

Makalenin Dergiye Ulaşma Tarihi: 11.02.2016
Yayın Kabul Tarihi: 08.04.2016

Küreselleşen Dünyada Tüketimin Anlamsal Çözülüşü

The Semantic Dissolution of Consumption in The Globalizing World

Dr. Ömer SAĞLAM *

Öz :

Küreselleşmenin ülkemizdeki tüketim alışkanlıklarındaki etkileri de bilhassa zaman ve mekân kullanımındaki dönüşümlerle belirginleşmektedir. Bu bağlamda şu problemler araştırmamızın temelinde yer almaktadır: Küreselleşen dünyada Türk kültürünün tüketim özelliklerinden biri olan zaman ve mekân kullanımında ne gibi değişimler meydana gelmektedir? Aynı şekilde mevcut kültürün küreselleşmeye ne gibi tepki biçimleri söz konusu olmaktadır? Küreselleşme, görünen yönleriyle tüketim biçimimizi dönüştürmekle kalmıyor, gizil olarak da mevcut ilişkilerimizin yapısal dokusunda, zaman ve mekân algılamalarında, bu boyutların içerisindeki bireylerin kültürel bütünleşmesini zayıflatıp toplumdaki soyutlanmalarına da neden olabiliyor ve bilinçli eylemi aşındırıyor.

Anahtar kelimeler: Küreselleşme, Tüketim kültürü, Modernleşme, Zaman ve Mekânın Dönüşümü, Nicelleşme ve Soyutlanma

Abstract:

The Impact of Globalization in our country is also evident with the changes in consumption habits, particularly the use of time and space. In this context, our research base is located in the following problems: What kind of changes in a globalized culture of consumption in Turkey is one of the features which use the time and space in the world occur? What kind of reactions to globalization forms in the

* omer_saglam@hotmail.com

same way the current culture is concerned? Globalization does not just transform our aspects appearing consumption way, implicitly in the structural fabric of our existing relationship in time and space perception, individual cultural integration within these dimensions can be cause to weaken society abstraction and conscious action is eroding.

Keywords: Globalization, consumer culture, modernization, Time and spatial transformation, digitalization and isolation

Giriş

Küreselleşmenin tüm eylemlerde kaçınılmaz olarak etkilerinin hissedildiği bir zamanın içindeyiz. En gelişmiş kentlerden kırsal bölgelere, ileri yaşlılardan çocuklara, en üst eğitim kademesinden ilköğretim hatta ana sınıflarına, ulaşım biçimlerimizden iletişim özelliklerine kadar farklı alanlara bölünen tüm mekân ve ilişki biçimlerinde benzeşimlere dikkat çekilmektedir. Küreselleşme eylem dünyamızı kuşatan, başta ekonomi olmak üzere bütün kurumsal ilişkilerin etkilerini hissettiği bir olgudur. Özellikle tüketimin bu süreçte amacından soyutlanmasıyla beraber, nicellik niteliğinin her alanda önüne geçmekte, bilinçsel eylem alanı daralmakta, bedensel bütünlük zarar görmektedir. Tarihsel olarak da tüketim, Tanzimat'tan sonra modernleşme hareketleri ile tüketim biçimlerine dönüşmeye başlamış, dönemsel olarak farklılaşmalarla birlikte kültürel yapıya uyuşmayan yabancılaşma olgusu bu tüketim biçimiyle görünür hale gelmiştir. Dünyanın global bir köye dönüşmesi beraberinde “küreselleşme farklılıkları ortadan kaldıracak mı?” sorusunu da getirmektedir. Harvey (1992: 260-261), 1848'den sonra ortaya çıkan değişime dikkati çekerek, ekonomik, politik ve kültürel yaşamda zaman ve mekan anlamında yeni bir ayarlanma durumunun söz konusu olduğunu belirtmektedir. Harvey (1992: 285), tüketim arenasında önemli gelişmeleri belirtmektedir:

Sadece giyim, süslenme ve dekorasyon tüketimi alanında değil, yaşam tarzlarının sarmalanması eğlence biçimleri (boş zaman alışkanlıkları, sporting alışkanlıklar, pop müzik stilleri, videolar ve çocuk oyunları vb.) alanında da tüketim adımında önemli gelişmeler söz konusudur.

Burada basitçe bireyle nesne arasındaki ilişkinin ötesinde tüketimin alışkanlıkla iç içe geçtiğinin belirtilmesi önemlidir. Harvey, postmodern tarzlarda, düşünme, hissetme ve yapmada bizi farklı bir noktaya getiren bir dizi gelişme olduğunu ifade etmektedir (Harvey, 1992: 285). Bununla birlikte küresel kültürün zaman/mekân bağlamında kültürlerin üzerinde biçimlendirme etkileri belirli tarihsel koşullarla da değişkenlik gösterebilmiştir. “Dolayısıyla küreselleşme Batı'nın ekonomik ve kültürel çıkarlarının dünyanın geri kalanına hakim olması –yani zengin ve yoksul ülkeler arasındaki eşitsizliğin devamını sağlayan bir araç– olarak algılanmaktadır” (Özkırımı, 2010: 116). Bu açıdan bazı bilimciler ülkemizde küreselleşmeyi modernleşme çabalarıyla birlikte başlatma eğilimindedirler. Her ne şekilde olursa olsun şu anda köklü tarihsel bir değişim yaşadığımız, bu değişikliklerin bir bölgey-

le sınırlı kalmayıp hemen her yeri kapsadığı, faydaları gibi zararları da olduğu, tam anlaşılabilen ama etkisini hissettiren küresel bir düzene doğru sürüklendiğimiz ifade edilmektedir (Giddens,2000:13-19). Öyleyse her şeyi etkisine alarak tüketime yönelme kriterlerini de değiştiren bu olgunun temelinde nelerin rolü olduğu söylenebilir?

Tüketim ve hayat tarzı tercihleri, ayırım yapan yargılar içerir; kaldı ki bunlar aynı zamanda bizim başkalarına ilişkin kendi tikel beğeni yargımızı tanımlar ve sınıflandırılabilir kılar (Featherstone, 2013: 47). İnsanın sosyal bir varlık olması gerçeğinden hareketle Douglas ve Isherwood (1999: 108), “Talebi, malların sadece fiziksel özelliklerine bakarak asla anlayamayız. İnsan mallara, başkalarıyla iletişim kurmak ve etrafında olanları anlamlandırmak için ihtiyaç duyar.” ifadesiyle tüketimin iletişim biçimi ile olan ilişkisine değinmiştir. Böylelikle bir tüketim nesnesi basit bir fiziksel eşya olmasının çok ötesinde anlam ve işlevlere sahip olmaktadır. Sahlins, antropolojik çalışmasında Hawaiiilerle Britanyalıların birbirlerini ayırtırmada kullandıkları kültürel kodlara dikkati çekerken tüketim özelliklerini de ele almaktadır.

Her iki taraf için de ne giyildiği veya giyinilmediği, ne yendiği veya nasıl yendiği, nasıl bir evde oturulduğu önem taşıyordu... Antropolojide kültür/doğa ayırımının somutlaştığı klasik sahalara –örneğin giyinme, barınma yemek pişirme- işte bu yüzden yabancı bir kültürün etkisine girmenin (akültürasyon) can alıcı alanlarına dönüşmüştür (Sahlins, 2015: 60).

Küresel ilişkilerin rasyonel düşüncenin yaygınlık kazanmaya başladığı aydınlanma çağı ve bu çağda olgulara bakışın yeniden tanımlanmasıyla yakından bir ilişkisi olduğu ileri sürülebilir. Aydınlanma çağının hazırladığı bilimsel bilgi alanında yapılan çeşitli çalışmalar ve bunların teknikle birleşimi, ticaret alanında sağlanan birikimlerin de eşlik etmesiyle hızlı bir şekilde başta Avrupa devletleri olmak üzere bütün dünyayı etkisine alan sanayileşmesürecini de ortaya çıkarmıştır. Giddens (2000) bu sürecin 17. ve 18. Yüzyıllardan itibaren başlamakla beraber rasyonel düşünmenin geleneksel düşünceyi değiştirerek geçmişin alışkanlıkları ve önyargılarının yerine geleceğe yön verme duygusunun ağırlık kazanmasıyla gerçekleşebildiğini ifade eder. Tüketim biçimlerinin sanayi ilişkilerinden bağımsız olmadığı açıktır. 20. Yüzyılın başlarından itibaren hızla üretim biçimlerinin dönüştürmeye zorladığı tüketim özellikleri tüm toplumlarda aynı hızla değil ama yayılarak değişim göstermeye başlamıştır. “Zaman/mekân sıkışması”terimi, insanlık durumunun parametrelerinde süregiden çok yönlü dönüşümü özetler. Bu sıkışmanın toplumsal nedenlerine bakıldığında küreselleşme sürecinin genellikle varsayılan ortak etkilere sahip olmadığı gün gibi ortaya çıkacaktır”(Bauman, 2010: 8). Buradan küreselleşen dünyadan tek düze bir anlam çıkarmanın olanaksız olduğu anlaşılacaktır. “Zaman ve mekân kullanımları hem keskin şekilde farklılaşmış hem de farklılaştırmıştır” diyen Bauman (2010: 8), bu ilişkinin dönüşlü olduğu gerçeğini dile getirmektedir. Dolayısıyla yeni iş ve yaşam tarzlarının ortaya çıktığı bu dünyada insanlar önceden olduğu gibi esnek bir zamanve mekân kullanımında

bulunamazlar. Çünkü sürekli nicel değerlerle hesaplama yapmak zorunda olduğu ilişki ağlarının içerisindeyler. Yetiştirilecek uçaklar, bitirilecek görevler, hatta tüketilecek eğlenceler ve daha pek çok şey sınırlandırılmıştır.

Küreselleşmiş ekonominin ortaya çıkışı, yeni üretim, finans ve tüketim sistemlerine ve dünya çapındaki ekonomiye entegre olmayla ilgilidir (Robinson, 2007: 125). Ulus aşırı kültür kalıpları, pratik ve akışla küresel bir kültüre dayandığını belirten Robinson (2007: 125) ayrıca yeni ulus aşırı kuruluşların, çeşitli otorite yapılarının çok yönlü göç hareketlerinin ve küresel eşitsizliklerin söz konusu olduğuna dikkati çeker. Mekânın çok daha farklı boyutları kapsayarak yeniden tanımlandığı, bazı durumlarda ise ontolojik gerçekliğinin tamamen ortadan kaybolduğu bir süreç söz konusu olmaktadır.

İnsanın bilinç dünyasının ve iradesinin de bir şekilde bu kısıtlamalara maruz kaldığı böyle bir süreç nasıl ortaya çıkmıştır? Bu sürecin oluşumunda rol alan aktörler temelde kimlerdir ve kültürleri nasıl etkilemişlerdir? Elbette bu ve benzeri sorular çoğaltılabilir. Fakat bizim üzerine asıl eğildiğimiz konu küresel kültürün tüketimin boyutları, kültürel karakterleri ve sınırlarına olan etkilerini tespit etmektir. Küreselleşmenin temelini sağlayan ekonomik ve sosyal değişimler yukarıda belirtildiği gibi insanların ve toplumların düşünce biçimindeki evrilmelerle ilişkilendirilebilir. Burada mekânın ve zamanın nesnellliğini yitirmesiyle birlikte yönünün tam doğru biçimde kestirilmesi güç olsa da küreselleşmenin iki temel aktörü olduğu söylenebilir. Bunlar sanayi kapitalizminin gelişmesi sonucu ortaya çıkan ulus-devlet yapıları ve onların uluslar arası entegrasyon yapıları olan ulus üstü örgütler ve ülke sınırlarını aşan sermayenin temsilcileri olan tekelci kapitalistler, menajerler ve profesyonel yöneticilerdir (Bilgin, 2010: 179). Böylece endüstri çağının bir gereği olarak doğan kapitalist ilişkilerin temel aktörleri olan şirketler ulus sınırlarının ötesine ulaşarak güçlerini pekiştirmekte ve bunu sağlayan yönetici faktörleriyle kendilerini göstermektedirler. Amaç piyasanın koşullarında kendi güçlerini daha etkili kılmak olduğu için bu kuruluşlar, zaman ve mekânın sınırlarının azalmasının da avantajlarıyla gündelik hayatlarımızda daha çok görünmektedirler.

Coca Cola, General Motors, Mitsubishi gibi ulus aşırı şirketler dünya ekonomisinin büyük bir bölümünü kontrol etmekte olduğu belirtilmektedir. Uluslar arası şirketler ekonomik alandaki küreselleşmenin baş aktörleri olarak dünya ticaretinin üçte ikisini finanse ederler, ayrıca teknolojinin dünyaya yayılmasının araçları olarak görülebilir (Giddens, 2005: 56). Burada Coca Cola örneği üzerinde duracak olursak, tüm dünyaya bir şekilde yayılarak tüketim kültürlerinin üzerinde belirleyici etkisini gözlemlemek mümkündür. Belki de bir tek ürünün yer küresel olarak bu denli yaygınlaşması küreselleşmenin ya da küreselleştirmenin bir sembolü olarak da okunabilir.

Küreselleşmenin tüketim dünyasında gözle görünür bir tek tipleştirmenin ortaya çıkmasını zorlamasında kuşkusuz rasyonalitenin tüm ekonomik ilişkileri kârlılıkla eşdeğer olarak dönüştürmesi önemli bir etkidir. Liberalizmin gerektirdiği

rekabet olgusu şirketleri daha yüksek iştahla pazarda söz sahibi olmaya zorluyor. Aslında küreselleşmesi özü itibariyle pragmatik bir eylemi de gündeme getirmektedir. Dünyanın dört bir yanında milyonlarca insanın İngilizceyi gittikçe artan oranda ortak bir konuşma dili olarak benimsemelerinde faydacı gerekçelerin belirleyici olduğu kesindir (Berger, 2003:11). Ülkemizde de pek çok gencin yabancı dil kurslarına, özellikle dünya dili haline gelmiş olan İngilizceye hem zamanlarını, hem emeklerini hem de parasal kaynaklarını yatırmalarında elbette ileride yüksek gelirli, prestijli mesleklerle girişin ön gerekliliğinin bu dili bilmek olduğu önemli bir etkidir. Featherstone, küresel kültürün tüketim çerçevesinde insanları tek tipleştirdiğini “atomize etme” kavramıyla açıklar:

Buna göre ailedeki ve özel hayattaki geleneksel bir aradalık biçimlerinin yanı sıra, yüksek kültürün en iyi ürünlerinin sağlamaya çaba gösterdiği mutluluk ve doyum vaadi, “büsbütün farklı bir öteki özlemi”, en düşük ortak paydayı hedefleyen ersatz (yapay), kitlesel olarak üretilmiş meta kültürüne katılan atomlaşmışmani-püle edilen bir kitle doğurmuştur (Featherstone, 2013: 40).

Ülkemizde küreselleşmenin aslında Osmanlı'nın son dönemlerinde daha da yoğunlaşan modernleşme çabalarından ayrı tutulması söz konusu olamazken bu sürecin Avrupa'da on altıncı yüzyıllara dayandığı ileri sürülmektedir (Karpat, 2011: 93). Bununla birlikte yapısal koşulların yeterince hazır olmaması dolayısıyla biraz da düzenin meşrulaştırma aracı olarak da kullanıldığı bu hareketler tek yönlü olarak yukarıdan aşağıya doğru bir biçimlendirmeyi de ifade etmesinden dolayı eleştirilmiştir. Bazı aydınlar bu nedenlerden dolayı bir Batılılaştırma biçimine, pozitivist bakış açısıyla gerçekleştirilen bu toplum mühendisliği çalışmalarının başarısız neticeliğini düşünmüşlerdir (Küçükömer, 2002: 14).

Bununla birlikte Cumhuriyet döneminde devletçilik ilkesinin desteğiyle ticaret ve sanayi alanında yaratılmaya çalışılan kapitalist temeller uzun bir dönem ekonomik anlamda yeterince gelişmelerin sağlanamaması ve yapısal koşulların bulunmaması nedeniyle hedefine ulaşamamıştı. Çok partili yaşamla ortaya konulan liberal politikalar az da olsa sanayileşme atılımlarını güçlendirmiş, yatırımlara yön vermiş, kredi olanaklarının da desteği ile sınırlı da olsa sermaye birikiminin oluşmasına zemin hazırlamıştır (Karpat, 2010: 523). 1970'li ve özellikle 1980'li yıllardan sonra Özal'la birlikte belirginleşen liberal politikalarla küreselleşmenin daha çok kültür dünyamızda adını duyurduğunu söylemeliyiz. Burada sadece bir politik aktörden daha ziyade dünya sisteminde ortaya çıkan değişimler; bilgi ve teknolojinin hızla gelişimi, iletişim ağlarının yaygınlaşması ve bunun yapısal olarak toplumdaki koşulları hazırlamasının etkili olduğu ileri sürülmektedir (Bilgin, 2009: 176). İnsanların küresel dünyaya adımlarını atmalarında iletişim teknolojilerindeki çığır açıcı gelişmeler önemli olmuş, hızla yayılan bu yeni trendin etkisinden kaçınmak imkânsız hâle gelmiştir.

Teknolojinin getirdiği ulaşım ve iletişim araçlarının çok daha hızlı bir şekilde yaygınlaşmasıyla beraber bölgeler arası mesafelerin azalması ve zamanda görülen daralma bu dönemden sonra daha da hızlanmıştır. Aslında ülkemizde yoğunla-

şan bu yeni trendle beraber kendisini bize bir şekilde kabul ettiren dışa açılmanın getirdiği ekonomik ilişkilerin önemli etkisi olduğundan şüphe yoktur. Yükselen küresel kültürün hem elit hem de popüler araçlarla yaygınlaştığını ileri süren Berger(2003) her ülkede iş adamları ve meslek sahipleri arasından çıkmış hırslı gençlerden oluşan küresel ağ sistemine gönderme yapar. Daha önce sınırlı bir grup tarafından temsil edilen sermayenin toplumsal tabana daha fazla yayılmasıyla birlikte ülkemizde de rekabetin yoğunlaşması ürünlerin nicelik ve niteliklerinin de değişmesini zorunlu hâle getirmiştir. Öncelikle yatay ve dikey mobilitenin artması mekânın konumunu da eskisine benzememek üzere farklılaştırmıştır.

Bu çalışmada öncelikle küresel kültürün ortaya çıkışı ve tüm toplumların kültürel özelliklerini, bilhassa da tüketim tarzlarını nasıl dönüştürdüğüne değinilmiştir. Burada küreselleşmenin aktörlerinin neler olduğunu ve küresel kültürü hazırlayan koşullara kısaca vurgu yapılmakla beraber etki alanının hangi boyutlarda toplumlara yansıdığı temel alınmaktadır. İkinci bölümde küreselleşme sonucu toplumumuzun kültür özelliklerinde yaşadığı değişimler modernleşme ilişkisiyle beraber ele alınmaktadır. Son bölümde ise küresel kültürün zaman ve mekân kullanımında aldığı yeni biçimlerle olumlu işlevle taşıyıp taşıyamayacağı tartışılmakta ve son kısımda bir değerlendirilmeyle çalışmanın genel sonuçlarına değinilmektedir.

METOD

Bu çalışmada küresel hâle gelen kültürün tüketim biçimlerine etkisine zaman ve mekân özelinde ele alınmaktadır. Dolayısıyla küresel kültürün toplumumuzdaki zaman ve mekânın dönüşümüyle zorunlu hale getirdiği yeni ilişki biçimlerinin ne şekilde toplumsal yapıyla bütünleştiği yorumlayıcı yaklaşımla değerlendirilmektedir. Araştırma literatür taraması temelinden yola çıkarak temel problemlerle ilgili değerlendirmelerin incelenmesini amaçlamaktadır. Araştırma küreselleşmenin başat aktörlerini, etki alanını bazı sayısal göstergelerle ifade ederek başlamaktadır. Daha sonra tüketimin bu küresel boyutun neresinde olduğu incelenmekte, tüketim biçimlerinin dönüşümüne değinilmektedir. Aynı zamanda insan hayatının nicelleşmesi, soyutlanması, bedensel bütünlüğünün ve bilincin parçalanması ile küresel kültürün ilişkisi değerlendirilmektedir. Bununla birlikte küreselleşmenin ülkemizde ne şekilde tüketim biçimlerine yansıdığı tarihsel bağlamıyla ele alınmakta, çeşitli edebi eserler üzerinden değişen bir tüketim biçimi tespit edilmeye çalışılmaktadır. Daha sonra ise küresel kültürün toplum hayatında işlevsel olabileceği noktalar kısaca tartışılmakta ve son olarak ortaya çıkan sonuçlar değerlendirilmektedir.

I.BÖLÜM

I.KÜRESEL KÜLTÜRÜN OLUŞUMU VE TÜKETİMİN DÖNÜŞÜMÜ

Küresel kültürün mekân ve zamanın dönüşümünde oynadığı role geçmeden önce böyle bir oluşumun nasıl başladığı üzerinde kısaca durmak yararlı olacaktır.

1.1. Mekânın Farklılaşmasının Başlangıcı

Küreselleşmenin tarihi insanınmekânla olan ilişkisinin dönüşüm tarihi olarak da düşünülebilir. Belki de 16. yüzyıldan itibaren Avrupa'da pragmatik amaçlı olarak öne çıkan kıtalar arası yolculukla başlayan sürecin mekânlarda daha büyük değişimlerin ilk adımları olduğu tahmin edilemezdi. Henüz feodalitenin söz konusu olduğu dönemlerde ticaret amacıyla doğuya gidip oradaki malları Avrupa'ya taşıyan tüccarlar herhalde dönemin otoriteleri ve kendi saygınlıkları açısından çok da arzu edilebilir bir durumda değildiler (Erdem, 2009: 43).¹ Böyle bir ortam elbette ki ticaret açısından çok da cazip bir durum ortaya koymuyordu. Ancak zamanla kent merkezlerinde daha fazla güç kazanan tüccarlar merkezi kralla olan pragmatik ilişkilerinden de yararlanarak konumlarını pekiştireceklerdir.

Francis Drake'in gemi ve yelkenli ile yerküreyi denizden dolaşması üç yıl sürmüştür. Bugün elektronik medya ile aynı yolculuk sanal araçlarla bir saniyenin en küçük diliminde yapılabilir. Bu teknolojik bütünleşme biçimi bağlamında yerel ile küresel arasındaki ilişki daha yoğun ve daha çabuk olmuştur (Back, 2012).

Böylece kent merkezlerinde oluşan ve artık bir derebeyine bağımlılıktan uzaklaşmış, yeni bir mekânda kendi yaşam mücadelelerini verecek bir burjuva sınıfı gelişmekteydi. Aydınlanma sonrası daha çok önem kazanan rasyonelleşme ve Kant'ın ifadesiyle "*kişinin ergin olmama durumundan kendi aklını kullanarak çıkması*" yeni bir sürecin de hazırlayıcısı olmaktadır. Ticaretle mekândan kopuşun başladığı ve sanayileşme sürecinde hız kazanan bu soyutlanma sonraları da başka biçimlere dönüşecekti. İnsanlar daha iyi yaşam standartları için ya bizzat kendi istekleriyle ya da bazen baskı ile yüzyıllardır bütünleştikleri mekânları terke başladıkları gibi zaman algıları da farklılaşacak, tüm boyutlar yeniden tanımlanacaktır. Kentlerde ticaretin sağladığı olanaklarla tekniğin ve bilimin ilerlemesinin bütünleşerek üretim yapılarını tarımsal olandan sanayiye çevirmesiyle küreselleşmede kendini daha yakından hissettirir. Sanayi çağı kişinin işle yaşam alanları arasındaki farklılaşmasını yeni boyutlara taşımıştır. Bu arada dünya savaşlarında da mekânlar sık sık yer değiştirecek, aktörler yeni sistemde kendilerince ekonomik ve siyasal temeller belirleyerek stratejik olanları yoğun bir alan mücadelesinin içinde olacaklardır.

Sanayi öncesi dönemlerle, sanayi sonrası dönemin ilişki biçimleri ve tüketim özellikleri farklılaşmıştır. İnsanların zenginliklerinin yaşam tarzını belirlemesi doğal olmakla beraber küreselleşme burada mekânsal konumlara göre tüketim

¹ Hatta bu uzun yolculuklarda ayaklarındaki tozlarından dolayı aşağılanmayı da beraberinde getiren bir lakaba maruz kaldılar; *ayağı tozlular* (Erdem, 2009: 43).

biçimlerini de dönüştürmüştür. Bir zamanlar genelde olduğu gibi İstanbul'da da gösterişçi tüketim sayesinde zenginliklerini alt tabakadakilere açıkça sergilemekten çekinmeyen, Mercedes, Cadillac gibi arabalarla insanların arasında gezinti yapmaktan hoşlanan insanlar olduğu gibi, köşk, malikâne gibi lüks binaların da diğerlerinden mekânsal olarak ayrılmaması söz konusuydu (Kurtuluş, 2011: 96). Bunun elbette toplumsal bir bütünleşmenin her şeye rağmen devam ettiğinin de göstergesi olduğu düşünülebilir. Buna karşın günümüzde yüksek duvarlar, güvenlik sistemleri, ayrılmış mekânlar ve alt sınıfların seyrine imkân vermeyen daha pek çok sınırlandırıcı etkene vurguda bulunmak mümkündür (Kurtuluş, 2011). Zaman içerisinde tüketim biçimleri mekânların dönüşümüyle paralel olarak dönüşmektedir.

Küresel seyahatlerin ve iletişimin yaygınlık kazanması mobilitayı hızlandırmıştırdan dolayı birçok alanda olduğu gibi tüketimde de alternatifleri de çoğaltabilmektedir. Artık yalnızca nesnel ürünlerin değil kültürün de ulus aşırı boyutları söz konusu olmakta, söz gelimi evliliklerde bile global etkileri görmek mümkün olmaktadır. Böylece hareketliliğin daha bir yoğunlaştığı, mekânsal anlamda sınırların tamamen ortadan kalkmamakla beraber esneklik kazandığı, ilişki biçimlerinin bile ulusaşırı bir niteliğe dönüşümünden söz etmek mümkündür.

Küreselleşmenin, ülkeler arasında yükselen etkileşimi ve birbirlerine bağımlılığı olduğunu ifade eden Scholte (2002: 11), uluslar arası iletişim, yatırım, ticaret ve seyahat boyutunun bulunduğunu belirtir. Ayrıca küreselleşme yayılan ürün ve deneyimlerin sayısının artmasına ve sınırların ortadan kalkmasına işaret eder. Bu anlamda insanlar artık mekanı eskisi kadar eylemleri için gerekli görmeyecekler ya da daha esnek algılayacaklardır. *“Uzamin geçmişte iletişime engel ya da bir sınır olarak taşıdığı önem artık geçerli değildir”* diyen Bauman (2001/2011: 51) da bu yeni durumu farklı bir ifade ile ortaya koymaktadır. İşte bu tek mekân algısı kültürün yaşam üzerindeki etkilerini de farklılaştıracak, bireylerin eylemlerini yönlendiren dinamikleri de değiştirecektir.

1.2. Küresel Kültürün Önemli Aktörleri

Küreselleşme sözcüğü genelde ilk olarak ABD'yi akla getirmektedir. Giddens (2000: 15) ise küreselleşmenin motoru olarak Batıyı, siyasal ve ekonomik güç olarak ise Amerika'yı göstermektedir. Küresel kültürün günümüzde ivme kazanmasıyla birlikte yansıyan en temel özelliklerinden birisi şüphesiz tüketimde eşitsizliği keskinleştirdiği ileri sürülen aktörlerdir. Bunu doğrulayan bir ifadeye baktığımızda şöyle bir tabloyla karşılaşırız:

1999 yılında BM tarafından yayımlanan İnsan Gelişimi Raporuna göre dünyadaki zengin ülkelerde yaşayan nüfusun yarısı, fakir bölgelerde yaşayan insanların 74 katı daha fazla gelire sahiptir. 1990'lı yılların sonlarında dünya nüfusunun yüzde 20'si tüm dünyadaki tüketimin yüzde 86'sını gerçekleştirmiştir (Giddens, 2005: 68).

Dolayısıyla bölgeler arasındaki korkunç uçurumu ortaya koyan bu nitelik kazancın tüketim tarzına da yansiyarak mekânlarda yeni bölünmelerin ortaya çıkışına da etki edeceği şüphesizdir. Birçok Batı toplumunda yoksullar yeterince tüketemeyen ve toplumun normlarını paylaşamayan insanlardır (Erdem,2009b: 329). Bu durumda tüketememek sosyalleşme problemini de ortaya koymakta, topluma entegre olamayanayrıştırılan, ötekileştirilen öznelere davetiye çıkarmaktadır. Zaman ve mekân standartlarına uygun giyinmek ancak sunulanları alabilme kapasitesi, gücüyle bağlantılıdır². Öyleyse diyebiliriz ki imkânı olmayan aslında toplumda aynı zaman ve mekânı yaşayamayan onun dışında kalan kişileri göstermektedir.

Bir tarafta artan tüketim dışlanmışlığı söz konusu iken diğer tarafta yeni bir hırslı ürünlerini daha geniş alanlara taşıma çalışmasında bulunan küresel aktörlerin paradoksal durumundan söz edilebilir. Günümüz toplumlarında belirgin bir ölçekte popüler kültür biçiminde yayılarak etkili olan küresel kültürün taşıyıcılarına Adidas, McDonald's, Disney, MTV gibi şirket devlerini örnek verebiliriz (Berger, 2003: 14). Elbette ki bunun hayatımızdaki yansıması üretilen bu ürünlere karşı konulmaz bir biçimde teslim oluşumuzdur. Berger (2003: 14), Şili'de televizyonlu evlerin oranınının 1970'te yüzde 10,3 iken, 1999'da yüzde 91,4 olduğunu ve yayımlanan programlarda yerel olanların sayısının Amerikan medyası içeriğine göre çok az düzeyde olduğunu açıklamaktadır. Bu durum da açık olarak küresel aktörlerin yerel kültürleri ne şekilde gölgede bıraktığının göstermektedir. Bireylerin ve toplumların bilinçli benimsemesi dışında, onlara dayatılan medya bağımlılığı ile kabul ettirilen yaşama tarzı, Batı ve ABD kaynaklı kültürel değerleri ve kodları yansıtmaktadır (Erkal, 2007: 26-27.) Bir hamburger bazen sadece bir hamburger olarak gözükebilir ancak doyum sağlanan bu tüketim maddesinin mevcut kültürün inanç biçiminin yasakladığı nesnelere içermesi de mümkün olabilir. Bu durumda hamburger yemek sadece karnını doyurmanın ötesinde farklı bir kültürün iç dinamiğine kendini kaptırmak haline gelir. Ayrıca bir Disney çizgi filminin çocuklar için sadece bir çizgi film olarak değerlendirilmesi içerikte sunulan sembollerin kültürel biçimi düşünülürken medyanın kültürel dönüşümdeki rolünü hafife almak demek olur.

Küreselleşmeyle karşı karşıya kaldığımız dev şirketlerin piyasadaki ekonomik ağırlıkları aslında ne kadar büyük bir mücadelenin, tüketimi çılgınlaştırma kampanyalarının ne denli etkili olduklarını göstermektedir. Örneğin fastfood restoranları ile dünyanın geri kalan bütün kısımlarında egemen olmayı hedefleyen McDonald's'in 1993 yılındaki toplam satış cirosu 23,6 milyar dolar, kârı ise 1,1 milyar dolardır (Ritzer,2011: 23). Böyle bir ekonomik gücün ulaştığı rakamlar da hayret vericidir. 1992'de Moskova'da açılan bir restoran şubesinde günde 30 bin hamburger satılırken aynı yıl Pekin'de açılan bir restoran 40 bin müşteriye ulaşarak rekor kırmakla kalmıyor, 700 iskemle, 29 yazar kasa ve 1000 çalışmanı da içine alacak sıra dışı bir mekânda bu hizmeti sunuyordu (Ritzer, 2011: 29). Dolayısıyla şirket büyük bir insan akışını taşıyabilecek yüksek bir kârlılığı sağlayacak biçimde mekânlar oluşturarak hareket etmekteydi.

² (Erdem, a.g.e: 330).

İletişim açısından küreselleşmenin belirleyicilerine baktığımızda Atlas Okyanusu ve Pasifik Okyanusu ötesi kablo ve uydular aracılığıyla sağlanan etkileşimler dikkat çekicidir. Dünya telefon trafiğinin % 75'i Avrupa, ABD ve Japonya arasında yer alırken 1995'de OECD ülkeleri için her yıl ve kişinin telefon görüşme dakika ortalamaları, 36,6 dakika, dünya ortalaması, 7,8 dakika, Sahra aşağısı Afrika devletleri için ise 1 dakikadan az olmaktadır (Borbalan, 2009a: 378). Buradaki göstergeler iletişim ağının gelişmiş ülkeler açısından diğerleri ile arasında ne kadar derin bir fark oluşturduğunu açıklamaktadır. Aynı verileri internet açısından da düşünebiliriz. 2002'de dünyanın toplam 554 milyon kullanıcılarından, 180 milyonu ABD ve Kanada'da, 155 milyon Avrupa'da 144 milyon Asya'da 65 milyon ise dünyanın geri kalan yerlerinde bulunmaktadır (Borbalan, 2009a). Bu göstergelerin bugün çok daha ileri düzeye ulaştığı kolaylıkla tahmin edilebilir.

Global iletişim biçimlerinin bu şekilde hızla yaygınlaşması tüketim kültürünü etkileyerek yeni ağlar oluşturmakta ya da eski ağları sekteye uğratabilmektedir. Hassner'e göre modernleşmeye bağlı olarak ortaya çıkan küreselleşme, teknik ilerlemenin etkisiyle fert bugün kendini, ailevi milli, dinsel ve kültürel hareket noktalarından koparılmış, karmaşık bir dünyadaki acımasız rekabetin etkisine terk edilmiştir (akt. Borbalan, 2009b: 396). Küresel hız günümüzde bireyleri ve toplumları kendi seçimlerini yapmaya imkân vermeyecek kadar süratle dönüştürmektedir. Bu anlamda küreselleşmenin tüketim açısından yeni bakış açıları ortaya koyup koymadığını ele almaya başlayabiliriz.

1.3. Tüketime Amacından Soyutlanması

Tüketim kelimesi, latince, "bütünüyle soğurmak, yiyip bitirmek, ziyan etmek harcamak" anlamına geliyor (Williams, 2012: 111). "Tüketim, insanlar, kurumlar ve toplumlar tarafından tüketilen mallara, hizmetlere, enerjiye ve kaynaklara gönderme yapar" (Giddens, 2012b: 995). Bu mal ve hizmetlerin sonuna dek ortadan kaldırılması ve yeni tüketimleri de döngüsel olarak ortaya çıkardığı bir gerçektir. Bu tüketim oranları son yıllarda muazzam boyutlara ulaşmıştır. "Yüzyılın sonuna geldiğinde özel ve kamusal tüketim giderlerinin toplamı 24 trilyon doları buluyordu. 1975'deki düzeyin iki katı ve 1950'dekinin altı katı" (Giddens, 2012b: 995). Bu bağlamda tüketimin muazzam olarak yükseldiği ve daha da yükselebileceği düşünülürse kendi sınırlarının da tartışılması söz konusu olmaktadır.

Normal koşullarda yaşamımızı devam ettirebilmemizin bir araç olan tüketim, sanayileşme sonrasında dönüşerek bu işlevinin çok ötesine ulaşmıştır. İnsanlara farklı mekânlara bile gitmeden tüketme kapılarını sonuna kadar açan bu süreç küreselleşmeyle birlikte çok daha ileri boyutlara ulaşmıştır. Bu süreçte tüketim eylemlerimizin bizzat amacı haline gelmektedir. Günümüzde tüketiciye sunulan nesnel gerçeklik de ortadan kalkmakta, sanal hizmetleri de kapsayan çok daha genel bir tanımlama söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla insanlar önceki dönemlerde ihtiyaç duymadığı ürünleri de artık tüketme zorunluluğu ile karşı karşıyadırlar.

Bazı durumlarda nesnelere daha iyi baştan çıkarmak için düzensizliği taklit eder, ama her zaman yönlendirici kanallar açmak, satın alma itkisini nesnelere ağına yöneltmek, baştan çıkartmak ve kendi mantığına uygun olarak, yapabileceği en yüksek yatırıma ve ekonomik potansiyelinin sonuna kadar götürmek için düzenlenir (Baudrillard, 2008: 18).

Bu ifadeyle tüketimin bireyin tüm olanaklarını sonuna kadar eriten boyutu gözler önüne serilmektedir. “Bugünlerde kafa yorduğumuz ikilem, insanın yaşamak için mi tükettiği, yoksa tüketebilmek için mi yaşadığı, yani yaşama ve tüketmeyi birbirinden hala ayırabiliyor ve ayırma ihtiyacı duyuyor olup olmadığı-mız sorusudur” diyen Bauman (2010: 93), tüketimin yaşamadan daha öncelikli bir amaç haline getirilmesinin önemine dikkati çekmektedir. Bauman (2010: 94), ““şimdi”nin zamanı sıkıştırma teknolojisi tarafından sağlanan göz kamaştırıcı başarısı ile tüketime endekli ekonominin mantığı arasında doğal bir rezonans vardır” ifadesiyle tüketimin hızlılığı ve cazibesi arasında doğal bir ilişki olduğunu da vurgulamaktadır.

Kowinski ise tüketimin amacından soyutlanmasına dinsel rolle bütünleştirilmesi açısından yaklaşır. Ona göre içlerinde fastfood restoranlar bulunan alışveriş merkezleri tüketimi dönüştürmüş, adeta “tüketim dinleri”nin ibadetlerinin yerine getirildiği “tüketim katedralleri” haline gelmişlerdir (Kowinski, 1985: 218)³. Böylece küresel kültür tüketimi kutsallaştırarak insanların ibadet yerlerine benzer bir biçimde alışveriş mekânlarını yüceltmektedir. Böylece mekân yeniden tanımlanarak bireylerin kültürel pratiklerini ve algılarını da değiştirmektedir. Bu örneklerden de anlaşılacağı gibi mekânın dönüşerek bireyin yaşamında yeni sosyal, kültürel ortamlarla özdeşleştirildiği vurgulanmaktadır. Bauman da genişleyen tüketime ve hayal gücünü de dönüştüren yönüne dikkati çeker:

geniş ve genişleyen bir “telafi edici eğlenceler spektrumu” vardır. Zorlayıcı alışveriş eğilimi bunların arasında öne çıkar...Alışveriş seferleri, alternatif daha güvenli insani ve adil bir topluma –artık hayal gücünün üstlenmediği- seyahatlerin bıraktığı boşluğu doldurmaktadır (Bauman, 2001/2011: 186).

Tüketimle dini pratikleri arasında benzer ilişkiler bazen birbirini pekiştirmek şeklinde de ortaya çıkabilmektedir. İnsanlar yemek yemenin bir eğlence olduğunu görmekle kalmıyor, tüketmeyi ayrıca inanç duygularını bu yolla tatmin etmenin bir aracı haline de getirebiliyorlar. Sözelimi hasta çocuklar için Roland Mc Donald Evleri gibi hayırseverliği dolaylı olarak gerçekleştirdiklerine inandıkları eyleme yönlenebiliyor (Ritzer, 2011: 29). Dolayısıyla tükettikçe hayırseverliğe yöneldiğimiz de pekiştirilirken, yaşamımızda bir eylem de amacı dışına çıkararak başka bir eylemin- dinsel pratiğin- içerisine katılmış olmaktadır. Bunu Türkiye’de birçok yerde hayırseverlik adına yapılan tüketim kampanyalarında da görebiliriz. Ancak bu kampanyaları diğerinden farklılaştıran unsur organize sahiplerinin yerel

³ Kowinski, William, Severini (1985). *The Mall of America: An Inside look at the Great Consumer Paradise* (New York: William Morrow and Company).

unsurlarını da seferber ederek işin içerisinde olmasındır. Aynı şekilde Schmidt'de Noel gibi dinsel bayramlar, günümüzde, ruhsal olmaktan çok tüketimin kutsanması şeklinde değerlendirilmektedir (Edles, 2006: 56). İnsanlar yılbaşlarında olduğu gibi Sevgililer Günü'ne, Anneler Günü'ne ya da diğer benzer günlere de çeşitli kutsal ya da duygusal anlamlar yükleyerek değerlendirirlerken aslında "tüketim ayartısı" nı tüketmekle değerli bir şey yaptığına inandırılmakta olduklarının farkında olmamaktadırlar.

Tüketimin amacından uzaklaşarak bir oyuna dönüşmesi de pek tabii ki mümkündür. Burada hedeflenen bazı durumlarda somut nesnelere ya da mülkler olmanın ötesine geçerken, tüketiciler de heyecan derleyicileri olarak nesnelere ancak "tali" ve "ikincil" anlamda "koleksiyoncuları" olmuşlardır (Bauman, 2010: 96). Tüketimin ihtiyaç zamanında değil de çok sonrasında bırakıldığı, ancak alışverişin amaçlaştığı, ürünü tüketmenin ertelendiği süreç yaşanır. Aslında bunu özellikle giyim alanındaki seri sonu indirimleri örneğinde de görmek mümkündür. Şu an için kullanım amaçlı değil gelecekte tüketmek üzere birçok alışveriş bu amaçla yapılır. Tüketimin ikincil olup değişimin temel olduğu bu yeni bakış açısı birçok eylemde dışa vurulur. Değiş-tokuş sevgisi mülk edinme sevgisinin önüne geçtiğinden dolayı insanlar buldukları ilk fırsatta satmak amacıyla araba ya da ev almaktadırlar (Fromm, 1996: 139). Aslında böylece ürüne ya da ürünün kendisine sağladığı yarara değil, gelecekteki kârlılığa odaklanma söz konusu olmaktadır. Adam Smith'in alışverişi insan doğasının bir yanı olarak görmesine karşılık Fromm⁵ mübadeledeki çağdaş insanın toplumsal kişiliğinde yatan soyutlaştırmaya ve yabancılaştırmaya dikkati çeker. Alım satımın amaç haline gelmesine bir başka açıdan yaklaşacak olursak, değişim yaygınlaşarak satılamayan ve satın alınamayan, karşılıksız verilen ve çoğunlukla iade edilen şeylere günümüzde kimsenin ihtiyacı kalmamıştır (Baudrillard, 2009: 267). Bu durumda ürünlerin değişim değeri amaç haline gelmiş, kullanım amacı değişim amacının gerisine itilmiştir. Tüketim mekânları olarak hipermarketlerdeki yaşamı anlatırken Baudrillard öznenin sosyal etkileşimden koptuğunu vurgular.

Bu hipermarketlerde yalnızca ön sahne⁶ düzenlemesiyle uğraşan, yani boşalan rafları düzenleme işinden sorumlu insanlar vardır. Bunlar tüketicilerin açtığı delikleri tıkamakla görevlidirler. Bu derinlikten yoksunluğa bir de "self-service" olayını ekleyin, yani her yeri birbirine benzeyen, alıcıyla satıcının karşı karşıya gelmeyip, insanlarla şeylerin bir araya getirildiği dolaysız bir güdüleme mekanını (Baudrillard, 2010: 111).

Baudrillard (2010: 112), hipermarketlerin "toplumsal yaşam ve birlikteliğin dağınık işlevlerini (iş, boş zamanları değerlendirme, beslenme, sağlık, ulaşım, medya, kültür) tek bir homojen çatı (zaman/mekân) altında buluşturma modeli" olarak

⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz. Schmidt, Leigh Eric. (1985), *Consumer Rites*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

⁵ Fromm, a.g.y.

⁶ Bu konuda E. Goffman'ın ön sahne ve arka sahne mekan ayrımını ifade eden bakışı çok önemlidir.

ortaya koyduğu denetime dikkati çeker. Yapılan bir araştırma tüketimin bireyler arasında statü göstergesi olarak nasıl algılandığını ortaya koymuştur. Kristal avize ve İskandinav koltuk takımlarının yeni orta sınıfın önemli ürünleri olarak aktarılmasıyla aynı semtte oturanların benzer olarak bu eşyaları kullanmaya başlamış olmaları tesadüf değildir (Odabaşı,1999: 43). Buna benzer bir durumu okul çağındaki çocukların giyim ya da eşya konusunda belirli markaları tercih etmelerinin yaygınlaşmasıyla da örneklendirebiliriz. Tüketim etkisiyle bir yerlere geldiğiniz duygusunu oluşturabilir, medya ve reklamlarla tükettikçe yükselebileceğiniz imajı uyandırılabilir (Odabaşı, 1999: 111). İnsanlar kendilerini böylece üst tabaka insanlarla aynı yaşantıyı paylaşıyor hissine kaptırmış da olmaktadır. Bununla birlikte tüketimin yol açtığı bir diğer dolaylı etki de televizyon dizi, spor ve eğlence programlarını günümüzün diğer serbest zamanlarına taşıyarak sözgelimi arkadaşlarla çay sohbeti sırasında da bu konuları gündeme getirerek (Odabaşı, 1999: 114), ey-lemlerimizi farklı bir açıdan gerçek dünyadan soyutlamış oluruz.

İşte bu aşamada küreselleşmenin tüketimi amacı dışına çıkararak gerçekliğinden kopardığı, böylece insanlara tüketmeleri için yeni gerekçeler sunduğu dünyamızda zamanı da dönüştürerek yeni sınırlar getirdiğinden söz edilebilir.

Ayartının yarattığı arzularını doyuramayanlar her gün, doyuranların çizdiği göz kamaştırıcı manzaraya maruz bırakılıyorlar. Onlara, başarının göstergesinin alabildiğine tüketim olduğu ve bunun, kestirmeden kamu teveccühü ve şöhrete giden bir otoyol olduğu söyleniyor ve gösteriliyor. Aynı şekilde belli nesnelere sahip olma ve bunları tüketmenin ve belli yaşam biçimlerini izlemenin, mutluluğun ve hatta belki de insan onurunun zorunlu koşulu olduğunu öğreniyorlar (Bauman, 2013: 62).

Foucault itiraf tekniğinin bir anlamda amacından saparak meşrulaştırma biçimi olarak yaygınlaşmasına dikkati çeker.

Psikanaliz, herşeyden önce bir bilim değildir, kendiliğın kendilik üzerinde, itirafa dayalı bir çalışma tekniğidir. Bu anlamda, aynı zamanda da bir denetim tekniğidir, çünkü kendisini cinsel arzuları etrafında yapılandıran bir kişilik yaratır (Foucault, 1994/2003: 274).

Böylece itiraf mekanizması bireyin öznel yaşamını kontrolsüzce dışa açmasının yanında başkaları tarafından paylaşıp tüketilmesi gereken bir olgu olarak yaygınlaşmasını da ortaya koyuyordu. Bu bağlamda itiraf aslında araçsal bir mekanizma olarak yaygınlaşmakta ve tüketimin farklı kalıplarına çeşitli biçimlerde etkide bulunmaktadır. Bununla beraber cinsellikle ilgili alanda bu mekanizmanın yaygınlaşması Batı uygarlığında ayrıca önemli görülmüştür.

Eninde sonunda herkesin cinselliğinin sırrını açıklaması için memurlara para veren tek uygarlık bizim ki değil midir? Sanki cinsellikten söz etme arzusu ve bundan beklenen çıkar, dinleme olanaklarını fazlasıyla aşmış gibi bazıları kulaklarını bile kiralamışlardır (Foucault, 1993: 13).

Toplum içinde yaygınlaşan cinsellik söylemi onunla ilgili her türlü nesnenin tüketimini de teşvik etmektedir. Bu tüketimler küreselleşen dünyada erişilebilirliğinin kolaylığı ile de ayrıca dikkati çekmektedir.

Uygarlığımız herkese cinselliğini sürekli bir söyleme dönüştürmesini kabul ettiren tekil buyruktan, iktisat, eğitimbilim, tıp, yargı alanlarında cinsellik söylemini kışkırtan, bulup çıkararak, düzenleyen, kurumsallaştıran çoğul mekanizmalara değin, kocaman bir laf ebeliği benimsemiş ve örgütlemiştir. . . Yani öyle ki, biz belki de her şeyden çok cinsellikten söz etmekteyiz. . . (Foucault, 1993: 39).

Böylece cinselliğin tüketimi toplumsal yapının tüm birimlerinde etkili bir araç haline gelmiştir.

1.4. Zamanın Daralması ve Küreselleşme

Zamanın geleneksel toplumlarda olduğu gibi normal bir akışla, insanın yaşamıyla uyumlu bir bütünsellik gösterdiği süreç tümüyle günümüz dünyasında değişmiş ve değişmektedir. Bu değişimin en önemli etkenleri ulaşım ve iletişim araçlarının gelişmesi olarak görülebilir ki ülkemizde de 1980'li yıllardan sonra oldukça hızlanmaya başladığını ifade etmiştik. Bir yere sabitlenmiş olma algılarımız aşınmakta bunun yerine birçok bölgeye hızla ulaşabildiğimiz araçların mekânlar arasındaki mesafeleri sıfırladığı bir dünyadayız (Bauman, 2010: 22). Özellikle uçaklar, hızlı trenler, jetler, deniz otobüsleri ve yaşamımızın daha çok içinde olan otomobiller ile zaman algıları öncesine göre oldukça görecelileşmiş durumdadır. Küresel kültürün günümüz hayatındaki en dönüştürücü unsurlarından biri belki de hızdır. Hız günümüzde yaşam dünyamızın belirleyicisi olarak bürokratik işler de daha çok ön planda olsa da aslında her alanda dikkat edilmesi gereken sınırlarla karşımızdadır. *“Ulaşım ve iletişimi kolaylaştıran bütün teknolojiler mekan ile zaman arasındaki ilişkiyi değiştirmiştir. Mevcut süreci farklı kılan yer değiştirme yoğunluğudur”* (Back, 2012). Küresel iletişim ve ulaşım biçimlerinin hızlanmasının “saat zamanı” olarak nitelendirilen nesnel zaman algılamalarını dönüştürdüğü söylenebilir. *“Bağlantısız öyküler kolajının günlük yaşamlarımıza girip biçimlendirmesi nedeniyle tam bir zaman –mekan sıkışması yaşanır. Ve insanlar kendi iradelerinin dışında anlık olarak bir trajediden diğerine “taşınırlar””* ifadesiyle Urry (1999: 293), coğrafi açıdan uzak olayların yaşamlarımıza etki etmesine dikkati çekmektedir.

Horkheimer da bireyin zaman içerisinde farklı bir problemle karşı karşıya kaldığından söz eder. Bu büyük sermaye çağında sıradan insanlar için zamanda gelecek planlarını yapma durumları dönüşmüştür (Horkheimer, 2002:153). Daha önceki dönemlerden farklı olarak düşünme payının azalması bireyi yeni stratejilere yöneltebilmektedir. Aklını dinamik olarak kullanma gücü yoksunlaştığı için sönerek zayıflaması egoizmi artırmış, bunun yanında birey uçup giden şimdiki zamanın içinde hapsolmuş, bireysellik ekonomik temelini kaybetmiştir (Horkheimer, 2002: 153-154). Dolayısıyla zaman planlamalarında kendileri ve yakınları için insanlarda anı yaşamaya yönelme, bireyselliğin de azalmasının belirtisi olmaktadır. Douglas, zamanın geçişine anlam yüklediğini belirtir:

Takvim, görevlerin dönüşümü, kıdemin belirlenmesi, gözden geçirme ve yenilenme için bir ilke sağlar. Bir yıl daha geçti, yeni bir başlangıç; 25 yıl, gümüş yıldönümü; 100 yıl, 200 yıl; yüzüncü yıl ya da iki yüzüncü yıl kutlaması; yaşamının ve ölmenin bir zamanı vardır, sevmenin bir zamanı vardır. Tüketim malları bu aralıklara çentik atmak için kullanılır: nitelik farklılıkları takvim yılı ve hayat döngüsünü farklılaştırmak için kullanılır (Douglas ve İsherwood, 1999: 81).

Zaman aslında çok önceden beri insan yaşamının vazgeçilmez düzenleyicisi olmuştur. Bununla birlikte sanayi çağının getirdiği çalışma ilkeleri ve yaşam biçimi zaman üzerinde yeni bir dönüşüm ortaya koymuştur. Böylece küresel dünyada zaman çok daha belirleyici bir faktör olmakta, ulaşmak değil çok daha hızlı ulaşmak amaç haline gelmiştir. Bununla birlikte zaman boyutu nicel soyutlamalara bölündüğü için nicelleşmeyi ayrı bir başlık altında ele alacağız. Bununla birlikte zamanı daraltan ve yaşamımızı hızlandıran temel faktörlerden biri hiç şüphesiz teknolojik gelişimdir.

Harvey zamanın anlamındaki farklılaşmayı postmodernizmle birlikte ele alır. “Postmodernizm, esnek birikimin desteklenmesinde bazı roller oynarken, kültürel kitle, kültür üretiminde tamamen yeni bağlamlar yaratmak koşuluyla, yaşam koşullarını, özellikle zamanın ve mekânın anlamını radikal olarak değiştirdi”(-Harvey, 1993). Artık zaman ve mekan statik anlamının dışında anlamlar ifade etmektedir. “Postmodernizmin bazı birincil ticari uygulamaları modanın ve alışkanlıkların dönüşüm zamanını kısaltmaya ve imge üretimine (bu çatal bıçak ve araba ile karşılaştırıldığında anlık tüketim zamanının avantajıdır) daha fazla kaynak ayırmaya yönelik olmuştur” (Harvey, 1993). “Merkez, doğal olarak isteyenler için en modern ödeme tarzını yürürlüğe koymuştur: “kredi kartı.” Kredi kartı çeklerden, nakitten... ve hatta güç ay sonlarından kurtarır. Artık ödemek için kartınızı gösterir, faturayı imzalarsınız. Hepsi bu.” (Baudrillard, 2008: 21). Artık şifreli işlemlerden sonra bir imzaya dahi gerek olmadan alışveriş yapılabilmektedir.

1.5.Teknolojiyle Gelen Anlamdan Soyutlanma

Teknoloji bilimin gelişmesiyle beraber başlangıçta heyecanla gözlenen yeniliklerin sunulmasını sağlıyordu. Çünkü onun sayesinde işler hafiflemekte, emek azalmakta, zaman kazanılmakta ve belki de en önemlisi ürünler çoğalmaktaydı. Küreselleşmeyle birlikte ürünler çoğalsa da seçimlerin azaldığı anlaşılmaktadır. Benjamin'e göre teknoloji özsel (auratic) niteliği çağdaş kültürel ürünlerin dışına çıkararak rutinleştirmekte ve standartlaştırmakta oldukları için bu ürünler kendilerine özgü değeri kaybederler (akt. Smith, 2007:67). Böylece özellikle sanat alanında olmak üzere ürünler orijinalliklerini, otantikliklerini yitirirler. Orijinal resim tasarımı özel ve bireysel bir etkinlik olduğu halde film tüketimin eşzamanlı kolektif deneyimine bağlı olduğu için bireysel tepkiler izleyici tepkisi içerisinde önceden belirlenmektedir (Smith, 2007:67). Böylece aslında özneler kendi deneyimsel tepkilerini değil topluluğun tepkilerini paylaşmış olurlar. Aslında filmlerden önce fragmanların paylaşılması da böyle bir ortak tepkiyi dile getirmeye yardım etti-

ği görülmektedir. Bunu spor karşılaşmaları için de genellemek mümkündür. Bazı stadyumlarda taraftarı galeyana getirici, coşturan efektler ve müzikler kullanılır. Böylece ortak bir hareket, birlikte ama standart bir tepki de sağlanmış olur.

Teknolojinin getirdiği sanatsal ürünlerin bireyi geliştirme yönünde tasarlanması söz konusu olsa da küreselleşmenin egemen olduğu günümüz dünyasında kitle tüketimi hedef alınmasından dolayı bu işlev de değişmiştir. Dwight MacDonal'd'a göre işadamlarının tuttuğu teknisyenlerce üretilen kitle kültürü genellikle tepeden dayatılan ve ucuzlatılmış, ticarileşmiş bir sanatı temel alır, böylece de kitlelerin kültürel gereksinimleri sömürülür (Akt, Gans, 2005: 44). Bu bağlamda olabildiğince yüksek gelir elde etmeyi uman yatırımcılar kendi kârlarına en yüksek düzeye çıkarma adına pek çok insanın hoşlanabileceği tarzda üretim yaparlar. Eğlence, komedi filmlerinin birçoğunun ülkemizde ortalama insana hitap ederek yüksek izleyici kitlesine ulaşmalarını da buna bağlamak gerekir. Söz gelimi ülkemizde yakın dönemde vizyona giren bir komedi filmi iki hafta içerisinde iki milyondan daha fazla izleyici kitlesine ulaşabilmiştir. Burada insanlar filmi anlama adına zihinlerini yormayacaklardır, mesaj çoğu zaman ortadadır, zaten sembolik olarak desteklenerek sunulur, insanlar kendilerinden bir şeyler bularak ilgiyle izlerler, çünkü onlara göre tasarlanmıştır.

Baudrillard, *drugstore* örneğinde ortaya çıkan alışveriş merkezlerindeki tüketimle söz konusu olan biçimlendirmeye vurguda bulunmaktadır. “Burada günlük yaşamın bütünüyle düzenlenmesi, bütünsel türdeşleştirme olarak tüketimin merkezindeyizdir; bu merkezde her şey, gerginliklerin giderilmesiyle tanımlanmış soyut bir mutluluğun kolaylığı, yarı saydamlığı içinde eritilmiş ve aşılmıştır” (Baudrillard, 2008: 22).

Bu konuda kültürel bir değişimin sonucunda gelişen teknolojik ilerlemenin mekânın boyutlarında yaptığı yenilikler önemlidir. Artık izlenen filmlerin de mekânsal boyutları teknoloji ile farklılaşarak iki boyutludan üç boyutluya ulaşmış, yeni tüketim hazları oluşturmuştur. Öyle ki sinema ve cep telefonu gibi birçok teknoloji ile daha fazla duyuya hitap eden başka yenilikler de hedeflenmektedir. Ancak bu gelişmeler kültürel anlamda bireyin yabancılaştırılmalarını artırabilmektedir. Bu anlamda nesillerin ayartılarak hazza emanet edilmelerinde kitle kültürünün eleştirisini yapan Van den Haag tüketimde medya boyutunun altını çizer:

Tüm kitle medyası sonunda insanları kişisel yaşamdan yabancılaştırır ve her ne kadar dengeliyor gibi görünse de, birbirlerinden, gerçeklikten ve ahlaken soyutlanmalarını şiddetlendirir. Bir kimse yalnızsa ya da canı sıkılıyorsa kitle medyasından medet umabilir. Ama kitle medyası alışkanlık haline geldiği zaman anlamlı yaşama kapasitesini zedeler... Bu alışkanlık kendi kendini besler, tiryakilerde olduğu gibi bir kısır döngü kurar... Yaşamdaki en derin ve engin deneyimler bile (Örneğin ölüm, başarısızlık, trajedi v.b) medya tarafından hep aynı düzeyde ifade edilerek bir klişeye indirgenir... Medya insanların, hayatın kendisini yaşama yeteneklerini azaltır (Akt. Gans, 2005: 54).

Böyle bir gelişme günümüz dünyasında yaşanan rekabetten dolayı hızla yükselmektedir. Böylece eğitim ya da yaşamdaki diğer gerçeklikler filmler, diziler ya da spor karşılaşmaları gibi beyaz camın bize sunduklarının arkasına gizlenmek zorunda kalır. Fromm tüketimin kendi anlamını yitirdiğini boş zamanları değerlendirme ve eğlence alanından örnek vererek açıklar.

Bir insan yaptığı işle somut bir ilişki kurmadan çalışıyorsa, nesnelere soyutlaştırılmış, yabancılaşmış bir biçimde satın alıyor ve tüketiyorsa, boş zamanlarını etkin, anlamlı bir biçimde değerlendirebilir mi? Edilgen, yabancılaşmış bir tüketici olarak kalacaktır o insan her zaman. Top oyunlarını, filmleri, gazetelerle dergileri, kitapları, konuşmaları, doğa görünümünü, eğlence toplantılarını da satın aldığı malları tükettiği o yabancılaşmış soyutlaştırılmış yolla “tüketir”. Hiçbir şeye etkin bir biçimde katılmaz... (Fromm, 1996: 129).

Fromm⁷ boş zamanını tüketecek özgürlüğünün de ortadan kalkarak her türlü zevkin sanayi tarafından sunulduğunu belirtir. Dolayısıyla insan kendi özünden uzaklaşarak tamamen yapay bir deneyimle soyutlaştırılmış koşulların kurbanı olur.

1.6. Nicelleşmenin Egemenliği

Her şeyi sayılarla tanımlamak günümüz küresel dünyasının önemli bir parametresi haline gelmiştir. Aslında birçoklarının küreselleşmeyi olumlu neticeler doğuran nesnel göstergelerle değerlendirmesine karşın niceliğin günümüz dünyasında niteliğin önüne geçmesine tanık olmak ilginçtir. Günümüzde küresel kültürün etkisiyle toplum yaşamı tüketim alanında da daha çok nicel ölçülerle değerlendirilmeye başlanmaktadır.

Nicelleştirme önceki dönemlerden çok daha yoğun olarak küresel çağda hayatımızın her alanını kapsamaktadır. Fromm (1996: 109)’a göre günümüz iş dünyasında her bir insan bir rakam olarak ifade edilebilir ve ekonomik etkinliklerden eğilimlere varana kadar her şey hesaplanır, tahmin edilir, tüm bunlar karar verme sürecini etkiler. Yaşamın anlam boyutları soyutlama ve nicelleştirme çerçevelerinde törpülenmektedir. İnsanlar bir ürünün değerinden, güzelliğinden çok edineceği değeri atfetmekte, bu ürünün stoklarda kaç adet bulunduğu, satıldığı ya da ne kadar süre kullanılabilirliğini araştırmaktadırlar. Tüketime erişimi sağlayan unsur olarak paranın kullanımı liberal ekonomilerin en tipik özelliğidir. Bu açıdan kapitalizmi eleştiren Fromm⁸ alışverişçi açıklarken, değişik nitelikteki şeylere karşılık değişik nicelikler verdiğimizizi, başka bir deyişle nitelikle niceliğin yer değiştiğini ödeme olarak da parayı kullandığımızı belirtir. Aslında yaşamın her alanının içine sinmiş olan nicelleştirme kültür dünyamızı da dönüştürmüştür. Öyle ki bakış açılarımız kültür kodlarımıza göre değil nesnellüğün ölçüsü olan soyutlaşmış sayılara göre değer almaktadır. Ritzer de fastfood tüketim kültürünün yaygınlaşmasıyla

⁷ Fromm, a.g.y.

⁸ Fromm, a.g.y.

ortaya çıkan rekabet piyasasında bu tarz tüketimin en temel niteliklerinden biri olarak hesaplanabilirlik ilkesini ileri sürerek, mevcut tüketimi hızlandırmak adına tüm ölçülerin standartlaştığından, hatta ürünün müşteriye ulaşma süresinin bile belirlendiğinden söz eder: Çalışanlar şu dakikada şu kadar hamburger hazırlayacaklar, örneğin 5 dakika içinde alınan sipariş müşteriye ulaştırılmazsa satın alan para ödemeyebilecektir (Ritzer, 2011: 35-36).

Bugünün dünyasında tüm ürünler, eşyalar, yerler, haberler hatta insanlar nicelleştirilmiştir. İnsanlar bir nesneden söz ederken değişim değeri olan ederine vurgu yaparlar. “Üç milyon dolarlık köprüden sözederken insan, herşeyden önce o köprünün yararlılığına ya da güzelliğiyle başka deyişle onun somut nitelikleriyle ilgili değıildir; baskın niteliğı bir nicelikle, parayla ifade edilen, değıistirme değeri olan bir mal olarak söz etmektedir ondan” (Fromm, 1996: 111). Aynı şeyi gazete ya da televizyon haberlerinde de görürüz. Mesela kazada şu sayıda ölüm ve yaralı olduğu ileri sürülür. İnsanlar ise olayın gerçekliğinden kısmen soyutlanmış olur. Yine benzer bir şekilde yaşamının derinindeki anlamın ihmal edilerek, ekonomik işlevin ön plana çıkartılmasına Fromm (1996:113), “ayakkabıcı öldü” diyerek verilen bir haber örneğinde unutulmuş noktaya dikkati çeker: “Aslında bir adam belli insanca nitelikleri, umutları, dertleri, karısı ve çocukları olan bir adam ölmüştür”. Zaten televizyonlarda nicel bir etmen olan reyting sonuçları kanalın reklam gelirlerini belirlediğı için programın içeriğinden çok izlenme oranları değerli sayılmaktadır (Ritzer, 2011:115). Dolayısıyla sanayi ve modernleşme sonrasında ortaya çıkan küresel dünya bireyi anlam dünyasından çekip çıkarmakta ve onu nicelleştirerek dönüştürmekte tamamen kısıtlanmış soyut rakamlara indirgemektedir.

Sennett’in , nicelleşmeyi sağlık alanında fordizm benzetmesiyle ifade etmesi oldukça önemlidir.

Fordizm sağlık hizmetine uygulandığında doktorların ve hemşirelerin her hasta için ayırdıkları zaman gözetim altına alınmış olur; oto parçaları ile ilgili bir sistem üzerinde yükselen tıbbi tedavi sisteminde de hastalarla ilgilenmek yerine tek tek kanserli ciğerler ya da kırılmış sırtlar ön plana çıkmaya başlar.(Sennet, 2009: 68).

Böylece insanın bedensel bütünlüğü parçalar içerisinde çözüdür.

Fordist sistemde insanın gözleri ve elleriyle kıyaslandığında, sorunların gözlemlenmesinde mikrosensörler daha düzgün ve istikrarlı iş çıkartıyordu. Özetle mamulün kalitesi bakımından kullanılan mutlak ölçümde, bir makine, bir insandan daha iyi bir zanaatkâr rolü üstlenebiliyordu (Sennet, 2009: 68).

Dolayısıyla insansız bir tedavi anlayışı, sağlık tüketiminde yaygınlaşarak özneyi dönüştürmekteydi.

Ancak insanın tam bir makine gibi ele alınmasına karşı kuşkuyla yaklaşılmalıdır. Açıktır ki hastayı bir otomobilmiş gibi tamir etmek mümkün değıildir; ancak bunun ardında uygulama standardıyla ilgili daha derin bir husus yatıyor (Sennet, 2009: 69). Tıbbın fordist modelinde, tedavi edilmesi gereken özgül bir hastalık da

olmalıdır; doktor performansı, artık mümkün olduğu kadar fazla karaciğerin tedavi edilmesi için gereken süreyi ölçmekle ve iyileştirilen karaciğerlerin adedini saymakla değerlendirilecektir (Sennet, 2009: 70). Bu durumda nicelik niteliğinin önüne geçmekte, ne kadar çok sayıda kişinin tedavi edildiği değerlendirilmektedir.⁹

1.7. Bilincin Aşınması

Sanayi çağını oluşturan temel dinamiklerden birinin akılcılık felsefesine dayalı pragmatizm olduğunu ifade etmiştik. Aynı şekilde pragmatik anlayışı en çok benimseyen ülke olarak sembolleşen ABD’de pragmatik temele bağlı realizm ve rasyonalizm düşünceleri de küresel düşüncenin önemli merkezi kabul edilen bu kıtada yaygınlaşmıştır. Rasyonel eylemi öne çıkararak bürokrasinin dayanağındaki rolüne vurgu yapan Weber toplumların gelişmişliğinin belirleyici özelliği olarak anlama vurguda bulunmaktadır. Küresel kültürle birlikte ise rasyonel düşünce tek taraflı olarak gelişirken insanın anlam dünyası da dönüşmektedir. Pek tabii ki bu dünya için ilkeleri bilerek hareket etmek temel noktadır. Oysa küreselleşme bireyleri daha önce aktarılan nicelleşme, soyutlama ve mekânsal dönüşümle birlikte bilinçli eylem alanında da farklılaştırmaktadır. Birçok tüketim olgusunda düşünme devre dışı kalmaktadır. Kalabalığa uyulur, birlikte hareket edilir. Zaten mekânlar, süreler sizi bunu yapmaya zorlar.

Büyük mağazalarda insan kendisinin somut değeri olmayan, tanınmayan, dükân sahibi tarafından kişiliği önemsenmeyen, bir dişlinin parçası, eşya değerinde, adeta büyük alanda, bol ve çeşitli ürünler içinde önemsiz bir parçadır. Aynı şekilde insan bir imaj ve zevkle kamçılanarak uyuşturulmuş, müşterinin eleştirel yetenekleri ortadan kaldırılmıştır (Fromm, 1993: 118-119).

Özellikle küresel kültürün ihraç ettiği bilgi ve iletişim teknolojisinde bu yozlaşmayı görmek mümkündür. İnsanlar artık bilinçsel olarak kendilerini düşünmeye zorlayıcı her eylemi külfet kabul ederler. Telefon numaraları zaten telefon hafızasındadır, Google’a girerek tüm bilgilere ulaşılabileceği için kitapları karıştırmak gereksizdir. Bu öyleki seslenme biçimlerimizi bile dönüştürür. Hafızanın işlevsel niteliklerindeki bu farklılaşma dikkatlerden kaçmamaktadır:

... bugün bizler diyebiliriz ki, çağdaşlarımızın deneyiminde geçmiş fazla hesaba katılmaz, çünkü hayat beklentileri için güvenli temeller sağlamaz; şimdiki zaman da tam olarak hesaba katılmaz çünkü fiilen denetim dışıdır; geleceğin hoş olmayan sürprizler, dertler ve felaketlerle dolu olduğundan korkmak için de haklı nedenler vardır (Bauman, 2011: 191-192).

“Uzun vadeli güvenliğin yokluğunda “anlık haz” cazip biçimde makul strateji olarak görülür. Hayat her ne sunacaksa bırakın derhal sunsun. Yarının ne getire-

⁹ Daha ayrıntılı bir inceleme için bkz. Sağlam, Ö. (2015). Modernleşme Sonrasında Yeni Bir Otorite Biçimi Olarak Ortaya Çıkan Hekimlik, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, SBE.

ceğini kim bilir? Hazzın ertelenmesi¹⁰ cazibesini kaybetmiştir...”(Bauman, 2011: 193). Kendine özgü geleneksel toplumun bilinç yapılarından ve kavramlarından farklı bilinç yapıları ve kavramlar geliştiren modernizasyon olayı, geleneksel toplum yapısını tümüyle altüst etmiştir (Berger, 1985: 6). Modernliğin kendinden önce gelenlerden sadece farklı değil ama aynı zamanda onlardan üstün olduğu varsayımı dile getirilmiştir (Berger,1985: 13). “Modernleşme süreci tarafından yaşamları alt üst edilmiş kimseler, (...) genel olarak kendilerini tehditkâr bir ortamın içinde bulurlar ve işin daha da ilginç yanı durumlarını yargılayıp değerlendirme durumunda da değildirlir” (Berger,1985: 151). Dolayısıyla küresel hale gelen modernleşme ürünleri bireylerin hem yaşamların hem de bilinçlerini etkiler.

Çok ilişkili olmak, diğer insanlarla, maddi cisimlerle ve soyut varlıklarla ilgili olan ilişkilerden meydana gelir, birey teknolojik üretim süreci ile ilişki durumunda iken bunları bilincinde hazır olarak tutmalıdır. Çok katlı ilişkilere yönelik sürüp giden pratik bu tür katlı ilişkilere ait bir bilinç alanının oluşmasına neden olur. Bu sembolik evrenin mürekkep bir elemanı olur. Bir başka deyişle teknolojik üretim alanından sosyal yaşamın ve bilincin diğer alanlarına transfer olur (Berger,1985: 127).

Tüketimin yaygınlığını medya alanında daha çok örneklendirmek mümkündür. “Tüketim toplumunun bolluğu ve reklamlar aracılığıyla alıcıya ulaştırılması ve satın alma isteği yaratarak bu mallara sahip olunması ile hiperuyumluluk sağlanmaktadır. Bireyler sanal alemde çokluk/bolluk içerisinde özgür iradesini kullanarak tercih yaptığını düşünmektedir” (Baran, 2005). Modern teknolojik üretimin sosyal yaşamın her yanı üzerindeki etkisinin, tarihin hiçbir döneminde bugünkü kadar fazla olmaması nedeniyle, günümüzde etkisini her zamankinden daha fazla hissettirmektedir. Bu üretim biçiminde türetilen temalar, sosyal yaşamın realitelerinin biçimlendirilmesinde başrolü oynamaktadırlar (Berger,1985: 126-127). Modern teknoloji için kaçınılmaz olan rasyonellik, bireyin faaliyetleri ve bilinci üzerine kendisini, kontrol, sınırlama ve bunun yanı sıra da hayal kırıklıklarına neden olan bir faktör olarak empoze eder (Berger,1985: 200). Özellikle televizyon kanalları, sağlık ve beslenme programları, yiyecek ve giyecek reklamları, ev içi dekorasyonlar, hangi kitabın okunması, hangi filmin izlenmesi, hatta belgesellere varıncaya kadar bireyleri kuşatmış, homojenlik sağlanmıştır (Baran, 2005). Dolayısıyla tek tip ürünler ve bunlarla karşılanan tüketim ön plandadır.

Duygusal yaşamını modern teknolojinin mühendislik kriterlerine göre kontrol etmeğe birey zorlanır. Modern teknolojik üretim sosyal ilişkiler sahasına bir anonimlik bir isimsizlik getirir. Modern teknoloji için esas olan maddi varlıklarla ilgilenme tavrını ifade eden ve bizim daha önce bileşenlerine ayrılma olarak nitelendirdiğimiz mekanik, duygusal faktörler içermeyen tavır, bu kez, bireyin başka bireylerle ve kaçınılmaz olarak bizzat kendisi ile olan ilişkilerini idare etmeye baş-

¹⁰ *Hazzın ertelenmesi* kavramı ile, Weber’in çileciliği benimseyen Protestan ahlakına vurgu yapılmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Weber, M. (2011). *Protestan ahlakı ve kapitalizmin ruhu*. (çev. M. Köktürk). (Birinci baskı). Ankara: BilgeSu yayıncılık.

lar...Birey sadece iş yaşamının anlamsızlığı tarafından değil, ama daha da önemli olmak üzere diğer bireylerle olan ilişkilerinin büyük bir kısmının anlamını kaybetmeğe başlaması gerçeği tarafından tehdit edilir (Berger,1985: 200-201).

Bu durum tüketim dayatması ile gelen bir biçimlendirmeye işaret eder. Giddens (2005:61), ne giyeceğimiz, boş vakitlerimizi nasıl geçireceğimiz, sağlığımız ve bedenimize nasıl bakacağımız gibi seçimlerin bile kendi öz kimliklerimizi yeniden inşa etme sürecinin parçası olduğunu belirterek küreselleşme ile birlikte insanların seçimleri ve eylemlerine kılavuzluk eden “sosyal kodlar” ın çözülmeye başladığını ileri sürer. Böylece kendi irade gücümüzü bilinç, istenç dünyamızı yerine getirmede problemler ortaya çıkabilir. İnsan iradesi dışında eylem ve nesnelere yönelmeye devam eder. Sözgelimi alışverişlerde yaygınlaşan kredi kartlarının kullanımı burada da bir dönüşüm sebebidir. Böylece tüketim için temin edilen eşyanın ödemesi kârla yapıldığı için, fiyat ne kadar büyük olursa olsun zihinde önemsiz kalmaktadır. Bunun sonucu olarak ise tüketicinin ay sonlarında bankalara geri ödemelerde büyük problemler yaşayacakları kesindir. Akıl dışılığın yaygın olduğu yerlere örnek montaj bandı üretimin yapıldığı işler ve fastfood restoranlarıdır, bazen pencerelerden bile yapılan alışverişlerle sağlanan tüketim bireyin düşünce zenginliğini zayıflatmıştır (Ritzer, 2011: 58). İnsanlar “*hemen ye ve çık*” mantığıyla hareket ettiği için tüketimin lezzeti, sağlık ve doyumun önüne geçebilmektedir. Hatta dildeki haz doyumunu unutturarak daha fazla yemeye zorlar. “Tüketim toplumu kültürü, öğrenmeyle değil ekseriyetle unutmaya ilgilidir” ifadesiyle Bauman (2010: 94) da bu noktanın altını çizmektedir. “Gerçekten de istemek ve beklemek birbirinden koparıldığında tüketicilerin tüketim kapasitesinin herhangi bir doğal ya da edinilmiş, ihtiyacın koyduğu sınırların çok ötesine geçmesi sağlanabilir; bu noktada artık, arzu nesnelere fiziksel dayanıklılığına bakılmaz” (Bauman,2010: 94). “Tatmin vaadi ve umudu, tatmin edileceği vaat edilen ihtiyaçtan önce gelir ve her zaman mevcut ihtiyaçtan daha yoğun ve çekici olacaktır.” diyen Bauman (2010: 94-95), böylece ihtiyacın giderilmesi olgusunun yeni tüketim anlayışıyla kökten dönüşüğünü vurgulamaktadır.

Günümüzde insan bilincini tüketimle birlikte zayıflatan en temel unsurlardan biri ise kitleye uyarak kayıtsız eyleme geçme olgusudur. Sanat, eğlence, dinlenme, boş zamanlarını değerlendirme gibi hayat pratiklerini tüketim eylemine dönüştüren kitle kültürü bireyi etkin değil edilgin, bireysel değil kolektif, bilinçli değil bilinç dışı davranmaya yöneltebilmektedir (Yavuz, 2009:144). Dolayısıyla eylemlerin metalaşması bireyi üreticiliğe değil tüketiciliğe ve bilinç dışılığa itmektedir. Toplumun bir parçası olarak eylemlerin her ne kadar tüm toplumlarda görülebilecek bir tarzda kolektif hâle söz konusu olsa da küreselleşmenin sağladığı araçları kitleyle eylemi daha çok teşvik ettiği için bilinçsel davranışların daha da azalması beklenbilir. Kitle kültürü bu bağlamda bilinç ve iradeyi gölgeleyerek özgür eylemlerin alanını da daraltmış olmaktadır. Böylece Horkheimer (2002: 154), önceki dönemlerden farklı olarak gerçeklik içindeki fiili konumunu aşmasını sağlayan zihinsel işlevlerin kullanılmasının birey tarafından unutulduğunu dile getirir. Zihinsel işlevlerini kullanmayı unutan insan ise eylemlerini yürütmeyi sağlayacak rasyonel temelleri kaybetmiş olacaktır.

Tüketimin akıl dışılığı teşvik etmesine değinen Baudrillard(2009: 80), moda mantığını açıklamanın tam olarak mümkün olmadığını, örneğin farklılık yaratma ve seçim yapma konusunda kısa etekten uzun eteğe geçişle, uzun etekten kısa eteğe geçiş arasında moda açısından pek fark olmadığını, güzellik bahanesiyle bir “imal” faaliyetine değinir. Böylece insanın bilinç dünyası çarpıtılmış bir gerçekle karşı karşıya bırakılmış sayılabilir. Moda herhangi bir işleve sahip olmayan en tuhaf ve en gülünç özellikleri farklılaştırıcı özellikler olarak sunup başarılı olmasını akılcılıktan çok daha güçlü bir mantıkla akıldışılığı dayatıp kabul ettirebilme özelliğine borçludur (Baudrillard, 2009: 81). Tüketimin insan hayatında amacından uzaklaşmasının bir örneği olarak modanın sıra dışılık etkisiyle hareket etmesini örnek vermek mümkündür. Bu şekilde amaç dışı, bireye bütçesinin ötesinde ama çağa uygun tüketimi moda adeta zorlamaktadır.

1.8.Bedensel Bütünlüğün Parçalanması

Günümüzde küreselleşme tüketimi aşırı derecede yükselttiği için ihtiyaç ötesi gereklilikler ortaya çıkmakta ve yeni piyasalar oluşmaktadır. Televizyon ekranlarında izlenen filmler, diziler, reklamlar, eğlence programları başka bir açıdan da insanın bedensel bütünlüğü yönüyle etkide bulunmaktadır. “İnsanın varlığının dünyevi temsiline anıtı olan bedenin, pozitif bilimin nesnesi yapılması, onun dünyevi sahiçiliğinin de kuşkuya yer bırakılmaksızın ortaya çıkmasına yol açmıştır” (Özben, 2012: 102). Bu durumda pozitivizm ve onun öngördüğü biçimsel anlayışla beden ve gerçeklik arasında bir ilişki söz konusu olmaktadır.

Habermas, Marcuse’un tekniğın insan gücüne etkisini paylaşır: “Bir araçlar evreni olarak teknik insan gücünü artırabildiği gibi zayıflığını da arttırabilir. Bugünkü aşamada insan belki de kendi aygıtı karşısında her zamankinden daha güçsüzdür.” (Habermas, 2007; 38). Bu bağlamda aydınlanma döneminden beri vurgulanan insanın özgürleşme ve bireyselliğine vurgu, küreselleşen dünyada tam tersi bir etki ortaya koyarak onu kısıtlayan araçlarla daha yoğun karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Modernite tikel, tikel olma söylemiyle ortaya çıkmasına rağmen zamanla tekçiliğe kayarak tümel bir söyleme dönüştüğünden öznenin varoluş deneyimlerinin terk edilip tüketilmesine neden olur (Aydoğdu, 2004).

Giddens tüketim alışkanlıklarının bir kısmının insanlar arasında yaygınlaşmasının uzmanlık bilgisinin paylaşılmasıyla gerçekleştiğini belirtir. Egzersiz ya da rejimin faydaları kişisel keşiflerden değil, terapiye ya da psikiyatriye başvurmada olduğu gibi uzmanlık bilgisinin sıradan insanlar tarafından alınmasından kaynaklanır (Giddens, 2012a: 108). Aynı durum genç erkekler için de geçerlidir. Atletik yapılı, ince uzun boylu, kaslı gençler ön plana çıkartılır. Bakımlı, belirli düzeyde makyaj yapan, metroseksüel karakterler son yıllarda erkekler arasında da hızla önem kazanmaktadır.

Kadınların bedenlerinin nasıl parçalara ayrıldığının bir örneği de şöyledir; Amerika’da bir televizyon programında insanlar kameralar karşısında estetik

ameliyatı olmayı kabul ederlerse ücretsiz estetik ameliyat olmayı hak edebiliyor böylece hem daha iyi bir görüntüye hem de daha iyi bir yaşama kavuşmanın tadını çıkarabiliyorlardı (Haviland, 2008:814). Dolayısıyla duyum ve algı dünyamız bizim isteğimiz dışında yönlendirilmiş de olmaktadır.

Modernleşme sonucu yaygınlaşan küresel kültürün medyada yaygınlaşması tüketimin bir diğer anlamda bedeninin ontolojik yıkımına yöneliktir. Tüketime dayalı bir sanallaşmanın gerçek çocuk yaştan ileri yaşlara kadar birçok kişinin bağımlısı olduğu filmler ve oyunlar hem televizyon ekranlarında hem de internet ortamlarında boy göstermektedir. Dolayısıyla medya ile birlikte gerçek ile sanal birbirine yaklaştığı için bazı eylemlerin yıkıcı etkisine yakınlaşma artacaktır. Her düzeyde rekabet ve hiyerarşilerin ön planda olduğu tüketim toplumu, ihtiyaçları karşılamayı sağlamayarak, huzursuzluk, güvensizlik ve korku ortamının kültürel havası şiddeti artırmaktadır (Çakır, 2008: 166). Böylece tüketimin yol açtığı bir başka yıkım da insanların bedenlerine bazen de kendilerine dönük ortaya çıkan şiddeti açığa çıkarmakta ya da derinleştirebilmektedir.

Bununla birlikte küresel kültürün insan bedeni üzerinde bir diğer etkisi bizzat kendi varlığına karşı ortaya çıkardığı tehdittir. Yukarıda tüketimin, kitlesel olarak sunulan iletilerin yaşamda sanal ile gerçek arasında mesafeyi nasıl ortadan kaldırdığı açıklanmıştı. Aynı şekilde modernleşmenin ortaya çıkardığı küresel kültür erişimin düğmenin ucuna dokunmak kadar kısa hale getirdiği medya ve internet aracı tüketimin farklı bir dönüşümü ile rol modeller oluşturularak intihar davranışları da kopya edilmesini de kolaylaştırmaktadır (Oktik, 2008: 215). Çünkü yapılan eylemin yıkıcılığı ve ağırlığı sanal dünyanın iletimi ile gerçeğinden kopartılmayı beraberinde getirmektedir. Reklâm ve müzik iletilerinde sunulan çaresizlik, yıkılmışlık, umutsuzluk ve tükenmişlik gibi temaların bireylerin bilinçaltı ve duygularına yerleşerek intiharları artırmasında medya ve tüketim kültürünün bireyin konumunu saptayamayarak soyutlanması ve hiçbir ortama kendini ait hissetmeyerek yabancılaşma yaşaması ve kuralsızlık içine itilmesiyle açıklanabilir.¹¹Dolayısıyla küreselleşme sonucu oluşan tüketim kültürünün sınır tanımayarak dünyayı küçük bir köye dönüştürmesi aynı zamanda bireyin kendi bütünlüğüne dayalı yıkıcılığı da yaygınlaştırarak deneyimlenmesini artırmıştır.

Piyasa ile insan bedeni arasındaki kötüye kullanım ilişkisinde şişmanlığın tam karşı ucunda ise bu kez güzel olmaktan sağlıklı olmaya uzanan çeşitli takıntıların “stimüle” edildiği zayıflama endüstrisi durmaktadır. “Daha sağlıklı olmak, çekici görünmek, kendilerini daha iyi hissetmek ve kilo vermek isteyenleri kullanan çeşitli televizyon yarışmaları yer almakta ve bazı hekimler de bu konuda görev almaktadırlar” (Hatun, 2012: 210-211). Böylece tüketimle sağlık yeni bir boyuta taşınmıştır. “Tüketim kışkırtması”nın daha doğrusu çocuk ve gençlerin bedenlerini tüketim nesnesine dönüştüren ama bu arada karşılanamayan taleplerin yol açtığı mutsuzluklara hiç aldırmayan tarzı söz konusudur (Hatun, 2012: 216).

¹¹ Oktik, a.g.y

2. BÖLÜM

2.1. Küresel Kültürün Türkiye’de Temellerinin Belirginleşmesi

Çalışmamızın başında küreselleşmenin Avrupa kültürünü tüm dünyaya yayma çabası olarak ele alan görüşlere değinmiştik. Bu anlamda küresel kültürün tüketim ve diğer tüm yaşam alanlarında egemen olması modernleşme serüveni ile birlikte değerlendirilebilir. Özellikle modernleşme sonucu karşı karşıya kaldığımız bu durum aslında İbni Haldun’un Mukaddime adlı eserinde de üstün toplumların kültür özelliklerinin egemen olduğunun vurgulandığı en basit haliyle dile getirilmektedir (akt. Erkilet, 2004: 123-124):

Nefis ve kalp daima kendi kavimlerine galebe çalmış ve kendi kavmine boyun eğdirmiş olanların olgunluk ve üstünlüklerine inanır. Bu da,... boyun eğmesinin... kendisini yenen kimsenin kemal ve fazilet sahibi olmasından ileri gelmiş olduğu inanında olmasından ve bu hususta yanılmasından ileri gelir... Buna inandıktan sonra bütün iş ve hareketlerinde kendisini yeneni örnek edinir ve ona benzemeye çalışır. Yahut kendisine üstün gelen kişinin galebesinden, asabiyetten, şecaat ve kuvvetten ileri gelmeden, onun alıştığı adet, mezhep ve mesleğinden ileri geldiği vehmine kapılır... İşte bu gibi sebeplerden dolayı yenilgiye uğrayan kimse giyim ve kuşam, hayvana binmek, silahlanmak ve bütün diğer hal ve işlerinde kendisini yeneni örnek edinir. Bunları gören bu hallerin istila belgesi olduğunu hikmet gözü ile görebilir.

Bu anlamda Haldun *istila belgesi* ifadesi ile kendi değerlerinden uzaklaşarak hâkim gücün etkisine girme tehlikesine değiniyor. Küreselleşme de ülkemizde modernleşme ile birlikte böyle bir yanılısma oluşturarak tüketim üzerinden yenileşme hareketleri sağlayarak gelişme gösterilebileceğini varsaymıştır. Seçici olmayan bir şekilde birçok unsurun alınması, anlamları, değerleri, normları, giyim tarzlarını, süsleme ve dekorasyon biçimleriyle tüm yaşamı içine alan içsel bir istiladan söz etmek kültürlerin bütünselliğini yıkarak, özerkliğin ortadan kalkmasına yol açabilir (Erkilet, 2004: 125). Tüketim kültürü zaman kavramı ile birlikte düşünüldüğünde gündelik yaşamın tüm pratiklerine etki eden bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Geçmişte belirli bir dönem ile başlamış olmakla birlikte günümüz dünyasında devam eden küresel kültürün en büyük problemi yaşamı dönüştürme sınırlarının belirsiz oluşudur. Bu bağlamda teknolojik alanda başlayan yayılma çok doğal bir süreçle, belki de kurbağa metaforunda olduğu gibi yavaş yavaş tüm dünyamızı şekillendirebilir: “Kurbağa sıcak bir kaba konduğunda kendini dışarı atar, oysa düşük ve artan bir ısıyla kaynamaya bırakıldığında bunu fark edemez ve ölür”.

Küresel kültürün oluşumunu sağlayan aktörlerden Türkiye’nin yaşadığı deneyimleri soyutlamak mümkün değildir. Özellikle modernleşme çabaları ile Osmanlı’ya kadar geri götürülebilen bir dönüşümden söz etmek mümkündür. “Batılılaşmanın Türkiye’de yerleşmesi ve halka mal olması büyük ölçüde liberalleşme ve kitleselleşme döneminde üretim ve tüketimle gerçekleşmiştir. Halk ne kadar Batılı üretim ve tüketim biçimine entegre olduysa o derece Batılılaşmanın sosyalleşme alanı ve imkanı genişlemiştir” (Orçan, 2014: 32). Daha önce belirttiği gibi küre-

sel kültür bugünkü anlamında olmasa da benzer bir şekilde Osmanlı'dan itibaren ülkemizde kendisini hissettiren tüketim biçimleri ile görülmeye başlanmıştır. Tarihsel olarak ele aldığımızda bu değişimin dört döneme ayrıldığını ifade edebiliriz. İlk dönem Tanzimat'tan başlayarak Osmanlı Devleti'nin yıkılışına kadar ki evreyi kapsar. İkinci dönem ise Cumhuriyetin ilanından itibaren 1945'lere kadar süren tek parti iktidarı dönemidir. Üçüncü dönem ise çok partili hayata geçişin başladığı 1946-1980 arası devredir. Dördüncüsü ise 80 sonrasında günümüze gelen süreci ifade eder.

2.1.1 Tanzimat'tan Cumhuriyete Tüketimin Değişimi

Osmanlı toprak yapısının iç ve dış koşullarla bozulmaya başlayarak nihayetinde devlet yapısındaki değişimleri gerektiren 17. Yüzyıl sonu İmparatorluğun ekonomik olduğu kadar siyasi ve askeri olarak zayıflamasına neden olmuştur. Özellikle Tanzimat'tan sonra yapılan çeşitli düzenlemelerle kültürel ağırlığın aydınlar arasında yaşanmaya başlayan zihniyet farklılaşması ile de kendini göstermesi söz konusu olmuştur. İlk defa bu dönemden sonra bazı aydınlar arasında Batı üstünlüğü kabul edilmeye başlandıktan sonra başta Fransa olmak üzere çeşitli ülke kültürlerinin eğitim alanındaki yansımalarıyla birlikte ortaya çıkan davranış kodları yerleşmeye başlamıştır. "Damat İbrahim, Yirmi Sekiz Mehmet Efendi'yi Paris'e gönderdiği zaman ona verdiği talimatta, "batıda yeni teknolojik icatları tespit et, yaz bildir" diyor. Bu talimat bizde garplılışmanın ilk manifestosu sayılabilir." (İnalcık, 2008). Bu bağlamda Batıcılık modernleşmenin gereği olarak ön plana çıkarılmaktadır. İnalcık (2008)'a göre Lale Devri döneminde batılılaşma ile birlikte bir lüks ve sefahat devresi, *alafrangalık* başlıyor ve bu 1730 Patrona Halil İsyanı ile dramatik bir şekilde kapanıyor. 19. yüzyılın sonuna gelindiğinde, İstanbul'un seçkin evlerinde Avrupalı mobilya kullanımının oldukça yaygınlaştığı ve örneğin yer yatakları yerine Avrupa usulü yatak odalarının kullanımının arttığı gözlemlenmektedir.

Batılı kültür unsurlarının kullanılmaya başlanması tüketim tarzlarında bir farklılaşmanın da işaretleri olarak görülebilir. "Fransa'dan getirilen örnekler arasında Versailles Sarayı'nın gravürleri de vardı. Kağıthane'de Fransız Sarayları'nın benzerleri yapılıyor...18.yüzyılda Batılı kültürleşme, *alafrangalık*, toplumumuzu ikiye ayıran kültürel bölünmüşlüğü'nün başlangıcı sayılabilir" (İnalcık, 2008). Bu bağlamda daha sonraki Cumhuriyet ve sonrası dönemlerde bu ikili ayrım sürdürecektir.

Tanzimat dönemindeki yeniliklerin toplumun tüketim biçimine etkisi bağlamında, Batının üstünlüğü söyleminin Türk düşünce dünyasına olan yansıması Shayegan'ın ileri sürdüğü "bilinç yaralanması" kavramına güzel bir örnek oluşturur. Shayegan (1991:85), Batı toplumlarının modernleşme konusunda örnek alınmasının "çok biçimli iki paradigmayı epistemolojik olarak uzlaştırma" çabası olarak nitelendirir. Bu uyumsuz durum bir tam bir özümseme olmadığı için bir "yamalama" ortaya çıkar. "Yamalama, çoğu zaman bilinçsiz bir işlemdir; birbirini tutmayan iki dünyayı, bir bilginin tutarlı bütünlüğü içinde özdeşleştirmek için bu

dünyaların birbirine bağlanmasıdır (Shayegan, 1991: 85). Böylece değerleri, kültürel birikimini içinde buldukları ana aktaramayan, güven problemleri de bu yabancılaşmalarına eklenen, çağı buldukları zamanda realist olarak algılama yolları kapalı olan bireylerle karşı karşıya kalırız. “Epistemolojik çözümleme gösteriyor ki her tür parazitlenmeye rağmen modernliğin “sinsi” yapısı ısrarla direnmekte ve dünya hakkında bilgilenmemizi kesin olarak koşullandırmaktadır”(Shayegan, 1991: 87). Bu durum, bireylere tercih özgürlüğü alanını daraltan ancak bireyin bilgi alanına müdahaleyle gizil olarak bunu gerçekleştirdiğinden pek fark edilemeyen anlamsal yitime işaret etmektedir.

2.1.2. Cumhuriyetle Gelen Yeni Tüketim Biçimleri

Küreselleşmenin tüketim biçimlerinin Türk toplumundaki etkilerinin başlangıçta sınırlı gerçekleşmenin ekonomik koşullardan bağımsız olmadığı gerçektir. Bununla birlikte belirli bir sınıf içinde olsa bu tüketim alışkanlıkları modernleşme çabalarıyla birlikte ele alınmıştır.

Batılı tüketim ürünleri ve kültürünün toplumda oynadığı önemli rollerden biri, toplumu psikolojik olarak tüketime angaje etmesidir. Batıdan getirilen her ürün, toplumu, geri kalmışlığın en ilkel ürünleri ile gelişmişliğin en ileri ürünlerini karşılaştırmaya zorlamaktadır; kıtlığı, yoksulluğu ve ilkel şartları düşünerek geleceğin hesabını yapmaya itmektedir. Örneğin atlarla 1 günde dahi zor ulaşılan yerlere herhangi bir motorlu taşıtla 1 saat gibi kısa bir sürede ulaşılması onlara dünya cenneti ve rahatlığı dedirten türden bir psikolojinin yaşanmasına neden olmaktadır (Orçan, 2014: 129).

Daha sonra da görülmeye devam eden bu özellikler Cumhuriyet sonrasında yapılan düzenlemelerle hız kazanmıştır. Eğitimin, siyasetin, gündelik yaşam pratiklerinin ve toplumsal yaşam biçimlerinin laikleştirilmesi yönündeki modernist çabalara vurgu yapan Göle (2000; 23-24), Pazar günlerinin resmi tatil ilan edilmesi, metrik sisteme geçilmesi, yılbaşı kutlamaları, Gregoryen takvimin seçilmesi ve resmi evlilik törenleri gibi düzenlemelerin zamansal ve toplumsal boyuttaki yenilenmeler olduğu kadar kamusal alanın seküler biçimde düzenlenmesiyle de mekânsal anlamda Batıya uyum kodlarının alındığını belirtir. Böylece zaman ve mekân biçimlerinin modernist özellikleriyle yeniden biçimlendirilmesi Avrupa toplumları ile olan mesafenin sıfırlanmasını sağlaması ile eşdeğer kabul edilmiştir.

Yine bu dönem için çok lüks ve moda olan bir diğer Batılı tüketim ürünü ise radyo ve gramafonlardır. Araba kadar olmasa da orta tabaka ve üstü için bu iki teknolojik araç prestij ürünüdürler... Radyolar salonun ya da misafir odasının en iyi yerlerine konulup üzeri özenle işlenmiş dantelli ve oyalı örtülerle süslenirdi. Gündüzleri daha çok genç kız ve gelinlere akşamları ise evin erkeklerine seslenirdi. Kısaca o dönem için hayati tatlandırıcı ve zevklendiren bir araçtır (Orçan, 2014: 133).

Toplum alanında gerçekleştirilen ya da gerçekleştirilmek istenen bu yeni kültürel değişim aynı şekilde edebiyat eserlerine bakıldığında da kendini gösterir.

Romanların kurgusu yeni medeni yaşam biçimine yöneliktir; dekorlar, yiyecekler, yeni tüketim kalıpları, kıyafetler sergilenerek ilerlemeci ve medeni bireylerin ideal özellikleri ve ahlaki ritüelleri yüceltilmiş olur (Göle, 2000:24). Bunu dönüştüren mekânlarda da görmek mümkündür. Çay salonları, akşam yemekleri, balolar ve kent caddeleri kadın ve erkeğinsosyallaşma sürecini sağladığı mekânlar olarak ön plana çıkmakta; el ele yürüyen evli çiftler, balolarda dans eden, el sıkışan, birlikte akşam yemeğine çıkan kadın ve erkekler iki cinsiyetin Batı endeksli karşılaşma biçimlerini niteler (Göle, 2000:24-25). Tabii romanlarda bu durum vurgulanırken karakterlerin yeni Türkiye'nin dönüşümünü sağlarken düştükleri yabancılaşmaya da değinilir. Özellikle kadının tüketim ve yaşam tarzındaki değişim vurgulanmaktadır.

Tüketim kültürününün modernleşme ile birlikte dönüşerek kültür dünyamızı etkilediğinin bir örneğini de Attila İlhan'ın eserlerinde görürüz. Görsel bir roman olan "O Sarışın Kurt" adlı eserinde İlhan tüketimin aydınlar arasında biçim değiştirmesine değinerek toplumun uzun süre bir arada yaşamasını sağlayan dinamiklerin nasıl ters yüz olduğunu ifade etmektedir. Bunu romandaki Fikriye ve Latife Hanım'ın davranış kodlarındaki farklılaşmalardan da okumak mümkündür. Fikriye, bilgili, anlayışlı, hamarat, çalışkan, saygılı, nerede, nasıl davranacağını bilen, fedakar, zor zamanlarda daima Mustafa Kemal'e moral ve destek verdiği gibi sabırla hareket eden ve dengeli bir kadın olarak geleneksel kültürün değerleriyle barışıklık yaşam tarzına yansır; yemek biçimleri ve çeşitlerinden tutun, ev eşyalarının tarz ve düzenlemesinde hatta dinlediği müzikte tükettiği unsurlar, toplumunun özellikleriyle uyumludur (İlhan, 2007: 172,236,246, 247, 348). Buna karşın Latife Hanım birçok Türk erkeğinde olduğu gibi doğulu olup ta Batılı yaşayan bir kadın olarak istenen Mustafa Kemal'de de bu yönüyle ilgi uyandırmış soylu ancak Fikriye'nin aksine sabırsız, Batılı ürünlerin tüketimine daha çok yönelen, gösterişi ve şöhreti seven biridir (İlhan, 2007: 310,324,329,330,341).¹² Böylece kültürün Batılı yaşam tarzlarıyla dönüşümü sırasında yaşanan gerilimler ortaya konmuş olmaktadır.

2.1.3. Çok Partili Hayata Geçişle Birlikte Artan Özgürlükler

İkinci dünya savaşı sonrasında Türkiye'nin uluslararası ilişkilerdeki politik çıkarları nedeniyle yeni bir döneme girdiği söylenebilir. Bu dönemde ülkeye yönelen tehditlerin ekseninde ortaya çıkan farklılaşmalar Türkiye'nin de kendisini dış siyasette yeniden konumlandırmasına neden oldu. İkinci Dünya Savaşını demokrasi cephesinin kazanması Türkiye'nin kendi siyasal ve sosyal yapısını demokratik rejime göre düzenleme zorunluluğunu biraz daha belirgin olarak ortaya çıkarmaya yardım etmiştir (Karpat, 2010: 2;225). Türkiye'de halkın da dünya ölçeğinde ortaya çıkan liberal politikalara bigane kalması düşünülemezdi. Bu anlamda devlette daha demokratik bir siyaset yürütme eğilimi ortaya çıktı. Bu politikaların ekono-

¹² Attila İlhan'ın doğu-batı arasında kalarak yaşanan kültürel yabancılaşmaya ilişkin *Hacı Hanım Vay* (1984), *Dersaadet'te Sabah ezanları* (1981) ve *O Karanlıkta Biz* (1988) gibi eserlere de bakılabilir.

mik alanda da etkilerini kısa sürede görmek söz konusu olacaktı. Kumaş fiyatlarının indirilmesi, şeker, kahve, çay satışlarının serbest bırakılması, Topraklandırma kanununun adil uygulanması, sanayi hammaddelerinin zorla toplattırılması uygulamasına son verilmesi ve deniz nakliyatının özel sermaye tarafından da yapılabilmesine müsaade edilmesi bu dönemde alınan kararlardan bazılarıydı (Karpaz, 2010: 260). Böylece halkın üretim ve tüketim alanında daha özgür eyleme geçebilmesinin önu kısmen de olsa açılıyordu. Türk alışveriş mekânlarında 1990'lara kadar geleneksel yapı büyük ölçüde korunmuş olmasına rağmen 1860'lı yıllarda Banmorche olarak bilinen büyükmağazalardan sonra en önemli değişimin 1954'den sonra kitleselleşme dönemiyle başladığı söylenebilir (Orçan, 2014: 194).

Çok partili hayata geçişle ve iktidarın daha liberal eğilimli bir parti olarak Demokrat Parti tarafından yönetilmeye başlanması bu süreci daha da hızlandırdı. Göle (2008: 174)'ye göre modernleşmenin eksenı 1950'den sonra değişerek öykünmenin Batı'dan Amerika'ya kaymasında "samimi" ve "demokrat" yaşam kültürüne yönelmenin ihtiyaçlara uygun olduğu düşünülmesi etkili olmuştur. Bununla birlikte daha önceki dönemlerde ortaya çıkan bazı problemler, tüketimde yabancılık bu dönemde de farklı bir biçimde yeniden ortaya çıkmaktadır. Parti demokrasisi geleneksel olarak son derece tutumlu bir toplumda tüketim tutkusunu teşvik etti (Mardin, 2005:282). Aslında tüketim tutkusu her toplumda belli bir düzeyde olsa da söz konusu olmakla beraber Osmanlı'nın son zamanlarında yaşanan modernleşme çabalarında da tüketim unsurları öne geçmişti. Mardin (2005: 282-283)'e göre 50 sonrası yeni otomobilleri ile övünen cömertlik, yardımlaşma cesaret gibi ideallerin kurnazlık, cimrilik biçimiyle sunulduğu, kibirli iş adamları ve girişimcilerden oluşan müsrif bir sınıf doğmuştur.

Toplumun mekânsal olarak yerleşim biçimlerinin bu dönemden sonra değişmesiyle tüketim biçimlerinin de değişmesi söz konusu olabilmektedir. 1950'lerden sonra şehirler değişmeye başladığı gibi geleneksel kültürün özelliklerinin de yeni mekânlarda anlamlar dünyasında algılanması değişmiş, yozlaşma ve folklorik biçimlere indirgenme söz konusu olmuştur (Bilgin, 2009:294-295).

2.1.4. 1980 Sonrasından Günümüze Yansıyan Tüketim Biçimleri ve Küresel Kültür

Özellikle 1980 sonrası askeri darbe sonrasındaki geçici hükümetin ardından kurulan Özal hükümetinin darbe sonrası dönemde yeniden liberal politikalara yöneldiği bilinmektedir. Özellikle mühendis temelli yöneticilerin iş başında olduğu bu dönemde sanayi alanında dışa açılmanın arttığı, bunun bakış açılarında yeni bir zihniyetin ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. 1980 sonrasında karma iktisadi sistemden liberal sisteme evrilen ekonomik yapının teşvikiyle tüketim biçiminde de önemli farklılaşmalar ortaya çıkacaktır.

Batı aslında bir düşünce anlamında Amerika'dan tam olarak da ayrılmış sayılamaz. Modernleşmeyle birlikte Batı'da sekülerleşmenin yaygınlaşması bizim

dünyamızdan da fazla uzak olmadığı için kültürel yönlerimize etki eder. Küresel kültür bu anlamda insanların bedenlerine yönelik yeni bakış açıları getirdiği için tüketimin farklı bir dönüşümü de söz konusu olmuştur. Kişiler bir heykeltıraş gibi bedenlerine yeni bir biçim vermeye, yeme alışkanlıklarını değiştirmeye, fazla kilo ve kalorilerinden kurtulup dinamikliklerini artırmaya çalışmaktadırlar çünkü görünüş, fiziksel enerji, dinamik gövde seçkinlik, üstünlük kriteri olmaya başlamıştır (Göle, 2008: 175). Bunun için ülkemiz medyasında tanıtımı yapılan ürünler arasında spor ve kondisyon aletlerinin hızla artışını gözlemlemek yeterlidir.

Küresel kültürün tüketimi dönüştürmesinin bir sonucu olarak giyim konusundaki farklılaşmaları örnek vermek mümkündür. Her ne kadar kapalı giyimlerle bir nevi Batı kaynaklı sekülerizasyona olan karşı çıkış devam etse de mekânalıgilanışlarında farklılık göze çarpmaktadır. Buna bir örnek eşofmanın içsel ev mekânı ile dış kent yaşamı arasındaki sınırları değiştiren bir biçimde kullanımıdır (Göle, 2008: 170). Böylece Türk insanı rahat kullanımı olan bir giysiyi kamuya açık alanlarda giymeyi tercih etmekte, tüketimde mahrem mekânın sınırı dönüşmektedir. Ülkemizde artık televizyonlarda evlilik ve boşanma gibi programların kanıksanan yayınlara dönüştüğünü, böylece mahrem kabul edilen konuların da bir çeşit tüketime açıldığı ve araçsallaştığı görülmektedir.

3.TARTIŞMA

Bazı bilimciler küresel kültürün olumlu işlevler yönüyle tüketimde etkili olabileceğini ifade etmişlerdir. Ritzer(2011: 38), küresel kültürün avantajlı olabileceği alanlar arasında; ulaşılabilirlik açısından mekan sınırlarının azalması, mal ve hizmet yelpazesinin geniş kitlelere ulaşımı, mal ve hizmetteki kalitenin standartta olsa belli bir yükseklikte olması, ekonomik seçenekler sunabilmesi, bilinenin rahat ve güvenliğini sağlayabilmesi, nicelleştirmenin diğer ürünlerle karşılaştırma yapma olanağını vermesi, insanlara davranış konusunda belli bir eşitlik imkanıyla hareket edebilmesi, kültürün ürünlerinin başka kültürle sunulmasının kolaylaşması, zaman konusunda teknolojinin sağladığı yararlar v.b sayılabilir. Rasyonel davranışların küresel anlamda artmasıyla “*akıl yolu birdir*” deyimiyle ifade edilebilecek temel doğrularda birleşmek mümkün de olabilir. Böylece insan iletişimde bazı problemlere ortak akılla çözüm arayışı da gündeme gelebilir. Bununla birlikte her halükarda insanların eylem dünyalarında bilinçliliğin küresel dünyada ne kadar korunabileceği sorgulanmalıdır. Aynı şekilde sanayi sonrası artan üretimle ürünlerin fiyatlarının azalması, her yere ulaşabilmesi, herkes tarafından tüketilebilmesi için fırsatlar da sağlayacağı belirtilmektedir.¹³ Bu görüşlere göre küreselleşme insanlara yeni olanaklar sunarak bir arada yaşama kültürünü ve zenginliğini artırmıştır (Sarıtaş, 2009: 405).Bununla birlikte bu zenginliğe ulaşma koşullarının eşit olarak karşılandığını söylemek kuşkuludur.

¹³ Küreselleşmenin çeşitli olumlu yönlerine Held de değinmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Held, David and Mc GrewAntony1999 . Global Transformations-Politics, Economics and Culture, Cambridge: politypresspp. 16.

Ayrıca, şirketlerin küresel üretim sürecinin artırılmasına yaptıkları katkı daha çok işçi istihdamını da sağlayabilmesine yardım etse de küreselleşmenin ürün çeşitliliği ve hizmetleri daralttığı da vurgulanmaktadır (Giddens,2005: 51). İnsanlar çeşitli ürünleri değil herkesin ya da genelin istediği ürünleri piyasada tüketmek zorunda kalacaklardır. Dolayısıyla seçenekler de bir başka açıdan daralmaktadır. Beck küreselleşme durumunda problem ve risklerin de global hale gelmesine değinmektedir.

Periferideki yoksul ülkeler, kimyasal maddeler sayesinde kendi gıdalarını üretebiliyor ve sanayileşmiş dünyanın iktidar metropollerinden kısmen bağımsız kalabiliyorlar. Zaten algılanabilir olmayan tehlikelerin bastırılması, bunların tehlikesizmiş gibi lanse edilmesi ve bu yüzden de artması, yayılması ve eninde sonunda gıda maddeleri yoluyla zengin sanayi ülkelerine geri dönmesi, açlığa karşı ve özerklik için verilen mücadelenin kalkanını oluşturuyor (Beck, 2011: 59).

Küreselleşme konusunda ileri sürülebilecek bir diğer tartışma ise küreselliğin yerelliği ortadan kaldırıp kaldırmayacağıdır. Tüm teknolojik ve iletişim biçimleri gibi tüketim biçimlerinin de standartlaşmasına bir tepki olarak küreselleşmenin yerelleşmeyi de beraberinde getireceği ileri sürülmüştür. Robertson (1995: 26), küreselleşmenin yerelliği ortadan kaldırdığına karşı çıkarak “küyerelleşme” kavramını tanıtır ve küresel ve yerel olarak adlandırılan şeylerin aynı anda gelişen ve birbirini içeren nitelikte bulunduğu vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla küreselleşmeyle yerelleşme ile birlikte ortaya çıkan bir sürece de işaret etmektedir. “Risklerin çoğalması, dünya toplumlarını birer tehlike cemaati haline getiriyor” diyen Beck (1986/2011: 62), küreselleşmenin olumsuz etkilerinin gelişmiş ülkelere geri döneceğinin uyarısını yapmaktadır.

Küreselleşmeye farklı bir açıdan da yaklaşan Giddens (2000: 28), “ters yönlü sömürgeleştirme” kavramını ileri sürerek Batı olmayan ülkelerin Batıyı etkilemesine şu örnekleri verir; Los Angeles’ın Latinleşmesi, Brezilya televizyon programlarının Portekiz’e satılması v.b. Elbette bu şekilde küreselleşmenin tek boyutlu ilerlemediği, karmaşık bir süreci barındırdığı, küresel kültür tüketiminin yukarıdan aşağıya değil aşağıdan yukarıya doğru yayılabildiği de anlaşılmaktadır.

4.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Küresel kültür karşısında ortaya çıkan sürecin birey ve toplum yaşamını bir daha geriye dönülmesi zor bir şekilde değişime zorladığı bilinmektedir. Tasarruf etmek yerine tüketmenin günümüz dünyasında hayat tarzına dönüştüğü ifade edilebilir. Küreselleşmenin en temel değişimlerinden biri mekân boyutunda ortaya çıkmaktadır. Mekânsal bağların önceden olduğu gibi zorunlu olarak kurulmaması sanal iletişim, internet ve cep telefonları ile alışverişlerden konferanslara kadar her şeyin mekânsız olarak yapılabilmesi toplum hayatındaki yüzyıllardır oluşmuş kültürel anlamları değiştirmektedir. Böylece insanlara kendilerini ait hissetmedikleri, bir düğmeye dokunacak kadar kısa bir sürede mekânlarla yapay bir bir-

liktelik sağlasalar da ilişkileri sağlam ve sürdürülebilir kılan bağlardan kopmuş olmaktadır.

Aynı zamanda küresel kültür bireylerde zaman algısını dönüştürmüş, içinde bulunduğu anı tam olarak algılayamadan doyumsuz bir etkileşimi oluşturmuştur. Fromm (1993: 54)'a göre Rönesansla birlikte insan ilişkilerini zehirleyen yeni ölçüler ortaya çıkmıştır: “Birey tepeden tırnağa bir benmerkezcilikle, erk ve mal varlığına yönelik doyumsuz bir aç gözlülükle dolmuştur. Onun için hem öteki bireyler hem de kendi özü de bir başka insan kadar bir sömürü nesnesi olup çıkmıştır”.

Mekânda olduğu gibi zamanda da sınırlar azalmış, insanlar bilgi ve enformasyona anında ulaşabildikleri bir konumda bulunmanın yanında uygun zamanı bekleme gereğini hissetmeden eyleme geçmeye yönelebilmektedirler. Bunun yanında küresel çağ birçok alanda zamanın daha dakik yaşanmasını zorunlu hale getirmiş, bireyle üzerinde aşırı uyarımlarla gerilimi artırmaktadır. Bu bağlamda Giddens da toplumsal yaşamın zaman ve mekân içindeki düzenlenişlerde meydana gelen değişimleri ifade sadedinde “zaman-uzam uzaklaşması” deyimini kullanır. Zaman ve uzamın ayrılması ve standart “boş” boyutlar haline gelmeleri, toplumsal etkinlik ile bu etkinliğin mevcudiyet bağlamlarının özellikleri içine “yerleştirilmişliği” arasındaki bağları koparıp atar (Giddens, 1994: 25).

Zamanda olduğu gibi bütün alanlarda bir nicelleşme de insan hayatını küresel yüzyılda etkisi altına almaya başlamıştır. Niceliğin niteliği dönüştürdüğü, doğrudan amaç haline getirdiği bu dönem bireyin gerçekliklerden soyutlanmasını, yaşamın maddileşmesini de ortaya çıkarmaktadır. Medyada, eğitimde, sağlıkta, tüm iş alanlarında nicellekle insan hayatının değeri ölçülür olmaktadır. Bu aynı zamanda hayat üzerinde bir hegemonyanın da meydana gelmesine neden olabilmektedir.

Küresel kültürün ortaya koyduğu tüketim aşırılığı toplumsal edilgenliği artırmaktadır. Üretmekten çok tüketmeye dayalı bir toplumun teşvik edilmesi, hazzı ihtiyacın önüne çıkardığı gibi bireyleri gereksinim dışı yapay ihtiyaçlara zorlamaktadır. Böylece insanların emekleri ve kaynakları da doyumunu sağlamaktan uzak bir biçimde tüketilmektedir.

İnsan bedeni ve bilinç dünyası ise küresel kültürün daha şiddetli olarak dayattığı tüketim biçiminden en fazla etkilenen alanlar olarak görülmektedir. Özellikle medya ve internet ortamı gibi teknolojik imkanlarla görselliği arttırılan ve yaygınlaşan film ve reklam dünyası bedenlerin üzerinde yıkıcı bir dönüşüm meydana getirmeye başlamıştır. İnsanları çoğu zaman fark ettirmeden sanal deneyimlerle karşı karşıya bırakarak hem bilinç alanlarını hem de bilinç altı dünyalarını dönüştüren bu iletiler şiddeti kendi ve öteki alanında yaygınlaştırmaktadır.

Küresel kültürün tarihimiz açısından serüveni incelendiğinde, dünyadaki tüm gelişmelerin dışında olmadığı, modernleşme hareketleri ile birlikte ele alınmasının zarureti belirgindir. Modernleşme ile tüketim kalıplarının değişmeye başlamasını Tanzimat'a, oradan Cumhuriyet dönemine uzanan çizgide ele almak mümkündür. Bu dönemlerde kültürel bir yabancılaşma ile birlikte tüketimin yükseldiği, top-

lumda yaşam tarzları açısından olduğu kadar tüketim biçimleri açısından da farklılaşmaların belirginleştiği görülür. 1946 yılından sonra çok partili yaşama geçişle birlikte tüketim alanındaki yoğunluk demokratik ve liberal politikalarla daha geniş tabanlara ulaşmıştır. Bununla birlikte yatırımlarla yeni istihdam alanları sağlayabilecek gelişmeler tüketimin gölgesinde kalmış, iç ve dış kaynaklı koşulların zorlamalarıyla daha ileri hamleler yeterince görülmemiştir. 1980 sonrası dönemde ise liberal politikalar yeniden ağırlık kazanmış, küresel kültürün tüketimi daha derin boyutlarda etkilemeye başlaması söz konusu olmuştur. Ekonomik imkanlardan dolayı mobilitenin artması mekanlarda yeni davranış kodları üretmiş, kültürün geleneksel öğeleri koşullara göre biçimlenmeye başlamıştır.

Sonuç olarak küresel kültürün etkisinin bir alanla sınırlı kalmadığı toplumda tüketimi amaçlaştırmmanın yanında kültürü ve böylece yaşam tarzlarını yeniden tanımlamaya zorladığı söylenebilir. Böylelikle yeni davranış kodlarını gördüğümüz toplum yaşamı da hızla bütünselleşirken bireyleri de özel birbirine yabancı hale getirmektedir. Küresel bir kültürün günümüz dünyasında etkisine kayıtsız bir yaşamın çağdan uzak yaşam anlamına geleceği de açıktır. Bununla birlikte tüketimin hegemonik etkisiyle yaşamlarımızda dönüşümün önüne geçmek etkilerini tersine çevirebilecek eylemlerle mümkün olabilir. Bu da kültürün iç dinamiklerinde gizil ya da açık olarak bulunan seçimleri olmayan bir eylemi değil, anlam dünyasına göre bilinçli kararları alabilmeyi, sadece tabi olan değil, aktif insanı, en azından tüketici olmak kadar üretici olabilmeyi, edilgen değil inşacı bir insan ve toplumu öne çıkarmakla mümkün olabilir.

Kaynakça

- AYDOĞDU, H. (2004), Modern Kimlikte Öznenin Ölümü, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, sayı:10, 2004. 115-147
- BACK, Les. (2012), Yerel/küresel. (çev. A. Kirman).C.Jenks (Editör). Temel Sosyolojik Dikotomiler, (çev. Ed.İ. Çapçiođlu), Ankara: BirleşikYayınevi. s.97-115.
- BARAN, A.G. (2005), Medya ve iktidar ilişkileri. Düşünen siyaset, düşünce dergisi sayı:20. Lotus yayınları.105-122.
- BAUDRİLLARD, J. (2008), Tüketim Toplumu (İkinci baskı). (çev. H. Deliçaylı ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRİLLARD, Jean (2009), Gösterge Ekonomi Politiđi Hakkında Bir Eleştiri, (Çev. O Adanır, A. Bilgin) İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- BAUDRİLLARD, J. (2010), Simülakrlar ve Simülasyon (çev. O. Adanır). (5. Basım). Ankara: Doğu-Batı yayınları.
- BAUMAN, Z.(2011), Bireyselleşmiş Toplum(çev. Y. Alogan), İstanbul: Ayrıntı yayınları.

- BAUMAN, Zygmunt (2010), Küreselleşme, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Z. (2013), Postmodernizm ve hoşnutsuzlukları (ikinci basım), (çev. İ. Türkmen) İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- BECK, U. (2011), Risk Toplumu (çev. K. Özdoğan ve B. Doğan), İstanbul: İthaki Yayınları.
- BERGER, Peter L. Vd.(1985), Modernleşme ve Bilinç(Çev. Cevdet Cerit), İstanbul, Pınar Yay.
- BERGER, Peter, (2003), “Küreselleşmenin Kültürel Dinamikleri,” Bir Küre Bin Bir Küreselleşme,(Ed. P. Berger, S. Huntington) İstanbul: Kitap Yayınevi.
- BİLGİN, Vedat (2010), Türkiye’de Değişimin Dinamikleri, Ankara, A Kitap Yayınları
- BORBALAN, Jean –ClaudeRuano (2009a), “dünya@culture.com”, Evrenselden Özele Kültür, (Ed.N. Journet, Çev. Y. Sezen), İstanbul, İz Yayıncılık.
- BORBALAN, Jean –ClaudeRuano (2009b), Evrenselden Özele Kültür, (Ed.N. Journet, Çev. Y. Sezen), İstanbul, İz Yayıncılık.
- ÇAKIR, Süreyya, (2007), “Medya ve Şiddet”Doğu Batı Dergisi,(S.43); s.161-180.
- DOUGLES M., ISHERWOOD, B. (1999), Tüketimin Antropolojisi (çev. Erden Atilla Aytekin). (Birinci baskı). Ankara: Dost Kitabevi yayınları.
- EDLES, Desfor Laura (2006), Uygulamalı Kültürel Sosyoloji, Çeviren; Cumhuriyet Atay, İstanbul, Babil Yayınları.
- ERDEM, Tefik (2009a), “Feodaliteden Sanayi Toplumuna”, Feodaliteden Küreselleşmeye (Ed. T. Erdem), Ankara, Lotus Yayınları.
- ERDEM, Tefik (2009b), “Yoksulluk”, Feodaliteden Küreselleşmeye (Ed. T. Erdem), Ankara, Lotus Yayınları.
- ERKAL, Mustafa (2007), “Küreselleşme, Değişme ve Dini Hayat”, Çağımızda Sosyal Değişme ve İslam Sempozyumu, Ankara, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- ERKİLET, Alev (2004) Eleştirellikten Uyuma, Ankara, Hece Yayınları.
- ESENBEL, S. (2000). Türk ve Japon Modernleşmesi: Uygurlık süreci kavramı açısından karşılaştırmalı bir mukayese.Toplum ve Bilim, 84.sayı. s.18-36.
- FOUCAULT, M. (1993), Cinselliğin tarihi 1, (çev. H. Tufan) (ikinci baskı), İstanbul: Afa Yayıncılık
- FOUCAULT, M. (2003), Seçme yazılar; 4, İktidarın gözü. (çev. I. Ergüden), İstanbul: Ayrıntı yayınları. (Eserin orijinali 1994’de yayımlandı)
- FROMM, Eric (1993) Özgürlükten Kaçış,(Çev. Selçuk Budak) Ankara, Öteki Yayınları.
- FROMM, Erich (1996), Sağlıklı Toplum, Çevirenler; Yurdagül Salman- Zeynep Tanrıseven, İstanbul, Payel Yayınları.
- GANS, Herbert J. (2005), Popüler Kültür ve Yüksek Kültür, (Çev. E. O. İncirlioğlu), İstanbul, YKY yayınları.

GIDDENS, Anthony (2000), Elimizden Kaçıp Giden Dünya, (Çev. O Akınhay), İstanbul, Alfa Yayınları.

GIDDENS, Anthony (2004), Modernliğin Sonuçları(Çev. Ersin Kuşdil), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

GIDDENS, Anthony (2005), Sosyoloji, (Haz. Cemal Güzel) Ankara, Ayraç Yayınevi

GIDDENS, Anthony(2012a), Modernliğin Sonuçları(Çev. Ersin Kuşdil), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

GIDDENS, A. (2012b), Sosyoloji, (Haz. C. Güzel) (Genişletilmiş beşinci baskı). İstanbul: Kırmızı yayınları.

GÖLE, Nilüfer (2008), Modern Mahrem, İstanbul, Metis Yay.

GÖLE, Nilüfer (2000), İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri, İstanbul, Metis Yayınları.

HARVEY, David (1992). TheCondition of Postmodernity, An Enquiryintothe-Origins of CulturelChanges. Cambridge, U.S.A and Oxford, U.K. : Blackwell Publishing.

HARVEY, D. (1993). Esneklik: Tehdit mi yoksa fırsat mı? (çev.Ayça Kurdoğlu). Toplum ve Bilim, sayı: 56-61 Bahar 1993. (Eserin orijinali, Socialist Review, cilt:21, No: 1 (1991) s. 65-77)

HATUN, Şükrü, (2012), İnsanlık Bir Tıp İçin, İstanbul: İletişim Yayınları.

HAVİLAND, W.A ve Diğerleri (2008), Kültürel Antropoloji, (Çev.İ.D.E.Sarioğlu), Kaknüs Yayınları.

HORKHEİMER, Max (2002), Akıl Tutulması, (Çev.O. Koçak), İstanbul, Metis Yayınları.

İLHAN, Attila (2007), O Sarışın Kurt, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yay.

İNALCIK, Halil (2008) II. Meşrutiyet: Anayasa Rejimi Geliyor, Cumhuriyet Yolu Açılıyor. Doğu-Batı Dergisi, sayı: 45, yıl:11, 11-16. Ankara (28 Nisan 2008 tarihinde Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde toplanan II. Meşrutiyet Sempozyumu'nda okunan açış konuşması)

JOURNET, Nicolas (2009), Evrenselden Özele Kültür, İstanbul, İz Yay.

KARPAT, Kemal (2008),Osmanlı Modernleşmesi, Ankara, İmge Kitabevi.

KARPAT, Kemal (2010), Türk Demokrasi Tarihi, İstanbul, Timaş Yayınları.

KARPAT, Kemal (2011), Kimlik ve İdeoloji, İstanbul; Timaş Yayınları.

KOWİNSKİ, William, Severini (1985). The Malling of America: An Inside look at the Great Consumer Paradise, New York: William Morrow and Company

KURTULUŞ, Hatice (2003), “Mekanda Billurlaşan Kentsel Kimlikler: İstanbul'da Yeni Sınıfsal Kimlikler ve Mekansal Ayrışmanın Bazı Boyutları”, Doğu Batı Dergisi (S.23);s.79-101

KÜÇÜKÖMER, İdris, (2002), Düzenin Yabancılaşması, İstanbul, Bağlam Yay

MARDİN, Şerif(2005), Türk Modernleşmesi, İstanbul, İletişim Yay.

MERİÇ, Ümit (2007), Çağımızda Sosyal Değişme ve İslam içinde “Küreselleşme ve Dünya Dinleri, Ankara, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

ODABAŞI, Yavuz (1999), Tüketim Kültürü; Yetinen Toplumun Tüketen Toplum Dönüşümü, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

OKTİK, Nurgün (2007), Bireysel Bir Şiddet Olarak İntiharın Sosyolojik Açılımı, Doğu Batı Dergisi,(S.43): s.199-218.

ORÇAN, M. (2014), Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü, (3.Baskı)Ankara: Harf Yayınları.

ÖZBEN, Mevlüt (2012), Yapay Kutsallıklar, Kutsallıkların Ölümçül Sıçrayışı, Ankara, Kadim Yayınları.

ÖZER, Nazan (2006), Küreselleşme ve Bürokratik Seçkinler, Ankara, Lotus Yayınları.

ÖZKIRIMLI, Umut (2010), Milliyetçilik Üzerine Güncel Tartışmalar,(Çeviren: Yetkin Başkavak), İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

RİTZER, George (2011),Toplumun McDonaldlaştırılması, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

ROBERTSON, Roland. (1995), Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity, içinde, M. Featherstone, S. Lash ve R. Robertson (Eds.), Global Modernities, Londra: Sage s. 25-44.

ROBINSON, William, I. (2007), Theories of Globalization, George Ritzer (Ed) The Blackwell Companion of Globalization: Malden, U.S.A: Blackwell publishing. pp. 125-147

SAĞLAM, Ö. (2015), Modernleşme Sonrasında Yeni Bir Otorite Biçimi Olarak Ortaya Çıkan Hekimlik, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, SBE.

SAHLİNS, M. (2015), Tarihsel Metaforlar ve Mitsel Gerçeklikler (Çev. Taylan Doğan).(İkinci baskı). İstanbul: bgst yayınları.

SARITAŞ, İ (2009), "Küreselleşme", Feodaliteden Küreselleşmeye (Ed. Erdem), Ankara, Lotus Yayınları.

SCHOLTE, Jan, Aart,(2002), Civil Society and the governance of global finance, Jan Aart Scholte, Albrecht Schnael (Eds). Civil Societ yand Global Finance, London: Routledge, 11-32.

SENNETT, R. (2009), Zanaatkar (çev. M. Pekdemir) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

SHAYEGAN, D. (1991), Yaralı bilinç, Geleneksel toplumlarda kültürel şizofreni. (çev. Haldun Bayrı). İstanbul: Metis yayınları.

SMİTH, Philip (2007), Kültürel Kuram, İstanbul: Babil Yay.

URRY, J. (1999), Mekânları tüketmek (çev. R. G. Ögdül). İstanbul: Ayrıntı yayınları.

YAVUZ, H. (2009), Türkiye'nin Zihin Tarihi; Türk Kültürü Üzerine Kuşatıcı Bir Söylev, İstanbul, Timaş Yay.

WILLIAMS, Rymond (2012), Anahtar Sözcükler , Kültür ve Toplumun Sözvarlığı (çev.Savaş Kılıç). (Beşinci baskı). İletişim Yayınları: İstanbul.(Eserin orijinali 1976'da yayımlandı)

