuta ulaşmıştır. Conrad (1992:209) tıbbileştirmeyi, tıbbi olmayan problemlerin, tıbbi problem gibi tanımlandığı ve bu şekilde davranıldığı; bunun da genellikle hastalıklar ve bozukluklar yönünden tanımlanan bir süreç olduğunu ifade etmektedir. Szasz'a (2007) göre ise tıbbileştirme, sosyal problemlerden kurtulmak isteyenlerin girişimlerinin bir

sonucudur. (Akt. Sezgin, 2011:59) Özet olarak tıbbileştirme bir konu problem ya da durumun tıbbi çerçeve içinde, tıbbi müdahale ile tedavi edilecek bir oluşumdur. (Sezgin, 2011) Tıbbileştirme ile gündelik yaşam öncelikle alışıldan sapma sürecine girmekte daha sonrasında normalleşmektedir. Bu nedenle kültürel farklılıklara da bağlı olarak tıbbileştirme toplumlar aracılığı ile oldukça geniş bir alana yayılmıştır: Alkolizm, ruhsal bozukluklar, uyuşturucu bağımlılığı, yeme bozuklukları, cinsel işlev bozukluğu, çocuk ve cinsel istismar, öğrenme bozukluğu tıbbileştirilmiş kategoriler olarak sıralanabilir. Geçmişte günah ya da suç olarak kabul gören davranışlar da tıbbileştirilmekte, gün geçtikçe söz konusu bu alana yeni kategoriler eklenmektedir. Adet öncesi sendromu (PMS), duygu durumu bozukluğu, endişe, doğum kontrolü, kısırlık, menstrasyon, doğum, menopoza, yaşlanma ve ölüm gibi hayatın doğal süreçleri tıbbileştirilirken, tıbbileştirilmiş sapkınlık olarak ifade edilen delilik, kumar bağımlılığı ve transseksüellik gibi kategoriler de bu bağlamda ele alınmaktadır. (Conrad, 2007)

Nihai noktada görünen bir pazarlama stratejisinin geniş çerçevesi olarak dikkat çekmektedir. Tıbbileştirme kapsam olarak çeşitli ürün ve hizmetleri işaret etmekte ve elbette bu strateji kurulum gücünü tıbbin sarsılmazlığından almaktadır. Özellikle son yıllarda yakın zamana kadar tabu sayılan psikiyatri gibi bazı alanlara girilmesi, özel hayata dair bilgileri edinme hakkının uzmanlara verilerek zihnin derinliklerindeki tüm bilgilerin sunulması tıbbin gücünün sorgulanamazlığının bir kanıtı olarak kabul edilebilir. Günümüz küresel dünyasında çok sayıda birey, modern yaşamın şartları ile mücadele ederken güçlük çekmekte ve temel bir yetersizlik duygusu ile karşılaşmaktadır. Yine söz konusu bu şartlar altında yalnızlaşarak maddi sorunlarla baş etme girişimlerinin yanı sıra stres, anksiyete, depresyon ve benzeri süreçleri deneyimlemektedir. Mevcut bu sebeplerle alanda yapılan çok sayıda aktüel araştırma psikiyatriye başvuranların sayısının ve ilaç tedavisinin arttığını ortaya koymaktadır. (Sezgin, 2011)

İletişim süreçleri bakımından değerlendirildiğinde ise tüketim saldırgan ve mütemadiyen arzuyu baştan çıkarıcı bir edim olarak varlığını sürdürmektedir. Her ne kadar yaşam tarzları konusunda beden imaj olgusunun taşıyıcı mecrası olarak dikkat çekerek bir anlamda tüketimin niteliğini özetler durumda olsa da, son yılların

pazarlama trendlerine bakıldığında materyalistik tüketim pratikleri devam ederken bir taraftan da manevi tatmini vaat eden girişimlerin artışı dikkat çekmektedir. Bunun nedeni tüketim kültürünün toplumlara nevrozize etmesi şeklinde kabul görmektedir. Arzu nesnelere ile çevrelenmiş, sınırı olmayan 'tüketim' mesajlarına maruz kalan bireyin arayışları daha çok manevi, düşünsel ve duygusal boyutlara doğru bir yönelim göstermektedir. Çoğu pazarlamacı için bu da bir tüketim stratejisidir. Örnek vermek gerekirse özellikle son yıllarda doğru mistisizmi ve öğretileri gibi olgular, duygusal ve düşünsel vaatlerle destinasyondan söz konusu doktrinlerin ürüne dönüştürülmüş haline kadar pazarlanır duruma gelmiştir. Bu konuya iyi örneklerden biri 1990 yılında hayatını kaybeden ünlü mistik OSHO'dur. Hindistan'da felsefe profesörü olan Osho kendi geliştirdiği mistik perspektifi ile yıllar içerisinde çok sayıda mürit edinmiştir. 1990'da ki ölümünün ardından video kayda alınan konuşmaları kitap haline getirilmiş ve çok sayıda dilde tüm dünyada yayınlanmıştır. Osho'nun mistisizmini devam ettiren müritleri online pazarlama ile girişimlerini büyütmüşler ve Yeni Delhi'de OSHO Komünü kurmuşlardır. Bugün dünyanın her yerinden turistler astronomik fiyatlarla 'aydınlanma' amacıyla Osho Komününe gidip aylarca aşramlarda kalarak Batı'nın dayattığı kaostan arınma amacıyla mistik ritüellere dahil olmaktadır. Osho gibi Uzak Doğu kültürüne ait Feng-Sui de benzer örnekler arasındadır ve bu örnekler çoğaltılabilir.

Nihai noktada günümüz tüketim toplumlarında birey daha çok tüketmek için tüm olanaklarını sonuna kadar kullanmaktadır. Bu oluşumdaki tek sınır ise bireylerin daha çok ve daha çok tüketme özgürlüklerini kısıtlamamaktır. Daha önce de bahsedildiği gibi tüketim edimine ilişkin tekdüzelik içselleştirilmektedir. Tekdüzelüğün sınırları haricinde kalan eylemler ise özlerinden soyutlanmaktadır. Örnek vermek gerekirse spor yapmak artık insanın fiziksel gelişimini devam ettiren veya sağlıklı yaşamasını sağlayan eylem olmaktan çıkmış, yalnızca boş zamanın tüketimine yönelik olarak bazı birey/örgütlerin tekeline geçmiş bir meta alanı haline gelmiştir. Sanatsal yaratı ancak pazardaki değişim değerlerine bağlı olarak bir anlam taşımaktadır. Kadınlığın ya da erkekliğin ölçütleri ve nitelikleri tekelleşmiş moda evlerinin ve kozmetik sanayinin pazar koşullarında belirlenirken, değişimin şiddeti daha yüksek bir tüketim hacmi sağlamayı hedeflemektedir. Toplumsal başatı ve sosyal statünün baskınlığı her alanda yüksek tüketim ile özdeşleşirken, tüm insani ilişkileri

şekillendiren temel değerler ticareti yapılabilen birer nesne haline dönüşmüşlerdir. Küresel kapitalist pazarda çeşitlilik ve tüketim bireyin doğa ve toplumla uyumlu yaşaması yerine, kaynakların kötü kullanımına israfa neden olan bir kaosa sebebiyet vermektedir. Söz konusu bu toplumlarda artık önlenemez hale gelen ruhsal yorgunluk ve gerilim, anlamsızlığın ve amaçsızlığın egemen hale gelişine neden olarak, tüketimin baş aktörleri olan bireylerin yorgun düştikleri dikkat çekmektedir. Manen yorgun olan bireyler maddi doyumu sağlamakta fakat ruhsal doyumda büyük bir boşluk yaşamaktadırlar. (Çubukçu, 1999)

Batı kapitalizmini ve tüketim kültürünü eleştiren öğretiler bir trend olarak her ne kadar günümüz bireyine bir tüketici olarak cazip gelse de, tüketim kuramı ile oluşan nevrotik edim kimi zaman fiziksel olarak ele alınmayı gerektirmektedir. Bu noktada sağlık olgusu ön plana çıkar. Yukarıda da bahsedildiği gibi tüketim toplumlarının yaşadığı gerilim bireyi ruhsal tatminin önceliğine yöneltmiştir. İlaç buradaki kilit metallerden biridir. Özellikle medya burada önemli bir işleve sahiptir. Televizyonda yer alan sağlık konseptli programlar her koşulda tüketim amacı taşıyarak, kamuoyunun modern tıp ile ilgili yorum yapacak düzeyde bilgilendirir. Dolayısıyla sağlık söylemi bireyler tarafından dekore edilebilecek bir inşa alanına dönüşmeye başlar. Bu aşamada yaşam kalitesini arttıran destek kimyasallar örnek teşkil edebilir. Son yıllarda markalaşan çeşitli kimyasal destek ürünleri kendi mağazalarını (corner) açmaktadırlar. GNC Live Well bunlardan biridir. Söz konusu bu sağlıklı yaşam destek ürünleri doktor kontrolünde olmaksızın da tüketilerek, bireyin yaşam stilinin bir parçası haline gelmektedir. Bu skalanın dışında olarak ise anti-depresanların kendi kategorilerini oluşturdukları görülmektedir.

Anti-depresanın Kavramsallaşması: Prozac Toplumu

Prozac molekülü olan Fluoksetin 1986 yılında icat edilmiş ve 1987'den itibaren de depresyon tedavisinde kullanılmaya başlamıştır. Prozac FDA tarafından onaylanmış ve günümüze kadar 90'dan fazla ülkede milyarlarca depresyon hastası tarafından kullanılmış kendi klasmanındaki ilk antidepresan ünvanını taşır. Pediyatri hastaları için de ayrıca onay almasının yanı sıra majör depresyon, obsesif kompulsif bozukluklar ve bulimia/anorexia nevroza hastalıklarının tedavisinde en ünlü ilaç olma

özelliğini uzun yıllar istikrarla devam ettirmiş, (www.prozac.com) 2000 yılında Nobel ödülü olarak dünya tıp tarihine geçmiştir. Prozac'ı gerek kendi sınıfındaki gerekse diğer antidepressanlardan ayıran en önemli özelliği fizyolojik olarak karaciğer ve böbrek gibi organlara minimumda zarar vermesi ve yan etkileri en aza indirmesidir. Bu anlamda psikiyatri alanında Prozac'ın yeni bir çağ başlattığı kabul edilir. Bu özellikleri Prozac'ın popüleritesinde önemli bir yere sahiptir. Ancak Prozac'ın kitlelerce bilinen ününde medya araçlarının etkin rolü yadsınamaz.

Bir antidepressan olarak Prozac'ın kült haline gelmesinde Elizabeth Wurtzel tarafından 1997 yılında yayınlanan 'Prozac Toplumu' adlı kitap önemli bir kilometre taşıdır. Çağdaş dünya edebiyatında Prozac Toplumu en çok okunan kitaplar arasına girerek çok sayıda dile çevrilmiştir. 2001 yılında aynı isimle beyaz perdeye aktarılan filmin başrollerini ödüllü oyuncu Christina Ricci ve Jessica Lange paylaşmıştır. Prozac Toplumu kitabın yazarı Elizabeth Wurtzel'in gerçek hayat hikayesinden bir kesiti konu almaktadır. Annesi ve babası boşanmış, yalnız ve sorunlu bir çocukluk dönemi geçirmiş olan Elizabeth Harvard Üniversitesi Gazetecilik bölümünden burs kazanır. Nihayet ait ve ailesi dolayısıyla mensubu olduğu işçi sınıfının sosyal sınırlarından ayrılacak ve Harvard'ın entelektüel dünyasında küçük yaşlardan beri dikkat çeken yazma yeteneği gelişerek daha da ortaya çıkacaktır. Entelektüalizmin baskın olduğu bir ambiyansta Elizabeth'in hikayesi kendisiyle bir türlü kuramadığı içsel iletişim, zorlu ilişkiler, uyuşturucu ve seks gibi donelerle şekillenir. Çeşitli uyarıcılardan aldığı haz Elizabeth'i bir yere kadar tatmin eder ve sosyal hayatında tölere edemediği sonuçlar doğurur. Sürekli baş gösteren depresyon ataklarından ötürü gündelik hayatını kotaramayacak noktaya geldiğinden klinik terapiyi ve ilaçlı tedaviyi kabul eder. Prozac hikayenin bu kısmında baş aktör konumundadır ve tahmin edildiği üzere Elizabeth'in normalize olarak nitelenen gündelik yaşama geri entegre oluşu Prozac esnasında ve sonrasında olur.

Prozac Toplumu her ne kadar genç bir kadının hayatına odaklanan bir hikaye olarak görülse de toplumsal bağlamda çok katmanlı bir doku sunar. Özellikle yayınlandığı dönem (90'ların sonu) tüketim kültürünün ve Amerikanlaştırılmış gündelik yaşam modasının yükselişte olduğu tarihsel aralığa denk gelmektedir. Dünyanın en büyük emperyal gücü olarak kabul edilen Amerikan kültürünün dünya

ülkelerinin gündelik yaşamlarını ve tüketim edimlerini şekillendirmesi günümüzde de devam etmektedir. Bu anlamda Prozac'da da Amerikan körlüğüne aitlik görölür. Prozac Toplumunda anlatılan da daha çok bu argümanı niteler. Prozac bir antidepresan olmanın ötesinde bir Amerikan ürünüdür ve Amerikan menşeli bir yaşam stilinden doğan problemleri tedavi etmektedir. Bu perspektifte okuma yapıldığında 20.yüzyılın son çeyreğinde bireyin içine dahil olduğu tüketim girdabı küresel kapitalist sistemde hala hızını düşürmeden ancak etkileme biçiminde güncellemelere giderek varlığını devam ettirmektedir. Tüketmenin hiçbir koşulda sınırı olmayan günümüzde birey nevrotik bir döngü içerisinde gündelik yaşamını devam ettirmektedir. Bu nedenle depresyon 21. yüzyıl hastalığı olarak nitelendirilmektedir. Tüketim toplumunda depresyon bireyin hayatının kendisi olarak kabul görür. Bunun nedeni mütemadiyen 'tüketerek mutlu olunacağını' dayatan bir mesaj sistemine karşın bireyin sınırlı olanaklarıdır ki sınırlı kaynaklarla sınırsız ihtiyaçların karşılanması şeklindeki bu durum iktisadi çalışmaların temel zeminini oluşturur. Bugün evrensel olarak bir mutluluk kültürünün yapay hakimiyetinden söz etmek mümkündür. Günümüz bireyinin sürekli olarak kendi kendini tekrar üren mutsuzluk normlarına ve gündelik yaşamın zorluklarına karşın psikotik ilaçlar ile çözüme gitme eğilimi dikkat çekicidir. Bu durum elbette kendi kendine nükseden bir oluşum değildir. Medyanın etkisi burada belirleyicidir. Medyanın rolü daha çok; üretilen küresel mutluluğun niteliğinde ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda 'mutluluk hapları' olarak konumlanan/adlandırılan antidepresanlar bireyin zorlu gündelik yaşamını uçarı bir neşe ile dönüştüreceğini vaat eder durumda gösterilmektedir. Antidepresan ve benzeri kimyasal destekle 'çok daha iyi bir hayat' bireyi beklemektedir ve bu tutumunda davetkardır. Bu gibi metinlerin tek şartı bireyin girişken ve harekete açık olması ve elbette tüketmesidir. Bu noktada antidepresanlar birer tüketim nesnesine dönüşerek standardize olmuş rutin pratiklerin bireyden aldığı enerjiyi bireye geri verecek bir tılsım olarak görülürler. Prozac söz konusu bu söylemlerin üretilmesinde kuşkusuz başrolde'dir. Özellikle web'de geçmiş yıllardaki ve günümüzdeki Prozac kullanıcılarının yorumlarına bakıldığında 'yeni bir insan olma' ve 'gerçek benliği keşfetme' gibi betimlemeler dikkat çekicidir ki bu şekilde ağızdan ağza pazarlama taktikleri de Prozac'ın bir marka olarak iletişim stratejileri arasında yer alır.

Prozac ile birlikte gündeme gelen söylemlerden biri de kozmetik amaçlı ilaç kullanımınıdır. Burada kozmetikten kasıt ruhsal makyaj metaforudur. Bu anlamda ilaç bireyin kendisini iyi hissetmesini sağlama amacı taşır ancak mevcut problem her ne ise buna kökten/kalıcı bir çözüm bulmaz. Burada da akla gelen soru problemin bireyin iç dünyasında mı yoksa toplumun kendisinde mi olduğudur. Küreselleşme kapsamında bu sorun sıradan mutsuzluk durumunun tıbbileştirilmesi ve müdahaleye ilişkin inisiyatifin bireyin kararına bırakılması olarak görülebilir. Bireyselleşme vurgusu yukarıda da açıklandığı gibi bu noktada ortaya çıkar. Çağın en çok karşılaşılan hastalığı depresyon bireyi kendi hayatının yazarı olma konumunu güçlendirmektedir. Böylelikle birey teşhis koyma süreçlerine dahil olmakta ve kulaktan kulağa yayılan tedavi yöntemleri ile ilgili bireysel karar verme yetisini kendisinde görmektedir. Bu konuda özellikle antidepresanlarda reçeteli kullanım vital önem arz eder. Prozac Amerika Birleşik Devletleri'nde reçeteli olarak prosedüre uygun satılırken Türkiye'de bu durum geçerli değildir. Türkiye'de yaşayan bir tüketici/hasta reçetesiz olarak eczandan Prozac temin edebilmektedir. İlacın kullanımına ilişkin bilgilendirme için prospektüsün yeterli olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de sağlığın bireyselleşmesinin (Prozac kapsamında) bir strateji olarak çok daha kolay aşamalı bir rotaya sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.

Tartışma ve Sonuç

Küresel dünyada pazarın istekleri bilimin perspektifini belirleyebilecek güçtedir. Bu durum insan kişiliğinin de yeniden tanımlanmasında etkilidir. Özellikle gündelik yaşamın beraberinde getirdiği sorunları duyuların prizmasından geçirmek suretiyle terapi kültürü günümüz bireyini çaresizliğe mahkum eder durumdadır. Bu anlamda mukavemet, dayanıklılık bilinen anlamlarıyla bireyleri hayata bağlayan olumlu özellikler olmaktan çıkıp, bireyi hayatın zorlukları karşısında yenik düşüren olumsuz özellikler olarak ön plana çıkarılmaktadır. Bu açıdan kimi düşünürlerce söz konusu bu zorlu olguların maruz kaldıkları anlam değişimi, bireyi düşünsel üretimden alı koymaktadır. Elbette klinik depresyon tedavisi önem arz etmektedir ve bu tıbbi bir yükümlülük olmanın yanı sıra insani bir duyarlılığı da beraberinde getirir. Depresyonun çağ hastalığı olarak vitrine konmasının ve psikotik ilaçların kullanımının popüler kültürle ilişkilendirilmesinin nedenlerinden biri moderniteyle birlikte geniş aile kurumlarının gittikçe erimesi ve yok olması ve bundan dolayı da bireyin mono

olarak düşünsel ve duygusal korunma şiddetinin azalması olarak görülebilir ki bu da sosyal bağların giderek azalmasına işaret etmektedir. Tüketim kuramının sosyal yapının sürdürülebilirliğinde tek formülasyon olarak görülen günümüz küresel toplumlarında bireyin kişisel başarısızlığı bir felaket olarak yorumlanmaktadır. Bu durum küreselleşme ile birlikte yeni olanak ve refahın yanı sıra, çok fazla değişkenlik, çok fazla seçenek, aşırı çalışma, aşırı uyarılma, zaman baskısı gibi yeni toplumsal patolojilerin de söz konusu olduğunun kanıtıdır.

Kuşkusuz küreselleşme hat safhada dinamizm üzerine kuruludur. Zaman ve mekan birbirinden ayrılmakta, farklı algularla tahayyül edilmektedir. Bir noktada sosyal olan her şeyin bağımsız olduğunu öne sürmek mümkündür. Bireysel olarak da mevcut bu anlatıdaki boşluk ve delikler bir takım utanç duygularına yol açar. Dolayısıyla modern toplumların özeleştiril bireyleri, küreselleşmenin bireycilik, kendini gerçekleştirme, bağımsızlık, hareketlilik, profesyonizm gibi popüler mitlerini daha fazla içselleştirmektedirler. Bir diğer deyişle bireyler başarıya yaptıkları vurguyla bağımsızlıklarını sürdürmek için gösterdikleri çabayla ve kronik duruma gelen yetersizlik ve utanç duygularıyla küresel toplumların birer temsili durumundadırlar. Disiplin ve itaati önceleyen toplumsal yapıdan bireyselliğe vurgu yapan bir toplumsal dokuya olan yönelişle depresyon bir özerklik hastalığı olarak kabul görmektedir. Fransız bir sosyolog bu durumu ‘kendi olma yorgunluğu’ olarak betimlemektedir. Özellikle sosyologlara göre küresel toplumlar modern ve pre-modern toplumlara keza daha az zorluk çekmektedir. Ancak zorlu koşullara tahammül bir erdem olmaktan çıkmıştır. Buna göre depresyonun biyokimyasal dili mevcut konumlanması ile bireyleri anlamdan ve anlatıdan mahrum bırakmaktadır.

Yukarıda da bahsedildiği gibi sağlığın bireyselleşmesi durumu özellikle son birkaç yılda sağlığı temelde anlamsal olarak dönüştürmüştür. Medya bu anlamda gündelik yaşamın tıbbileştirilmesi ve sağlığın anlamsal dönüşümü konusunda belirleyici olmuştur. Prozac Toplumu’da çok katmanlı bir metin olarak okunduğunda hikayede etken özne olan Prozac’ın sembolik yansıması görülür. Bilindiği üzere Prozac Eli Lilly ilaç firması tarafından üretilmektedir. Ancak günümüzde sektör çalışanları hariç çoğu kullanıcı tarafından Prozac Lilly isminin önüne geçerek jenerik bir marka haline gelmiştir. Medya ürünlerinde yansıtılan ise Prozac’ın soyut etken

değeridir. Son yıllarda özellikle Amerikan toplumunda günlük tablet kullanımı sağlıklı yaşam adına bir trend haline geldiği görülmektedir. Bunun nedenlerinden biri kuşkusuz kapitalist tüketim kültürü ile çevrelenmiş bireyin bedensel olarak bu denli hızlı ve dinamik bir gündelik yaşam modelini kaldıramayacak noktaya geldiğinin öne sürülmesidir, ki bu da tablet satışı için medya araçları tarafından uygulanan bir söylem stratejisidir. Prozac'ın da evrensel popülaritesi itibariyle günlük destek kimyasalları içerisinde yer alması sağlık tüketimi olgusunu aydınlatıcı niteliktedir. Başka bir perspektiften irdelendiğinde ise Prozac mutluluk hormonu (serotonin) salgılayıcı antidepresanları ifade eden temsili bir terim olarak alternatif biçimde okunabilmektedir. Bu konuda teorisyenlerin, düşünürlerin ve sosyal bilimcilerin görüşlerinin birçoğunun çıkış noktası aynıdır: bireylerin kendi dar dünyalarında giderek yalnızlaşmaları ve gerek gündelik yaşamlarında gerekse duygusal ilişkilerinde dahi bireysel çıkarlarını gözetmeleri. Sonuç üzerinden gidildiğinde başlangıç aynıdır. Ancak Prozac Toplumu olarak adlandırılan olgunun oluşumunda ise birbirinden farklı birçok görüş literatürde yer almaktadır. Günümüzde en yaygın şekilde kabul edilen ise 1970'li yılların uyuşturucu modasının küresel kapitalizmle birlikte sağlık söylemini arkasına alarak Prozac ismi ile geri döndüğüdür. Bu her ne kadar oldukça iddialı bir argüman olsa da içinde bulunulan aktüel durum dolayısıyla sonuçları bakımından düşündürücüdür.

Kaynakça

- Bauman, Z. (1999). "Çalışma, Tüketim ve Yeni Yoksullar, (Çev. Ümit Öktem), Sarmal Yayınları, İstanbul.
- Bravo, B., I. (2010). "Küreselleşme ve Görünümleri Üzerine", FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi), 2010 Güz, sayı: 10, s. 1-23. ISSN 1306-9535, www.flssdergisi.com
- Chaney, D. (1999). Yaşam Tarzları (Çev.: İ. Kutluk), Dost Yayınevi, Ankara.
- Çetin, B.N. (2008). "Küreselleşme Olgusunun Farklı Böyutlarıyla Toplumsal Yansıması: Küreselleşme Karşıtı Hareketler (Türkiye Örneği)", Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

- Çubukçu, İ. (1999). “Küreselleşme Süreci İçinde Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü (Tüketim Toplumu Tüketim Kültürü İle İlgili Erzurum’daki Tüketiciler Üzerinde Bir Saha Araştırması), Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Featherstone, M. (1991). The Body in Consumer Culture. (Ed.): Featherstone. M., Hepworth, M., Turner, B. The Body. Social Process and Cultural Theory. Londra: Sage Publishing. (www.ebscohost.com)
- Featherstone, M. (2005). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2000). “Sosyoloji”, Ayraç Yayınları, Ankara.
- Giddens, A. (2010). Modernite ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum, Say Yayınları. İstanbul.
- Güneş, S. (1995). “Medya ve Kültür”, Vadi Yayınları, Ankara.
- Kephart, W., M. (1982). Extraordinary Groups: The Sociology of Unconventional Life-Styles, St. Martin’s Press. New York (www.osun.org)
- Tolan, B. (1981). “Çağdaş Toplumun Bunalımı (Anomi ve Yabancılaşma)”, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, Ankara. (Çubukçu’dan aktardım)
- Türköne, M. (2005). “Siyaset”, Lotus Yayınları, 3. Baskı, Ankara.
- Zengingönül, O. (2005). “Nedir Bu Küreselleşme? Kaçabilir miyiz? Kullanabilir miyiz?”, Esiad, Siyasa Dergisi, Sayı.1, Bahar.
- <http://www.who.int/en/>
- <http://www.prozac.com>