

## MODERN KONTROL: TÜKETİM

Ünal Şentürk

### Öz

*Ekonomik, sosyal ve siyasal içerikli her süreç, kendi koşullarını beraberinde getirmektedir. Yaşadıkları süreçlerin etkisinde kalan toplumlar, yapısal özelliklerine göre farklılaşan ideal yaşam şekli oluştururlar. Öncelikler, kabuller ve değerler bileşiminden oluşan bu ideal yaşam şekli, tarihten günümüze değişmektedir. Sanayileşmenin başlangıcına kadar, toplumsal yaşamın sadece bir ögesi olan ekonomi, bu tarihten itibaren insan ilişkilerinde belirleyici etkinliğini daha fazla artırmaktadır. Sanayileşmeyle birlikte şekillenen kapitalist sistem, ayakta kalabilmek için çalışma ve üretimi esas almıştır. Sistem, yönlendirme ve kontrol etme yöntemini çalışma ve üretme temelinde gerçekleştirmiştir. Bunu, M. Foucault, “gözetleme”, “kapatma” ve “denetleme” eylemlerinin gerçekleştiği “panoptikon” örneğiyle açıklamaktadır.*

*Ancak içinde yaşadığımız yüzyılda esas olan ve hayata geçirilmek istenen üretim değil, tüketimdir. Bilimsel bilgi ve teknolojinin olağanüstü gelişimi, hem geçmişle kıyaslanamayacak kadar fazla üretimi gerçekleştirmekte, hem de insan emeğine olan ihtiyacı azaltmaktadır. Bu açıdan, önemli olan üretilen mal ve ürünlerin tüketilmesidir. Sistemin dayattığı ve ihtiyacı olan, tüketimin mümkün olduğunca artırılmasıdır. Bu bağlamda, insanları yönlendirme ve kontrol etme harcama ve tüketim esaslı gerçekleşmektedir. Kontrol etmede gerçekleşen bu kaymayı konu edinen çalışma, M. Foucault'un “panoptikon” örneğini günümüz tüketim toplumunda değerlendirme amacı taşımaktadır.*

### Anahtar Sözcükler

*Üretim, Tüketim, Denetleme*

*Modern Control: Consumption*

### Abstract

*Every process dealing mainly with economic, social and politics brings about its own conditions alongside. Societies under the effects of the processes they live form an ideal way of life that are becoming distinct according to their structural characteristics. This ideal way of life formed by the composition of the priorities, admissions and values have changed from past to this date. The economy which was only a component of the social life until the beginning of the industrialization has increased its determining efficiency on human relationships more as from that date. The capitalist system formed with industrialization has primarily focused on working and production to keep its existence. The system has carried out the directing and the controlling methods on the basis of working and production. M. Foucault has explained this situation with the example of “panoptikon” in which the “observing”, “closing” and “supervising” processes occurred.*

*However, it's not the production that is wanted to be introduced into life and that is basic in the century we live in. It's the consumption. The incredible development of the scientific knowledge and technology has both produced too much, which can't be compared with the past and has decreased the necessity for human power. From this point of view, it's important that the produced goods and products be consumed. What the system needs and insists is that the consumption be increased as much as possible. For that reason, directing and controlling the people have principally been occurring on the basis of spending and consumption. The study whose subject is the slipping on the controlling aims the evaluation of the M. Foucault's “panoptikon” example on today's society of consumption.*

### Key Words

*Production, consumption, control.*

## Giriş

Tarih sahnesine çıkan her toplum, ihtiyaçlarını giderebilmek için kurumlar ve bu kurumların işleyişini, yaşamın kabul edilebilir bir düzende sürmesini sağlamak için uyulması gereken kurallar belirlemiştir. İnsan ilişkilerini ve toplumsal hayatı organize eden yazılı olan ve olmayan bu kurallar; değerler, kabuller, öncelikler ve esaslar olarak kendini göstermiştir. Ancak bunlar, toplumun sahip olduğu tarih, coğrafya, gelenek, görenek ve kültür açısından değişmiştir/değişmektedir. Başka bir ifadeyle, içinde yaşanılan süreç, toplumlara belirli şekilde düşünmeye, davranmaya ve yaşamaya zorlamaktadır. Sosyal özelliğinden dolayı rasgele hareket etmeyen insan teki, yaşanılan sürecin değişimlerinden etkilenerek yaşamını şekillendirmektedir.

Sanayileşmenin ve kapitalist ekonomik düzenin toplumsal hayat üzerinde etkisini artırmadan önceki aşamada, insanların “doğal düzen” içinde sosyal ilişkilerini kurarak yürütmüştür. Bu bağlamda, ekonomik faaliyet, toplumsal hayat içinde bir unsur olarak sürmüştür. Ekonomik faaliyetlerin bu düzeni içinde, insanlar ihtiyaçları kadarını üretmiş, herhangi bir bedel karşılığı emeğini sunmamış ve kâr endişesi taşımamıştır. Ancak sanayi kapitalizmin büyük dönüştürücü gücü, toplumsal hayatta derin değişiklikler yaratmıştır. Bu aşamadan sonra, ekonominin toplumsal hayat üzerindeki etkisi artarak sürmüştür. Çalışma, üretim, artı ürün, sermaye artırımı ve kârı maksimize her şeyin önüne alınmıştır. Bu ekonomik düzeninin varlığını ve geleceğini tehlikeye düşürecek eylemler engellenmeye çalışılmıştır. Çalışmamak ve aylıklık etmek gibi düzenin emrettiği şekilde davranmayanlar hapisane, hastane, ıslahevleri ve okul gibi kurumlara *kapatılarak; gözetlenmiş, kontrol edilmiş ve normalleştirilmiştir*. Dolayısıyla, üretim toplumu olarak da nitelendirilen sanayi toplumunda insanlar, çalışma ve üretim merkezli kontrol edilmiştir. Ancak, 20 yüzyıldan sonraki toplumsal aşamada, çalışma ve üretim yerini harcama ve tüketime bırakmıştır.

Bilimsel bilgi ve teknolojideki akıl ermez gelişme, insan emeğine ihtiyacı azaltmıştır. Bilgi ve teknolojinin sinerjisi, daha önce üretimi gerçekleştirecek insan nüfusu problemini gidermiştir. Bu bağlamdaki değişim, üretimin değil de tüketimin yükselen bir değer olması durumunu ortaya çıkarmıştır. Artık, arzu edilen üretimin değil, tüketimin maksimize edilmesidir. Çünkü, teknolojik güç, insanların hayalini bile edemeyeceği kadar büyük miktarda ve hızda üretimi gerçekleştirecek konumdadır. Mesele bunun eritilmesi ve tüketilmesidir. Bu nedenle, tüm ilgi tüketimin miktarı üzerindedir. Bu bağlamda insan davranışları ekonomik olarak “*yönlendirme*” ve “*gözetleme*” şeklindeki “*panoptik*” “*kontrol etme*”, üretim üzerinden değil tüketim üzerinden yapılmaktadır. Bu kaymaya bağlı olarak, tüketmeden yaşamın imkânsızlığına vurgu yapılan süreçte, harcamayıp tüketmeyerek kendi ihtiyaçlarını kurduğu düzen içinde karşılayan, piyasaya bağımlı olmayan modern insan iğdiş edilmektedir.

## Doğal Toplumdan Çalışma ve Üretim Esaslı Topluma Geçiş

Toplumlar, kendi zaman ve mekân kesişimindeki koşullar açısından idealler belirleme ve kendi varlıklarını koruyacak değişkenleri saptama eğilimine sahiptirler. Her toplum, sahip olduğu güce ve çağın şartlarına göre bazı esaslar oluşturmakta yarar görür. Ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel içerikli bu

esaslar, onların şu anki durumları kadar, geleceklerinin selameti için büyük önem taşır. Toplumlar tarım, sanayi ve sanayi sonrası olmak üzere üç kategoriye ayrıldığında, karşımıza bir birinden farklı esaslarla dayalı idealleştirilmiş tipler, tutumlar ve davranışlar çıkar. Her birinin diğerinden ayrılan öncelikleri, kabulleri ve değerleri bulunur. Araştırma konusu dikkate alındığında bu; sanayi öncesi toplumda, doğal yaşam, doğal yollardan kendi ihtiyacını karşılama, var olanla yetinme; sanayi toplumunda ücret karşılığında emeğini sunma, pazar için üretim, çok çalışma ve biriktirme iken; sanayi sonrası modern toplumda ise aşırı tüketim ve harcamadır.

Sanayi öncesi toplumsal aşamada, çalışma ve artı ürün yaratma diye bir şey söz konusu değildir. Sanayi öncesi insanı için iş/güç görme, gündelik hayatın doğal seyri içinde gerçekleşen herhangi bir sürece karşılık gelir. Bugünkü anlamda kavranılan çalışma olgusu, ilk kez sanayileşme döneminde belirmiştir. Modern çağda sanayileşmenin beraberinde getirdiği çalışma, bundan sonraki dönemin merkezi unsuru olmuştur. Üretime dayalı kapitalist sanayi düzeninde fabrikaların, atölyelerin ve büyük işletmelerin ayakta kalabilmesi, yoğun iş gücüne ve çalışmaya bağlıdır. Bundan sonraki dönemin insanı için, yaşayabilecek değil daha fazlası için çalışmak gerekmektedir (Bozkurt, 2000: 19, 21). Sanayi öncesi toplumda kazanç amacının, ücret karşılığı çalışma ilkesinin, çalışırken sarf edilen gayreti olabildiğince azaltma girişiminin ve özellikle ekonomik amaçlar üzerine kurulu ayrı ve belirgin bir kurumun yokluğu söz konusudur. Sanayileşmeye kadar ki toplumda elbette üretim, tüketim, emek ve çalışma kavramlarına karşılık gelen bir ekonomi olgusu mevcut olmuştur. Ancak bu ekonomide ne bir kâr kaygısı, ne bir ücret karşılığı çalışma ne de sosyal yaşamın merkezinde olan bir piyasa yapılanması vardır. Bahsedilen değişimler, ancak bu dönemden sonra hareketlenmeye başlamıştır. Sanayi öncesi toplumdaki üretim, çalışma ve emek bileşiminden oluşan ekonomiyi ilk önce “karşılıklılık” (reciprocity) ve “yeniden dağıtım” (redistributioan) ilkeleri daha sonraları ise ihtiyaca paralel gelişen “ev idaresi” (householding) biçimlendirmiştir (Polanyi, 1986: 69-74). Bütün tarih boyunca, sıra dışı ve kötü durumlar için en iyi ölçü, satın alınmak zorunda kalınmış olan tüketilen yiyeceğin oranı olmuştur. İyi zamanlarda ise, çoğu aile yiyeceğini ya kendi yetiştirdiği şeylerden, ya da hüner ilişkilerinden oluşan bir ağ içinde karşılamıştır. 19. yüzyılın sonuna kadar, toplumların büyük çoğunluğu ihtiyaçlarını kendi ürettikleriyle gidermiştir (Illich, 1990: 30). Bu bağlamda, ihtiyacı kadarını üretme, geçimliği kadar çalışma ve elde ettiğiyle tatmin olup yetinme sanayi öncesi toplumun doğal insanının ortak özelliğini yansıtırken; bir ücret karşılığında emeğini sunma, mümkün olduğunca çok çalışma ve bunun karşılığında belirlenen bir bedeli alma, sanayileşme dönemindeki insanın uymak zorunda olduğu normu çağrıştırmaktadır. Zira, kapitalist ve sanayileşme süreninin üzerine konumlandığı “*çalışma etiği*”nde insanlara durmaksızın çalışma ve üretme öğütlenmektedir (Bauman, 1999a: 14-16). Sanayileşme ve kapitalizmin alt yapısını oluşturacak çalışma ve üretimi yücelten öğüt, toplumsal hayat üzerinde etkisi tartışılmaz din ve inanç üzerinden yapılmaktadır. Sanayileşme, kapitalizm, çalışma, üretim ve din arasındaki ilişkiyi en iyi Weber, “Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhü” adlı yapıtında ifade etmektedir. Weber’in, kapitalizmi ortaya çıkaran olarak gördüğü “*asketik protestanlık*”ta lüks tüketim, zevke düşkünlük, boş vakit geçirmek sınır getirilen

ve hoş görülmeden eylemlerken; para kazanmak, kâr etmek için olabildiğince çok çalışmak, biriktirmek veya tasarruf etmek erdemli davranışlardır (Weber, 1997: 150). Çalışmak ve üretmek bu anlamda bir ibadet şeklidir. Nitekim 17. yüzyılın büyük manifaktürlerinin yönetmeliğinde bu “sabahları işlerine gelen bütün kişiler...çalışmaya başlamadan önce ellerini yıkayacak, çalışmalarını Tanrıya adayacak, haç çıkaracak ve sonra çalışmaya başlayacaktır” şeklinde formüle edilir. Yine 19. yüzyıl Avrupa köylülerinin, sanayide istihdâmı tarikatların etkili yöntem ve teşvikleriyle sağlanır (Foucault, 2006: 226). Dolayısıyla, bu dönemde kişinin çalışması, onun zorunlu ihtiyaçlarını karşılayacak yegane bir eylem olmaktan öte, ona diğer dünyadaki mutluluğu sağlayacak bir tapınma fonksiyonunu yerine getirir.

Sanayileşmeyi şekillendiren önemli bir unsur olan “*püriten asketizm*”, artan üretim azalan tüketim şeklinde kendini gösterir. Mesleğin, Tanrı buyruğu olarak tanımlandığı “*püritenizm*”de, çalışmak hem bu dünya hem de öteki dünya için kutsaldır. Gösterişçi ve lüks tüketimde somutlaşan zevk ve eğlenceye dayalı “*hedonist*” yaşam biçimine, kapitalizme hayat veren “*püriten etikte*” yer yoktur. Bu koşullardaki yaygın toplumsal şahsiyet tipi; kendini her türlü zevklerden arındırmış, bedensel hazlarını denetim altına almış, çalışma ve üretimi bir ibadet şekline dönüştürmüş, rasyonel düşünme ve yaşama yanında dünyayı amaçları doğrultusunda en ekonomik şekilde dönüştürmeyi kendisine prensip edinmiş bir insan olmuş tur (Bozkurt, 2000: 28-30). Tarihsel olarak bakıldığında harcamayı rasyonel tüketimle açıklayan, bunu ötesini israf olarak görüp eleştiren ya da karşı çıkan görüş, Batı Avrupa’da burjuvazinin yükselmesiyle ortaya çıkar. Bu, geleneksel toplumda görülen kanaatkârlığa benzemeyen bir değer yargısını üretir. Çünkü, burjuva toplumundaki yükselen değer ölçülü harcama, kanaat etmekten çok, daha fazlayı üretip elde ettikten sonra onu saklama, biriktirme ve gizlemedir (İnsel, 1990: 30). Bu durum, sanayileşmeye ivme kazandıran iki açık önermede somutlaşmaktadır. Bunlardan birincisi; kişinin canlı kalmak ve mutlu olmak için başkalarının değerli bulduğu ve karşılığını ödemeye değer gördüğü bir şey yapması gerektiğidir. İkincisi ise; kişinin sahip olduğuyla yetinmesinin ve böylece daha fazla yerine daha azına razı olmasının yanlış, aptalca ve ahlaki açıdan zararlı olduğudur (Bauman, 1999a: 13). Bu da Protestan ahlâkın öğretileriyle tam örtüşmektedir.

Tamamıyla karşılanması varsayım gereği mümkün olmayan insan ihtiyaçlarının giderilerek doyum sağlanması için toplumun topyekün mobilize olması, modern sanayi toplumun dinamizmini meydana getirmektedir. Tarihte ilk kez, toplumun tümü, sürekli olarak bu soyut mücadeleyi yürütmek için mobilize olmaya zorlanır. İktisadi büyüme, kalkınma, gelişme veya ilerleme şeklinde tezahür eden bu dinamizm, modern toplumun bağrından çıktığı Batı toplumlarının çağdaş üstünlüğünü sağlayacaktır. İktisadi büyümeyle beraber ihtiyaçların da büyümesi, iktisadi olarak tanımlanan sürecin, modern toplumda bile, her şeyden önce bir fazla üretmek dürtüsüyle gerçekleştiğini gösterir. İlkel toplumla modern toplum arasındaki fark, modern toplumun insanının üretilen fazlanın iktisat içinde  *faydası* olduğunu kendisine ispat etmek zorunda hissetmesidir. Üretilen her fazlayla  *faydaya* odaklanan modern toplumun, geleneksel toplumdan diğer bir farkı ise dengeye sahip olmamasıdır. Modern toplumun en anlamlı cephesini oluşturan pazar ekonomisi toplumunda, hiçbir konum kalıcı değildir. Her şey bir üstü, yenisi ve fazlasıyla yer değiştirmeye

göre ayarlanmıştır (İnsel, 1990: 26, 28). Değişimi sabitleyerek, üretim ve çalışmayla hayat bulan sistemi ayakta tutan ayar ise, bu aşamadan sonra hareket kabiliyeti bulacak olan piyasa tarafından gerçekleştirilir.

19. yüzyıldan itibaren kendini hissettirmeye başlayan yalnızca piyasalar tarafından kontrol edilen, düzenlenen ve kontrol edilen piyasa ekonomisinde; malların üretim ve dağıtım düzeni, kendi kurallarına göre işleyen mekanizmaya bırakılmıştır. İnsanların kendilerine en fazla parasal çıkar sağlayacak biçimde davranacakları beklentisinden hareket eden bu piyasa ekonomisiyle, artık acıma ve merhamet etme duygusu silinecek, dayanışma azalacak ve insan emeği metalaştırılarak ondan daha fazla fayda sağlamak bir hedef olacaktır. Artık kâr, değişen oranlarda toplumun her kesimi için derde devadır (Polanyi, 1986: 87, 117, 121). Bu yüce görevi yerine getirmek için herkes payına düşeni yapmalı; çalışma, kâr elde etme, üretim, sermaye ve güç artırmanın önündeki tüm engeller kaldırılmalıdır.

İlerleme, büyüme ve gelişmeye odaklanmış sanayileşme döneminde merhamet ve acıma gibi değer yargıları reddedilmiştir. Azimli olamayacak kadar güçsüz olanlara acımak, değişimin hızını kesenlere merhamet duymak ve ilerlemeyi engelleyecek tutum ve davranışları kabul etmek hiç de ahlâki değildir (Bauman, 1999a: 19). Dönemin öğretisine göre, üretimin kesintisiz gerçekleştirilmesi ve kârın maksimize edilmesi için, işçiler var güçleriyle çalışmalıdır. Çalışmayı engelleyerek üretimi azaltacak “*eğlendirici öyküler anlatmak, oyun oynamak, uyumak ve yemek aralarını ve molaları uzatmak kesinlikle yasaktır.*” Bu bağlamda, zamanın iyi kullanılmasını sağlayan bedeninin verimli olabilmesi için, hiçbir şey aylak veya yararsız olarak kalmamalı, her şey istenilen hareketi desteği olmaya ve onu korumaya teşvik edilmelidir. Ahlâki bir kusur ve ekonomik bir namussuzluk olarak kullanılan israfın sözü bile edilmemelidir. Bu düşünceye paralel olarak, “*Tanrı tarafından sayılan ve insanlar tarafından ücreti ödenen bir zamanı boşa harcamak yasaktır*” (Foucault, 2006: 228- 232). Çünkü bunlar, sistemin kurucusu ekonomik iktidarın yaşamını riske sokan davranışlardır. Oysa iktidarın bir halkası olan sermayedar ve işletme sahibinin yaşayabilmesi, toplumun genelinin mutlu ve huzurlu olabilmesi için, var gücüyle çalışarak üretime katkıda bulunan bireylere ihtiyaç vardır.

Kapitalist ekonomideki sistemin baş aktörleri olan sermayedar ve işletme sahibinin kârı maksimize etmesi ise, artı ürün elde etme, sermaye artırma ve mal dolaşımını en etkin şekilde gerçekleştirme gibi ekonomik kaygı ve amaçlarla “*gözetim*”i üretim ve çalışma üzerinden gerçekleştirmektedir. Kapitalist toplumun mabedi olan fabrika ile işyerinde verimliliğin artışı, işçilerin sistematik şekilde “*gözetim*”leriyle yakından ilişkilidir. *Teknik gözetimin* bu yönünün anlaşılması, fabrika sisteminin çok amaçlı bir analizi ile mümkündür. Burada “*gözetim*”e yol açan ve onu niteleyen anahtar unsurlar; teknoloji, makineler, zamanın ve mekânın kontrolü, standartlaşma, uzmanlaşma, işbölümü, senkronizasyon ve iş yerindeki eğitimidir (Dolgun, 2005a: 64-65). Bunların hepsi bir bütün olarak üretimin gelişi güzelliğini, belirsizliğini ve istikrarsızlığı ortadan kaldırarak; üretimde verimliliği, sermaye artırımını ve kârı en üst seviyeye çıkarmayı sağlayan/garantileyen yegâne unsurlardır.

Üretimin olmazsa olmazı olan çalışmayı, sistemli hâle getirmek için sürekli bir “gözetim”, “denetim” veya “kontrol” gerekmektedir. Yoğun bir şekilde gerçekleşen “gözetim” veya “denetim” mekanizması, sadece ürünün şekli, miktarı, kullanılan hammadde ve aleti içeren üretim sürecine değil, bunun yanında insanların faaliyetlerini, işi yapma bilgi ve deneyimlerini, hızlarını, isteklerini, işe geliş ve gidişlerini de kapsamakta ve hesaplamaktadır. Artan masrafları aşağıya çekmek, geliri yüksek tutmak ve sermayenin erime riskini ortadan kaldırmak için çalışanları ister maden ocağında isterse atölyelerde olsun “gözetlemek” ve “kontrol etmek” gerekmektedir. (Foucault, 2006: 261-262). Çünkü “gözetlenme” hissi, çalışanlar açısından iş sadakatini ve disiplinini yapılandırarak verimliliği sağlamaktadır.

“Gözetleme” veya “denetleme” şeklindeki “kontrol” ise J. Bentham’ın hayali bir hapisane olarak düşündüğü, Foucault’un ise bir cezalandırma mekânı olarak gördüğü ve iktidar ilişkilerini çözümleyerek akademik alana kazandırdığı “panoptikon” da gerçekleşmektedir. İçeriği, kapsamı ve uygulama şekli değişen iktidarın kendini konumlandığı hapisane, hastane, ıslahevi ve okul gibi “panoptikon”da geleneksel anlamda herhangi bir fiziksel şiddet görülmemektedir. Mahkûmu iyi davranmaya, deliyi sakin olmaya, işçiyi çalışmaya, okul çocuğunu özenli olmaya ve hastayı tedaviye uymaya zorlayan “panoptikon”da, gözetlemenin dışında bilindik herhangi bir şiddet veya güç söz konusu değildir (Foucault, 2006: 299).

### **Çalışma ve Üretim İçin Gözetim/Kapatılma: “Panoptikon”**

Tarihsel olarak bakıldığında dikkati çeken önemli bir gerçek, toplumsal düzenlemede iktidar güçlerinin söz sahibi olmasıdır. Ekonomik, sosyal ve siyasal alanlardan herhangi birindeki iktidar, belli davranış normları ve ilişki kuralları belirleyerek insanları uyuma zorlayıp toplumsal düzeni sağlamıştır/sağlamaktadır. Gücü elinde tutan iktidar, toplum düzenini kendi istediği şekilde idare edebilmek üzere “gözetim” gibi mekanizmalar oluşturmuşlardır (Dolgun, 2005a: 9). Bu bağlamda iktidar, “ona sahip olmayanlar” a sadece bir zorunluluk, dayatma, cezalandırma veya yasaklama olarak değil; onları belli bir takım tutum ve davranışları benimseterek kontrol etme, bazı sorumluluklar yükleyerek kuşatma ve takip etmedir (Foucault, 2006:64). Bunun kapitalist sanayi toplumunda sağlanması “gözetleme” ile mümkün olmuştur. Ekonomik, sosyal ve siyasal iktidar kaynaklı *kapatma/kapatılma* tarihin hemen her aşamasında görülmekle birlikte çalışma ve üretim esaslı *kapatma/kapatılma* ilk kez sanayi kapitalizmin doğuşuna rastlar (Dolgun, 2005a: 60). Yasaları, anayasa yapıcıları ve devlet aygıtını da içeren iktidar, kapitalizme özgü olan üretici güçleri de elinde bulunduran ve bunları belli formlarda ayakta tutan bir işleyişe sahiptir. Bu bağlamda iktidar, 18. yüzyıldaki büyük atölyeden tutun da en modern ordulara kadar her yerde hazır ve nazırdır (Foucault, 2003:98). Çalışma ve buna bağlı olarak üretim içerikli “kapatma” şeklindeki “denetim”, bu tarihten itibaren toplumsal tarihe konu olmaya başlamıştır. Bundan sonraki dönemde “denetleme” ve “kontrol etme” şeklindeki uygulama atölyelerde, fabrikalarda, hastanelerde, ıslahevlerinde ve okullarda göze çarpar.

En yalın şekliyle, tanımlanmış ya da tanımlanmamış bir kişi hakkında veri toplanması ve işlenmesi süreci (Lyon, 2006: 13), kişilerin ve grupların

iletişim ile eylemlerinin düzenli bir şekilde izlenmesi anlamlarına karşılık gelen “gözetim”in bilenen ve gözlemlenen en önemli görevi, bireysel etkinlikleri koordine etmektir (Dolgun, 2005b: 15-16). İşleyişi, kuralları ve uygulayıcıları değişen mekânsal kısıtlama anlamını ifade eden “hapsetme” veya “kapatma”, her dönem ve toplumda nüfusun sindirilmeyen, kontrol edilmesi güç ve problem çıkarmaya yatkın kesimini kontrol etme, kayıt altına alma ve istediği şekle sokma ortak mantığına dayanır. Hapsetme veya mekânsal kısıtlamayla insan, içinde olduğu gücün belirlediği şekilde düşünmeye, davranmaya ve yaşamaya zorlanmaktadır. Farklı isimlerdeki güç, kendini bu şekilde dayatmaktadır (Bauman, 1999b:121). Foucault’a göre izleme, kayıt ve rapor etme şeklindeki yönlendirme, kurumlar bütünü devlet işleyişi için oldukça gereklidir. Zira, kendi kendisi için var olan veya kendi kendisinin ereği olan devlet, hem kendi mevcudiyetini korumak ve sürdürmek, hem de kendisinin sahip olduğu halkın geleceği için sürekli bilgilendirilmeye ihtiyaç hisseder. Bunun içindir ki, bireylerin yapıp ettikleri faaliyetlerin, ölümlerin, davranışların, üretimi sağlayan çalışmaların nicelik ve nitelik yönünden rapor edilmesi devlet mantığı açısından elzendir (Foucault, 2005b: 113). Bu bağlamda, “gözetim”in, bireysel ve toplumsal davranışları belli bir forma sokmak ve istenildiği şekilde/yönde yönlendirmek gibi fonksiyonları bulunmaktadır. Bu, bazen en kısa zamanda en ucuza üretimi sağlayarak; bazen de yine üretimi en üst seviyeye çıkarmak için tüketimi teşvik ederek gerçekleşmektedir. Devlet ve vatandaş güvenliği açısından en rasyonel bir teknik olarak sunulan mekanizmanın gizlenen tarafında ise, kapitalist güçlerin veya kapitalist iktidarın yaşamı için üretimi kullanması bulunmaktadır.

Sanayi kapitalizmi dönemindeki “kapatma”nın ardında dinsel ve ahlâki anlamlar bulunmakla birlikte, asıl neden siyasi ve ekonomiktir. 17. yüzyılda, İspanyol ekonomisinin ortaya çıkardığı bir kriz, Batı dünyasında büyük bir sarsıntı oluşturarak işsizliği ve mali darlığı yaratmıştır. Bu noktada *kapatılma/kapatma*; hem ekonomik kriz sırasında aç kalan işsiz ve aylak kesimlerin sistem için bir arıza çıkarmalarını engellemekte, hem de kriz sonrası döneme ilişkin olarak ucuz ve denetlenebilir bir istihdam alanı oluşturmak gibi ikili bir fonksiyon yerine getirmektedir (Dolgun, 2005a: 55). Anlaşıldığı üzere kapatmanın bu ikili fonksiyonu, ekonomik alanla yakından ilgilidir. Zaten, 18. yüzyıldan bu yana Avrupa’daki toplumların hapishane, hastane, ıslahevi, okul ve kışla gibi kurumlarda “kapatılması” veya disipline edilmesinden anlaşılması gereken üretim etkinlikleri, iletişim şebekeleri ile iktidar ilişkilerinin rasyonel ve ekonomik arka planlı etkileşimi ve bir ayarlama sürecidir (Foucault, 2005b: 72). Nitekim sistemin özünü oluşturan çalışma, üretme ve kazanmayı tehlikeye sokacak her türlü tutum ve davranışı ortadan kaldırmak için “kapatma” ya ihtiyaç vardır. Tıpkı 17. yüzyıldaki vebanın yayılmasını engelleyebilmek için gerçekleştirilen kentteki iletişimin tamamen kesilmesi tedbiri gibi, sistemin kalıcılığı, toplumsalın sağlıklı işleyişi için çalışmayanların, çalışmaya niyetleri olmayanların veya çalışma ve üretimi sabote edenlerin akıl hastanesi, hapishane, ve ıslahane gibi kurumlarda *gözetlenmesine* ve *gözetimle* sağlanan cezalandırılmalarına büyük bir gereksinim vardır. J. Bentham’ın hayali hapishane fikri bu anlamda hayata geçirilmektedir. “*Panoptikon*” olarak düşünsel tarihe geçen bu hayali hapishane mimarisinde çevrede halka şeklinde bir bina,

merkezde bir kule; bu kulenin halkanın iç cephesine bakan geniş pencereleri vardır; çevre bina hücrelere bölünmüştür, bunlardan her biri binanın tüm kalınlığını kat etmektedir; bunların, biri içeri bakan ve kuleninkilere karşı gelen, diğeri de dışarı bakan ve ışığın hücreye girmesini mümkün kılan ikişer pencereleri vardır. Bu durumda merkezi kuleye tek bir gözetmen ve her bir hücreye tek bir deli, bir hasta, bir mahkûm, bir işçi veya okul çocuğu kapatmak yeterlidir. Geriden gelen ışık sayesinde, çevre binadaki hücrelerin içine kapatılmış bedenlerin silüetleri olduğu gibi görmek ve kavramak mümkündür. Hücrelerdekilerin her hareketi, içeri giren ışık sayesinde her an gözetlenmekte ve haberdar olunmaktadır (Foucault, 2006: 289-295). Görünmeden gözetlenmeye dayalı bu işletimde içeridekilere veya kapatılanlara olduğu kadar dışarıdakilere veya kapatılmayanlara çalışıp üreterek sisteme uyum öğüdü verilmektedir.

O dönemde sanayinin istihdam edemeyeceği, çalışmaya elverişli veya niyetli olmayan sakatlar, hastalar, güçsüzler, akıl sağlığı yerinde olmayanlar olmuştur. Bunların toplumsal düzen için *kapatılmaları*, mevcut işleyişe daha az zararlı olmaları için gözetlenerek *normalleştirilmeleri* gerekecektir (Bauman, 1999a: 22, 25). 17. yüzyıl Batı toplumunda sayıları yüz binleri bulan deliler, hastalar, sakatlar, meczuplar, aylaklar, bohemler, fahişeler ve eşcinsellerden oluşan *kapatılanların* ortak özellikleri, bedensel özürleri ya da başka nedenlerden dolayı çalışmak istemeyen/çalışamayan kişilerden oluşmalarıdır (Keskin, 2005: 12). Çalışıp üretim gerçekleştirememe gibi bir özelliği olan delilerin, 17. yüzyıla kadar toplumsal hayatın normal akışı içinde yaşadığı ve gezip dolaşmasına izin verildiği veya en azından bu noktada bu kişilere kimsenin karışmadığı bilinmektedir. Ancak bu tarihten itibaren yani sanayileşme başladığı dönemden sonra başta deliler, sakatlar ve yaşlılardan oluşan sayıları yüz binleri bulan bir topluluğun *kapatılacağı* dev kurumlar oluşturulmaya başlanmıştır. Tüm eylemlerin çalışma ve üretime şartlandırıldığı bu dönemden itibaren çalışma ve üretme yeteneği olmayan veya sınırlı olanların *kapatılarak* uzaklaştırılması toplumsal ve ekonomik düzenin selameti için gereklidir. Çünkü emeklerini kullanıp üretmeyen veya bu konuda çekimser davranan deliler, sakatlar, hastalar, suçlular ve yaşlılar işleyiş için her an bir risk oluşturabilmektedir (Foucault, 2005a: 79). Hapishane, hastane, islahevi şeklindeki kurumların yapılışı insanlara “ya üretip çalışacaksın ya da buralara kapatılacaksın” mesajını seslendirmiştir. İnsanlara bir meslek edininip uğraşmak, düşük ücret ve kötü koşullarda bile olsa çalışıp üretime katkı sağlamak ya da bu kurumlara kapatılmak tercihleri verilmiştir. (Foucault, 2005a: 105-106). Bu açıdan cezalandırma, tedavi etme, islah etme ve eğitime gibi sosyal misyonları görülen hapishane, hastane, islahevi ve okul gibi kurumların esas işlevi, kişileri bir üretim sürecine katarak ve bir üretici kitlesi oluşturarak (Foucault, 2005a: 245) ait oldukları sistem ve toplumsal işleyişe karşı sorumluluklarını yerine getirmelerini sağlamaktır.

Foucault’a göre hapishane, suç işleyen kişileri islah etmek veya topluma kazandırmaktan öte suç işleme eğilimini artırmaktadır. Suç eğilimin artması iktidara ekonomik ve siyasi yarar sağlamaktadır. Bunlar; çalışmayan, üretmeyen kişilere başlarına gelebilecekleri hatırlatmak, üretim için ucuz emek sağlamak, grevleri engellemek, düzene karşı gelişebilecek mücadeleleri sınırlamak (Foucault, 2003:23-24) şeklinde özetlenebilir. Gerçekte hapishane, yasadışılığı ortadan kaldırmak için değil; aksine onu yeniden tanzim edip bir yasadışılık ekonomisi yaratarak, profesyonel suçlular üreten bir araçtır (Foucault, 2003:83).



Yine Foucault'a göre, 18. yüzyıla kadar yasal olmayan ve kişinin cezasının belli olacağı süreye kadar geçirdiği mekân olan hapisane, daha sonraları yasal bir görünüm kazanmış hem de belli bir takım fonksiyonlar yüklenmiştir: bir kere hapisanenin suçlunun cezalandırılarak suçun ortadan kaldırılmasını sağlayacağı tezi pek doğru değildir. Çünkü tarih göstermektedir ki, hapisane suçu ortadan kaldırıp suçluluğu azalmamaktadır; aksine suça eğilimli kişiler yaratmaktadır. Cezalandırılmak üzere hapisaneye konan kişi daha sonra suç konusunda ihtisas yaparak çıkmaktadır. Artan suç veya suç eğilimli kişiler toplamı, polis başta olmak üzere güvenlik birimlerinin meşruluğunu ortaya çıkarmaktadır. İkinci olarak; kaçakçılık ve fahişelik şeklindeki birçok suç türünün kapitalist sistem ve işleyiş için olağanüstü bir kâr sağlama imkânı vardır. Üçüncü olarak; her suçlunun veya suç eğilimli kişinin emeğini istenilen fiyat karşılığında sunma, önerilen her türlü kötü koşula razı olma durumu söz konusudur. Çünkü, hem piyasada sicili bozuk suçlulara kimse iş verilmemekte veya işe almada gönüllü davranılmamakta, hem de fabrika ve atölyede ilk işten çıkarılacaklar listesini suçlular oluşturmaktadır (Foucault, 2005b: 154-156). Dolayısıyla adalet sağlama ve cezalandırma biçimi görüntüsü veren hapisane olgusunda, örtük olarak ekonomik ve siyasi iktidar düşüncesi yaşamaktadır.

Foucault'a göre hapisanelerdeki cezalandırıcı çalışma da çalışmayı ve üretimi yüceltmek içindir. Bir ceza unsuru olarak görülen çalışmanın görünmeyen amacı, bir mesleğin öğrenilmesi değil, çalışma erdeminin bizzat öğrenilmesidir (Foucault, 2003:26). Hapisane, hastane, ıslahevi, darülaceze veya fabrika şeklindeki “*panoptikon*”da, “eğer insan çalışmıyorsa, sabahdan akşama kadar, konuşacak kimsesi olmadan kuru ekmeğini ve suyunu içmekten başka hiçbir şeyi olmayacaktır” mesajı verilmektedir (Bauman, 1999a: 27). Bu bakımdan çalışmak, getireceği sonuçların içeriği düşünüldüğünde en makul ve mantıklı bir yol olarak görülür.

Merkantilist dönemde kimin daha fazla üreterek, çalışarak, fazla mal satıp para kazanacağını kısaca kimin daha çok servet sahibi olacağına ilişkin yapılan “*gözetleme*”, “*disipline etme*” ve “*denetleme*” işlemini, burjuva başka bir noktaya dayandırmıştır. Burjuva, bu işlemleri işçinin borçlandırılması yöntemiyle gerçekleştirmeyi başarmıştır. Taksitli satışlar, tasarruf, emekli ve yardım sandıkları, işçi siteleri gibi uygulamalarla çalışan gözetlenmiş, “*disipline edilmiş*” ve “*denetlenmiştir*” (Foucault, 2005a: 139). Dolayısıyla üretimi esas alan ekonomik iktidar, “*denetleme*”, “*kontrol etme*” şeklindeki “*panoptikon*”unu bu dönemden sonra tüketimi esas olarak gerçekleştirmektedir. Zira, davranışlar üzerinde işleyen bir eylem kümesi olarak somutlaşan iktidar zorlaştırma, sınırlamalar getirip engeller çıkarma kadar; kışkırtarak, teşvik ederek, baştan çıkartarak, kolaylaştırarak, genişleterek de yönlendirici fonksiyonunu yerine getirmektedir (Foucault, 2005b: 74). Bu nedenle, iktidarı sadece cezalandırıcı, bastırıcı ve engel çıkaran bir mekanizma olarak görmek eksik ya da yanlış bir değerlendirme olur. İktidar, bunlarla birlikte arzu uyandıran, zevki kışkırtarak ve bilgiyi üretip çoğaltarak daha derinlikli ve kapsamlı yaşamaktadır (Foucault, 2003: 49). Sanayi sonrası dönemdeki iktidarın çalışma ve üretim odaklı değil de, harcama ve tüketim olduğu saptanınca bu daha net anlaşılmış olacaktır.

### **Harcama ve Tüketim Esaslı Toplum ya da Tüketimle Kontrol**

İnsanoğlu toplumsal tarihin her aşamasında tüketim yapmıştır ve yapmaktadır. Ancak geçmişteki gerek geleneksel gerekse modern ve sanayi toplumları birer “üreticiler” toplumu iken; aynı derin ve temel anlamda günümüz toplumu da birer “tüketiciler” toplumdur. Eski modern toplum tarzı, bireyleri birincil olarak üretici ve asker olarak görmüştür. Toplumun bireylerini biçimlendirme şekli, koruyup kolladığı “norm” bu iki rolü oynama görevine göre yaratılmıştır. Toplumun üyelerine karşı savunduğu “norm”, bu rolleri oynama kabiliyeti ve isteği olmuştur. Ancak, günümüz toplumunun kitlesel işgücüne ve zorunlu askerliğe pek gereksinimi yoktur. Toplum, artık üyelerinin tüketici olarak kapasiteleriyle ilgilenme ihtiyacı hissetmektedir. Çünkü, toplumun hedeflediği ve üyelerine kazandırmaya çalıştığı “norm” tüketme eyleminde kilitlenmektedir. Kısaca özetlenecek olursa üretim ve tüketim her toplumsal aşamada bulunurken değişen; geçmişte üretime vurgu yapıp öncelenirken, günümüzde tüketime vurgu yapıp harcama öncelenmektedir (Bauman, 1999b: 93). Öncelikleri belirleme yönünden, ekonomik koşulların felsefesi, bu noktada önemlidir.

İnsan davranışları üzerinde etkisi tartışılmaz ekonomik koşullar, insana uyması gereken farklı ödevler vermektedir. 19. yüzyıl kapitalizmi, çalışıp biriktirme ve istifçiliği; 20. yüzyıl sonrası kapitalizmi ise harcama isteğini üstün tutarak artan tüketimi öne çıkarmaktadır (Fromm, 2002: 49-50). Tasarrufun bir erdem olduğu, insanların daha fazla çalışıp üretimi sağlamak ve kâr elde etmek için sistem tarafından sömürüldüğü 19. yüzyılın aksine; tüketimin bir meziyet sayıldığı 20. yüzyılda, sömürü pasifliğe sokulmuş insanları tüketime koşullayarak gerçekleşmektedir (Fromm, 1996: 14, 41). Bu bakımdan, 20. yüzyıl kapitalizminde odak noktası giderek üretimden tüketime; işçilerin denetim, gözetim ve sömürülmesi ise tüketicilerinkine kaymıştır. Daha önce kişinin çalışıp çalışmama, emeğini arz edip etmeme, nerede ve nasıl üretim yapacağı konusunda karar verme hakkı tanımayan sistem, şimdi bunu tüketiciler üzerinde gerçekleştirmektedir. Tüketicilere neyi, ne kadar ve nasıl tüketeceği noktasında bir hak verilmemektedir. Bu konu tamamen piyasaya ve sisteme tevdi edilmiştir. Tüketiciler şeklini, içeriğini ve yöntemini kendileri karar vermedikleri tüketimi gerçekleştirerek Baudrillard’ın “toplumsal iş”i yerine getirmeye koşullanmaktadır. “Toplumsal iş”i önceki yüzyıllardaki insanlar üretirken ve çalışıp artı ürün yaratarak; 20. yüzyıldan başlamak üzere günümüz insanı ise tüketerek görmektedir (Ritzer, 2000: 84-85). Toplumun sorunsuz işleyişi için önerilen insan tipi, sürekli ihtiyaçları artırılan ve buna bağlı olarak da hep daha fazlasını tüketendir (Fromm, 1986: 16). Çünkü toplumsal hayat üzerinde hâkimiyeti artan çağdaş gelişmiş ekonomiler, ne daha fazla hammadde tüketim, ne daha fazla istihdam ve ne de daha fazla yatırımla büyümektedir. Güçlü ekonomiler, hammadde, üretim, istihdam ve yatırımdan ziyade sürekli artış trendine giren tüketime ihtiyaç duymaktadır (İnsel, 1997: 21). Bu bağlamda, kapitalizmin modern hâli, artık sadece tüketim ya da tüketici için üretimle yetinmeyip rasyonelliğini konuşurarak niceliği ve niteliği önceden hesaplanabilir bir tüketici kitlesi üretmektedir (Argın, 1998: 88). Kapitalist ekonomik sistem, zaten önceden kestirilebilir ve yönlendirilebilir kitlesel tüketici ihtiyacından varlık bulmaktadır. Marx, bunu “kapitalist toplum, ihtiyaçları doğallaştırarak, insanın yarattığı nesnelere yabancılaşmasına yol açar” şeklinde

ifade eder. Ona göre “ortak üreticiler toplumunda”, insan nesnelere ihtiyaçları oranında sahipken; bu toplumda maddi nesnelere ilişkin ihtiyaçlar değil, diğer insanlara doğru yönlendirilmiş ihtiyaçlar öncelik taşımaktadır (İnsel, 1990: 25). Yine sanayinin üzerinde yapılandığı “*püriten etik*”te önemli olan biriktirmek, tasarruf etmek ya da yatırım yapmak, hedonist etiğin etkin olduğu günümüzde tüketicinin gelecekteki genişlemesini garantilemesinden dolayı anlamlıdır. Aksi takdirde bu edimler, tüketim toplumun felaketidir. Çünkü tüketim toplumu bir “*tasarruf cüzdanı*” değil, “*kredi kartları toplumdur*”. Bekleyen, erteleyen değil; aksine şimdiki yaşayan, isteyen bir toplumdur (Bauman, 1999a: 50). İsteyen toplumda, mutluluk kavramı tüketimle ilişkilendirilmektedir. Günümüzdeki insana “*sizi mutlu eden şey nedir?*” diye bir soru sorulduğunda “*arzu ettiğimiz her şeyi alabilmek*” cevabı verilmektedir. Her istediğini yapmayı ve satın almayı sağlayacak tüketim, modern bireye popüler bir mutluluk kaynağı sağlamaktadır (Fromm, 1986: 90). Buna bağlı olarak “ekmeğini taştan çıkarmak” şeklinde somutlaşan çalışmak, önemli bir değer olmaktan hızla uzaklaşmaktadır. İnsanların elde ederek rahatlayacağı, tatmin olacağı ve mutlu olacağı hedef, çalışmak ve kazanmaktan öte, en zevkli ve lüks yaşamı yaşamak için servet biriktirmektir. Servet oluşturmak, harcama yapmak, lüks bir yaşam sürdürmek ve aşırı tüketmek için adeta araçsal konuma indirgenmektedir (Bauman, 1999b:107-108). Dolayısıyla, biriktirmek ve tasarruf etmek, şimdi kadar geleceğin tüketimi temin edeceği için gereklidir. Aksine, harcamamak, ertelemek, zevk ve eğlenceden uzaklaşmak post modern “*hedonist etik*” te pek makul ve makbul şey değildir.

Sanayi toplumunda en somut hâli gözlemlenen “*panoptik*” “*kapatma*” ve “*kontrol etme*” edimi, çalışma ve üretimi sağlamak için düşünülmüş ve tasarlanmıştır. Harcama ve tüketimin organize bir şekilde üretildiği günümüzde ise iktidar, kendini değişim ve yeniliğe vurgu yaparak, çağdaş kapitalizmin güç aldığı reklamdan faydalanarak ve kullanıcıya kolay konforlu ve yüksek yaşam standardı sağlayıp bağımlılık yaratan teknolojik gelişmeyi kullanarak etkisini sürdürmektedir. Günümüzün çağdaş ekonomik iktidarı, insanları kullanacağı nesnelere “*yeni*”yle etiketleyerek, reklam sarmalına alarak ve teknolojik ürün bağımlılığı yaratarak “*panoptikon*”unu yapılandırmaktadır. Daha önce fabrika, hapisane, hastane ve ıslah evindeki çalışma ve üretmeye yanaşmayan ya da üretme ve çalışma yeteneği olmayan işçiler, deliler, hastalar, öğrencilerin sürekli gözlenmesi ve sisteme uymaya zorlanması, şimdi tüketmeyen/tüketemeyen ve harcamayanların/harcayamayanların ikinci sınıf, “*öteki*” varlık şeklinde dışlanmasıyla gerçekleşmektedir.

Adını tüketimden alan toplumunda, asli unsur tüketimin kendisidir. Daha fazla araba üretebilmek ve bunları satabilmek için, daha fazla araba tüketilmesini sağlamak gerekir. Herkesin arabası olduğu bir toplumda, bu döngüyü sürdürmek için herkesin mevcut arabasını yensiyile değişmesi gerekir. Bu bağlamda nicel doyum noktasına gelmiş modern tüketim toplumundaki insan için nesnenin arzulanabilmesi için “*yeni*” etiketi veya niteliği taşıması gerekir (İnsel, 1990: 31). Günümüz tüketim toplumunun yeni paradigması “*hiçbir şeyin tüketici tarafından kesin bir şekilde benimsenmemesi, hiçbir gereksinimin tam olarak karşılanmış görünmemesi, hiçbir arzunun nihai kabul edilmemesidir*”. Her türlü sadakat yemini ya da bağlılık “*ikinci emre kadar*” hükmüne tabidir.

Geçerli olan tek şey, her türlü bağlanmanın asli geçiciliği ve uçuculuğudur” (Bauman, 1999a: 42). Modernlikte tekrarın tahmin edilebilir monotonluğuna karşın, gündelik hayattaki hemen her şey değişmektedir. Değişimin bu sabitliği ve tüketimin birlikteliği “planlı eskimeyi” kontrol altına almaktadır (Harootunian, 2006:68). Hızlı değişim, yaratılan yeni ihtiyaçlar, dinamizm ve tüketimden beslenen yeni ekonomi; bir taraftan teknolojik gelişmelerin yavaşlaması veya durması, diğer taraftan talepte beliren olası bir doyumlulukla durağanlaşacak ekonomik işleyiş için bir anlamda tedbir veya çözüm gibi durmaktadır.

Tüketim toplumunun mantığını öğrenme ve akılda tutma değil, unutma vermektedir. Unutma, yeniyi arayış, bilinmemek, tanımamak ve tatmin edilmemişlik, tüketimi ayakta tutan ve ona ivme kazandıran davranışlardır. Bilinmeyenin vaadi, ayartıcı bir işlev görmektedir. Çünkü insanı yakıp kavuran ihtiyaçların tatmini değil, henüz hiç hissedilmemiş ya da bilinmeyen arzuların acı verici olduğu bilinmektedir (Bauman, 1999b:94). Bu gerçek ve nedenlerdir ki firmalar, üreticiler ve topyekün sektör var olan ve bilindik ürünlerin, ihtiyaçların yenilerini, farklı olanlarını değil; daha önce hiç bilinmeyen, kullanılmayan ve tüketilmeyen materyalleri piyasaya çıkarmayı hedeflemektedirler. İnsel’in modern kapitalizm için yaptığı “*sürekli bir harekette, pazarın sürekli genişlemesinden, yeninin hızla eskimesinden, daha fazladan beslenen bir gerginlikten can alır*” (İnsel, 1997: 23) şeklindeki değerlendirmesi işleyişin içeriğini anlatmak açısından oldukça önemlidir. Sistem için “*yeni*”yle etiketlenen ürünün tüketimi kadar, önemli olan bir şey de tüketimin lüks bir nitelik taşımasıdır.

Temel ihtiyacı aşacak biçimde yapılan her türlü fazladan harcamaya karşılık gelen lüksün nicel ve nitel olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. Nicel anlamda lüks; bir uşak yettiği halde yüz uşak tutmak veya bir puroyu yakmak için üç kibrit çöpünü birden tutuşturmak iken; nitel anlamda lüks, daha iyi ve kaliteli ürünlerin kullanılmasıdır. Lüksü tanımlayacak her fazla için yapılan harcama ise, kapitalist sisteme kâr ve güç olarak geri dönmektedir. Bu bakımdan, lüks tüketim ve harcama ile kapitalizm arasında birbirlerini koşullayan bir durum, birbirlerini besleyen bir ilişki şekli bulunmaktadır. Lüks olgusunun belirmesi, kapitalizmin hareket kabiliyetini geliştirmiş ve artırmıştır. Bilindiği gibi kapitalist girişim, varlığını korumak için değişim değerlerinde asgari bir sürüme gerek duyar. Bu sürümün yüksekliği, belirli bir süre içindeki mal satışının çokluğu ve satılan malların değişim değerlerinin yüksekliği gibi iki ayrı koşulu vardır (Sombart, 1998: 88- 89, 153, 158) ki bunlara mantıksal olarak lüksün kendisi imkân tanımaktadır. Aynı işlevi görececek bir ürün yerine farklı boyut ve çeşitteki ürünün kullanımı ve bunun kısa sürede yenisiyle yer değiştirmesi, hem lüktür hem de kapitalizm için elzemdir.

Tüketiciyi ayartmak ve lüks tüketimi olabildiğince artırabilmek için, tüketiciye satışlar, tüketicilerin alışkanlık ve davranışlarına seslenecek şekilde sunulmaktadır. Kişilerin alışkanlıkları, öncelikleri ve tercihlerine göre ürün oluşturmanın daha iyi sonuç verdiği veya vereceği, milyarlarca dolarlık küresel reklam sanayisi tarafından bilinmektedir. (Barber, 2003:80). Sanayi toplumunun fabrika şefinden, patronundan ve müdüründen üretim için emir bekleyen işçileri, günümüz tüketim toplumunda tüketim için ayartılmaya, teşvik edilmeye ve güdülenmeye hazırlanmaktadır (Bauman, 1999a: 43). Argın’ın deyişiyle “*sanki*

*sistemin kalbi, artık fabrikalarda değil, reklam bürolarında atıyor*” (Argın, 1998: 88). Gerçekten de, iktidar, tüm iştahıyla reklam sanayisinde kendini göstermektedir.

Ürünlerin dolaysız gereksinimlerini piyasa yoluyla bildiren tüketicilerin talebini karşılamak üzere imâl edildiği ve kâr amacıyla satıldığı eski kapitalist ekonomi; gereksinimlerin dolaysız ürünlerini promosyon, çeşitlendirme, ambalajlama ve reklam yoluyla pazarlanabilir kılan üreticilerin arzını karşılamak için yaratıldığı postmodern kapitalist ekonomiye boyun eğmektedir. Sert gücü model alan eski ekonomi, bedeni hedefleyen sert mallarla iştigal ederken; yumuşak gücü model alan yeni ekonomi, akıl ve ruhu çözmeyi hedefleyen yumuşak hizmetlere dayanmaktadır (Barber, 2003:67). Akıl ve ruhu çözümleyip, yumuşak hizmet vermek açısından kapitalist sistemin kullandığı en fonksiyonel araç ise reklamdır. Kapitalist düzenin ayakta kalarak yaşamasına tartışmasız sağlayan reklam, özellikle 1920 ve sonrasındaki ekonomik dar boğazın aşmasına büyük katkı sağlamıştır. Reklam, her tarafa yayılan ürün fazlalığının kısa sürede eritilmesi, devasa mamullerin alıcıya ulaşarak paraya dönüşmesine doğrudan etki etmiştir. Reklam ve promosyon, bunu, ihtiyaç yaratarak, yaşam alışkanlıklarında değişiklikleri dayatarak ve üretim merkezi olan aileyi tüketime dönüştürerek gerçekleştirmiştir (Wernick, 1996: 47).

Reklam sayesinde alıcının ilgisine sunulan ürün, iki ucun birleşiminden oluşmaktadır. Bir uçta gerek tanıtımlar, ambalajlama ve sunuluş, medyadaki gelişmelerin hazırlanması ve marka sponsorluklarının devreye sokulmasıyla tamamen ayrı bir promosyon eylemi; diğer uçta, metanın kendisinin tanıtım ve tasarım aracılığıyla ona ilişkilendirilmiş anlamlar dizisi bulunmaktadır. Bu noktada, konuyu açıklamak adına iki bölümden meydana gelen 1910 yılındaki bir İngiliz Pears marka sabun reklamı oldukça enteresan mesaj vermektedir. Reklamın birinci bölümünde genç beyaz dadısı tarafından dökme küvete girmiş olan bir zenci erkek çocuk gösterilirken, ikinci bölümünde genç dadının Pears sabunu kullanmasıyla çocuğun derisinin rengi siyahtan beyaza dönüşmektedir (Wernick, 1996: 37, 43). Reklam izleyiciye, tüketiciye, alıcıya kısaca topluma, ürünün kullanımının kullanan kişiye “*beyazlatıcı*” bir özellik kazandırdığını söylemektedir. Gerçekten reklamlar verilen, tüketimin insanlarda “*beyazlatıcı*”, “*parlatıcı*” bir artı değer kazandırmasıdır. Ne kadar piyasaya göre yaşar ve çok tüketirsen o kadar “*beyazlar*”, başarılı, özgün ve üstün olursun telkininde bulunmaktadır.

Reklamlarla tanıtıma sunulan teknolojik ürünün her çıkan yeni sürümü, kullanıcıya bir ürüne sahip olmanın ötesinde, sosyal bir sorumluluğu yerine getirme, kimlik ve statü kazanma gibi faydalar sağlayarak ekonomi politikasıyla olan ilişkisini sürdürmektedir (Ergur, 1996: 21). Reklam ve promosyon, hitap ettiği toplumun insanına ait oldukları kültürlerin pozitif yönlerine vurgu yaparak görevini yürütmektedir. Ürün kötü yerine iyiyle, trajedi yerine komediyle, yoksulluk yerine varlıkla, ölüm yerine yaşamla, itilmiş ve dışlanmışlık yerine eşitlikle özdeşleştirilmektedir. Ürünlerin tüketimin hayatın tüm negatifliğini ortadan kaldıracığı üzerinde işleyen reklam ve promosyon, tüketicinin ilgisini çekmeye çalışmaktadır (Wernick, 1996: 75). Ekonomik ve sosyal durumları sıkıntılı ve sınırlı olanların ise pek seçim yapma özgürlükleri yoktur. Ancak, bir fırsat verilecek olsa, onlar da ekonomik ve sosyal yönden kendilerinden daha iyi

konumlarında olanları taklit edeceklerdir. Kitle iletişim araçlarının yaptığı yayın, imkânları sınırları olanları bile bu konumdakilerin yaşantısına özendirerek harcama yapmaya zorlayarak “*ayartmaktadır*” (Bauman, 1999b:107). Reklam sayesinde sözlü ve yazılı basının bireyi etkileme, onu tüketime yönlendirecek ayartıcı bir gücü bulunmaktadır. Medyanın, bu noktadaki gücünü belirlemek adına Habermas’ın yaptığı “*her iletişim eylemin temelinde sözüni geçirme vardır*” saptamasını dikkat çekicidir (Türkeş, 1999: 39). Gerçekten de medyanın toplum, insan tutum ve davranışları üzerindeki kontrollü etkisini gözlemlemek oldukça basit. Yazılı olmasa da televizyonlarda hafta sonu yerel, bölgesel ve ulusal lig maçlarını izleme, maç özetlerini ve pozisyonlarının yorumlarını takip etmek; haftanın ilk günü hafta sonu yorgunluklarını alacak “pembe diziler”, batı hayat tarzı ve alışkanlıklarını yerel renge dönüştürmüş yerli dizilerden birinin sadık izleyicisi olarak kaçırmamak; hafta ortası muhtemelen çarşamba veya perşembe günü, medyanın en popüler sanatçı veya futbolcularının kaçamaklarından, özel hayatlarındaki kesitlerden oluşmuş dedikodu programlarını beklemek; sonraki günler yoğun iş gününün temposunu dengeleyecek eğlence programlarına takılmak gibi kuralları bulunmaktadır. Bu arada son zamanlarda türeyen “*ortalamanın cemaatine*” yönelik evlendirme, eş bulma, yardım etme, tedavi etme programlarını veya özel hayatın deşifre edildiği programlarını; yarı eğlence yarı yarışma veya açık artırmayla riske edilen yarışmaların müptelası olmayı unutmamak gerek. Bu ve benzeri televizyon programları, modern insanın tutum ve davranışlarını belli yönde ve oranda şekillendirerek “*kontrol etmektedir*”. Hatta durum öyle bir noktaya ulaşmış ki, izleyicinin nerede güleceği gülme efektleriyle, ağlaması duygusal fon müzikleriyle kurgulanmaktadır. Böylece, tüketim garantilenirken “*denetim*” de peşinen kabul ettirilmekte ve çalışmaktadır.

Reklamlar, ürünün daha fazla satılmasını sağlayarak kendini meşrulaştırmak için ürün hakkında gerekli/gereksiz bilgi vererek “reklam-makale”ye ve en ciddi konuların verildiği haberlerin reklamlar arasında verilmesiyle “haber-reklam” oluşturulmaktadır (Barber, 2003:72). Bir başka deyişle, satın alınmaya hazırlanan ürün, albenisi gibi dışsal ve bu dışsal görünümüyle birleştirilen imajlar, simgeler ve anlamlar dizisiyle beraber tüketicinin karşısına çıkarılmaktadır. Düşünün ki, spor ayakkabı tüketicileri sadece sporcular olsaydı veya sporu bir meslek olarak ya da yaşam şekli olarak tercih edenler olsaydı, bunların sayısı dünya genelinde satışların milyarlarca fırlamasına yetmezdi (Barber, 2003:75). Bunu iyi değerlendiren ekonomi politik, reklamlarda imaj, simge ve anlamlar üzerinden hareket ederek; sporun popülerliği ve sporcunun toplum katındaki imajı kullanarak “*bu marka ve ürünleri bakan bu kişiler kullanıyor, eğer siz de bunları satın alırsanız bu kişilerin sahip olduğu prestije sahip olursunuz*” diye seslenmektedir.

Dünyada coca cola içilip, hamburger yenilmeyen, Levi’s blucin, Reebok tişört ve ayakkabı giyilmeyen, Honda-Mazda marka arabaya binilip Sony marka televizyon seyretmeyen çok az ülke bulunduğu göz önüne alındığında; bu seslenişin kendi etkisini yarattığı çok açık anlaşılır. Gerçekten de merkez ülkelerin sahip olduğu markalar Doğu’dan Batı’ya, Kuzey’den Güney’e her yere yayılmakta ve kendine alıcı bulabilmektedir. Ya bu markayı kullanma hakkı yüksek bir bedelle elde edilmekte ya da kaçak olarak taklit edilerek tüketilmektedir (Kazgan, 2000:62, 70). Dolayısıyla, üretim şekli, miktarı ve fiyatı her ne şekilde olursa olsun, insanlar ekonomik güçleri, eğitim seviyeleri,

bilgi ve görgü düzeylerine göre ama mutlaka tüketmekte veya tüketmeye zorlanmaktadırlar.

Reklam ve promosyon ne kadar apolitik olursa, etkisini o kadar artırmaktadır. Piyasa ne kadar geniş; ekonomik, sosyal ve siyasal bakımdan çeşitli kesimlere ulaşmayı amaçlar ve zor da bunu gerçekleştirirse o kadar da büyük ve kalıcı olur. Piyasanın dışarıda bırakmayacak toplumsal kesim bırakmaması, doğal olarak onu güçleştirecektir (Wernick, 1996: 75). Ürün, hizmet, marka ve bunların yerleştiği mağazalar ne kadar çoğalır ve çeşitlenirse, ekonomik iktidar o kadar güçlenir. Ürün ve hizmetlerin çeşitliliği kadar bunlara ulaşmanın kolaylaştırılması da bu noktada sistemin yaşaması için oldukça önemlidir. Alışveriş merkezlerinin iç ve dış dizaynı tüketimi sabitleyecek şekilde tasarlanmaktadır. Her tür zorunlu ihtiyacın bulundurulduğu süper marketlerden, otomobil showroomlarına, sinemadan kuaföre, evcil hayvan satışının yapıldığı mağazalardan kitapçevlerine kadar gündelik hayata ait her unsurun hesaba katılarak içine alındığı alışveriş merkezleri bireyi tüketime zorlamaktadır. Tüketim için en ince ayrıntı düşünülmüş ve dikkatle tasarlanmıştır. Elektronik eşyalar ve çocukların ilgisini çekecek ürünler, mağazanın en kolay ulaşılabilecek ve görünecek kısmında; tuvalet fırçası, kibrit ve kulak pamuğu gibi kâr oranı ve satış ihtimali en düşük ürünler ise mağazanın en ücra köşesinde sergilenmekte ve alıcısını beklemektedir.

Dünya geneline yayılan küresel ticari düzenin, yaşaması ve kendini koruyabilmesi, tüketimi koşullayan ideolojik bir bağlamda “denetim” ve bu “denetim”in türetilmesiyle mümkün olmaktadır (Ergur, 1996: 15). Modern insanı tüketimle “denetleme” veya “kontrol etme” en güzel teknoloji kullanımında kendini göstermektedir. Teknolojik gelişme, günümüz dünyasında toplumsal örgütlenmeler ve yapılanmalar, kültürel etkinlikler ve bireysel pratikleri büyük bir hızla dönüştürme potansiyeline sahiptir. Teknolojik gelişmenin hareket alanı bulunduğu teknolojik kullanımın sosyolojik çözümlemesi yapıldığında, bu durum sadece teknik olmaktan öte çok geniş bir toplumsal evreni bütünsel olarak düzenleme ve yeni bir yaşam standardını zorlama hâli kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Zira, bireyin teknoloji ürünle olan kullanımlık ilişkisi, bir taraftan özerkliğin yitimiyle somutlaşan mikro tatminler yaratırken, diğer taraftan gizlenmiş bir denetleme ve kontrol etme sürecini harekete geçirir (Ergur, 1998: 54). Bu iç içe geçmiş iki süreç, ya da teknolojik kullanımın bu iki farklı ucu tüketim bağımlılığıyla yapılır. İnternet, cep telefonu, İpod, diz üstü bilgisayar, mp3 ve mp4 çalar, dijital kamera, klima, LCD televizyon, play station gibi teknolojinin son ürünleri, onlarsız bir yaşamın mümkün olamayacağını modern insana duyurmaktadır. Çok değil daha birkaç yıl öncesinde bile bu aletleri veya teknolojik ürünleri tanımayan ve yaşamında yer etmeyen modern insan, onu tanıyıp kullandıktan sonra onlara bağımlı olarak onlarsız yapamayacağını düşünmektedir. Yaşamı kolaylaştırıcı ve kullanana yüksek konfor sunarak bağımlılık oluşturan teknolojik ürün tüketimi, bir taraftan alıcısına tüketerek/kullanarak rahatlama diğer taraftan da tüketmeye/kullanmaya şartlandırarak kontrol etme işlevlerini yerine getirmektedir. Gereksinim yaratarak bireyde tüketim bağımlılığı oluşturan sistem, kolaylaştırıcı, geliştirici, başarılı ve modern bir hayat sloganı altında kontrolünü gerçekleştirmektedir.

Modern insanın en çok kullandığı teknolojik ürün ise cep telefonudur. Bugün hemen her ülkeden, milletten, ırktan, dinden, eğitimden ve gelirden insan değişen tip ve fonksiyonda bir cep telefonu bulunmaktadır. Cep telefonu, bütünleşik iletişim ağına çok anlamlı bir değişiklik getirerek hareketli veya seyyar terminaller kurma imkânı sağlamıştır. Bütünleşik iletişim ağının hareketli veya seyyar terminalleriyle cep telefonu, bireyin yanından ayırmadığı bir durumla ideolojik bir bağ kurmaktadır. Kullanımlığına ve bağımlılık yaratmasına dayalı olarak cep telefonu, modern insanla ideolojik bir bağ kurmaktadır (Ergur, 1996: 20). Modern insanın elinden düşürmediği telefonlar, ulaştıkları ileri teknoloji ve artan fonksiyonlarıyla bir taraftan tüketim için cazipliği ve bağımlılığı; diğer taraftan iktidar için kayıt altına alarak kontrol etmeyi gerçekleştirmektedir. Hafızaya alma, aranan ve arayan numaraları dijital ekranda gösterme, numara tarama, görüşme aktarma ya da otomatik cevaplama gibi özellikleri yanında; tele-konferans, tele-alış verişi, tele-bankacılık ve kredi kartı yönetimi benzeri imkânlarla sahip telefonlar (Dolgun, 2005a: 120), modern insanın hayatını kolaylaştırarak kaliteli bir yaşam sunarak bir taraftan bağımlılık yaratırken diğer yandan da kolayca ulaşılması ve kayıt altına alınarak kontrol edilmesini sağlamaktadır.

Teknolojik ürünlerin bağımlılık yaratması kadar, her ürünün diğer bir ürünün satın alınmasını zorlaması da önemli bir durumdur. Günümüzde milyonlarca bilgisayar, faks makinesi, kayıt cihazı, telefon ve kablolu uydu teknolojileri birbirleriyle karşılıklı ilişki kurmakta ve biri olmadan diğerleri de anlaşılammakta veya kullanılmamaktadır (Dolgun, 2005b: 24). Karşılıklılık ilkesiyle işleyen veya birbirine bağımlılık temel düşüncesine sahip sistemde tüketim ve üretimin çeşitliliği ve artışı sağlanmaktadır. Herhangi bir teknolojik ürünün kullanımın diğerine bağlı olması ve bu konuda bireyde tüketim bağımlılığı yaratma, üretimin çeşitliliğini ve artışı mümkün kılmaktadır.

Bilimsel bilgi ve teknolojinin birbirleri üzerine yükselen ve destekleyen etkiden doğan imkânlar doğrultusunda, küresel sanal alış verişi yapmak, tüketime dahil olmak ve harcama yapmak geçmişten daha kolay olmaktadır. İnternet gibi elektronik bir araçla, modern insana nerdeyse sınırsız seçme özgürlüğü, alternatifler sunma ve popüler kültür içinde kutsayarak ikonalaştırılan imajlara yönelmek oldukça basit bir şekilde gerçekleşmektedir (Dolgun, 2005a: 170-171). Sanal aleme dalan modern insan, tüketim için özenle hazırlanmış bir ortamda kendini kaybetmektedir. Ortamın kolay ulaşımı, sunduğu imkân fazlalığı ve albenisi tüketimin artırılması veya tüketime şartlandırılmak için oldukça titiz düşünülmüştür. Kataloglar, zincir mağazaları, bir ürünün binlerce çeşidinin bulunduğu süper mağazalar, spor salonları, elektronik alış verişi merkezleri, yolcu gemileri, indirim mağazaları ve kumarhanelerden oluşan yeni tüketim araçları Gorrigan'ın yerinde benzetmesiyle "tüketim katedralleri" ne dönüşmüştür. Bu yeni tüketim araçları ve olanaklar dizisi, insanlara alış verişi yaparak mutlu, kutsal bir görevi yerine getiriyormuş gibi rahatlama duygusu vermektedir (Ritzer, 2000: 26-43). Artan iletişim, yoğunlaşan etkileşim, sınırsız bilimsel ve teknolojik gelişme, kendini artan tüketim bağımlılığı, azalan insan yeteneği şeklinde göstermektedir. Modern insan, tüm benliğini piyasanın, yeni ekonomik düzenin, bilimsel ve teknolojik ilerlemenin seyrine bırakmıştır. Artan bir şekilde insanlar, en basitinden en karmaşığına kadar gündelik hayatın sıradan işlerini uzmanlara ve işinde profesyonelleşmiş kişilere, ilerlemiş bilimsel bilgiye, gelişmiş ve



sürekli yenilenen teknolojik araçlara havale ederek, onlara bağımlı olarak yaşamaktadır. Illich'in "*modernize olmuş yokluk*" ve "*kabiliyetsizleştirici piyasa bağımlılığı*" (Illich, 1990: 22, 33) olarak ifade ettiği bir durumla günümüz insanı, geçmişle kıyaslanmayacak kadar işleri görme ve ihtiyaçlarını giderme bağlamında yeteneklerini kaybetmekte ve buna bağlı olarak tüketim bağımlılığını artırmaktadır. Öyle ki, modern insan, neye, ne kadar ve nasıl ihtiyacı olduğunu bilmeyi bile becerememekte, bu konuda ona yardımcı birimler yardımcı olmaktadır.

Günümüz cari tüketim araçları, insanları niyetlendiklerinden, ihtiyaç hissettiklerinden hatta bütçeleri imkân verdiğinden değil, sistem veya ekonomik iktidar böyle istediği için harcama yapmak ve tüketmek zorundadır. Bunun için kişisel niyet, tercih ve beklide para söz konusu değildir. İnsanlar, koşullukları tüketimi gerçekleştirmek için gelirlerinden fazlasını harcayabilmelidir. Bunun için düzenek kredi kartıyla hazırlanmış durumdadır. Modern tüketici elde ettiği kredi kartı ile harcama anlamında hem "*denetlenmekte*" hem de sömürülmektedir (Ritzer, 2000:85-86). Alış verişi kolaylaştırması ve çabuklaştırmasından dolayı kredi kartları, tüketime büyük bir ivme kazandırmaktadır. Kullanımının ve taşınmasının rahatlığı, kredi kartlarının alış verişlerde daha tercih edilmesine yol açmıştır. Sahibine ileride beklenen gelirinin bugünden harcanmasına olanak sağlayan bir ödeme aracı olan kredi kartı, günümüz tüketim çılgınlığının en önemli unsurunu oluşturmaktadır. Plastik para da olarak isimlendirilen kredi kartında, kartı kullanan kişinin ileride eline geçecek gelirleri karşısında, bugünden peşin olarak mal ve hizmet satın alabilme veya mal ve hizmet bağlamında harcama yapma mekanizması bulunmaktadır.

Birden fazla kaynaktan edindikleri verileri işleyip birleştirerek potansiyel olarak aranan insanların listelerini çıkarmak ve bu insanlara en kestirme yoldan ulaşarak yakalamak düşüncesinden hareket eden *gözetleme*, mekanizması sadece adli ve kanun uygulamasıyla sınırlı kalmamaktadır. Toplumsal düzen için tehlikeli ve sakıncalı olanları, kişisel bilgiden yola çıkarak izini sürme ve yakalayıp cezalandırmaya imkân veren teknolojik gelişmeler, ticari amaçla da kullanılmaktadır. Kişisel bilgilerin ağa aktarılmasını piyasadaki firmalar, reklam ve düzenledikleri kampanyalarla satın almaya yöneltecek bir fırsat olarak değerlendirmektedir. Bu durum, Lyon'un "*kategorisel şüphe*"nin "*kategorisel ayartma*" dönüşmesi durumunu yaratmaktadır (Lyon, 2006: 54). Firmalar belirsiz bir piyasa için üretmek yerine, şimdi siparişi müşterinin arzu ve isteğine göre hazırlamaya, bireyselleşmeye, ihtiyaç duydukları tüketicileri kendileri oluşturarak üretme yolunu tutmaktadırlar (Lyon, 2006:87). Poster, "bedenlerimizin şebekelere, veritabanlarına, enformasyon koridorlarına teslim tanesi gibi dizildiğini" ve böylelikle bedenlerimizin, ilgilerimizin, özelliklerimizin ve gücümüzün bilgilenme adı altında ele geçirdiği ve her ne şekilde olursa olsun kullanılmaya hazır hâle getirildiğini anlatır. Gerçekten günümüzde işlerlik kazanan kredi kartı, satın alma eyleminde mağazalara verilen kişiye ait bilgilerle, denetlenmeye ve yönlendirilmeye açık duruma gelmektedir (Bauman, 1999b: 60). Neyin piyasada tuttuğunu veya tutacağını teknolojik 9.

### Sonuç

İçinde yaşamakta olduğumuz toplum, bir tüketim toplumdur. Aşırı harcama ve lüks tüketimle yapılan bu aşamada, insanlar, üzerine düşen görev ve sorumlulukları alış veriş yaparak yerine getirmektedir. Modern kapitalist piyasadaki iktidar, insanları etkileme, yönlendirme ve kontrol etme yöntemini harcama ve tüketim üzerinde gerçekleştirmektedir. Reklam ve teknolojik gelişim, bu anlamda sistemin işleyişine büyük fayda sağlamaktadır. Birbirlerini güçlendiren reklam ve teknolojik gelişim, sistemin tam istediği şekilde insanları tüketime zorlamaktadır.

Yenilik ve hız tutkusuna kapılmış günümüz insanı, tüm dikkatini lüks tüketim ve aşırı harcamayı yapılandıran reklam ve teknolojik gelişimin sinerjisine vermektedir. Türkiye’deki bir bankanın kredi kartı reklamındaki “alsak alsak daha başka ne alsak” diye çığırtan insanların durumu, işleyişi çok net aydınlatmaktadır. İnsanlar, adeta birbirleriyle yarışırçasına alış veriş merkezlerine koşarak harcama yapmaktadırlar. Modern hayat karşısında içine girilen pasiflikten tüketerek çıkmak yolu denenmektedir.

Sanayi kapitalizmin, etkisine aldığı insanları istediği şekilde dönüştürme ve kendisine uyumlu varlıklar yaratma şeklindeki hegemonik yapı, yine reklamda kendini göstermektedir. Bu bakımdan bir banka reklamında, Müslüm Gürses’in “*ihtiyacım var*” şarkısıyla teknolojin son ürünlerini sıralaması oldukça ilginçtir. Bir zamanlar düzenin çarpıklığına, eşitsizliğe ve yoksulluğa “*itirazım var*” şarkısıyla kafa tutan Müslüm Baba, şimdi “*ihtiyacım var*” diyebilmektedir. “*İtiraz*” bir anda “*ihtiyaca*” dönüşüvermektedir.

Teknolojik gelişme ve reklamla büyük bir ivme kazanan ekonomik iktidar, bugün gündelik hayatın her alanında insanları “*denetleme*” ve “*kontrol etme*” şeklindeki “*panoptikon*”unu kurmaktadır. Alış verişte verilen bilgilerin aynı anda veri ağlarına aktarılmasıyla, kredi kartlarıyla yapılan harcamalarla, İnternette gerçekleştirilen satın almalarla; mağazalardan dershanelere, hastanelerden tüm sokak ve caddelere yerleştirilen kameralarla günümüz insanları, çağdaş “*panoptikon*”larda sürekli izlenmektedir. Her an kameralarla izlenen birey, yaptığı tüketimle sistemin uysal bireyleri olduklarını itiraf etmenin haklı gurur ve rahatlığını yaşamaktadırlar.

Gündelik zorunlu ihtiyaçlarını kendi imkânlarıyla karşılayanların ötekileştirildiği günümüzde, ekonomi politik insanların doğal yeteneklerini kaybettirerek piyasaya bağımlı kılmaktadır. Ekonomik, sosyal ve kültürel içerikli her ihtiyacın karşılanması, piyasadaki uzman, bilirkişi, kurum ve özellikle teknolojik ürünlere devredilmesiyle, modern insan hemen tüm doğal yeteneğini unutmaktadır. Doğum, ölüm, evlilik, eğlence, eğitim gibi tüm etkinlikler dizisi, her gün sayıları ve etkinlikleri artan piyasa uzman ve kuruluşlarına havale edilmektedir. Böylece, doğurduğu çocuğa nasıl bakacağını, ateşi çıkan çocuğa ne yapılacağını, ölen yakını nasıl defnedeceğini, nasıl turşu kurulacağını, reçele neler konacağını, sökülen düğmesini nasıl dikileceğini, düğünlerde neler yapılacağını, bozulan ütüsünü veya musluğunu nasıl tamir edeceğini bilmeyen ve bunları karşılamak için tamamıyla “*piyasaya bağımlı, yetenezsiz ve geleneksiz bir insan kitlesi*” geçen her süre artmaktadır.

*“Herhangi bir problemleriniz mi var hiç dert değil, size bir telefonun tuşları kadar yakınız, hadi ne zaman kaybedip üzülüyorsunuz arayın”.*

### Kaynakça

- ARGIN, Şükrü (1998), : “Tüketicinin Üretimi ve Benlik Promosyonu”, **Birikim Dergisi**, Haziran Sayısı, Birikim Yay., İstanbul.
- BARBER, Benjamin R. (2003), : **McWorld’e Karşı Cihad**, (Çev.: Eser Birey), Cep Kitapları, İstanbul.
- BAUMAN, Zygmunt (1999a), : **Çalışma, Tüketim ve Yeni Yoksullar**, (Çev.: Ümit Öktem), Sarmal Yay., İstanbul.
- BAUMAN, Zygmunt (1999b), : **Küreselleşme Toplumsal Sonuçları**, (Çev.: Abdullah Yılmaz), Ayrıntı Yay., İstanbul.
- BOZKURT, Veysel (2000), : **Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği**, Alesta Yay., Bursa.

- DOLGUN, Uğur (2005a), : **Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna**, Ekin Kitabevi, Bursa.
- DOLGUN, Uğur (2005b), : **İşte Büyük Birader**, Hayykitap Yay., İstanbul.
- ERGUR, Ali (1996), : “Bireyin Son Kaleleri Düşüyor: Cep Telefonu ve Ötesi”, **Birikim Dergisi**, Eylül Sayısı, Birikim Yay., İstanbul.
- ERGUR, Ali (1998),: “Elektronik Denetimin Sınırlarında Demokrasi”, **Birikim Dergisi**, Haziran Sayısı, Birikim Yay., İstanbul.
- FOUCAULT, Michel (2003), : **İktidarın Gözü Seçilmiş Yazılar 4**, (Çev.: Işık Ergüden), Ayrıntı Yay., İstanbul.
- FOUCAULT, Michel (2005a), : **Büyük Kapatılma Seçme Yazılar 3**, (Çev.: Işık Ergüden- Ferda Keskin), Ayrıntı Yay., İstanbul.
- FOUCAULT, Michel (2005b), : **İktidar ve Özne Seçme Yazılar 2**, (Çev.: Işık Ergüden-Osman Akınay), Ayrıntı Yay., İstanbul.
- FOUCAULT, Michel (2006), : **Hapishanenin Doğuşu**, 3.Baskı, (Çev.: Mehmet Ali Kılıçbay), İmge Kitabevi, Ankara.
- FROMM, Erich (1996), : **Çağdaş Toplamların Geleceği, Bütün Eserleri:8**, (Çev.: Gülnur Kaya, Kaan H. Ökten), Arıtan Yay., İstanbul.
- FROMM, Erich (2002), : **Yeni Bir İnsan Yeni Bir Toplum**, (Çev.: Necla Arat), Say. Yay., İstanbul.
- HAROOTUNIAN, Harry (2006), : **Tarihin Huzursuzluğu Modernlik, Kültürel Pratik Hayat Sorunu**, (Çev.: Mehmet Evren Dinçer), Boğaziçi Üniv. Yayınevi, İstanbul.
- ILLICH, Ivan (1990), : **Tüketim Çılgınlığı**, (Çev.: Mesut Karaşahan), Pınar Yay., İstanbul.
- İNSEL, Ahmet (1990), : “Topluma Karşı İktisadi İnsan”, **Birikim Dergisi**, Şubat Sayısı, Birikim Yay., İstanbul.
- İNSEL, Ahmet (1997), : “Geçmişten Geleceğe”, **Birikim Dergisi**, Aralık Sayısı, Birikim Yay., İstanbul.
- KAZGAN, Gülten (2000), : **Küreselleşme ve Ulus-Devlet Yeni Ekonomik Düzen**, İstanbul Bilgi Üniv. Yay., İstanbul.
- KESKİN, Ferda (2005), : “Büyük Kapatılma’ya Önsöz”, Foucault, Michel, **Büyük Kapatılma Seçme Yazılar 3**, (Çev.: Işık Ergüden-Ferda Keskin), Ayrıntı Yay., İstanbul.
- LYON, David (2006),: **Günlük Hayatı Kontrol Etmek Gözetlenen Toplum**, (Çev.: Gözde Soykan), Kalkedon Yay., İstanbul.
- POLANYI, Karl (1986), : **Büyük Dönüşüm Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri**, (Çev.: Ayşe Buğra), Alan Yay., İstanbul.
- RITZER, George (2000), : **Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek**, (Çev.: Şen Süer Kaya), Ayrıntı Yay., İstanbul.
- SOMBART, Werner (1998), : **Aşk, Lüks ve Kapitalizm**, (Çev.: Necati Aça), Bilim ve Sanat Yay., Ankara.
- TÜRKEŞ, A. Ömer (1999), : “Edebiyat Alanında Otoritenin Şekillenışı”, **Birikim Dergisi**, Kasım Sayısı, Birikim Yay., İstanbul.
- WEBER, Max (1997), : **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**, 2. Baskı, (Çev.: Zeynep Aruoba), Hil Yay., İstanbul.
- WERNICK, Andrew (1996), : **Promosyon Kültürü Reklâm, İdeoloji ve Sembolik Anlatım**, (Çev.: Osman Akınay), Bilim ve Sanat Yay., Ankara.