

Performans Toplumunda Mutluluk Endüstrisi ve Spiritüellik
The Happiness Industry and Spirituality in the Performance Society

İbrahim YÜCEDAĞ

ORCID: 0000-0002-4698-9999

e-mail ibrahimyucedag@artuklu.edu.tr

Doç. Dr., Mardin Artuklu Üniversitesi,

Sosyoloji Anabilim Dalı

Associate Professor, Mardin Artuklu University,

Department of Sociology

Mardin, Türkiye

ROR ID: 0396cd675

Ali Eren DEMİR

ORCID: 0000-0003-3812-3519

e-mail demiralieren14@gmail.com

Doktora Öğrencisi, Mardin Artuklu Üniversitesi,

Sosyoloji Anabilim Dalı

Ph.D. Student, Mardin Artuklu University,

Department of Sociology

Mardin, Türkiye

ROR ID: 0396cd675

Article Information / Makale Bilgisi

Citation / Atf: Yücedağ, İbrahim; Demir, Ali Eren. "Performans Toplumunda Mutluluk Endüstrisi ve Spiritüellik". *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 34 (Haziran 2024), 6-26. <https://doi.org/10.35415/simakifd.1413220>

Date of Submission (<i>Geliş Tarihi</i>)	01. 01. 2024
Date of Acceptance (<i>Kabul Tarihi</i>)	21. 02. 2024
Date of Publication (<i>Yayın Tarihi</i>)	15. 06. 2024
Article Type (<i>Makale Türü</i>)	Research Article (Araştırma Makalesi)
Peer-Review (Değerlendirme)	Double anonymized – At Least Two External (Çift Taraflı Körleme / En az İki Dış Hakem).
Ethical Statement (<i>Etik Beyan</i>)	It is declared that scientific, ethical principles have been followed while carrying out and writing this study, and that all the sources used have been properly cited. (Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur).
Plagiarism Checks (<i>Benzerlik Taraması</i>)	Yes (Evet) – Ithenticate/Turnitin.
Conflicts of Interest (<i>Çıkar Çatışması</i>)	The author(s) has no conflict of interest to declare (Çıkar çatışması beyan edilmemiştir).
Complaints (Etik Beyan Adresi)	suifdergi@gmail.com
Grant Support (<i>Finansman</i>)	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research. (Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır).
Copyright & License (Telif Hakkı ve Lisans)	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0. (Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır).

Özet

Bu çalışma, günümüz toplumunun dinamikleri içinde bireylerin yaşadığı belirsizlik, değişim hızı, stres ve kaygı gibi durumlar karşısında ortaya çıkan yeni dini ve spiritüel arayışları ve bu arayışların mutluluk endüstrisi ile nasıl ilişkilendirildiğini ele almaktadır. Spiritüel hareketlerin performans toplumunda ticarileşerek eğlence ahlakının ve mutluluk endüstrisinin bir parçası haline geldiği bu çalışmanın temel iddiasıdır. Modernleşmeyle beraber yaşanan hızlı değişim ve dönüşüm bireylerin iç dünyasında baş etmekte zorlandıkları çeşitli sorunlar yaratmaktadır. Özellikle sekülerleşme tartışmalarıyla günümüz dünyasının dinden arındırılması çabaları bireyleri farklı arayışlara itmektedir. Bu amaçla da belirsizlik ve değişim karşısında, bireyler yeni dini ve spiritüel arayışlara yönelerek içsel huzur ve doyuma ulaşmaya çalışmaktadır. Kişisel gelişim, spiritüellik ve mutluluk endüstrisi, bireylerin hayat kalitesini artırma arayışı ve içsel doyum hedefiyle yakından ilişkilenmekte ve mutluluk endüstrisinin büyümesine ve yayılmasına olanak sağlamaktadır. Mutluluk endüstrisi, bireylerin yaşamlarına anlam ve amaç katma, stres ve kaygılarını azaltma, öz farkındalıklarını artırma ve manevi açıdan doyum sağlama gibi vaatlerle pazarlanmakta ve modern toplumun belirsizlik ve rekabet ortamı içinde yaşayan bireylerin ilgisini çekmektedir. Bu bağlamda, makale, mutluluk endüstrisinin bireyleri performans odaklı içsel huzur ve doyuma ulaştırma çabalarını detaylı bir şekilde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Performans toplumu, mutluluk endüstrisi ve eğlence ahlakı gibi temel kuramlar kullanılarak, bu çabalar teorik bir çerçeve içinde kapsamlı bir şekilde analiz edilecektir. Performans toplumu kuramı, günümüzde bireylerin sosyal ve ekonomik başarılarına odaklanan bir kültürde yaşadıklarını savunur ve bireylerin sürekli olarak başarıya ulaşma ve mükemmeliyeti elde etme baskısı altında olduklarını vurgular. Bu bağlamda, mutluluk endüstrisinin bireyleri performansın ötesinde bir içsel huzur ve doyuma ulaştırmak için nasıl bir çaba sarf ettiğini anlamak, performans toplumu kuramının perspektifinden önemli bir analiz sunacaktır. Mutluluk endüstrisi, günümüzde yaygın olarak benimsenen eğlence ahlakıyla da bağlantılıdır. Eğlence ahlakı, bireylerin yaşamlarını daha keyifli hale getirmek adına sürekli bir arayış içinde oldukları bir yaklaşımı ifade eder. Mutluluk endüstrisinin bireylere sunulan ürün ve hizmetleri, eğlence ahlakı çerçevesinde nasıl konumlandığı ve bireylerin yaşamlarına nasıl anlam kattığı daha geniş bir teorik perspektiften ele alınması gereken bir konudur. Bu bağlamda, endüstrinin potansiyel riskleri ve bireyler üzerindeki olası negatif etkileri, performans toplumu ve eğlence ahlakı kuramları üzerinden incelenecektir. Literatürde, mutluluk endüstrisi, eğlence ahlakı ve spiritüel hareketler arasındaki ilişkiyi irdeleyen çalışmaların eksikliği göze çarpmakta, çalışma, tam da bu alanlar arasındaki ilişkiyi ele alması açısından literatürdeki boşluğu doldurmayı, mutluluk endüstrisinin bireylerin içsel potansiyellerini keşfetmelerine yardımcı olup olamayacağını, aynı zamanda bireyleri kendi içsel değerlerini görmezden gelmeyi ve performans baskısı altında tutmaya yönlendiren faktörleri anlamayı amaçlamaktadır. Çalışmada, bireylerin modern yaşamın zorluklarına nasıl yanıt verdikleri ve mutluluk endüstrisinin bu süreçte oynadığı rolü anlamak için nitel bir yaklaşımla kapsamlı bir veri toplama ve analiz süreci temel alınmıştır. Literatür taraması ve eleştirel okumaların öne çıktığı çalışmanın sonunda mutluluk endüstrisinin spiritüel arayışları kullanarak bireyleri tüketici birer nesne haline getirdiği, bireyin kendisini eğlence ahlakına dayalı gündelik performanslar sergilemek zorunda hissettiği, spiritüel araçlara ulaşamamanın sosyal eşitsizliği derinleştirdiği ve mutlu olmamanın adeta bir suç olarak görüldüğü sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Spiritüellik, Mutluluk Endüstrisi, Performans Toplumu, Eğlence Ahlakı, Din, Sosyoloji.

Abstract

This study deals with new religious and spiritual searches that emerge in the face of uncertainty, speed of change, stress and anxiety experienced by individuals in the dynamics of today's society and how these searches are associated with the happiness industry. The main claim of this study is that spiritual movements have become commercialized in the performance society and have become a part of fun morality and the happiness industry. The rapid change and transformation experienced with modernization creates various problems that individuals have difficulty in coping within their inner world. Especially with the secularization debates, efforts to purify today's world from religion push individuals to different searches. For this purpose, in the face of uncertainty and change, individuals try to reach inner peace and satisfaction by turning to new religious and spiritual searches. Personal development, spirituality and the happiness industry are closely related to individuals' quest to improve the quality of their lives and the goal of inner fulfilment, and they enable the growth and spread of the happiness industry. The happiness industry is marketed with promises such as adding meaning and purpose to individuals' lives, reducing stress and anxiety, increasing self-awareness and providing spiritual fulfilment, and attracts the attention of individuals living in the uncertainty and competition of modern society. In this context, the article aims to evaluate in detail the efforts of the happiness industry to provide individuals with performance-oriented inner peace and fulfilment. Using basic theories such as performance society, happiness industry and fun morality, these efforts will be analyzed comprehensively within a theoretical framework. The performance society theory argues that individuals today live in a culture that focuses on their social and economic achievements and emphasizes that individuals are under constant pressure to achieve success and perfection. In this context, understanding how the happiness industry strives to provide individuals with inner peace and satisfaction beyond performance will provide an important analysis from the perspective of performance society theory. The happiness industry is also linked to the fun morality that is widely adopted today. Fun morality refers to an approach in which individuals are in a constant search to make their lives more enjoyable. How the happiness industry positions the products and services offered to individuals within the framework of fun morality and how they add meaning to individuals' lives is an issue that needs to be addressed from a broader theoretical perspective. In this context, the potential risks of the industry and its possible negative effects on individuals will be analyzed through the theories of performance society and fun morality. In the literature, there is a lack of studies that examine the relationship between the happiness industry, fun morality and spiritual movements. This study aims to fill the gap in the literature in terms of addressing the relationship between these fields, to understand whether the happiness industry can help individuals discover their inner potential, and at the same time to understand the factors that lead individuals to ignore their inner values and keep them under performance pressure. The study is based on a comprehensive data collection and analysis process with a qualitative approach to understand how individuals respond to the challenges of modern life and the role of the happiness industry in this process. At the end of the study, in which literature review and critical readings are prominent, it is concluded that the happiness industry turns individuals into consumer objects by using spiritual pursuits, the individual feels obliged to perform daily performances based on fun morality, inability to access spiritual tools deepens social inequality and not being happy is seen as a crime.

Keywords: Sociology of Religion, Spirituality, Happiness Industry, Performance Society, Fun Morality, Religion, Sociology.

Giriş

Modern toplum, yaşamlarımızı sürdürmede çok önemli kaynaklar sağlasa da kendi içinde çeşitli dezavantajlara da sahiptir. Çok uzun mesafeleri birkaç saatte almayı sağlayan ulaşım araçlarından, insan ömrünü uzatan çeşitli tıbbi gelişmelere kadar birçok olumlu etkisinin yanında radyasyona maruz kalma, çevre kirliliği ve iklim değişikliği gibi birtakım olumsuz etkileri de beraberinde getirmiştir. Endüstrileşme, kitlesel üretim, rasyonalite ve sekülerleşme gibi çeşitli ayaklara sahip olan modernite geleneksel toplumun sahip olduğu tüm düzen anlayışına karşı çıkararak eskiyi istenmeyen ilan etmiş ve dini de eski düzenin bir unsuru olarak görüp kamusal alanın dışına itmeye çalışmıştır. Özellikle modernitenin sekülerleşme ve dinin siyasal ve kamusal alandan çıkarılıp adeta bireysel meseleye indirgenme tartışmalarının yerine neyi koyduğu dikkatle incelenmelidir. Nitekim dinden arındırılmaya çalışılan dünyada, dinin yerine ruhsal dünyamızı etkileyecek bir faktörün konamaması önemli bir problem alanı olarak karşımıza çıkar. Bireylerin dinsel inançlarla elde ettiği manevi rahatlama ve içsel mutluluk yerini eğlenceye dayanan, görünenin makbul sayıldığı ve tüm yaşamlarımızın adeta bir performans sahnesindeki eylemlerle nitelendirildiği bir baskı alanına bırakmıştır. Bu baskı, *performans toplumu* olarak adlandırılan bir toplumsal yapıya yol açmıştır. Performans toplumu, bireylerin sürekli olarak kendilerini ve diğerlerini karşılaştırdıkları ve kendilerini daha iyi göstermeye çabaladıkları bir toplumdur.¹ Bireylerin sürekli olarak performanslarını göstermek zorunda olmaları baskısı, bireylerin kendi içsel değerlerini ve ihtiyaçlarını göz ardı etmelerine ve endüstrinin sunduğu ürünlere ve hizmetlere yönelmelerine yol açmaktadır.² Sosyolojik olarak bakıldığında, modernleşmenin getirdiği bireyselleşme ve rekabetçilik, dini spiritüel arayışların biçim değiştirmesini ve neoliberalizmin bu alandaki yükselişini sağlamıştır. Performans toplumu ve mutluluk endüstrisi, kişisel gelişim, spiritüellik ve mutluluk gibi kavramları kullanarak bireylere kendi potansiyellerini gerçekleştirmelerine yardımcı olmayı öne çıkarmaktadır.³

Mutluluk endüstrisi ve performans toplumu iki taraflı bir paradokstur. Bir yandan mutluluk endüstrisi, insanların mutluluğa ulaşabileceğini vaat etmekte diğer yandan insanlar, performans toplumunun yarattığı baskı ve rekabet ile karşı karşıya kalmaktadır.

¹ Byung-Chul Han, *Yorgunluk Toplumu* (İstanbul: Açılım Kitap, 2019), 52.

² Han, *Yorgunluk Toplumu*, 25.

³ William Davies, *Mutluluk Endüstrisi*, çev. Müge Çavdar (İstanbul: Sel Yayıncılık, 2018), 26.

Yani mutluluk endüstrisi, insanların mutluluğu elde etmesine yardımcı olmayı vaat etse de bu vaat, performans toplumunun yarattığı baskı ve rekabet tarafından gölgelenmektedir.⁴

Günümüzde postmodern tüketim kültürü, bireylerin deneyimlerinin ve yaşam tarzlarının spiritüellikle olan ilişkisini karmaşık bir biçimde şekillendirmektedir. Bu bağlamdaki bazı tartışmalara değinmek faydalı olacaktır. Feride Aydemir'in "Postmodern Tüketim Kültürü ve Kutsallık Biçimleri Üzerine Metateorik ve Kavramsal Bir Tartışma"⁵ başlıklı makalesi, postmodern tüketim kültürü ile spiritüellik arasındaki ilişkiyi meta-teorik ve kavramsal bir çerçevede ele almaktadır.⁶ Aynı zamanda Jean Baudrillard'ın "Tüketim Toplumu"⁷ ve Zygmunt Bauman'ın "Modernlik ve Müphemlik"⁸ gibi temel eserleri, tüketim kültürü ve modernlik kavramlarını değerlendirerek bu makalenin temelini oluşturan teorik çerçeveyi zenginleştirmektedir. William Davies'in "Mutluluk Endüstrisi",⁹ Raymond A. Belliotti'nin "Mutluluk Abartılıyor"¹⁰ ve Eva Illouz'un "Mutlu Yurttaş İmalatı"¹¹ gibi eserleri, mutluluğun toplumsal bir olgu olarak nasıl şekillendiğini ve ne ölçüde tüketim kültürü tarafından etkilendiğini ele almaktadır. Edgar Cabanas'ın "Bireyciliği yeniden alevlendirmek, duyguları tüketmek"¹² çalışması ve Kurtuluş Cengiz'in "Türkiye'de Spiritüel Arayışlar"¹³ başlıklı kitabı, bireylerin mutluluk arayışlarını ve bu arayışların nasıl tüketim odaklı şekillendiğini gözler önüne sermektedir. Bu ve benzeri çalışmalarda spiritüel deneyimlerin ve araçların tüketim kültürü ve mutluluk endüstrisi ile olan ilişkisi ele alınsa da sosyal eşitsizliği derinleştiren bir alan olduğu ve performans toplumunda adeta bir gösteriye dönüştüğü genelde ihmal edilmektedir. Ayrıca spiritüel arayışların bireyleri mutlu olmak zorunda hissettirmesinin performans toplumundaki karşılığının ele alınmadığı ve literatürde postmodern tüketim kültürü ile spiritüellik arasındaki etkileşimleri performans açısından ele

⁴ Davies, *Mutluluk Endüstrisi*, 44.

⁵ Feride Aydemir, "Postmodern Tüketim Kültürü ve Kutsallık Biçimleri Üzerine Metateorik ve Kavramsal Bir Tartışma: Deneyim, Yaşam Tarzı ve Bireysellik Alanı Olarak Spiritüellik", *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 36 (31 Aralık 2020), 53.

⁶ Aydemir, "Postmodern Tüketim Kültürü ve Kutsallık Biçimleri Üzerine Metateorik ve Kavramsal Bir Tartışma", 55.

⁷ Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, çev. Ferda Keskin - Hazal Deliceçaylı (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2021), 21.

⁸ Zygmunt Bauman, *Modernlik ve Müphemlik*, çev. İsmail Türkmen (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2020), 11.

⁹ Davies, *Mutluluk Endüstrisi*, 25.

¹⁰ Raymond A. Belliotti, *Happiness is Overrated* (Londra: Rowman & Littlefield, 2004), 25.

¹¹ Eva Illouz - Edgar Cabanas, *Mutlu Yurttaş İmalatı Mutluluk Endüstrisi Hayatımızı Nasıl Kontrol Ediyor?*, çev. Tufan Göbekçin (İstanbul: İletişim Yayınları, 2023), 211.

¹² Edgar Cabanas, "Rekindling Individualism, Consuming Emotions: Constructing 'Psytyzens' in the Age of Happiness", *Culture & Psychology* 0 (15 Haziran 2016), 1-14.

¹³ Kurtuluş Cengiz vd., *Türkiye'de Spiritüel Arayışlar: Deizm, Yoga, Budizm, Meditasyon, Reiki, vb* (İstanbul: İletişim, 2022), 14.

alan analitik bir çerçevenin eksikliği görülmektedir. Bu çalışma, mutluluk endüstrisi, eğlence ahlakı ve spiritüel hareketler arasındaki ilişkiyi irdeleyen çalışmaların eksikliğinden hareketle, tüketim kültürü ve spiritüellik arasındaki ilişkiyi daha ayrıntılı bir şekilde değerlendirerek, literatüre yeni bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır. Mutluluk endüstrisinin bireylerin içsel potansiyellerini keşfetmelerine yardımcı olup olamayacağını, aynı zamanda bireyleri kendi içsel değerlerini görmezden gelmeyi ve performans baskısı altında tutmaya yönlendiren faktörleri anlamayı amaçlamaktadır.

Çalışmamız, modern toplum her ne kadar dinden arındırılmaya çalışılsa da dini etkilerin ve spiritüel arayışların kendini mutluluk endüstrisi ve performans toplumu üzerinden farklı şekillerde yeniden yarattığı ve günümüz dünyasının tam da ortasında konumlandığı iddialarına katkı sunmaktadır. Özellikle Byung-Chul Han'ın performans toplumu eleştirilerinden hareketle günümüz kültürel iklimini ve bireylerin kendilerini performans baskısı altında hissetme deneyimlerini incelemek ve spiritüellik deneyimlerinin bireyleri nasıl da modern kapitalist toplumun basit bir tüketicisi olmaya zorladığını anlamak ana amacı oluşturmaktadır. Teorik tartışmaların bireylerin kompleks dinamiklere nasıl karşılık verdiğini anlamak açısından nasıl bir role sahip olduğunun anlaşılmasına çalışıldığı bu makalede metateorik bir perspektiften yola çıkılmış ve günümüz tüketim kültürü ve spiritüellik alanındaki mevcut çalışmalar birleştirilerek, bu iki alan arasındaki etkileşimlerin daha kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi hedeflenmiştir.

Araştırma, nitel bir yaklaşımla kapsamlı bir veri toplama ve analiz sürecine dayanmaktadır. Nitel araştırma yöntemi, mutluluk endüstrinin dini, toplumsal ve psikolojik sonuçlarını anlamak ve eleştirel bir analiz sunmak açısından en uygun yol olarak görülmektedir.¹⁴ Verilerden, tekrar eden temalar ve örüntüler açısından analiz edilerek, mutluluk endüstrisinin toplumsal ve dini bağlamını, psikolojik etkilerini ve eleştirel değerlendirmesini anlamaya yönelik iç görüler elde edilmiştir.¹⁵ Eleştirel bir yaklaşım, araştırmanın çerçevesini şekillendirmiş ve analiz aşamasında öne çıkmıştır. Sosyal eleştiri ve alternatif yaklaşımlar, bu endüstrinin yarattığı normları sorgulama ve sosyal dönüşüm gücünü değerlendirme amacıyla kullanılmıştır.

¹⁴ John W. Creswell, *Nitel Araştırma Yöntemleri*, çev. Selçuk Beşir Demir - Mesut Bütün (Ankara: Siyasal Kitabevi, 2021), 25.

¹⁵ Emre Erdoğan - Pınar Uyan Semerci, *Toplumsal Araştırma Yöntemleri İçin Bir Rehber* (İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2021), 65.

1. Performans Toplumu ve Mutluluk Endüstrisi

Neoliberalizm, postmodern düşünce, modernitenin rasyonalitesine karşı muhalefet, neoliberal depolitizasyon politikaları ve bunun sonucunda kamusal alanlardan özel alanlara çekilme ve bireysel barınaklarda kolektif eylem, aşırı bireyci insanlık anlayışı performans toplumunun yükselişine katkıda bulunmuştur. Sosyal dinamikler ve kültürel değişimler, bireylerin hayat biçimlerini ve kimliklerini şekillendirmede önemli bir rol oynarken “performans toplumu” kavramı giderek daha fazla öne çıkmaktadır. Performans toplumu, bireylerin sürekli bir performans beklentisi altında olduğu, başarı, üretkenlik ve görünümün vurgulandığı bir sosyal yapının ifadesidir.¹⁶ Bireylerin eğitim, iş ve ilişkiler gibi çeşitli alanlardaki performanslarına göre sürekli olarak değerlendirildiği ve yargılandığı bir toplumsal paradigma söz konusudur. Bu paradigmada, bireylerin değeri ne kadar başarılı, etkili ve görünüşte kusursuz olduklarına göre belirlenir. “Günümüz toplumu artık Foucault’nun bahsettiği hastaneler, tımarhaneler, hapishaneler, kışlalar ve fabrikalardan oluşan bir disiplin toplumu değil. Bunların yerini çoktan beridir fitness salonları, bürolardan oluşan gökdelenler, bankalar, havaalanları, alışveriş merkezleri ve gen laboratuvarları aldı. 21. yüzyıl toplumu artık bir disiplin toplumu değil, performans toplumdur. Sakinleri de “itaatkâr özne” değil performans öznesidir. Bu özneler kendi kendilerinin müteşebbisleridir.”¹⁷

Han, sosyal değişimleri ve özne olma biçimlerini incelerken performans toplumunun bireyleri nasıl etkilediğine dair derinlemesine analizler sunmaktadır. Han’a göre, bu performans toplumu ve normalleştirme süreçleri, bireylerin içsel tatminsizliği ve bunalımıyla sonuçlanabilir.¹⁸ Herhangi bir hata veya başarısızlık, bireyin kendini değersiz hissetmesine yol açabilir.¹⁹ Aynı zamanda, sürekli bir üretkenlik ve performans beklentisi, bireyleri yorgunluğa ve tükenmişliğe sürükleyebilir. Han’a göre, günümüz toplumunda artan depresyon, anksiyete ve tükenmişlik gibi sorunlar, performans toplumunun getirdiği zorluklarla yakından ilişkilidir.²⁰ Bu zorlukların temelinde postmodern düşüncenin, bireylere kendi hayatlarının anlamını ve amacını bulmaları için daha fazla özgürlük tanımayı adeta aşırılaştırmasının önemli bir etkisi olduğunu söyleyebiliriz. Tabii, bu

¹⁶ Han, *Yorgunluk Toplumu*, 46.

¹⁷ Han, *Yorgunluk Toplumu*, 17.

¹⁸ Han, *Yorgunluk Toplumu*, 26.

¹⁹ Bauman, *Modernlik ve Müphemlik*, 144.

²⁰ Byung-Chul Han, *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*, çev. Haluk Barışcan (İstanbul: Metis Yayınları, 2020), 26.

özgürlük anlayışı, bireylerin kendilerinden daha fazlasını beklemelerine ve sürekli olarak daha iyi olma çabasına girmelerine neden olmakta, performans toplumunun getirdiği baskıyla birleşince de bireylerin stres ve kaygı düzeylerini artırmaktadır.

Postmodern düşünce, modern hakikat, gerçeklik ve bilgi kavramlarına meydan okumuş, toplumu ve düşünceyi derinden etkilemiş, aydınlanmanın akıl, ilerleme ve nesnellik değerlerinin sorgulanmasına yol açmıştır. Mevcut değer ve kalıpların yerinden edilmesi neticesinde yeni oluşan değer ve yargılara uyum noktasında bireyler çeşitli açmazlar ve sorgulamalar yaşar. Bu sorgulama birçok insanda belirsizlik ve endişe duygusu yaratmış; bu da kesinlik ve kontrol kazanmanın bir yolu olarak performansa odaklanmaya yol açmıştır.²¹ Bu karşıtlık, genellikle kişisel deneyimin ve kendini ifade etmenin önemini vurgulayan alternatif spiritüel arayışların ve yaşam tarzlarının artmasına yol açmıştır. Bununla birlikte, bireyler sıklıkla teşvik edilen idealleştirilmiş varoluş durumuna ulaşmaya çalışırken, bu alternatif hareketler performansa odaklanmıştır. Neoliberal depolitizasyon politikaları, devletin toplumdaki rolünü azaltmak ve özel sektörün rolünü artırmak için tasarlanmış politikalar²² bağlamında okunurken aynı zamanda yaratılan birey tipini de tüketim endeksli bir özelliğe büründürmüştür. Zira Han'a göre,²³ "yurttaş tüketici haline gelmiştir. Yurttaşın özgürlüğü yerini tüketicinin edilgenliğine bırakır." Bu politikalar halkın karar alma süreçlerine katılımının azalmasına ve bireyselliğin artmasına da yol açmıştır. Halkın katılımındaki düşüş, insanların ekonomik eşitsizlik ve sosyal adaletsizlik gibi karşılaştıkları sorunların temel nedenlerini ele almalarını daha da zorlaştırmıştır. Han,²⁴ "tüketici olarak seçmen bugün siyasete, toplumu şekillendirmekte etkin bir rol almaya gerçek bir ilgi göstermemektedir. Ortak siyasi eylem gerçekleştirmeye ne isteği ne de yeteneği vardır. Siyasete sadece edilgin bir biçimde, homurdanarak, şikâyet ederek tepki verir, tıpkı hoşuna gitmeyen hizmet ya da mal sektörüne yaptığı gibi" demiştir. Bu durum, kamusal alanın, medyanın, mutluluğun ve spiritüelliğin önemli dönüşümlerden geçtiğini göstermektedir. Bu dönüşümler, bireylerin deneyimlerini ve sosyal yapıları önemli ölçüde etkilemektedir.

Günümüzde kamusal alan, medya, mutluluk endüstrisi ve spiritüellik kültürü arasındaki karmaşık etkileşimler, sosyal yapıların ve bireylerin deneyimlerinde önemli

²¹ Han, *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*, 96.

²² Han, *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*, 88.

²³ Han, *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*, 25.

²⁴ Han, *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*, 25.

dönüşümlere neden olmaktadır.²⁵ Özellikle kamusal alan, toplumun tüm bireylerinin eşitlik, özgürlük ve tartışma ortamı bulduğu bir alan olarak görülür. Ancak medyanın etkisiyle kamusal alanın sınırları bulanıklaşmış, ticari ve siyasi çıkarlar bu alanı şekillendirmeye başlamış²⁶ ve sosyal görüşleri, değerleri ve inançları dönüştürme kapasitesi gündeme gelmiştir. Kamusal alanlardaki bu kontrol ve manipülasyon, sosyal etkileşimin azalmasına ve izolasyonun artmasına ve performans kaygısına neden olmaktadır.²⁷ İnsanların sürekli olarak bireysel performanslarına göre değerlendirildiği bir kültürde, bireyin önemini vurgulayan, toplumun önemini küçümseyen bireyci bir insan görüşü ortaya çıkmaktadır.²⁸ Bu görüş, neoliberalizm ve kendine güvenmenin ve bireysel rekabetin önemini vurgulayan diğer ideolojiler tarafından desteklenmiştir. İnsanlar hayatlarının her alanında iyi performans gösterme konusunda kendilerini baskı altında hissettiklerinden, bu durum çok fazla strese ve kaygıya yol açmıştır. Performans toplumunda insanlar eğitim, iş ve ilişkiler gibi çeşitli alanlardaki performanslarına göre sürekli olarak “kontrol” edilir. Tüm bu faktörler performans toplumunun yükselişine katkıda bulunmuştur.

Performans toplumu bir tür sosyal kontroldür.²⁹ Bu kontrol, toplumun bireylerin davranışlarını belirli normlara ve değerlere göre yönlendirmesi ve şekillendirmesidir. Bu, bireylerin toplum içinde uyumlu ve işlevsel bir şekilde yaşamalarını sağlamak için gereklidir. Sosyal kontrol bireyin çok çalışmasını ve birbirleriyle rekabet etmesi için uygun bir ortamı kendiliğinden gündelik yaşam içinde oluşturur. Daha iyi performans gösterme neoliberal bir amaçla bireyin çıkarlarını ön planda tutmuş gibi görünse de temel odak noktası “kâr” üzerinden tanımlanır. Ancak bu sürecin yarattığı stres, baskı ve yalnızlık duygusu bireyin mutluluk endüstrisine yönelmesine yol açmıştır. Bu durum ise yöneticilerin ve yönetici adaylarının, beyaz yakalı kent elitlerinin ilgisini çekmektedir.³⁰ Bunun nedeni bu grupların performans toplumunun baskılarını deneyimleme olasılığı en yüksek olan gruplar olmasıdır. Aynı zamanda mutluluğa ulaşmalarına yardımcı olmayı vaat eden ürün ve hizmetlere harcayacak en fazla harcanabilir gelire sahip olanlar da beyaz yakalı orta sınıftır.³¹

²⁵ Jürgen Habermas, *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, çev. Mithat Sancar - Tanıl Bora (İletişim Yayınları, 2015), 54.

²⁶ Anıl Durmuşahmet, “Gözetim Akışı: Byung-Chul Han’ın Disiplin Toplumu Eleştirisi Olarak Performans Toplumu ve Kültürel İklimlendirme”, 4. *BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 0/20 (2022), 60.

²⁷ Byung-Chul Han, *Ritüellerin Yok Oluşuna Dair: Günümüzün Bir Topolojisi*, ed. Ahmet Öz (İstanbul: İnka Kitap, 2023), 26.

²⁸ Byung-Chul Han, *Şeffaflık Toplumu*, çev. Haluk Barışcan (İstanbul: Metis Yayınları, 2020), 87.

²⁹ Han, *Yorgunluk Toplumu*, 11.

³⁰ Davies, *Mutluluk Endüstrisi*, 144.

³¹ Illouz - Cabanas, *Mutlu Yurttaş İmalatı Mutluluk Endüstrisi Hayatımızı Nasıl Kontrol Ediyor?*, 56.

İşyerinde performansa odaklanma, insanların sürekli olarak bireysel çıktıklarına göre değerlendirildiği bir kültüre yol açmaktadır.³² “Mutluluk, neoliberal toplumlarda neyin doğru neyin yanlış olduğunu tanımlayan ve sorumluluğun iç kaynağını vurgulayan yeni bir ahlaki rejim haline geldi. Daha da önemlisi mutluluk, neoliberal bireycilik ve tüketimcilik ideolojisiyle uyumlu olan, aynı ideolojiyi görünüşte ideolojik olmayan terimlerle bilim söylemi aracılığıyla meşrulaştıran ve yeniden alevlendiren yeni bir benlik modeli olarak öne çıkmaktadır.”³³

Sonuç olarak birey iş hayatlarının her alanında iyi performans gösterme konusunda kendilerini baskı altında hissettiklerinden, bu durum büyük miktarda strese ve kaygıya yol açmaktadır. Neoliberal hayata bakış açısı her şeyi performans meselesine indirgeyen bir bakış açısıdır. Bu, mutluluk endüstrisinin ürün ve hizmetlerini pazarlama biçiminde açıkça görülmektedir. Mutluluk endüstrisi, insanlara hayatlarının her alanında nasıl daha iyi performans göstereceklerini öğreterek mutluluğa ulaşmalarına yardımcı olmayı vaat etmektedir. Buna iş yaşamları, kişisel ilişkileri ve sağlıkları da dâhildir. Mutluluğa dair neoliberal bakış açısı sorunludur çünkü sosyal ilişkiler, topluluk ve yaşamın anlamı gibi diğer faktörlerin önemini göz ardı etmektedir. Mutluluk endüstrisi ve performans toplumu iç içe geçmiş durumdadır.

2. Performans Odaklı Spiritüellik

Spiritüellik kavramı, bireylerin içsel dünyalarını keşfetme, anlam arayışı içinde olma ve bir üstünlük ya da ruhsal bir deneyim elde etme isteği ile ilişkilidir. Spiritüellik, bireylerin kendi içsel değerlerini ve ihtiyaçlarını keşfetmelerine yardımcı olarak, onların daha özgür ve sorumlu bireyler olmalarına katkıda bulunmayı amaçlar. 1960’lı yıllardan itibaren hayat koçluğu ve kişisel gelişim adı altında Türkiye’de etkili olmaya başlayan ve ‘spiritüel süpermarket’, ‘kendin yap dini’ ve ‘seküler kutsallıklar’ olarak ifade edilen New Age hareketi, sekülerizmle etkisini yitiren doğaüstünün yeniden topluma dönüşünü sağlamıştır.³⁴ Sekülerleşmeyle önemi azalan din ve dini eylemler, kendine yeni bir mecrada yer bulmakta, farklı bir görünümle kendini yeniden yaratmaktadır. Nitekim, Can Kozanoğlu’nun *İnternet,*

³² Illouz - Cabanas, *Mutlu Yurttaş İmalatı Mutluluk Endüstrisi Hayatımızı Nasıl Kontrol Ediyor?*, 86.

³³ Cabanas, “Rekindling individualism, consuming emotions”, 2.

³⁴ Elif Doğan, *Türkiye’de New Age Hareketi: Şifacı Grupların Sosyo-Ekonomik Ve Kültürel Tabanı Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme* (Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2020), 12.

*Dolunay, Cemaat*³⁵ kitabı, Türkiye’deki yeni çağ kültürünün gelişimini ve sosyal etkilerini ele alan önemli bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Seküler dini maneviyatın yükselişi,³⁶ gittikçe daha fazla dindar olmayan insanın kendini spiritüel arayış içinde tanımlanmasını doğurmuştur.³⁷ Bu, geleneksel organize dinde bir düşüşe ve farkındalık, meditasyon ve yoga gibi yeni maneviyat biçimlerinin yükselişine yol açmaktadır. Spiritüellik endüstrisi, kitaplar, atölye çalışmaları, inzivalar ve çevrimiçi kurslar gibi geniş bir ürün ve hizmet yelpazesi sunan milyarlarca liralık bir endüstriye dönüşmüş³⁸ böylelikle, daha ticari odaklı bir yöne kaymıştır. İnsanlar, stresi azaltmak, sağlığı iyileştirmek veya kişisel gelişime ulaşmak gibi kendi kişisel ihtiyaçlarını ve hedeflerini karşılamak için giderek daha fazla spiritüel uygulamalara yönelmektedir. Bu, daha bireyselleştirilmiş ve özelleştirilmiş bir yaklaşıma yol açmaktadır. Modern toplumun temel parametresi olan bireyselleşme, toplumsal kürenin her alanına sirayet ederken dinin de bundan nasibini aldığını görmekteyiz. Dolayısıyla bir dönüşümün olduğunu söylemek pekâlâ mümkündür. Dönüşümlerin mutlaka olumsuz olmadığını belirtmek gerekir. Ancak bu dönüşümlerin, yani spiritüelliğin ticarileşmesi, kamusal alanı dönüştürmekte ve bireyselleştirmektedir. Örneğin kamusal alan kullanımındaki düşüş, sosyal uyum ve sivil katılımın azalmasına, medyanın benlik algısı ve refah üzerindeki etkisi, kaygı ve depresyon oranlarının artmasına yol açmaktadır.

Kamusal alan, medya, mutluluk endüstrisi ve maneviyat kültürü arasındaki karmaşık etkileşimlerin neden olduğu derin dönüşümlere burada dikkat çekmek gerekmektedir.³⁹ Kamusal alan geleneksel olarak insanların bir araya gelerek sosyalleşebilecekleri, sivil hayata katılabilecekleri, çeşitli talepleri dile getirebilecekleri ve kendilerini özgürce ifade edebilecekleri bir yer olmuştur.⁴⁰ Ancak sosyal medyanın yükselişi ve gözetim devletinin gelişimi kamusal alan kullanımının azalmasına neden olmuştur.⁴¹ Ayrıca kamusal alanın özelleştirilmesi, onu yoksullar ve evsizler gibi bazı insan grupları için

³⁵ Can Kozanoğlu, *İnternet, Dolunay, Cemaat* (İstanbul: İletişim Yayınları, 1997), 56.

³⁶ Boaz Huss, “Spirituality: The Emergence of a New Cultural Category and its Challenge to the Religious and the Secular”, *Journal of Contemporary Religion* 29/1 (02 Ocak 2014), 47.

³⁷ Cengiz vd., *Türkiye’de Spiritüel Arayışlar*, 57.

³⁸ Belliotti, *Happiness is Overrated*, 55; Sam Binkley, “Happiness, Positive Psychology and the Program of Neoliberal Governmentality”, *Subjectivity* 4/4 (01 Aralık 2011), 372.

³⁹ Coman Mihai, “Media, Religion, and the Public Sphere”, *Religions* 14/10 (Ekim 2023), 1253.

⁴⁰ Habermas, *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, 32.

⁴¹ Christian Fuchs - Daniel Trottier, “Towards a Theoretical Model of Social Media Surveillance in Contemporary Society”, *Communications* 40/1 (01 Mart 2015), 113-135.

daha az erişilebilir hale getirmiştir. Böylesi bir ortamda medya, benlik ve refah duygumuzu şekillendirmede güçlü bir rol oynamıştır.

Medyayla, kusursuz vücutlar, başarılı insanlar ve lüks yaşam tarzlarının sürekli bombardımanı, yetersizlik ve tatminsizlik duygularına yol açmaktadır.⁴² Ayrıca medya bir yandan sıklıkla gerçekçi olmayan mutluluk ve başarı standartlarını desteklemekte diğer yandan bu endüstrinin, insanların mutluluğa ve doyuma ulaşmalarına yardımcı olmayı vaat ettiğini salık vermektedir.⁴³ Ancak mutluluk endüstrisi çoğu zaman mutluluğa sürdürülebilir olmayan, hızla kaybolan bir çözüm sunmaktadır. İnsanlar daha yüksek bir güçle bağlantı kurmak yerine, daha iyi sağlık ve refah gibi kişisel hedeflere ulaşmak için maneviyatı giderek daha fazla araçsallaştırmaktadır.

3. Mutluluk Endüstrisinin Büyüme ve Yayılma Süreci

Mutluluk arayışı, insanlık tarihinin en başlıca çabalarından biridir. Ancak bu arayış, sosyal ve kültürel ilişkisellik etkisi altında şekillenmiş, aktif, değişen ve canlı bir olgudur. Bu anlamda mutluluğun sosyal yaşamdaki kökleri farklı zaman dilimlerinde farklı biçimlerde ifade edilmiştir. Antik Yunan'da, mutluluk, erdemli hayat ve akıl yürütme ile elde edilen bir hedef olarak görülmekteydi.⁴⁴ Sokratik öğretiler, bireyin içsel erdem ve bilgiyi arayışını öne çıkarırken, Aristoteles ise mutluluğun ahlaki erdemlerin yaşanması ve tatminin elde edilmesiyle mümkün olduğunu savunmuştur.⁴⁵ Orta çağ Avrupası'nda, Hristiyan inancı mutluluğu ölümden sonraki ruhsal kurtuluşla ilişkilendirmiş ve dünya zevklerinin dikkate alınmadığı bir hayat idealine vurgu yapmıştır. Rönesans'ın ardından, insanın dünyevi zevklerden de tatmin elde etmesi gerektiği düşüncesi öne çıkmıştır. Modern toplumda ise bireylerin maddi refah ve ekonomik başarıya duyduğu ilgi artmıştır. Modern toplum, tüketim ve başarıyı mutluluğun belirleyicileri olarak öne çıkarmıştır.⁴⁶

20. yüzyılın sonlarına doğru, mutluluğun öznel bir deneyim olduğu ve ruhsal tatminin bireysel öncelikler ve değerlerle şekillendiği anlayışı güçlenmiştir. Pozitif psikoloji akımı, insanın güçlü yanlarını vurgulayarak mutluluğun ve tatminin geliştirilebileceğini öne

⁴² Helga Dittmar, *Consumer Culture, Identity and Well-Being: The Search for the "Good Life" and the "Body Perfect"* (Psychology Press, 2007); Courtney E. Martin, *Perfect Girls, Starving Daughters: The Frightening New Normalcy of Hating Your Body* (Simon and Schuster, 2007).

⁴³ Davies, *Mutluluk Endüstrisi*, 45.

⁴⁴ Blaine J. Fowers, "Aristotle on Eudaimonia: On the Virtue of Returning to The Source", *Handbook Of Eudaimonic Well-Being*, (2016), 67-83; Robert L. Woolfolk - Rachel H. Wasserman, "Count No One Happy: Eudaimonia And Positive Psychology.", *Journal Of Theoretical And Philosophical Psychology* 25/1 (2005), 81.

⁴⁵ Belliotti, *Happiness is Overrated*, 23.

⁴⁶ Bauman, *Modernlik ve Müphemlik*, 30.

sürmüştür.⁴⁷Günümüzde ise mutluluk ve tatmin arayışı, teknolojik gelişmelerin etkisiyle daha geniş kitlelere ulaşmıştır. Medya, reklam ve sosyal medya platformları, ideal hayat tarzlarını tanıtarak bireyleri sürekli bir mutluluk hedefine yönlendirmektedir.⁴⁸

Günümüz mutluluk endüstrisinin kökleri 19. yüzyıldaki kişisel gelişim hareketine dayanmaktadır. Kişisel gelişim hareketi, insanların belirli ilke ve uygulamaları takip ederek başarıya ve mutluluğa ulaşabilecekleri fikrini desteklemiştir.⁴⁹ 20. yüzyılda mutluluk endüstrisi hızla büyümüştür. Bunun nedeni, tüketimin yükselişi, geleneksel kurumların gerilemesi ve bireysel başarıya verilen önemin artması gibi bir dizi faktördür. Nitekim performans toplumunun kökleri de sanayi devrimine dayanmaktadır. Sanayi devrimi tarım toplumlarından sanayi toplumlarına geçişe yol açtı. Bu değişime değerler ve tutumlardaki değişim de eşlik etti. Tarım toplumlarında insanlar topluluğa ve işbirliğine değer atfetmekteydi. Endüstriyel toplumlarda ise insanlar bireyselliğe ve rekabete değer vermeye başlamıştır.⁵⁰ Performans toplumuyla beraber mutluluk endüstrisinin son yıllarda yoğunlaşmasının nedeni, ekonominin küreselleşmesi, bilgi ekonomisinin yükselişi ve iş ve kaynaklar için artan rekabetin de aralarında bulunduğu bir dizi faktördür.

Ayrıca mutluluk endüstrisi, yabancılaştırıcı ve izole edici olabilecek bir bireycilik ve rekabet kültürüne yol açabilmektedir. Mutluluk endüstrisi ve performans toplumu aynı madalyonun iki yüzü gibi görülebilir. Her ikisi de mutluluğun bireysel çaba ve başarı ile elde edilebilecek bir şey olduğu fikrine dayanmaktadır. Mutluluk endüstrisi toplumumuzdaki daha derin bir sorunun da bir belirtisidir. Giderek materyalist ve tüketici hale gelen bir dünyada kaybolduğumuzun, bu kaybolmanın üstesinden gelebilmek adına anlam ve amaç aradığımızın bir işaretidir. Bu arayış, sürekli daha iyi olma ve daha fazlasını elde etme baskısı yaratır. Bu baskı, toplumun sosyal ve kültürel koşullarından kaynaklanır. Rekabetçi bir ortamda, tüketim ve medyanın etkisi, insanları sürekli olarak daha fazla başarıya ve mutlu olma zorunluluğuna yönlendirir, bu da mutluluğu belirli kriterlere bağlar.

⁴⁷ Binkley, "Happiness, Positive Psychology And The Program Of Neoliberal Governmentality"; Martin EP Seligman Vd., "Positive Psychology Progress: Empirical Validation Of Interventions.", *American Psychologist* 60/5 (2005), 410; Carmelo Vázquez Vd., "Psychological Well-Being And Health. Contributions Of Positive Psychology", *Anuario de Psicología Clínica y de la Salud/Annuary of Clinical and Health Psychology*, 5, 15-27., (2009).

⁴⁸ Binkley, "Happiness, Positive Psychology and the Program of Neoliberal Governmentality"; Antonio Francesco Maturo vd., "The Positive Medicalization: Digital Meditation", *Digital Health and the Gamification of Life: How Apps Can Promote a Positive Medicalization* (Emerald Publishing Limited, 2018), 105-131.

⁴⁹ Heather Hurwitz, "Self-Help Movements", 2016, 8.

⁵⁰ George Ritzer, *Modern Sosyoloji Kuramları*, çev. Himmet Hülür (İstanbul: De Ki Yayınları, 2018), 86.

4. Performans Toplumunda Eğlence

Sosyal bilimci Martha Wolfenstein'in 1951 tarihli "Eğlenceli Ahlakın Ortaya Çıkışı" adlı makalesi, modern toplumun ahlaki değerlerinde meydana gelen önemli bir dönüşümü ele almaktadır.⁵¹ Wolfenstein, doğru şeyi yapmanın geleneksel kaygılarının yerini alan yeni bir ahlakın işaretlerine dikkat çekmektedir. Bu yeni ahlak, eğlenceyi yaşamın temel amacı haline getirir. Özellikle çocuk bakımından hareketle eskiye dair her türlü çocuk bakım eyleminin daha eğlenceli hale gelmesi gerektiğine dair bir anlayışın oluştuğunu ileri sürer. Yeteri kadar eğlenmemenin bir utanç meselesine dönüştüğünü belirtir. Wolfenstein'a göre, bu ahlaki dönüşümün kökenleri, kapitalizmin yükselişine, püriten etikle ilişkisine ve tüketim kültürünün yaygınlaşmasına dayanmaktadır. Kapitalist toplumda, insanlar sürekli olarak yeni şeylere sahip olmaya ve deneyimlemeye teşvik edilir. Bu durum, eğlencenin giderek daha değerli bir meta haline gelmesine yol açar. Eğlence ahlakının ortaya çıkışı, modern toplumda önemli bir dizi değişime yol açmıştır. Mevcut kültürel kurumların ve eserlerin eğlenceye odaklanmaya başladığını görürüz. Bir zamanlar ahlaki anlamın, tanımın ve otoritenin kaynağı olmayı taahhüt eden kültürel kurumlar, artık eğlenceli olmak için yarışmaktadır. Örneğin, siyasi adaylar kendilerini Babala TV-Açık Mikrofonu veya talk şovlara katılmak zorunda hissetmektedir. Bu programlara katılmak siyaseti duygulandırmakta ve neşelendirmektedir. Performans toplumu içinde sıkışan duygusunu yitirmiş "şeylere" duygusu bu şekilde geri verilmektedir. Siyasi kampanyalara baktığımızda geçmişin soğuk, tekdüze ve espriden yoksun kampanyaları yerini daha esprilerin yoğun olduğu, şakalaşmanın ön planda olduğu daha samimi çalışmalara bırakmaya başlamıştır. Pek çok din adamı, cemaat ile konuşmalarını kamera ile çekip internette yayınlanmayı tercih etmektedir, tabii burada kullandığı dil de daha samimi ve sıcak bir dile dönüşmektedir. Sanat müzeleri ve sanatçılar, sanatı eğlenceli hale getirme çabasında birbirlerini geride bırakmakta veya gazetecilik artık derinliği ve ahlaki ciddiyeti olmayan gösterişli yüzeysellikte takas edilmektedir.

Diğer bir değişimi insanların kendi yaşamlarında eğlenceyi önceliklendirmeye başlamasında görürüz. İnsanlar, eğlenceyi, kariyerlerinin, ilişkilerinin ve hatta sorumluluklarının olmazsa olmaz koşulu olarak görmeye başlarlar. Çünkü eğlence ve mutlu olmak birbirini besleyen ve birbiriyle ilişkili faktörler olarak görülür. Örneğin, insanlar iş

⁵¹ Martha Wolfenstein, "The Emergence of Fun Morality", *Journal of Social Issues* 7/4 (1951), 15-25.

stresini azaltmak için eğlenceye yönelirler. Evliliklerinin anlamını yitirdiği veya eski heyecanının kalmadığı gerekçesiyle evlilik terapisine giderler. Çocuk yetiştirmeyi daha eğlenceli ve profesyonel hale getirmek için koçlara, pedagoğlara, çocuk bakıcılarına veya oyun gruplarına başvururlar. Tüm bu başvuruların altında yatan nedenin hayati anlamlandırma, eğlenme ve mutlu olma gayreti olduğunu söylemek yerinde olur. Tabii bu saydığımız eylemlerin yol açtığı diğer bir değişim ise insanların kendilerini tüketiciler olarak görmeye başlamasıdır. İnsanlar, kendilerine sunulan şeylerden en fazla zevki almak için sürekli olarak yeni deneyimler ve ürünler ararlar. Bu durum, insanların kendilerini müritler, çıraklar veya mirasçılar olarak değil, tüketiciler olarak görmelerine yol açar.

Eğlence ahlakının yükselişine neden olan faktörlerden birisi biyopolitikadan psikopolitikaya geçiş olarak gösterilebilir.⁵² Modern toplumda, iktidar, bireylerin bedensel süreçlerini kontrol etmek yerine, onların duygularını ve davranışlarını kontrol etmeye odaklanmıştır. Bu durum, eğlencenin giderek daha önemli bir güç aracı haline gelmesine yol açmıştır. Eğlence, bireylerin duygularını yönlendirmek ve onların davranışlarını kontrol etmek için kullanılabilir. Barbara Ehrenreich'in çalışması,⁵³ pozitif düşüncenin sosyal etkilerini derinlemesine ele alarak, Amerika'da ve küresel ölçekte nasıl egemen bir düşünce tarzı haline geldiğini incelemektedir. Ehrenreich, neşe kültürünün aslında bireyleri yalnızlaşmaya, herhangi bir olumsuzluğu kendi sorumluluğunda bulmaya ve böylece politik ilgiden uzaklaşmaya sürükleyebileceğini öne sürmektedir. Sam Binkley'in⁵⁴ makalesi ise, çağdaş psikolojik hayatın neoliberal bir girişim olarak nasıl kuramsallaştırıldığını incelemekte ve Foucaultçu eleştirel sosyal teoriyi kullanarak iktidar yapılarını analiz etmektedir.

Performans toplumu, bireylerin sürekli olarak daha üstün ve iyi olmaya zorladığından, bireyler de eğlenceyi bu baskıyla başa çıkmalarına yardımcı olan bir araç haline getirir. Bireylerin kendi yaşamlarının sorumlusu oldukları ve kendi mutluluklarını kendilerinin elde etmeleri gerektiği fikrine dayanan neoliberal öznellikte⁵⁵ eğlence, bireylerin stresi azaltmasına, kaygılarını gidermesine ve kendilerini daha iyi hissetmesine yardımcı

⁵² Han, *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*, 55.

⁵³ Barbara Ehrenreich, *Smile or Die: How Positive Thinking Fooled America and the World* (Londra: Granta Books, 2010), 77.

⁵⁴ "Happiness, Positive Psychology and the Program of Neoliberal Governmentality", 372.

⁵⁵ Başak Coşkun, *Neoliberal İktidar ve Özne Foucault'nun İzinde Güçel Bir İnceleme* (İstanbul: Notabene Yayınları, 2019), 86.

olabilir.⁵⁶ Bu anlayış, eğlenceyi, bireylerin kendi mutluluklarını elde etmelerine yardımcı olan bir araç haline getirir. Eğlence, bireylerin kendilerini daha iyi hissetmelerine ve yaşamlarında daha fazla tatmin bulmalarına yardımcı olur. Bu faktörler, eğlence ahlakının yükselişinin ve eğlencenin, modern toplumda giderek tüketim endeksli önemli bir güç haline gelmesinin temelinde yer almaktadır.

Tüketim kültürü, bireylerin sürekli olarak yeni şeylere sahip olmaya ve deneyimlemeye teşvik edildiği bir kültürdür. Eğlence de bundan nasibini alır ve giderek daha değerli bir meta haline gelir. Medya, eğlenceyi teşvik ederek bireylere sürekli olarak yeni eğlence seçenekleri sunar ve eğlenceyi yaşamın önemli bir parçası olarak konumlandırır. Gelişen internet ağı da eğlenceye erişimi kolaylaştırarak bireylere her zaman ve her yerde eğlenceye ulaşma imkânı sunar. Modern hayatın getirdiği stres, kaygı ve içsel tatminsizlik gibi psikolojik ihtiyaçlar, bireylerin karşılaştığı önemli zorluklardır.⁵⁷ Mutluluk endüstrisi, bu ihtiyaçları karşılamak amacıyla psikolojik yardım, meditasyon, rahatlama teknikleri gibi çeşitli yaklaşımlar sunmaktadır. Bir yandan tüketim kültürü, bireyleri sürekli olarak yeni deneyimler ve ürünler satın almaya yönlendirirken⁵⁸ medya aracılığıyla da mutluluk endüstrisi, bireylerin doyum arayışını çeşitli ürün ve hizmetlerle ilişkilendirmekte ve reklamlara ayrı bir önem vermektedir. Gökçe Zeybek Kabakçı'nın "*Maksimum Korunma: Korku Çağında Reklam*"⁵⁹ çalışması, reklamların kışkırttığı korku ve endişe duygularını ele alırken reklamların, bireyleri sürekli olarak tehlike ve tehdit altında hissettirmek için korku ve endişe duygularını kullandığını savunur. Kabakçı'nın çalışmasına göre reklamlar, çeşitli yollarla korku ve endişe duygularını kışkırtır. Bireylere kendilerini güvensiz ve belirsiz bir ortamda olduklarını hissettirmek için çeşitli teknikler kullanır. Örneğin, reklamlar, bireylerin sağlığını, güvenliğini veya refahını tehdit eden tehlikeleri vurgulayarak bireyler üzerinde korku ve kaygı yaratır. Araçlarımızı kaskolamamız gerektiği, her an bir sel ya da terör olayının olabileceği bu nedenle de bir korumaya ihtiyaç duyduğumuzu ima eder. Bu durum, bireylerin kendilerini güvensiz hissetmelerine neden olur. Reklamlar, bireylerin sahip oldukları şeyleri kaybetme korkusunu veya sahip olmadıkları şeyleri elde etme arzusunu uyandırmak için çeşitli teknikler kullanır. Örneğin, bireylerin sahip oldukları şeyleri

⁵⁶ Byung-Chul Han, *Eğlencenin İyisi Batı Sanatında Ciddi / Eğlenceli İkiliği*, çev. Haluk Barışcan (İstanbul: Metis Yayınları, 2023), 54.

⁵⁷ Bauman, *Modernlik ve Müphemlik*, 87.

⁵⁸ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 26.

⁵⁹ Gökçe Zeybek Kabakçı, *Maksimum Korunma Korku Çağında Reklam* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2019), 57.

kaybetmeleri halinde yaşayacakları olumsuz sonuçları veya sahip olmadıkları şeyleri elde etmemeleri halinde yaşayacakları eksiklik duygusunu vurgulayabilir.⁶⁰

Sonuç olarak performans toplumu ve mutluluk endüstrisi, günümüz toplumunun sosyal ve kültürel koşullarının bir yansımasıdır. Bu endüstri, bireylerin sürekli olarak daha iyi olma ve daha fazlasını elde etme baskısı altında oldukları bir toplumda yükselmiştir. Mutluluk endüstrisi performans toplumuyla birleşerek, bireylerin sürekli olarak kendilerini ve diğerlerini karşılaştırdıkları ve kendilerini daha iyi hale getirmek için çabaladıkları bir toplumu ortaya çıkarmıştır. Bu durum, bireylerin kendi içsel değerlerini ve ihtiyaçlarını görmezden gelmelerine ve endüstrinin sunduğu ürünlere ve hizmetlere yönelmelerine yol açmaktadır.

Sonuç

Performans toplumu ve mutluluk endüstrisi çağdaş toplumun ayrılmaz bir parçasıdır. Bireyler mükemmelleşme ve potansiyellerine ulaşma baskısıyla karşı karşıya olduğu bir bağlamda eylemde bulunmaktadır. Sürekli bir mükemmellik şiddetine maruz kalan birey, gündelik hayatta gayet normal olan olumsuz duygulardan utanç duymaya zorlanmakta, mutsuz, üzgün ya da kendi halinde olmayı bir utanç kaynağı olarak görmeye başlamaktadır. Sosyal medya araçlarıyla bir gösteri toplumuna dönen günümüz dünyası, kendini ne kadar gösterirsen o kadar varsın anlayışını adeta bir motto haline getirmiştir. Görünürlük ya da Han'ın tanımlamasıyla şeffaf bir toplum dayatması gündelik hayatın her anıyla paylaşılmasını salık vermekte ve bireylerin maddi nesnelere dışında kendi hayatlarını da tüketmelerine sebep olmaktadır. Şeffaf bir toplumda sürekli gözetlenen birey gözetim teknikleriyle sıkı bir şekilde kontrol edilmekte, reklamlarla hep daha iyi olmaya zorlanmakta, psikopolitik iktidar teknikleriyle baskı altına alınmaktadır. Kendini mutlu olmak zorunda hisseden birey, bu mutluluğa ulaşmak için modern dini spiritüel arayışlara, koçluk, yoga, pilates gibi çeşitli araçlara yönelmektedir. Her ne kadar moderniteyle beraber seküler bir dünya tasavvuru kurgulanmaya çalışılsa da son yıllarda artan dini hareket ve örgütlenme biçimleri istenen etkinin farklı sonuçlar doğurduğunu bizlere göstermektedir. Postmodern toplum tartışmaları bağlamında değerlendirilmesi gereken spiritüel arayışlar, dünyanın dinden arındırılmasına bir tepki olarak okunmalıdır. Sekülerleşme iddiasıyla gündemimize gelen modernite, dinin artık miadını doldurduğunu ileri sürmüştü, bunun

⁶⁰ Erving Goffman, *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*, çev. Devrim Kılıçer - Fahri Öz (Ankara: Heretik Yayınları, 2020), 26.

yerine ise akıl ve bilim temelli bir düzen kurmaya çalışmıştır. Yeknesak bir toplumsal dünya yaratmayı amaçlayan moderniteyle farklılıklar kendini aynı olanın içinde eritmek zorunda bırakılmıştır. Ancak tüm çabalara rağmen hem farklılıklar hem de dini hareketler toplumsal alandaki çatlaklardan sızmış ve yeni görünümlemlerle tekrar ortaya çıkmıştır. Klasik dinsel inanış ve uygulamaların yanında daha mistik ve farklı uygulamalar önemli bir alan olarak karşımıza çıkmıştır. Yoga, meditasyon, terapiler gibi farklı görünümlemlerin artışı modernitenin dinsel uygulamalar karşısındaki gücünü sorguya açtığı bir kanıttır. Bu bağlamda değerlendirilen spiritüel uygulamaların temel amacı mutlu olmanın yollarını sunmak olsa da unutulmaması gereken esas nokta bu uygulamaların mutluluk endüstrisinin bir parçası haline geldiğidir. Mutluluk endüstrisi, bireylerin kendilerini daha iyi anlamalarını sağlamayı ve böylece ruhsal refahlarını artırmayı amaçlasa da aynı zamanda hem olumlu hem de olumsuz sosyal ve psikolojik sonuçlar doğurmaktadır. Olumlu etkiler arasında öz farkındalığın ve genel mutluluğun artırılması, kaygı ve stres düzeylerinin azaltılması yer almaktadır. Olumsuz etkilerdeyse ürün/hizmetlere bağımlılık olarak kendini gösteren bir tüketici birey profili ortaya çıkmaktadır. Bireylerin aşırı tüketime dayalı eylemleri bir yandan ekonomik sorunlar diğer yandan da giderek hiçbir şeyden tatmin olmayan ve eğlence kültürü içinde canhıraş kendini göstermeye çalışan bireyler yaratmaktadır. Özellikle sosyal medya platformlarında gösterimin aşırılaştırılmasına varan çeşitli etkinliklerde bireyler hem eğlence kültüründen “nasiplerini” almaya hem de bu eğlence kültürünün bir parçası olmaya zorlanmaktadır. İçsel mutluluğa ulaşmanın yolu olarak yoga, meditasyon gibi spiritüel ve kişisel gelişim uygulamalarına yönelen bireyler, bu alandaki kurslara, programlara ve dijital uygulamalara büyük miktarda para harcamaktadırlar. Tabii yoga ve diğer uygulamalarda kullanılan malzeme fiyatları (kitap, CD, dergi, mat, blok, minder vb.) ciddi bir ekonomik girdi oluşturmaktadır. Günümüz toplumu bireye parası olanın mutlu olabileceği bir toplumsal dünya sunmakta ve herkesin buna uygun bir yaşam sürmesini adeta zorunlu kılmaktadır.

Kaynakça / References

- Aydemir, Feride. "Postmodern Tüketim Kültürü ve Kutsallık Biçimleri Üzerine Metateorik ve Kavramsal Bir Tartışma: Deneyim, Yaşam Tarzı ve Bireysellik Alanı Olarak Spiritüellik". *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* 36 (31 Aralık 2020), 53-76. <https://doi.org/10.17829/turcom.789706>
- Baudrillard, Jean. *Tüketim Toplumu*. çev. Ferda Keskin - Hazal Deliceçaylı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2021.
- Bauman, Zygmunt. *Modernlik ve Müphemlik*. çev. İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2020.
- Belliotti, Raymond A. *Happiness is overrated*. Londra: Rowman & Littlefield, 2004.
- Binkley, Sam. "Happiness, Positive Psychology and the Program of Neoliberal Governmentality". *Subjectivity* 4/4 (01 Aralık 2011), 371-394. <https://doi.org/10.1057/sub.2011.16>
- Cabanas, Edgar. "Rekindling individualism, consuming emotions: Constructing 'psytizens' in the age of happiness". *Culture & Psychology* 0 (15 Haziran 2016), 1-14. <https://doi.org/10.1177/1354067X16655459>
- Cengiz, Kurtuluş vd. *Türkiye'de spiritüel arayışlar: deizm, yoga, Budizm, meditasyon, reiki, vb.* İstanbul: İletişim, 2. Baskı., 2022.
- Coşkun, Başak. *Neoliberal İktidar ve Özne Foucault'nun İzinde Güçel Bir İnceleme*. İstanbul: Notabene Yayınları, 2019.
- Creswell, John W. *Nitel Araştırma Yöntemleri*. çev. Selçuk Beşir Demir - Mesut Bütün. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2021.
- Davies, William. *Mutluluk Endüstrisi*. çev. Müge Çavdar. İstanbul: Sel Yayıncılık, 2018.
- Dittmar, Helga. *Consumer Culture, Identity and Well-Being: The Search for the "Good Life" and the "Body Perfect"*. Psychology Press, 2007.
- Doğan, Elif. *Türkiye'De New Age Hareketi: Şifacı Grupların Sosyo-Ekonomik ve kültürel Tabanı Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme*. Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- Durmuşahmet, Anıl. "Gözetim Akışı: Byung-Chul Han'ın Disiplin Toplumu Eleştirisi Olarak Performans Toplumu ve Kültürel İklimlendirme". *4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* 0/20 (2022), 57-75. <https://doi.org/10.26650/4boyut.2022.003>
- Ehrenreich, Barbara. *Smile or Die: How Positive Thinking Fooled America and the World*. Londra: Granta Books, 2010.
- Erdoğan, Emre - Semerci, Pınar Uyan. *Toplumsal Araştırma Yöntemleri İçin Bir Rehber*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2021.
- Fowers, Blaine J. "Aristotle on eudaimonia: On the virtue of returning to the source". *Handbook of eudaimonic well-being*, 67-83.
- Fuchs, Christian - Trottier, Daniel. "Towards a Theoretical Model of Social Media Surveillance in Contemporary Society". *Communications* 40/1 (01 Mart 2015), 113-135. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0029>
- Goffman, Erving. *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet*. çev. Devrim Kılıçer - Fahri Öz. Ankara: Heretik Yayınları, 2020.
- Habermas, Jürgen. *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*. çev. Mithat Sancar - Tanıl Bora. İletişim Yayınları, 2015.
- Han, Byung-Chul. *Eğlencenin İyisi Batı Sanatında Ciddi / Eğlenceli İkiliği*. çev. Haluk Barışcan. İstanbul: Metis Yayınları, 2023.

- Han, Byung-Chul. *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*. çev. Haluk Barışcan. İstanbul: Metis Yayınları, 2020.
- Han, Byung-Chul. *Ritüellerin Yok Oluşuna Dair: Günümüzün Bir Topolojisi*. ed. Ahmet Öz. İstanbul: İnkı Kitap, 2023.
- Han, Byung-Chul. *Şeffaflık Toplumu*. çev. Haluk Barışcan. İstanbul: Metis Yayınları, 2020.
- Han, Byung-Chul. *Yorgunluk Toplumu*. İstanbul: Açılım Kitap, 2019.
- Hurwitz, Heather. "Self-Help Movements", 2016. <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegs209>
- Huss, Boaz. "Spirituality: The Emergence of a New Cultural Category and its Challenge to the Religious and the Secular". *Journal of Contemporary Religion* 29/1 (02 Ocak 2014), 47-60. <https://doi.org/10.1080/13537903.2014.864803>
- Illouz, Eva - Cabanas, Edgar. *Mutlu Yurttaş İmalatı Mutluluk Endüstrisi Hayatımızı Nasıl Kontrol Ediyor?* çev. Tufan Göbekçin. İstanbul: İletişim Yayınları, 1. Baskı., 2023.
- Kabakçı, Gökçe Zeybek. *Maksimum Korunma Korku Çağında Reklam*. İstanbul: İletişim Yayınları, 1. Baskı., 2019.
- Kozanoğlu, Can. *İnternet, Dolunay, Cemaat*. İstanbul: İletişim Yayınları, 1997.
- Martin, Courtney E. *Perfect Girls, Starving Daughters: The Frightening New Normalcy of Hating Your Body*. Simon and Schuster, 2007.
- Maturo, Antonio Francesco vd. "The Positive Medicalization: Digital Meditation". *Digital Health and the Gamification of Life: How Apps Can Promote a Positive Medicalization*. 105-131. Emerald Publishing Limited, 2018. <https://doi.org/10.1108/978-1-78754-365-220181008>
- Mihai, Coman. "Media, Religion, and the Public Sphere". *Religions* 14/10 (Ekim 2023), 1253. <https://doi.org/10.3390/rel14101253>
- Ritzer, George. *Modern Sosyoloji Kuramları*. çev. Himmet Hülür. İstanbul: De Ki Yayınları, 2018.
- Seligman, Martin EP vd. "Positive psychology progress: empirical validation of interventions." *American psychologist* 60/5 (2005), 410.
- Vázquez, Carmelo vd. "Psychological well-being and health. Contributions of positive psychology". *Anuario de Psicología Clínica y de la Salud/Annuary of Clinical and Health Psychology*, 5, 15-27.
- Wolfenstein, Martha. "The Emergence of Fun Morality". *Journal of Social Issues* 7/4 (1951), 15-25. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1951.tb02249.x>
- Woolfolk, Robert L. - Wasserman, Rachel H. "Count No One Happy: Eudaimonia and Positive Psychology." *Journal of Theoretical and Philosophical Psychology* 25/1 (2005), 81.



YAZAR KATKI ORANI BEYANI
(AUTHOR CONTRIBUTION STATEMENT)

Makale Bilgisi (Article Information): Performans Toplumunda Mutluluk Endüstrisi ve Spiritüellik

Makaledeki Yazar Katkılarının Yüzde ile Gösterilmesi (<i>Showing Author Contributions in the Article as Percent</i>)		1. Sorumlu Yazar (Responsible Author)	2. Katkı Sunan Yazar (Contributer Author)	3. Katkı Sunan Yazar (Contributer Author)
Çalışmanın Tasarlanması	Conceiving the Study	%50	%50	%
Veri Toplanması	Data Collection	%50	%50	%
Veri Analizi	Data Analysis	%50	%50	%
Makalenin Yazımı	Writingup	%50	%50	%
Makale Gönderimi ve Revizyonu	Submission and Revision	%50	%50	%

Not(e): Belgenin imzalı asıl nüshası makale süreç dosyalarında mevcuttur (*The signed original copy of the document is available in the article process archive*).