

**EĞİTİM**  
yayınevi

# MEDYA VE TÜKETİM

## I

EDİTÖR: DR. KORAY ÇANKAYA



# MEDYA VE TÜKETİM

## I

Editör: Dr. Koray ÇANKAYA

**EĞİTİM**  
yayınevi

## MEDYA VE TÜKETİM I

**Editör:** Dr. Koray Çankaya

**Genel Yayın Yönetmeni:** Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

**Genel Yayın Koordinatörü:** Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

**Sayfa Tasarımı:** Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

**Kapak Tasarımı:** Eğitim Yayınevi Grafik Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

**Yayıncı Sertifika No:** 47830

**E-ISBN:** 978-625-8108-94-1

1. Baskı, Mayıs 2022

## Kütüphane Kimlik Kartı

### MEDYA VE TÜKETİM I

**Editör:** Dr. Koray Çankaya

221 s., 165x240 mm

Kaynakça var, dizin yok.

E-ISBN: 978-625-8108-94-1

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/meکانik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

**EĞİTİM**  
yayınevi

**Yayınevi Türkiye Ofis:** İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent,

Karatay, Konya, Türkiye

+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42, 0 332 502 50 42

bilgi@egitimyayinevi.com

**Yayınevi Amerika Ofis:** New York: Egitim Publishing Group, Inc.

P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America

americaoffice@egitimyayinevi.com

**Lojistik ve Sevkiyat Merkezi:** Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.

10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

sevkiyat@egitimyayinevi.com

**Kitabevi Şubesi:** Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye

+90 332 499 90 00

bilgi@egitimkitabevi.com

**İnternet Satış:** www.kitapmatik.com.tr

+90 537 512 43 00

bilgi@kitapmatik.com.tr

 **kitapmatik**  
İlk okuyan sizsiniz  
Türkiye'nin en büyük kitabevi

**BİLİM DANIŞMA KURULU**

Prof. Dr. Füsün TOPSÜMER  
Prof. Dr. Hanife ALİEFENDİOĞLU  
Prof. Dr. Nazım ANKARALIGİL  
Prof. Dr. Süleyman İRVAN  
Doç. Dr. Onur AKYOL  
Dr. Öğr. Üyesi Cem TUTAR  
Dr. Öğr. Üyesi Engin ALUÇ  
Dr. Öğr. Üyesi İsmail GÖKÇE  
Dr. Öğr. Üyesi Ulaş IŞIKLAR



## İÇİNDEKİLER

<b>ÖNSÖZ</b>	<b>7</b>
<b>ÜRETKEN ENDÜSTRİLERDE KÜLTÜREL VE DİJİTAL DÖNÜŞÜMLERİN YANSIMALARI ÜZERİNE: MEDYA VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ</b>	<b>9</b>
Yasin SÖĞÜT	
<b>DİJİTALLEŞME EKSENİNDE TÜKETİM KÜLTÜRÜ</b>	<b>31</b>
Esma Gültüvin GÜR OMAÇ	
<b>MEDYA VE TÜKETİMİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ</b>	<b>47</b>
Özlem AKGÜÇ ÇETİNKAYA	
<b>KÜLTÜREL DEĞİŞİMİN DİNAMİĞİ DİJİTAL VE SİNEMA</b>	<b>63</b>
Ozan OTAN	
<b>BEDEN GÜZELLİK VE TÜKETİM ÜÇGENİNDE DİJİTAL MEDYA</b>	<b>81</b>
Yasemin BİLİŞLİ	
<b>TÜKETİM, GÜZELLİK VE MEDYA ÜÇGENİ: GÜZELLİK NEDEN VE NASIL METALAŞTI?</b>	<b>99</b>
Aybike SERTTAŞ, Tugay SARIKAYA, Esmanur ÜNĞAN	
<b>KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE POSTYAPISALCI PARADİGMA: ÖZGÜRLEŞME OLANAĞI</b>	<b>113</b>
Neslihan BULUR	
<b>KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE MEDYA</b>	<b>133</b>
Mehmet Tahir KARABOĞA	
<b>TOPLUMSAL DURAKLAMA AŞAMASINDA: MEDYA, TÜKETİM VE SİMÜLASYON</b>	<b>153</b>
Koray ÇANKAYA	
<b>2000 SONRASI TÜRK SİNEMASINDA GENÇLİK VE POPÜLER KÜLTÜR İLİŞKİSİ</b>	<b>179</b>
Gülten ÖZGÜN	
<b>KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNDEN KÜLTÜR EMPERYALİZMİNE MEDYA ARACILIĞIYLA YOLCULUK</b>	<b>201</b>
Fatma ÇAKMAK	



## ÖNSÖZ

Günümüzde toplumsal pratiklerin şekillenmesi ile dünyayı algılama biçimlerimizdeki değişimi anlamak ve tüketim edimini oluşturan yapıyı görmek adına medya ve tüketim konusu medya çalışmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Toplumsal kültürlerin özerk karakterlerinin küresel iletişim sistemleri ile dönüşerek tek tipleştirici bir tüketim kültürünün oluşması 1950'lerin başlarında "*Kültür Endüstrisi*" tartışmaları odağında başlarken sonrasında ise yön değiştirerek 1960'lardan günümüz postmodern yaklaşımların öne sürdüğü tartışmalara dek uzanmaktadır. Kültürün metalaşması ile toplumsal ilişkilerin de adeta metalaştığı ve de güzellik anlayışı, mutluluk algısı gibi birçok değer in medya dolayımı bir tüketim anlayışına bağılı olarak ilerlediğı yeni bir toplumsal, ekonomik ve kültürel sürecin günümüze dek toplumsalı sarmaladığı görülmektedir.

Kültürel değişimin dinamiğini oluşturan dijital iletişim sistemleri, yeni medya, televizyon, sinema v.b. gibi gelenekselden günümüz yeni dijital teknoloji sistemlerinde yer alan medya alanlarına dek kitle iletişim sistemlerinin yarattığı tüketim kültürü ile yeni bir kapitalist sistem yürürlüğe girmiştir. Bu durumda günümüz kapitalist sistemi düzleminde yer alan toplumsala dair tartışmalara yeni bir boyut getirmektedir. Kültür tanımı teknoloji odaklı olarak ve yeni kapitalizmde teknoloji ile paralel olarak konumlandığı dijital kültür, yeni kapitalizm kültürü, tüketim kültürü gibi kavram ve nitelermeler üzerinden günümüz toplumsalı ile kültürünün dönüşümünü medya merkezli olarak ele almayı zorunlu hale getirmektedir. Bu bakımdan metalaşan (Marksist terminoloji ile) ya da daha kültürel yönü vurgulayan bir yönüyle gösterge nesne (postmodern terminoloji ile) düzleminde tüketim simgelerinin tahakkümünde toplumu dönüştüren bir medya tüketim kültüründen bahsetmek ve bu minvalde eleştirel yaklaşımlar ile toplumu analiz etmek adeta kaçınılmaz hale gelmektedir.

Bu bağlamda sosyal bilimler alanında disiplinlerarası yaklaşımlarla kültürel dönüşüm süreçlerinde medya ve tüketim alanına dair yaklaşımlar ile kültürel toplumsal süreçlere dair çok yönlü tartışma ve yaklaşımların yer aldığı bu çalışmanın önemli bir değer taşıdığını söylemek mümkündür. Bu çalışmada literatürde yer alan kültürün iletişimsel yönü, toplumsal enformasyonun kaynağı



olan medyanın gösterge ya da meta anlayışını dayatan yönü ile dönüştürdüğü değerler sistemi gözler önüne serilmektedir. Medya dolayımılı simgesel anlayışın meta ve tüketim merkezli dönüşümü gibi kökeni kültür endüstrisi tartışmalarından günümüz medya eleştirilerine dek uzanan çok yönlü tartışmalar ile tüketimin iletişim ve teknoloji paralelinde yarattığı yeni toplumsal düzlem, medya toplum kültür etkileşimi bağlamında ele alınmaktadır.

Katkı sağlayan tüm yazarlara teşekkür eder, sosyal bilimler alanında ilgili çalışmaları yapan değerli okurlarımıza akademik bilimsel alanda önemli katkı sağlayacağı inancıyla keyifli okumalar dilerim.

*Mayıs 2022, Denizli*  
*Dr. Koray ÇANKAYA*

## TOPLUMSAL DURAKLAMA AŞAMASINDA: MEDYA, TÜKETİM VE SİMÜLASYON

Koray ÇANKAYA<sup>1</sup>

### Giriş

Erken modern dönem Marksçı terimlerle altyapı ve üretim ilişkileri üzerine temellenen tüketim dünyasını resmetmektedir. Bu dönemde üretilen metaların toplumsal ilişki biçimleri ile kültür ve tarihle bir bağlantısı bulunmaktadır. Böylelikle metalar ile toplumsal tüketim pratikleri arasında diyalektik bir ritim ve etkileşimden bahsetmek mümkündür. Erken modern dönemde tüketim metaları tarih, kültür ve mitsel bir tüketim imgelemi üzerinden simgesel bir tüketim dünyası meydana getirmektedir. Toplumsal gerçekçiliğin de izdüşümünün görülebildiği bu tüketim dünyasının, günümüz tüketim dünyasından en büyük farkı, ulaşım sistemleri ile kitle iletişim araçlarının yeniden üretim düzeni için merkezi önemde ön plana çıkararak bu yeniden üretim düzenini oluşturmasıdır. Yeniden üretim düzeni hızlı tüketim döngüsünü besleyen iletişim ve ulaşım sistemleri yoluyla erken modern döneme özgü algılama ve yaşam ritmini bozan imge hızına bağlı nesne veya gösterge dünyası yoluyla tüketim düzenini oluşturmaktadır.

*Postmodern, Geç Kapitalizm* gibi terimlerle adlandırılan günümüz tüketim dünyası Marksist terimlerle altyapı ve üretim ilişkileri üzerine temellenen bir tüketim dünyası yerine yine Marksist terimlerle üstyapı dolayımı tüketim pratiklerinin egemen olduğu bir sistemi yürürlüğe koymaktadır. Sosyo-kültürel alanın bir parçasını oluşturan tüketim etkinliği bu dönemde üst yapısal pratiğin bir parçası olsa da aynı zamanda toplumsal anlamın üretim merkezi olarak bir alt yapı formu gibi işlev görmektedir. Yani Marksist terminoloji ile erken modern dönemde üretim altyapısını oluşturmakta ve altyapı üstyapıyı belirlemekteyken, postmodern dönemde tüketim kültürel bir pratik olarak altyapı unsuru gibi işlerlik kazanmaktadır.

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr. Pamukkale Üniversitesi, İletişim Fakültesi, kcanakaya@pau.edu.tr, Orcid: 0000-0002-9840-7962

Bu bağlamda tüketim ilişkileri artık tarih, kültür v.b. toplumsal pratikler ile doğrudan bağlantılı olan üretim ilişkilerini farklı bir yöne sevk etmiştir. Postmodern tüketim evreninde tüketici birey, kitle iletişim sistemlerinin güdümünde, meta yerine gösterge veya nesne güdümlü bir tüketim kültüründe ayartılmakta ve tüketim hazzı peşinde koşmaktadır. Günümüz tüketim evreninde üretim ilişkilerine dayanan meta kültürü ile toplumsal ilişkiler tarih, kültür, ideoloji gibi modern toplumsal diyalektiğe dayalı bir tüketim evreni ve tüketici bireyden bahsetmek mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla simgesel yaşamın toplumsal gerçekçi izdüşümü yerini Baudrillard'ın simülasyon olarak adlandırdığı tüketim evrenine bırakmaktadır.

Tüketim kültürünün temelleri postmodern literatürde 1929 ekonomik buhranı ile atılmaya başlanmakta böylelikle tüketen insanın ortaya çıkması ile kitle iletişim araçlarının rolü tüketim kültürünü yaratmada merkezi yönde konumlanmaktadır. Üretimi canlandırmak ekonominin çarklarını döndürmek için tüketim nesnelere arzu eden bireylerin gösteriş ile ihtiyaç ekonomisinin ötesine geçen imaj yönelimli toplumsal pratiklerle kültürel bir formasyona girmesi için medya üzerinden bir arzu evreni oluşturulmaktadır. Tüketimi arzu eden bireylerin yaratılması ve bu arzunun tatmini için birey ekonomik bir tüketim gücüne sahip olmalıdır. Bu gücün zayıflaması durumunda ise kredi olanakları ile borçlanması gereklidir. Kapitalist sistemin ideolojik egemenliği ve tahakküm düzenini sağlaması için gösteriş ve rekabete dayalı tüketim arzusunu benimseyen bir kültürel yapının devamlılığına ihtiyaç vardır. Ayrıca bu tüketim edimini besleyecek borçlandırma sistemleri ile tüketici bireyler tüketim sisteminin tahakkümüne hem gösterge ayartıcılığı ile hem de finansal borçlanma vasıtasıyla girmektedir.

Bu çalışmada medya dolayımı ile dolaşımda olan gündelik gösterge güdümlü kültürel tüketim pratikleri yoluyla toplumsal yapının ekonomik anlamda gelişmeye hizmet edip etmediği sorusuna yanıt aranmaktadır. Bu soruya iki şekilde yanıt aramak mümkündür? Kapitalist ideoloji perspektifinden tüketimin sürekli canlı tutulması ekonomik canlılık ve gelişme için hayati önemdedir. Diğer yandan eleştirel perspektifle bakıldığında tüketim yoluyla doğal kaynaklar, insani ilişkiler, insanlığın manevi huzur ve mutluluğunun yok edildiği toplumun maddi manevi yoksunlaştığı bir dünya portresi ortaya çıkmaktadır. Kapitalist sistem tahakkümünü gösterge ekonomi politikası ile yaratırken aslında hem dünyanın, insanlığın hem de sistem olarak kendisinin kuyusunu kazmaktadır. Günümüz kapitalist sistemi, kitle iletişim araçlarının da merkezi güdümlenme işleviyle toplumsal yapı üzerinde yarattığı gösterge güdümlü gösterişçi tüketim kültürünün olumsuz yönlerinin ele alınması çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Postmodern kuramsal çerçevede, iletişim ulaşım sistemleri ile finansal iktidarın borçlandırma ve medya güdümlü bireyci tüketim yönelimleri ve tüketim nesnelere üzerinden tüketim pratiklerinin yarattığı zararlar ve yoksunluklara ilişkin argümanlar öne çıkmaktadır. Bu bağlamda bu çalışma tüketim sistemini eleştirel perspektiften

ele almayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada Baudrillard'ın *Simülasyon, Simülakr* kavramlarını da somut bir şekilde açıklamaya çalışan ilgili literatürden derlenen bilgiler ve de tüketim göstergelerinden örneklerle tüketim pratiklerinin toplumsal bir duraklamaya neden olduğu savı tartışılmaktadır.

### **Toplumsal İlerlemeden Duraklamaya Simülasyon**

Tarihsel materyalizm veya diyalektik materyalizm olarak adlandırılan Marks'ın tarihsel gelişim sürecini açıklamak için kullandığı felsefi model toplumsal ilerleme sürecini açıklamak için kullanılmaktadır.

Marks'ın kuramı, ekonomik sistem içinde değişim ve gelişmeye yönelik evrim kuramıdır. Bir düzenin çelişkileri yeni bir tez üreten tezin karşıtı antitez olarak literatürde ifade bulmaktadır. “... bu çelişkiler zaman içinde sistemi çalışmaz hale getirir ve şiddetli ve devrimsel bir değişim ile birinci düzenin “reddi” (negation) olan tamamen farklı bir düzene geçilir. Bir iç çatışma modeli olarak bu gelişme ve değişim görüşü, diyalektik olarak bilinir” (Wallace&Wolf,2015:226).

Antik felsefeden modern yaklaşımlara dek ele alınan diyalektik kavramı Hegel felsefesinde sistematik temel bir yönelim olarak farklı bir noktaya gelmektedir. “Diyalektik, gerçek dünyada ya da düşüncede hiçbir tekil şeyin sabit kalmadığını, tersine sürekli değiştiğini, her şeyin, her kurumun bir başlangıcı olduğunu ve bu nedenle de zorunlu olarak bir sonu, yükselme ve gerileme safhaları olduğunu öğretir” (Thalheimer; 2020:87).

Postmodern literatür modern döneme ait sınıflı toplum, zıtlıkların çatışması ve ilerlemeye yönelik kuramsal görüşleri yadsımaktadır. Artık Marksist terimlerle ifade edilen, meta, meta fetişizm, gibi kavramlarla altyapıya dayalı üretim ilişkilerini odağa alan bir ekonomik sistem, burjuva ve proletarya karşıtlığının oluşturduğu toplumsal gerçeklik -diyalektik- gibi kavramlar postmodern dönemde yerini -marksist terimle- üstyapı odaklı yaklaşımlara bırakmaktadır.

Batı toplumları ikinci dünya savaşından itibaren birçok kuramsal yaklaşıma göre yerini gösteri toplumu, tüketim toplumu, sanayi sonrası toplum, tekno kapitalizm, enformasyon kapitalizmi, yorgunluk toplumu gibi terimlerle açıklanmaya çalışılan yeni bir modern sonrası toplumsal düzene bırakmıştır.

Postmodern toplum betimlemesi ile sistemin radikal bir değişimi vurgulanmaktadır. Bu bağlamda marksist görüşün Hegelci yöntemi tersine çevirerek ileri sürdüğü diyalektik materyalizmin postmodern durumda geçerliliği sona ermektedir. Marksist görüşte toplumsal ilerlemeye dair; Burjuva/Proleterya karşıtlığının oluşturacağı tez antitez çelişkilerinin üretim ilişkileri ve marksist terimlerle altyapıya dayalı toplumsal ilişki biçimlerinin getireceği sentez ile sosyalist bir yapının oluşacağı görüşü ileri sürülmektedir.

“Üretici güçler, sermayenin zincirlerinden kurtulduklarında, kaynakları herkese sağlayabilmek için yeterince geliştirmedikleri sürece sosyalizm olamaz. Ve

yine çoğunluğun kültürel düzeyi toplumsal devrimin gerektirdiği tutum, davranış ve aklın tüm karmaşıklıklarıyla ilgilenmek için yeterince yüksek olmadığı sürece sosyalizm var olamaz (Wayne;2009:43). Postmodern yaklaşımlar ise diyalektiğin sonu ile benzer yöndeki ideolojik söylemlerin geçerliliğini sorgulamaktadır.

Baudrillard (2011); Modern döneme özgü terimlerin içeriğinden yoksun görünümler olduğu yaklaşımını ileri sürmektedir. Baudrillard, materyalist diyalektiğin ve marksist görüşe dayalı üretim ilişkileri düzleminde yer alan yaklaşım ve terimlerin artık mazide kaldığı günümüzde ise tüm bu tartışmaların görünüm -salt töz ya da simülasyon- şeklinde kaldığını gündeme getirmektedir. Baudrillard kavramların ve gerçek anlamda ifade bulan terimlerin artık göndermede bulunamadığı durumu hipergerçek/simülasyon kavramları ile açıklamaktadır. “Bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek yani simülasyon denilmektedir” (Baudrillard; 2011:13).

Simülakr gösterge düzleminde kavramların gönderenden yoksun olması şeklinde açıklanabilir. Bu bakımdan modern döneme ait burjuva/proleterya kavramının göndereni günümüz kapitalist sisteminde değişime uğramaktadır.

*Toplumsala ... hipersosyal ve hipergerçeklik tarafından kısa devre yaptırılmıştır (Bunun adı belki de sosyalizmdir?). Böylelikle proleterya “kendi kendini yadsıyacak” zaman bile bırakmamıştır* (Baudrillard; 1991:58).

Günümüz batı toplumlarında kapitalist sistem orta sınıf oluşturarak belli bir refah düzeyi, sosyal devlet politikaları ile diyalektiğin antitezini oluşturan proteleryayı kendi hesabına geçirerek orta sınıf adı altında sisteme uyumlaştırmaktadır. Artık günümüzde meta, üretim, proleterya gibi kavramlar, içeriğinden ve marksist döneme özgü kavramsal değerlerinden yoksun birer görünüme dönüşmüştür. Bu bakımdan bu kavramların simülasyon ya da salt görünüm hallerine geleneksel bir devrimci anlayışla bakmak güçleşmektedir. Günümüzde proleterya yerine oluşturulan bir orta sınıf akılcı modern bir düşünce ve diyalektik yerine ayartmanın getirdiği haz ile sisteme uyumlaşarak salt bir egemenlik anlayışını onaylamaktadır.

Postmodern, ileri ya da geç kapitalist sistemde üretim ilişkileri yerine hizmet, iletişim, ulaşım, yazılım gibi alanlarda çalışanların toplumun çoğunluğunu oluşturduğu- enformasyon kapitalizmi, yeniden üretim düzeni (simülasyon) olarak da adlandırılan- sistemde üretim ilişkileri üzerinden tanımlanan kavramların geçerliliği de sorgulanmaktadır. Meta terimi üretim ilişkileri düzleminde kullanılırken, üstyapı üzerinden güdülenen -Baudrillard güdülenemeyecek kadar tepkisiz bir toplumu savunsa da- günümüz toplumsal yapısı göstergelerin ayartıcılığı ile topyekûn olarak sistemin hesabına geçen -hiperuyumlu- bir toplumsal yapı manzarasını sunmaktadır.

Fransız düşünür Jean Baudrillard, *Simülasyon Kuramı* ile günümüz toplumlarının modern kavramlarla açıklanan gerçekliğinin yerini yeni bir semiyoloji -aslında göstergelerinde anlamlarını yitirdiği bir simülasyon/

anlamsızlık- evrenini gündeme getirmektedir. Böyle bir evrende artık tüketim kültürünün egemenliğinde toplumsal bir duraklama diyalektik düzlemde toplumsal ilerlemenin yerini almaktadır. Batı, tüketim kapitalizmi ile kendi yörüngesinde bir kısır döngüye girmiş bir duraklama dönemini yaşamaktadır.

Baudrillard postmodern toplumların içinde bulunduğu tüketim evreninde artık marksist ya da neo-marksist yazın perspektifinden üretim ilişkileri ve gereksinime dayalı metalar düzleminde iktisadi bir bakış açısını yeniden ürettiğini ileri sürmektedir. Baudrillard günümüz ve modern toplumlar öncesindeki toplumlarda ilkel değiş tokuş pratiklerine gösterge ekonomi politiği düzleminden bakarak çözümlemeyi geçerli bir kuramsal yaklaşım olarak sunmaktadır. Günümüz postmodern toplumlarında nesnelere/göstergelerin özneyi kuşatarak güdülediği durumu açıklamak için gösterge ekonomi politiği ön plana çıkmaktadır. Tüketim evreni olarak da ifade bulan postmodern evrende, diyalektik sınıfsal çelişki veya ideolojik mücadelelerin olduğu sistemin yeni dönemle egemenlik kuran gösterge sistemleri ile ortadan kaldırıldığı yeni bir dünya portresi sunulmaktadır. “... egemen sınıf toplum üstünde kurduğu ve kodlar aracılığıyla sürdürdüğü hakimiyeti devam ettirebilmek amacıyla, değerleri “tözel açıdan değişikliğe” uğratmış ve böylelikle ekonomik düzende devrimler yaparak, toplumsal ilişkilerde değişikliğe yol açılmasını engellemiştir” (Baudrillard; 2009:134). Artık sınıf diyalektiğinin olmadığı bir sistemde tüm toplum günümüz kapitalist sistemin kodlarının yaydığı ideolojinin yörüngesine girmektedir. Bu durumda klasik veya neo-marksist düzlemde toplumsal sınıf ve diyalektik söyleminin günümüzde geçerliliği sorgulanmaktadır.

Eroğlu (2014), Marx ve Baudrillard arasındaki farkı kapitalist sistemin dönemselsel farkı üzerinden şöyle açıklamaktadır. “... dünya sisteminin Marx'ın zamanlarındaki, üretimdeki yegâne sermayenin henüz el emeğine dayanması ve fabrikaların henüz başka coğrafyalara taşınarak, ucuz iş gücü bulmadığı durumlarda olması hali, Baudrillard'ın zamanında tam tersine dönmüş, en azından iletişim ve makineleşmedeki artış çok farklı noktalara varmıştır” (Eroğlu; 2014:72). Baudrillard eleştirel toplumsal kurama yeni bir temel önerisi olarak simgesel bakış açısı ile gösterge düzleminden günümüz kapitalist sistemine farklı bir teorik çerçevede eleştiri getirmektedir. “Biçimi yeniden üreten materyalist diyalektik içeriği tüketmiştir. Bu içinden çıkılması mümkün olmayan durumu eleştirmenin bir anlamı yoktur. Marx'inkine benzeyen devrimci bir devrimle, biz de ekonomi politiğe kesin bir çözüm getirebilmek, eleştirisinin ötesine geçebilmek için kesinlikle bir başka düzeye yani simgesel değiş tokuş kuramı düzeyine geçilmesi gerektiğini söylüyoruz (Baudrillard, 1998:45). Enformasyon kapitalizmi olarak da adlandırılan günümüz küresel iletişim sistemleri merkezli -ya da üstyapı merkezli-kapitalist sisteminin oluşturduğu simgesel dünya postmodern toplumsal kültürün ve tüketim odaklı toplumsal pratiklerinde oluşturduğu evreni açıklamaya yönelik yeni bir kuramsal eleştiri ortaya koymaktadır.

Küresel iletişim, ulaşım ağı ile hızlı şekilde akan sermaye paranın referans noktasını yersiz yurtsuz hale getirmektedir. Benzer şekilde tez, antitez ve senteze yönelik bir çelişkiyi de ortadan kaldırıp bu gelişme savının betimlediği gelişmeye yönelik sınırlı bir evrenin ötesine geçmektedir. *“Her türlü akım, ağ değiş tokuşunun genelleştirildiği evrensel bir iletişim sürecinde, bizim tehlike sınırını çoktan aşmış olduğumuz bu değiş tokuş biçiminin, artık gelişme içerikli basit bir bunalım olmaktan çıkarak bir felaket, ani bir içsel çöküşe benzediği ve kendi kendini yadsıdığı noktaya geldiği söylenebilir”* (Baudrillard, 2015:123). Artık kapitalist sistemin teknolojinin tahakkümünde, sinyallerin ayartıcılığı ile yarattığı bütünsel gerçeklik toplumsal sorumluluk ve gerçekliğe son vererek sanallık kültürünü egemen kılan yeni bir sentetik veya simülasyon tahakkümün egemenliğini oluşturmaktadır. *“Bilimin ilahiyata bir son verebileceği gerçeği görmezden geliniyordu. Aynı şekilde iletişim araçlarını Marksist yabancılaşma ve geçmiş tarihe özgü sosyo-politik terimlerle yorumlamak ve haberin devreye girmesiyle birlikte tarihsel akışın sona ermiş olduğunu görmemek de büyük bir yanlışlıktır”* (Baudrillard, 2015:79-80). Ekranların, ağların sinyaller ile oluşturduğu bu konformist totaliter -bütünsel gerçeklik- sonsuz bir şimdiki zamana hapsolan tekrarların içinde kendini kaybeden yeni bir toplum modeli oluşmaktadır. Böylesi bir sanal yapı ise rasyonellik ve bilimsellikle açıklanamayacak bir yapıdır çünkü gerçeklikle bağı yoktur. Simgesel -tüketim göstergelerinin yarattığı bir simgesel kültür- ya da sinyaller üzerinde yürüyen bir sistemi toplumsal gerçekliğe ait kavramlarla çözümlene girişimi anlamsız olacaktır. Sinyallerin akışı ile oluşan bu enformasyon ve imajların yarattığı sanal dünyada diyalektiğe ait terimlerde karşılık bulamamaktadır.

### **Sosyo-Kültürel Alanda Sahte Göstergeler ve Gizlenen Yoksunluklar**

Postmodern dönem olarak ifade bulan 1970'ler sonrası dönemde uydu, iletişim sistemleri ve post-endüstriyalizm ile ideolojilerin ve toplumsal gerçekliklerin sonunu ilan eden yaklaşımlar öne çıkmaktadır. Burada ağırlıklı olarak hizmet sektörünü merkeze alan küresel bir kapitalist sistemin hakimiyeti söz konusudur. Küresel düzlemde enformasyon tüketimi tüm dünyayı küresel bir tüketim edimine konumlandırmaktadır. Küresel iletişim ağları enformasyon kapitalizminin kendisini bir ideolojik aygıt şeklinde bireyci tüketim anlayışını dayatarak tahakküm kurmaktadır. Bu evren artık bir gösteri veya görünüm evrenidir. *“...anlam yerine gösteri isteyen kitleleri, içeriklerin ya da kodun ciddiyetine inandırmak için gösterilen hiçbir çaba yeterli olmamıştır. İnsanlar gösteri isterlerken onlara mesaj verilmeye çalışılmaktadır. Onlar içinde bir gösteri bulunması kaydıyla bütün içeriklere tapmaktadırlar. Yani anlamın diyalektiği yadsınmaktadır”* (Nurdoğan, Gül, Yücedoğan, Çoban; 2005:238).

Bireyin tüketim ediminde ve boş zaman etkinliklerinde, bilişim, teknoloji, televizyon, müzik v.b. yeniden üretimi tüketim kapitalizmi ile yeni bir toplumsal kültürel sistem meydana getirerek bir devrim yapmıştır. Bu devrim ile kapitalist

sistem bir duraklama evreni meydana getirerek kendi kısır döngüsünü yaratmakta yani yeniden üretim sistemi ile diyalektik ve toplumsal gelişmeye son vermektedir. Baudrillard'ın Marksist diyalektik mantığı yadsımasındaki temel argümanı da tüketim evreni çözümlemesi ile Marx'dan temelde ayrılmaktadır. "*Marx'da tarihsel toplumsal değişim diyalektik anlayışı hakimken Baudrillard'da olasılık evreni ve mantığı hakimdir. Marx'a göre emek şekillendirici iken Baudrillard'a göre ise kitle iletişim araçları şekillendiricidir*" (Dağ, 2011:95). Baudrillard'a göre kitle iletişim araçları şekillendiricidir ifadesinin ötesinde kitle iletişim araçlarından yayılan gösterge güdümlenmesi tüketim kapitalizmini bizzat ideolojik bir aygıt haline getirmektedir. Kitle iletişim araçları ve kapitalist sistemin bizatihi kendisinin gösterge güdümlenmesi yoluyla bir modelleme, programlama unsuru olarak tüketici bireylerin bilinçlerini ve gündelik pratiklerini kültürel düzlemde yönettiği söylenebilir. Medya bir enformasyon yayarak aslında tüketime dair arzuyu sağlamakta ve de tüketici bireyleri tüketim değerleri yönünde eğitmektedir. Tüketiciler çoğunlukla göstergeler ve onların anlamlarını tüketmektedir. Baudrillard'ın üzerinde durduğu nokta; "*...Belli başlı ürünlerin simgesel çağrışımları yapay bir ifade veya yanlış gereksinimlerdir.*" (Stevenson; 2003:15). Tüketim toplumu semiyolojik bir evren olarak, kitle iletişim araçları güdümlenme gösteri veya gösterişin toplumsal pratiklere yansımaları şeklinde özetlenebilir.

Günümüz imaj ya da gösterge güdümlü tüketim evreni diyalektik materyalizm düzleminde açıklanan toplumsal gelişmenin olmadığı tam tersine bir duraklama evrenidir.

Duraklama evreninde medya adeta duraklama sistemini besleyen bir motor gibidir ve sistemin ataletinde merkezi roledir. Medya yapıtları güdülediği göstergeler aracılığıyla tüketim dünyası yaratarak bireylerin hayalleri, özlemleri ve zaafılarından bir mutluluk ile bu özlemlerin tatmini yanılması oluşturmaktadır.

Postmodern dönem medya aracılığıyla yanıltıcı göstergeler üzerinden gösteriş, büyülenme ve gösterge fetişizminin teşvik edildiği bununla birlikte kapitalist sistemin borçlanma, tüketim edimlerinin teşvik edildiği ve meşrulaştırıldığı bir yönelimdir. Tüketim Kültürünün göstergeler üzerinden meşrulaştırılması için yanıltıcı göstergelerin gösterişçi yönü bu noktada önemli bir rol üstlenmektedir. Kapitalist ideolojinin meşrulaştırılmasında ve toplumsal kültürel yapının kapitalist ideolojik formasyona uyumlandırılmasında kitle iletişim araçları gösterge güdümlenmesi yoluyla merkezi bir işlev görmektedir. Toplumsal bilgi ve sosyal gerçekliğin yani anlam oluşumuna ilişkin kapitalist ideolojinin medya içerikleri aracılığıyla bir bütünsel gerçeklik dünyası yaratarak zihinlerde sistemi meşrulaştırmasında medya önemli bir konumdadır.



...kültürel bellek içerisinde kuşaklar boyunca aktarılan bilgi formlarını televizyon kendi anlam repertuarında bir araya getirerek eklektik bir kültür oluşturmaktadır. Oluşturulan görsel kültür gündelik hayat etkinlikleri içerisinde ideolojik bir alan olarak öne çıkarken toplumsal anlam bu araçlar üzerinden dolaşıma girmekte ve egemen kapitalist ideoloji bu süreçte doğallaşmaktadır (Tutar, 2020:109).

Kitle iletişim araçları tüketim ideolojilerine ilişkin tüm göstergelerin olumsuz sonuçlarını yadsıyarak bunların gösteriş ve büyüleyici yönüne vurgu yapmaktadır. Yani toplumsal ilerleme gelişme yararlar düzleminde olduğu söylemi ile tüketimi teşvik eden ve onayan yönedir. Kitle iletişim araçları kapitalist ideolojinin sözcüsü olarak işlev görmektedir. Böylelikle yaşamı anlamlandırma ve görme biçimleri yani kültürel yapı kapitalist ideolojinin ekseninde şekillenmektedir. Böylelikle tüketim ideolojilerinin gündelik pratiklerde yerleşmesi ile sistemin ana dinamiği meydana gelmektedir.

Tüketim kültürünün gündelik pratiklerde bir ideoloji olarak benimsenmesinde radyo televizyon sinema ve yeni medya aracılığıyla toplumsal kültürü belirli bir formasyona sokarak kapitalist ideolojinin devamlılığı için gerekli düşünce sistemlerini topluma yerleştirmektedir.

Riesman'ın *dışa yönelimli* karakter olarak tanımladığı karakter oluşumu kapitalist sistemin gönüllü olarak sosyal düzlemde bireylerce kabul görmesini betimlemektedir. *“Bireyin dış dünya ve kendisi ile olan ilişkileri, gittikçe medyanın getirdiklerinden etkilenir. Dışa-yönelimli bireyler için siyasi olaylar da fikirler aracılığıyla deneyimlenir. Böylece olaylar alışıldığı üzere parçalarına ayrılır ve onlara kişisel -ya da sahte bir kişisel- kazandırılır”* (Riesman; 2016:41). Dışa yönelimli karakter kapitalist ideolojiye uyumlandırılan tüketici bireyin tasviri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyci anlamda kimlik ve zihniyet dünyasının şekillenmesinde tüketilen imgeler kitle iletişim araçlarının kimlik oluşturma gücünde önemli bir işlev sahibi olduğunu göstermektedir. *“... kimliklerin belirlenmesinde egemen ideolojiler, toplumsal yapıdaki dönüşümler ve siyasal olaylar, kitle iletişim araçlarının sahiplerinin siyasal ve ekonomik bağlantıları da etkili olabilmektedir... Egemen ideolojiler ise tanımlamalarını özellikle kitle iletişim araçlarındaki söylemleri ile kabullendirmeye ve idealize etmeye çalışmaktadırlar”* (Çil;3537-3538). Kitle İletişim araçları egemen sistemin finansal ve politik iktidar gibi başlıca dinamiklere entegre olan bir egemenlik elemanı işleviyle iktidar mekanizmasının bir yönünü oluşturarak toplumsal değerleri dönüştürmede başat işleviyle öne çıkmaktadır. Kitle iletişim ile toplumsal normlar dönüşmekte, bireylerin sahip oldukları karakter ve kimlik şekillenmesi çevresel onay görme ihtiyacına bağlı olarak inşa edilmektedir. Kitle iletişim araçlarından yayılan kültürel enformasyon aracılığıyla geleneksel ahlaki değerler de küresel kapitalist sistemin değerlerine göre esnemektedir.

Diğer yandan göstergelerin esnek yapıya bürünmesi gerçek ve tutarlı bir anlamlılığın yerine aldatıcı bir dünya üretmektedir. Göstergenin sahte bir anlam üretmesi de göstergelerin tutarlı gerçeğe refere eden karakteristiğini dönüştürmektedir.

Baudrillard'ın Simülakr<sup>2\*</sup> -yanıltıcı ya da içeriksiz, anlamsız gösterge-terminolojisinden yararlanarak göstergelerin göndermede bulunduğu yanılsamalı ilerleme, bolluk, gelişme göstergelerinin/aldatmacalarının toplumun yararına olmadığı savına başvurmak kitle iletişim araçlarının gösterge güdümlenmesinin doğasını açıklamakta yararlı olacaktır. Böylelikle göstergelerin dayandığı değerler ya da göndermede bulunduğu referans noktalarının sistemin mantığına uydurularak dönüştürüldüğü de açıklığa kavuşacaktır. Bu yapı egemen ideolojinin meşrulaştırmak istediği bilgi formlarının ve anlam dünyalarının yaratılmasına olanak tanımakla tüketici bireylerin bilinç ve karakterlerini de bu ideolojik forma uygun olarak biçimlendirmektedir.

Öncelikle günümüzde kapitalist ideoloji, kitle iletişim araçları yoluyla tüketim nesnelere bireyci yarar, gösteriş, prestij ve toplumsal statü göstergelerinin, toplumda ayrıcalıklı konum ve statü yararı şeklinde görülmesini sağlamaktadır. Böylelikle bireyci anlayışı toplumsal yarar üzerinde bir düzeyde konumlandırmaktadır. Göstergelerin albenisi ve aldatmacası ile simülakr bir anlam -anlamsızlık veya simülasyon - dünyası yaratılarak bireyci tüketim üzerinden yürüyen kapitalist sistemin olumlanması yapılmaktadır. Burada düşün dünyasının ideolojik olarak gündelik pratiklerde kodlanması ve programlanması söz konusudur. Olağan ve meşru görülen tüketim ediminin neden olduğu doğal felaketler, toplumsal sorunlar gizlenerek simülakr -marksist terminoloji ile yanlış bilinç de diyebileceğimiz- yani aldatıcı göstergeler ile anlam dünyası şekillenmektedir. Yani göstergelerin aldatıcı doğası olarak simülakr, anlamın tersyüz edilmesi ya da anlamın gerçeğe göndermede bulunmaması olarak yorumlanabilir.

Riesman Amerikan toplumunun karakter değişimine dair *dışa yönelimli* karakter betimlemesi, kapitalist ideolojinin tüketici bireyin anlam dünyasını şekillendiğini gözler önüne sermektedir. Riesman'ın; çocukların henüz bağımsız karar verme ve tüketim özgürlüğüne kavuşmadıkları halde bile TV yıldızları, otomobil tasarımları gibi tüketim nesnelere hakkında fikir paylaşımına katılmakta olduklarına dair görüşleri bu duruma örnek olarak iyi bir açıklamadır (2016:102).

Somut örnekler üzerinden burada simülakr kavramını anlamak adına sistemin teşvik ettiği gösterge güdümlü nesnelere bireysel konfor sağladığı, ekonomik gelişme, refah sağladığı gibi önermelerle sistemi meşru kılan savlarına koşut olarak tüketim nesnelere yarattığı yıkıma göz atmak konuyu daha da netleştirecektir.

Bireyciliğin, rekabet ve statü için tüketim nesnelere sahip olma hırslarının çocukluk çağından itibaren günümüz insanının anlam dünyasını kitle iletişim

<sup>2</sup> Baudrillard Jean (2010:7); *Simülakrlar ve Simülasyon* başlıklı kitapta sözlük tanımı olarak *Simülakr*; Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm şeklinde tanımlanmaktadır.

araçları ve tüketim göstergeleri yoluyla şekillendirdiği bilinmektedir. Böylelikle kapitalist ideolojinin tüketime yönelik pratiklerini benimseyen Riesman terminolojisi ile dışa yönelimli insan karakteri tüketim gösteriş ve rekabete dayalı yaşam tarzını benimseyen bir ideolojik dünya görüşü ile sisteme dahil olmayı daha çocukken öğrenmektedir.

Somut bir örnek olarak tüketim nesnesi olan otomobili fetişleştiren, özendiren kitle iletişim araçları yoluyla otomobilin büyüleyici, hayran bırakan özellikleri ile otomobil yararlı bir nesne olarak kabul görülmekte böylelikle toplumda olumsuz yönleri sorgulanmamaktadır.

Ekonomik ilerleme toplumsal refah olarak sunulan göstergelerin -simülakrların- kapitalist ideolojiyi meşru kılma adına göz ardı ettiği zararlar konusunda Baudrillard önemli bir perspektif sunmaktadır.

Baudrillard *Tüketim Kuramı'nda*; *Zararlar* başlığı altında tüketime dayalı bir üretim döngüsü ile sistemin sözde bolluk ve büyüme dinamiği yarattığını belirtmektedir. Sistem kendi kendini yeniden üreterek bir kısır döngü içerisinde aslında kendisini tüketmektedir (2013:35). Otomobilin tüketim nesnesi olarak kitle iletişim araçlarında yıldızlar, model olarak sunulan yaşam tarzları yoluyla teşvik edilmesi ekonomik ilerleme için talep yaratma olarak gösterilmektedir. Ayrıca otomotiv üretimini, yakıt üretimini, yedek parça servis bakım gibi yan sektörlerde oluşan üretim dinamizmini ekonomik ilerleme ve büyüme olarak GSMH muhasebeleştirilmesinde kendine yer bulacaktır. İşte bu noktada göstergelerin büyüme olarak ilerleme, bolluk, zenginlik hanesine yazıldığı ve göstergenin bundan böyle sistemin mantığına uygun simülakr -yalancı gösterge- bir yapıya büründüğü göze çarpmaktadır.

Baudrillard; Gürültü hava su kirliliği ile doğanın tahribatı ile yeni hava ve kara yollarının inşası ile bölgelerin bozulmasına dikkati çekmektedir. Trafik tıkanıklığı, benzin harcamaları, kazazedelerin tedavi harcamaları gayrisafı milli hasıla rakamlarına büyüme ve zenginlik göstergeleri olarak yansımaktadır. İnsan sağlığı, doğa tahribatı gibi oluşan zararlar ise görmezden gelinmektedir. Bu tür zararlar da büyüme ve zenginlik hanesine kaydedilir (2013:34). Tüketime dayalı bireyci üretim düzeni hem toplumsal hem de doğal yıkımlar yaratmakta ancak tüm bunlar ekonomik büyümenin getirdiği mutluluk ve bolluk göstergeleri olarak gösterilmektedir.

Bireyci ve tüketim yönelimli ideolojik pratikler, kitle iletişim araçları üzerinden tüketim ve bireyci ideolojileri doğal bir anlam dünyası gibi zihinlerde inşa etmektedir. Otomobil bir teknik icat olarak kitle iletişim araçlarının fenomolojisine paralel şekilde bir ideolojik tüketim nesnesi şeklinde bir egemenlik anlayışını simgelemektedir. Freund & Martin'e göre; Tüketim nesnesi olan otomobil meydana getirdiği fenomolojisi ile otomobilin aslında bir hegemonya aracı olarak toplumsal ulaşımda eşitsizlik, ulaşım sistemlerinin enerji israfı, sebep olduğu

sağlık sorunları ve çevre tahribatı (hava kirliliği, ekilebilir arazilerin yok edilmesi) gibi sorunları gizlemektedir. Freund & Martin'in ifadesiyle “*Otomobilleşmenin fenomenolojisi çevremizin, içimizde aynılık ve mekânsızlık duygularını uyandıran görüntülerle ve postmodern görsel duyarlılığın da özü sayılan bir imge ve gerçeklik karmaşasının örnekleriyle her yandan kuşatılmışlığını sergiler*” (Freund & Martin;1999:28). Diğer yandan Freund & Martin ABD’de 1990 yılında motorlu taşıt sanayinin kullandığı hammaddelere dair bazı oranlar vermektedir. Bu oranlar şöyledir; *çelik-yüzde 13; alüminyum-yüzde 16; kurşun-yüzde 69; demir-yüzde 36; platin-yüzde 36; kauçuk (doğal ve sentetik) Yüzde 58.5* ve bu tüketim oranlarıyla bu hammaddelerin bir yüz yıl daha dayanamayacağını belirtmektedirler (Freund & Martin;1996:28,38).

Otomobil örneği zaman mekân sıkışması ile yaşam örüntülerinin değişimini yananlam düzleminde yansıması bakımından da bir simgesel örnektir. Ayrıca otomobil bireyselliğin simgesi olarak kültürel ideolojik anlam dünyasının neoliberal düşünce sistemine uyumlandırma gücünü de ortaya koymaktadır. Otomobil bir tüketim nesnesi olarak yani bir teknolojik araç gibi doğasındaki biçimlendirici gücünü de göstermek adına birçok sosyolojik düşünürün başvurduğu örnek olarak literatürde karşımıza çıkmaktadır.

Medya merkezli inşa edilen gösterge güdümlü tüketim pratikleri ve ideolojileri, bu göstergelerin arka planında yatan zararlar hakkında bireylerin bilinç formlarında ve ahlaki düşünce yapısında herhangi bir sorgulamaya fırsat vermemektedir. Günümüz tüketim dünyasında, otomobil bir ihtiyaç nesnesi yani akılcı bir teknik araç yerine israfın ve bireyciliğin simgesi olarak öne çıkmaktadır. Toplumsal yararlar söylemi karşısında bireyci tüketimci arzu sonucu oluşan çevresel ve toplumsal zararlar bireyci tüketim zihniyetinin hedonist hırslarını yüceltirken kendi doğasında ise bir çelişkiyi barındırmaktadır.

Otomobil teknolojik bir araç olarak toplumsal amaca yönelik akılcı bir araçtan çok bireyci tüketim arzularına hitap etmektedir. Bu durum bu aracın toplum ve doğaya karşı sebep olduğu zararlar ve yoksunluklarla görülmektedir. Urry'nin deyişi ile “*Modernliği simgeleyen yaya flâneur değil; daha çok tren yolcusu, otomobil sürücüsü ve jet uçaklarının yolcusudur*” (Urry; 1999:194). Eğer bir tüketim sosyolojisinden bahsedilecekse ev, süs, hobi eşyaları ve giysiler gibi otomobillerin de simgesel anlamıyla kullanılması söz konusudur. Simgesel konumu nedeniyle teknik bir icat olan otomobil akılcı bir kullanım aracı olarak ihtiyaca cevap vermek yerine adeta arzulan bir tüketim nesnesi olarak yaşamı ve toplumun kültürel anlam dünyasını tüketim sistemi anlayışına uygun şekilde biçimlendirmektedir. Burada medyanın simgesel olarak kodladığı nesnelere, zaten kendi doğasına özgü bireyci simgesel yan anlamları yansıtmak suretiyle toplumsal kodları yeniden programladığını ileri sürmek mümkündür. Özne zihniyet olarak, nesnelere sisteminin tüketim ideolojileri doğrultusunda yarattığı tüketime özdeş simgesel anlam ile adeta yeniden kodlanmakta ve yaratılmaktadır.

Urry postmodern dünyada seyahat ve turizmin günümüz öznesinin doğasını ve toplumsal örgütlenmeyi değiştirdiğine vurgu yapmaktadır. Örneğin; 1990'lar Avrupası'nda boş zaman seyahatinin yüzde 80'inde otomobil kullanıldığını belirtmektedir. Ayrıca insanların neden inanılmaz ölçekte otomobil ile seyahatin gerekli, arzulanır ve güvenli olduğunu düşünmeye başladıklarını sorgulamaktadır. Ulaşım özerkliği ile devingenlik, insanların öznel doğası ve arkadaşlık biçimlerini dönüştürmekte ve de doğaya, kentsel peyzajlara ve farklı toplumlara dair estetik yargıları da değiştirmekte böylelikle modern dünyayı yaşama yani anlamlandırma şeklini değiştirmekten sorumlu olarak nitelendirilmektedir (Urry;1999:195-198-230).

Tüketim nesnesi olan bir teknolojik araca yönelik yananlam atanmasında ise medyanın filmler, reklamlar v.b. yollarla tanımladığı simgesel anlam üzerinden bir belirleyiciliği olduğunu da hatırlamak gerekir. Tüketim nesnelere özneyi, toplumsal yaşamı ve çevreyi biçimlendirmesi ya da tahakküm altına alması için simgesel bir anlamla donatılması gerekmektedir. Bu simgesel anlam tüketim değerleri ile statü cazibe mutluluk ayrıcalık gibi değerleri yüceltirken simülakr bir yapı ile neden olduğu kolektif yıkımlar ve toplumsal çevresel yoksunlukları gizlemekte ve marksist terimle yanlış bilinç postmodern terminoloji ile simülasyon yapı yoluyla kendi tahakküm düzenini arzu edilir bir şekilde dayatmaktadır. Tüketim nesnesi olan araçlar, teknolojiler tüketim kültürünü pekiştirmekte, geleneksel kültürleri tedavülden kaldırarak küresel bir kapitalist anlam dünyasını olağan bir algı olarak inşa ettiği karakter ve kimlikler üzerinden bireylerin düşünce yapılarına yerleştirmektedir.

Nesnenin akılcı ve ihtiyaca dönük olan kullanım değeri yerine simgesel ifade gücü kültürel bir tahakküm ile gönüllü tüketim kölelerini imal etmektedir.

Yaşam tarzıyla, yaşamın stilize edilmesi ile ilgili kaygı, tüketim pratikleri, tüketim ürünlerinin satın alınması ve gündelik yaşamda tecrübe edilmesi ve gösterilmesi sadece değişim değeri ve araçsal akılcı hesaplama ile anlaşılabilir. Bu araçsal ve dışavurumcu boyutlar tüketim kültürünü bir araya getiren bir denge olarak algılamaktan ziyade dışlayıcı ya da kutuplaştırıcı olarak kabul edilmelidir. Bu nedenle bir taraftan, bir hedonizm, bir stilizm hesabının etkisi ya da bir duygu ekonomisinden bahsedilebilmekle beraber, diğer yandan da araçsal ve işlevsel boyutun estetikleştirilmesi yoluyla başkası üzerinde estetize bir mesafenin teşvik edilmesinden bahsetmek mümkündür (Featherstone; 2007:84).

Featherstone'un da belirttiği gibi hedonizm, duygu ekonomisi boyutlarıyla sistem akılcı hesaplanabilir olmayı dışlayan bir sistemdir. Sistemin yapısı bireyci bencil düşünce ve tüketim pratiklerini güdümlenmektedir. Tüketim ediminin doğası da dışavurum ya da gösteriş ile bireyleri kutuplaştırarak estetik mesafeyle birbirinden uzaklaştıran bir tüketim düzeni yaratmaktadır. Sistem gösterge güdülemesiyle bireyin düşünce ve gündelik pratikleri ile dünya görüşünü de dönüştürmektedir.

Dünya görüşümüzü kurumlarımızda somutlaştırdık ve şimdi de onların tutsaklarıyız. Fabrikalar, basın-yayın araçları hastaneler, yönetimler ve okullar, dünyayı görüş tarzımızı kontrol altına alacak şekilde paketlenmiş ürün ve hizmetler üretiliyorlar. Biz -yani zenginler- ilerlemeyi bu kurumların büyümesi olarak algılıyoruz. Arttırılmış hareket kabiliyetini, General Motors ve Boeing tarafından paketlenmiş bir lüks ve emniyet olarak kavırıyoruz (İllich;2000:87).

Otomobilin tüketim nesnelere arasında tüketim sistemini de özetleyen sahte bir mutluluk ve ekonomik ilerleme göstergesi, Baudrillard terminolojisi ile simülakr yöne evrilen gösterge olduğunu anlamak adına İllich'in saptamaları da bu içeriksiz göstergelerin doğasını açıklamakta ve anlamakta önemli örneklerdir. İllich'in *Tüketim Köleliği* olarak nitelediği sistem sanayi dönemi ile tüketicilere kalıplanmış icatlar olan ürünlere bağımlılık yaratarak üreticilere sürekli bir bağımlılık olan modası geçme olgusu üzerinden eğitilmektedir. Vatandaşlar paket ürün tüketimine yönelik olarak eğitildikçe ve kendi bireysel arzularını tatmine yönelik olarak tüketim tiryakiliği ile sürekli yeni moda ürünleri tükettikçe çevresini şekillendirme gücünü kaybeder. Her birey kendi arabasına ihtiyaç duydukça çevresel bir sonuç olarak uzun trafik tıkanıkları ve bunları rahatlatmaya yönelik anlamsız ölçüde pahalı çözümlere başvurma külfetine de katlanmak zorunda kalacaktır. İllich ayrıca Brezilya'nın yola koyduğu her bir arabanın elli kişiyi otobüsle yolculuktan mahrum bıraktığını ifade etmektedir. Otobüslerin de bir arabanın belli bir mesafede taşımada kullandığı yakıtın üçte birini kullandığına değinmektedir (İllich; 2000:87-89-179). Simgesel olarak bireyci bir tüketim anlayışını yansıtan otomobil kolektif huzur ve refahın önüne geçmektedir. Bireyci tüketim değerleri ve zihniyet yapısı toplumsal refah ve huzuru kolektif yararın üstünde tutmaktadır.

Arzu ister blucinler, kâğıt-kalem cinsi nesnelere, televizyonlar, radyolar, otomobiller için, isterse bir uçak yolculuğu yapabilmek için duyulsun; bu mal ve deneyimler, batı medyası ile ilişkide olan kişiler temel gereksinimlerini giderebildikleri sürece, satın alınması arzu edilen şeyler olacaktır... modern tüketimcilik, kendine has bir dizi değerlerin yeterli sayıda insan grubu arasında geçerli ve anlaşılabilir hale gelmesine ve böylece tüketim ürünlerinin satışının yapılabilmesine bağlıdır. Tüketime yönelik bu değerler arasında, sunulan mal ve deneyimlerin satın alınmasını ya da satın almanın etkili şekilde özendirilmesini sağlayan değerlerinde bulunması gerekir (Bocock; 2005:60-61).

Kapitalist sistemin tüketim değerlerinin küresel iletişim sistemleri yoluyla küresel ölçekte benimsendiği yadsınamaz bir gerçektir. Bu sistem gösterge güdümlenmesi yoluyla ve gösterişçi bir rekabet yarışında bireyleri tüketime adeta bir köle gibi boyun eğdirirken sistem dinamiği bir kısır döngü yaratmaktadır. Bireyci tüketim yoluyla çevresel ekonomik zarar ve yoksunluklar ile sosyo ekonomik eşitsizlikler gibi kolektif bir denge yerine bir kısır döngü olarak sürekli bir toplumsal çevresel yıkım döngüsü oluşturmaktadır.

### Yinelenen Kısırdöngü ya da Simülasyon ve Tahakküm

Yüzergezer göstergelerin aslında tüketim nesnelere içeriksiz ve toplumsal anlamda kolektif yararlar ve ilerlemeye tam anlamıyla göndermede bulunmayan simülakr ya da aldatıcı göstergeler olduğu -otomobil örneğinde olduğu gibi- görülmektedir. Simülakr olan yapılar gerçek ya da doğru bir durumu resmetmemekte ve bu yapıların toplumsal küresel ve birçok alanda kolektif manada yıkım ve yoksunlukları gizleyen bir yönü olduğu görülmektedir. Simülasyon düzeninin ya da simülakrların bu yönünü yineleyerek bir kısırdöngü ile arzuya dayalı bir tahakküm düzeni yarattığını söylemek mümkündür. Burada kısırdöngü için sürekli bir tüketim ve arzu döngüsü ile toplumsal hiyerarşide cazip tüketim nesnelere sahip olamayanın sahip olanlara gıpta ederek daha çok öykündüğü, kıskandığı ve de emsalleri ile rekabet yarışına girdiği bir düzen söz konusudur.

Gereği gibi işleyen bir tüketim toplumunda tüketiciler faal bir şekilde baştan çıkartılma peşindedirler. Cazibeden cazibeye, ayartılmadan ayartılmaya, bir yemden diğerine atılarak yaşarlar... Bu şekilde davranmak, iyi eğitilmiş, olgun tüketici için bir zorlama, bir zorunluluktur; ama yine de bu "zorunluluk", bu içselleştirilmiş baskı, bu hayatın başka türlü yaşanma imkânsızlığı onlara kendini hür bir iradi egzersiz gibi gösterir. Pazar onları zaten seçmiş, tüketici biçiminde eğitmiş ve böylece onları pazarın çekiciliğini inkâr etme özgürlüğünden yoksun bırakmış olmalıdır (Bauman; 1999:43).

Tüketim toplumunda ayrıca medya yoluyla üretilen arzu sonucu tüketim için göstergelerin kendiliğinden arzu edilmesiyle ve de bunların satın alınması uğruna borçlanma kısırdöngüsü ile kredi kullanımını da teşvik ederek, cezbedici tüketim göstergelerinin tahakkümü finansal düzenle de kurulmuş olmakta böylelikle aslında simülakr ya da simülasyon olan bir düzenin tahakkümünü yaratmaktadır.

Günümüzde Amerika Birleşik Devletleri dünya ekonomisi ve finansal sistemine hükmeden rezerv para birimine sahip olmasına rağmen gayrisafi milli hasılasına oranla sürekli verdiği cari açık ve borçluluk oranlarıyla aslında çoktan iflas etmiş bir ülkedir. Bu durum bile ekonomik göstergelerin gerçeğe gönderme yapmadığına yani simülakrların -anlamsız içeriksiz göstergelerin- kurduğu egemenlik yapısının aslında referans noktaları olan gerçeklerle uyuşmayan simülakr yönüne bir örnektir. Fiilen batmış bir ekonomi simülasyonu olan Amerikan finansal sistemi ve dolarının küresel hakimiyeti simülasyon ile gücünü korumaktadır. Baudrillard "Amerika'nın kendisine modellik yaptığı ve aynı zamanda intikam aldığı dünyanın geri kalanına radikal simülakr ve simülasyon yöntemiyle hâkim olduğunu" söylemektedir (2017:28).<sup>3\*\*</sup> Hedeflerini aşmış duraklama dönemine girmiş olan Amerika Birleşik Devletleri dünyaya yaydığı sinyaller, enformasyon ağı üzerinden imaj ve gösteri yoluyla içeriği boş bir gösteri sunmakla birlikte kendisi de eski

3 Baudrillard *Can Çekişen Küresel Güç* yapıtında Simülasyon düzeni ile gelişmiş dünyanın gelişmemiş dünyaya egemenliğini dayattığını zannederken aslında sonunda Amerika gibi gelişmiş batılı ülkelerin kendi başını da yiyen bir döngüde olduğunu aslında kendi kuyularını kazdıklarını birçok örnekle ileri sürmektedir. Simülasyon bir egemenlik gösterisi olduğu kadar iktidarın aslında kendi içinde güçsüzlüğü ve çaresizliği gibi bir parodiyi de sergilemektedir.

modern ilerleme öyküsüne ait demokrasi özgürleşme ve aklın kılavuzluğu gibi değerleri kaybetmiş durumdadır.

Simülakr olan aldatıcı göstergeler üzerinden küresel bir borçlanma pratiği tüketim dinamiği ile beslenmektedir. Tüketim pratikleri medya yoluyla tüketim göstergelerinin güdümlenmesi ve tüketim pratiklerine özgü bilinç formlarının sürekli ve yinelenen biçimde yaratılması ile simülakr tahakküm düzeni oluşmaktadır.

Öyle ki insanlar sefalete sürüklenme uğruna tüketim bağımlılığı ile kredi çekmekte borç ile tahakküme gönüllü olarak boyun eğmektedir. Tüketim ediminin medya yoluyla öğrenilmesi ve toplumsal rekabette yer bulan bir takım tüketim odaklı kültürel değerler ve simgelerin de öğrenilmesi sonucunda kolektif dünya yararlarını bireyci tüketim uğruna görmeyen veya görmek istemeyen bir kültürel değerler sistemini dayatmaktadır. Böylelikle bu değerlerin benimsenmesi yani tüketim değerleri ve simgeleri uğruna borç ve kredi batağındaki bireyler tüketim arzularını tatmin uğruna kredi kartı kullanımı, tasarrufların israfı ile fakirliğe sürüklenmekte ve sürekli borç ödeme yoluyla sisteme itaat etmeye alıştırılmaktadır. Simgesel tüketim dünyasına ait olmak adına bireyler tüketim nesnelere sahip olarak uyumlanma ve bu nesnelere kimliklerinin uzantısı olarak donanarak kamusal alanda onay görme böylece gündelik yaşamda simgesel olarak var olma duygusunu tatmin etmeyi istemektedir.

Perkins'in *Bir Ekonomik Tetikçinin İtirafı*'nda Baudrillard ve yukarıda otomobile ilişkin örnekleriyle, Freund & Martin'in çevresel tahribat ve açgözlülüğün bireyci tüketici anlayış nedeniyle yoksunlaşan toplum ve doğa argümanına paralel olarak Perkins'in görüşleri de açıklayıcıdır. Perkins borçlanma ile sistemin tahakkümüne ilişkin olarak benzer durumlara işaret etmektedir. Perkins; Dünya kaynaklarının müsrifçe tüketilmesi, çocuklarımıza bu türden dengesiz hayat sürenleri rol model olarak sunduğumuz sürece ve toplumun büyük bir bölümünü seçkin bir azınlık olan bu müsrif egemenlere köle olarak sundukça sistemin ciddi bir sorunla karşı karşıya olduğunu ifade etmektedir. Küresel egemen güçlerin egemenliklerini daha da pekiştirmek için çalışan, hükümetler, şirketler ve bankalar- *şirketokrasi* denilen yapı- okullar, işletmeler ve medya finansal ve politik güçlerini müsrif egemen yaşam düşüncesini onaylatmak için kullanmaktadır. Küresel kültür gittikçe artan yakıt bakım gereksinimi sonunda çevresindeki her şeyle birlikte kendi kendini yutmaktan başka çıkışı olmayan devasa bir makineye dönüşmüştür. Şirketokrasi yani hükümetler, şirketler ve bankalar sistemi devam ettirme genişleyip güçlenmesini sağlama işlevini gerçekleştirirler. Zenginlerin yaşam tarzları ve tükettikleri yatlar, jetler, evler model olarak herkesi tüketmeye özendirilmektedir. Tüketme uğruna dünya yağmalanmakta ve de bunun ekonominin yararına olduğu söylenmektedir. Ayrıca tüketme hırsının toplumsal görev gibi kabul görmesi için toplumun ikna edilmesi adına her tür fırsat değerlendirilmektedir. (Perkins; 2009:10-11). Sistem tüketime yönelik düşün sistemlerini nesnelere



üzerinden özneyi yönlendirmek için kullandıkça toplumsal ekonomik ve kültürel olarak kısır döngüyü yeniden ve yeniden üretmektedir.

Somut bir örnek olarak otomobil örneğine tekrar değinmek gerekirse bu kısır döngüyü ve genel yapıyı görmek mümkündür. “*Şirketler amaçlarına ulaşabilmek için temel, yerel duygular diyebileceğimiz şeyleri silmek zorundaydı. İnsanlar bir yerden bir yere mümkün olan en az rahatsızlığa katlanarak varabilmek için ulaşım araçları isterler oysa bu isteğe ulaşabilmek için en hızlı, en sık otomobile ihtiyaçları olduğunu düşünmeye yöneltirler (Sanders; 2013:70).*

Gösterge güdümlenmesi öznelere borçlanma yoluyla tüketim değerleri üzerinden toplumsal yapıda statü sahibi olmaya özendirir. Gösterge güdümlenmesi tüketim teşvikinin yanında borçlanma dinamiği de yaratmaktadır. Lazzarato'nun deyimiyle *borçlandırılmış insanın imalatı* kapitalist sistemin tahakküm kurmasının bir yoludur. “*Çağdaş «ekonomi» kavramı hem ekonomik üretimi hem de özneliğin üretilmesini kapsar. Köklerini 19. ve 20. asırlardaki devrimlerden alan klasik kategoriler -iş/emek, toplum ve politika- borç tarafından kat edilmiş ve büyük ölçüde yeniden tanımlanmıştır (Lazzarato; 2015:11).* Kapitalist sistemin döngüsü tüketici bireyin hedonist bir çarkta borçlanma ile arzularını gerçekleştirmek için arzu peşinde sonsuz bir döngüde -hamsterın kafesindeki çarkta koşmasına benzer bir şekilde- tüketme borçlanma kredi borcu ödeme döngüsüne hapsedmektedir. Sistem ekonomik ve kültürel yolla kurduğu bu kısır döngü yoluyla tüketiciler üzerinde tahakküm sağlamaktadır.

Artan tasarruflar ve azalan kredi alımları kötü haberlerdir, tüketici kredilerinin kabarması “işlerin doğru yönde ilerlediğinin” kesin işareti olarak görülür. Bir tüketim toplumu zevki erteleme çağrısını nazikçe karşılamayacaktır. Tüketim toplumu bir tasarruf cüzdanı değil kredi kartları toplumdur. Bir “şimdi” toplumdur. İsteyen bir toplumdur, bekleyen değil (Bauman; 1999:50).

Bauman erken modern dönemde tasarruf eden, gelecek planlaması yapan bir karaktere sahip bireylerin bu değerlerinin aksine postmodern dönemde, bireyin tüketimci değerleri benimseyerek arzu tatmini adına gelecekteki emekleri ile geçmiş emeklerini harcayan ve hatta borçlanmayı yücelten bir karaktere dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Bu değerler sistemi ile birey sisteme gösterge ayartıcılığında arzu etme, borçlanma, tüketme döngüsüne kaptırarak kendisini de böyle bir kısır döngüde bitirmektedir. Gösterişe dayalı tüketim evreni sürekli yinelenen moda göstergeleri ve bir yeniden üretim döngüsü ile sistemi devam ettirmektedir.

Lazzarato'nun borç tahakkümü yaklaşımı ile sistemin sürekli borçlandırarak boyun eğdirdiği devletler gibi tüketici bireyler de sisteme uyum sağlamaktadır. Tüketiciler gösterge güdümlü gösteriş ve rekabete dayalı bir arzu tatmini peşinden koşarak kültürel bir sürece ve sisteme gönüllü olarak rıza göstermektedirler. Bu rıza ya da Baudrillard terimiyle hiperuyumluluk toplumsal statü ve rekabet

ortamında bireyin simgesel olarak dışlanma kaygısından kaçınmanın getirdiği içsel bir baskıyı da yansıtmaktadır.

Gösterge güdümlü nesnelere aracılığıyla tüketen özne yaratılması tahakküm sürecinin medya merkezli ayağı iken, diğer ayakta ise bankacılık sistemleri ve kredi kartları ile gösterge güdümlü yeniden üretim düzeninin devamlılığı için arzu peşinde koşan borçlandırılmış tüketiciler bulunmaktadır. Tüketiciler arzularını uğruna borçlanma döngüsüne girmektedir.

Kapitalist sistem ülkeleri de borçlandırarak küresel ekonomik sistemin çıkarlarına uyumlanacak bir hegemonya yaratmaktadır. Perkins (2009); A.B.D. şirketlerinin yapacağı enerji, iletişim, ulaşım gibi yatırım projeleri ile gelişmekte olan ülkelerin borç yoluyla projelerini gerçekleştirilmesi ve yarar aldatmacasıyla bu ülkeleri kapitalist sisteme boyun eğdirmektedir.

...liderler sadakatlerini garanti edecek bir borç batağına saplanır. Sonra da onları politik, ekonomik ya da askeri ihtiyaçlarımız için ne zaman istersek kullanabiliriz. Karşılığında onlar da halklarına sanayi siteleri, elektrik santralleri ve havaalanları sağlayarak, politik durumlarını güçlendirir. Tüm bunlar olurken Amerikan mühendislik ve inşaat firmaları da inanılmaz derecede zenginleşir (Perkins; 2009:46).

Perkins ayrıca GSMH büyümesi gerçekleşirken bunun yanıltıcı bir yönü olduğunu belirtmektedir. *...nüfusun çoğunluğu borç altında ezilirken bir kamu hizmetleri şirketi sahibi (yani tek bir kişi) bile çıkar sağlarsa GSMH artışı gerçekleşebilir. Zenginler daha da zenginleşirken, fakirler fakirleşir. Ama nihayetinde, istatistiki açıdan bakıldığında bu bir ekonomik ilerlemedir* (Perkins; 2009:44).

Baudrillard olasılaştırma mantığı kavramı ile toplumsal ideolojik kültürel tüm değerlerin sosyo kültürel bağlamda sistemin hesabına geçtiğini ileri sürmektedir (2011). Olasılaştırma mantığı yanlış olanla doğru olanın, ilke ile ilkesizliğin her şeyin birbirine dolaşarak muğlaklaştığı bir yapı sunmaktadır. Kitle İletişim araçlarından yayılan tüketim göstergelerinin ayartıcılığında ilkeler, değerler, ideolojiler esnek bir hal almakta neyin gerçek neyin sahte ya da neyin doğru neyin yanlış olduğu tartışmalı hale gelmektedir. Bu bakımdan ilerleme bolluk mutluluk olarak sunulan lüks tüketim göstergeleri olasılaştırma mantığına hizmet ederek ve de toplumsal ilkeleri erozyona uğratarak dünyanın doğal kaynaklarının tükenmesi ve toplumsal eşitliğe dayalı huzurun mahvedilmesi pahasına toplumsal değerleri ve düşünce formlarını dönüştürmektedir. Olasılaştırma mantığı yanlış olanın doğru olarak kabul görmesi ve meşrulaştırılması için kendi kendini kandırmanın mantığı şeklinde de yorumlanabilir. Bu mantığın tüm siyasal, toplumsal, kültürel süreçleri sarmaladığını ileri sürmek mümkündür. Olasılaştırma mantığı egemen olduğu sürece, akılcı birikim ve tasarruf yerine borçlanma, gösteriş ve lüks tüketim göstergelerinin yörüngesinde akılcılığın rafa kaldırıldığı müsrif eğilimlerin egemen

kılındığı söylenebilir. Perkins'in GSMH sayıları ile ya da tek bir şirket veya grubun zenginliğinin de tüm toplumun yararına olduğuna dair sistemin sunduğu gösteriyi olasılaştırma mantığına ait egemen sistemin kendini meşru kılmak adına sunulan bir söylemi olarak kabul etmek mümkündür. Bu noktada kitle iletişim araçları sistemin simülasyonunu üretirken sistemi olasılık mantığı ile bir gösteriyi dönüştürmektedir.

Perkins'in düşüncelerine paralel olarak Bauman'da sosyal eşitsizliklerin daha derinleştiğine dair saptamalar yapmaktadır.

En son "ekonomik mucize" ülkesi olan İngiltere'nin en yoksulları, herhangi bir diğer büyük Batı ülkesindeki yoksullardan daha az alım gücüne sahipken, en varlıklıları, o dillere destan Japon elitinin alım gücüne sahip olarak Avrupa'nın en zenginleri durumundalar. En fakir olanlar yoksul, en tepede ve maymun iştahlı olanlar ise, yoksulların önlerine serilen, hayran olmaları, gıpta etmeleri ve onlar gibi olmaya çalışmaları gereken yaşam örnekleridir. Ve böylece, tüm lekeleyici ve aşağılayıcı acısıyla birlikte "öznel anlamlı yetersizlik" düşen yaşam standartları ve artan göreceli (karşılaştırmalı) yoksulluğun çifte basıncıyla şiddetleniyor; bu çifte basınç, günümüzdeki, devlet müdahalesinden uzak, *bırakınız yapsınlar* şeklindeki ekonomik büyüme tarafından azaltılmak yerine pekiştiriliyor (Bauman; 1999:65).

Bauman sistemin zengininin daha zenginleştiği fakirin ise daha yoksullaştığı bir ekonomik ilerlemeye ilişkin görüşlerini aktarmaktadır. Ekonomik büyüme için üretimin rasyonelleştirilmesi yani insan emeğine duyulan ihtiyacın azalması, emeğe dayalı iş güvencesi yerine esnek iş sözleşmelerinin gelmesi, kısa süreli iş sözleşmeleri gibi değişimler istihdam hacmini azaltmaktadır. Bu türden uygulamaları yürürlüğe koyan bir ekonomik büyümeyi Thatcher sonrası İngiltere başarmıştır. Fakat diğer batılı ve zengin ülkelerin yoksullarına oranla İngiltere'nin yoksulları daha fakir durumdadır. İngiltere'de yaşlı insanların yaklaşık dörtte biri yoksulluk içerisinde yaşamaktadır. Bu oran ekonomik buhran yaşayan İtalya'da beş kat, geride kalmış İrlanda'dan üç kat fazladır demektir. Genel olarak yoksul gelirli insanların oranı Thatcher hükümeti döneminde %60 artmıştır. Bauman buna benzer oranlar verirken ikinci olarak yoksulların daha yoksullaştığı zenginlerin daha zenginleştiği durumu gözler önüne sermektedir.

Türkiye'nin son dönem de altyapı yatırımları ile yap işlet devlet şeklinde -kamu yararı düşünülerek- borçlanma yoluyla hazinenin mevcut maddi gücünden harcama yapmaksızın elde ettiği kara, hava, demiryolu yatırımları küresel düzlemdeki egemen sistemin postmodern karakteristiğinin yerel düzlem üzerindeki izdüşümünü göstermektedir. Jameson ikinci dünya savaşı öncesi erken modern dönem ile sonrasındaki postmodern dönemin birbirinden ayrılan en belirgin özelliği olarak ulaşım sistemlerine "*büyük ölçekli süper karayolları ağının büyümesi ve otomobil kültürünün gelişi*" (Jameson;2005:30) ifadesiyle değinmektedir.

Türkiye’de son yıllarda iktidarın gerçekleştirdiği köprü, otoyol, yüksek hızlı tren, havalimanı gibi yatırımlar iktidarın gücünü pekiştirmiştir. Son dönemde ise ulaşım dinamiğini sekteye uğratan Covid19 pandemisi, ekonomik krizler, savaşlar ve benzeri küresel riskler gibi nedenler sonucunda önceden de süregelen şekilde muhalefet partileri ve kamuoyunda ilgili ulaşım yatırımlarının hazine garantileri nedeniyle getirdiği maddi külfetlerin yarar zarar dengesi tartışılmaktadır. Egemen küresel kapitalist sistem postmodern ya da simülasyon değerlerini dayatarak Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeleri kendi dinamiğine eklemektedir. Yukarıda Baudrillard’ın Amerika’nın dünyaya simülakr ve simülasyon yoluyla hâkim olduğu yönündeki savı aslında mevcut sistemin kendi kendini bir çıkmaza soktuğunu göstermektedir. Kapitalist sistem muazzam bolluk, ilerleme, yol, köprü, lüks tüketim v.b. yoluyla simülasyonu yaratabilmektedir.

Bu durumu daha anlaşılır kılmak adına ticaret için kullanılan çek defteri örneği açıklayıcı olacaktır. Ticarete kullanılan çek belirli bir paranın karşılığı ve maddi güce haiz olarak gösterge değeri taşımaktadır. Bir kredi aracı olarak birkaç aylık çekler kesilebilmektedir ancak çeki veren tüccar ödeyeceği çekin karşılığında aynı oranda çek senet yoluyla mallarını müşterilerine vadeli borçlanma yoluyla satmaktadır. Borcunu vadesinde ödeyen müşteri sayesinde vadesi gelen çekin karşılığını bankaya yatırarak ödeyebilmektedir. Tüccar sattığı malın karşılığında müşteriden çek ve senetlerini tahsil edemediği zaman ise kendi çeki de karşılıksız çıkmaktadır. Böylelikle çek anlamsız bir kâğıt parçasına dönmekte hiçbir maddi değeri kalmadığından simülakr -içeriği boş, anlamsız, maddi gücü olmayan bir kâğıt- hale gelmektedir.

Ekonomik gelişme ve ilerleme modelinin böylesi balon ya da simülasyon temelsiz büyüme döngüleri toplumsal yapıda iflaslar, ekonomik yıkımlar yaratarak eşitsizlikler ve borçlarını ödeyemeyen kitleler yaratmaktadır.

Mutlu mesut evlilikler, şirketlerin büyümeleri kredi yoluyla olmakta La Fontane’in erkek kurbağanın şişindikçe öküz kadar oldum mu? Sorusuna eşinin daha çok var cevabı ile daha ve daha şişerek patlayıp sonunda ölmesine benzer şekilde, sistem ekonomik büyüme, borçlanma döngüsünü gösterge güdümlenmesi ve rekabete dayalı temelsiz içeriksiz balon büyüme modellerini dayatmaktadır. Kitle iletişim araçlarının kültürel belirleyiciliği ile simülasyon düzlemde ekonomi şişerken sonunda -Baudrillard’ın kullandığı bir teşbih ile- patlayarak ölü yıldız gibi kendisini de yutacak bir kısır döngü yaratmaktadır. Kamuoyunda lüks araçlar, evler, hızlı büyüyen orta ve büyük ölçekli işletmeler, şaşalı düğünlerle yapılan evlilikler tüketim değerlerine uygun bir kültürel anlayışta gıpta ile seyredilmektedir. Diğer yandan ise kredi borçlanma ve gereksiz alınan riskler nedeniyle bugüne ait bu gösteri ve gösterişlerin referans noktaları aslında tüketicilerin gelecek zamanını da ipotek altına almakta ve gelecek zamanda ise riskler ve olumsuz şartlarla elde edilemeyen maddi gelirler -iş kaybı, hastalık, hesapta olmayan ekstra mali yükler

v.b.-bu türden lüks araçlar, gösterişli masraflı evlilikler veya şirket büyümelerinin simülasyon yani başka bir deyişle balon olduğunu gösterircesine gelecek birkaç yıl içinde boşanma, iflas ve intihar gibi vakalarla sonuçlanabilmektedir.

Yine Baudrillard'ın (2011), olasılaştırma mantığına dönecek olursak toplumsal sınıf çelişkilerini ortaya koyan kutupluluk ve diyalektik de olamayacağından gelişme ilerleme ve modernist paradigmanın akılcı mantığının da olması mümkün değildir. Borçlanma da gösterge güdümlenmesi paralelinde olasılaştırma mantığı ile zamanın diyalektik çizgisel ilerleyişini tedavülden kaldırmakta, bunun yerine ise yinelemeli bir döngü ve birbirine dolanan geçmiş gelecek şimdiki zamanları borçlanma pratiği ile olasılaştırma mantığının egemenliğine bırakmaktadır.

Perkins'in devlet liderlerinin yatırımlar karşılığı borçlanması ile egemenlik altına alınması yaklaşımı ile Lazaratto'nun günümüz egemenlik sisteminin devletleri borçlandırma döngüsü üzerinden gelişmekte olan ülkelerin egemen ülkelere boyun eğmesinin sağlandığı argümanları Baudrillard'ın simülasyon kavramına paralel olarak sistemin duraklama yönünü göstermektedir. Sistemin dinamizmi ilerleme gelişme bolluk gibi kavram ve söylemlerle aslında içeriksizliğini ve duraklamasını gizlemektedir.

Diğer yandan dijital alanda, yeni medya düzlemi ile tüketim pratikleri zaman ve mekân kısıtlamasının ötesine geçerek yeni bir tüketim kültürü oluşturmaktadır. Örneğin, Yeğen&Yanık'a göre; *"Instagram yeni medyanın kendi içindeki fraksiyonları sonucu kısa süre içerisinde asıl kimliği olan içerik paylaşımını kaybederken, ürün satma ve alış-veriş yapma gibi kodlanmış kimlikler edinmiştir... derinlemesine görüşmelerde görülmüştür ki; Bireyler günlük ortalama 2-3 saat boyunca Instagramda zaman geçirmektedir"* (2015:384). Topluma sunulan ünlü modellerin Instagram, Facebook, Twitter gibi platformlarda yer alması gösterge güdümlenmesi ve tüketimin teşviki için önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Mutluluk, güzellik, lüks tüketim ürünlerinin satışı için gösterişe dayalı yaşam modelleri ile tüketim göstergelerinin palazlandığı ve pazarlandığı sanal dünyalar tüketime yönelik alışveriş mecralarını da dolaşıma sokarak, önce özendir sonra tükettir sarmalı aracılığıyla kitlelere tüketim simgelerini dayatmaktadır. Sanal düzlemde mutluluk illüzyonları olarak resmedilen yaşam biçimleri, lüks tüketim göstergeleri güdümünde bir yaşamı seç ve mutlu ol der gibidir. Tüketme mutluluk bolluk kavramlarının aynı ufuk çizgisinde kesişen bir denkleme evrilen bir pratiğe ve düşünme biçimine dönüştüğünü söylemek mümkündür. Bu mantığın sürdürülebilmesi için elbette borçlanma da -borçlan, tüket, mutlu ol, ekonomi gelişsin- bu denklemin bir parçası olmaktadır.

Ritzer bireylerin borçlanma konusunda, geçmiş şimdiki ve gelecek zamanın iç içe geçerek tüketici açısından elde veya bankada nakit para olmaksızın mal ve hizmetleri satın alma olanağı yaratmasını, kredi kartının tüketiciyi tüketim katedrallerine çekilmesindeki en büyük gösteri olduğunu savunur. Öyle ki Ritzer'e

göre; Las Vegas ve Disney ulaştıkları bugünkü düzeylerini kredi kartlarına borçludur. Eğer insanlar kredi kartı borçlarını kapatsalar ekonomi üzerinde yıkıcı bir etki yaratırdı. Yine bankacılık sektörü ayakta kalabilmek için önemli ölçüde küçülür, bazı bilgisayar ve telefon aracılığıyla satış yapan perakendeciler yok olurdu. Genel olarak büyük bir ekonomik kriz ve durgunluğun meydana gelmesi kaçınılmaz olurdu (Ritzer; 2000:193-196). Sistemin kendini ilerletmesi için gösterge güdümlenmesi ile tüketirme, kredi araçlarıyla tüketimi teşvik etme zorunluluğu olduğu bilinen bir gerçektir.

Sisteminin ekonomik ilerleme, bolluk, bereket gibi birçok alanda bireyler ve devletler ölçüğünde mal, hizmet ve yatırımları elde etme kapasitesi sağlaması için borçlanma enstrümanı devreye girerken bu durum bir simülasyon düzeni yaratmaktadır. Borçlanma bir tahakküm ve hegemonya yaratma düzeninden çok bir simülasyon düzenidir. Borçlanma sistemi borcu veren egemen sisteminde kendi başını yiyen bir kısır döngü yaratmaktadır. Bu durumu biraz ironik örnek olan Baudrillard'ın *Can Cekişen Küresel Güç* kitabında 16. yüzyılda Brezilya'nın Recife bölgesinde yaşanan gösterişli âyin töreninde yerlilerin misyoner başpiskoposu yamyamlıkla fiziksel anlamda yiyerek potlaç mantığıyla gösterdikleri en uç konukseverlik ve sevgi ifadesiyle fiziksel olarak yiyip yuttukları olay mecazi olarak açıklamaktadır. Yerliler Hristiyanlığı ne kadar çok özümlediklerini göstermek adına bu inanç sisteminin en tepesindeki başpiskoposu kendi geleneklerine göre yiyerek yutmaktadırlar. Bundan daha iyi şekilde bu dini sistemi özümseyecek başka bir uç nokta olamaz düşüncesiyle kendilerine özgü yerel inançlarını göstermektedirler. Böylelikle kendilerine dayatılan sisteme verdikleri karşılık sistemin başat simgesi olan başpiskoposun sonunu getirmektedir.

Bu törende Yerlilerin kitlesel bir şekilde Hristiyanlığa geçişini kutlamak amacıyla Portekiz'den özel olarak gelen başpiskoposların, bu birinciler tarafından İsa'nın öğretilerine duydukları aşırı sevgi nedeniyle (olabilecek en uç konukseverlik biçimi olarak yamyamlık) yenilip yutulmalarıdır. Bu İsa öğretisi maskaralığının kurbanı olan Yerliler kendilerini manevi anlamda yutanları fiziksel anlamda yutarak onu çok doğal denilebilecek bir şekilde benimsemişlerdir (Baudrillard; 2017:30).

Borçlanma ile sosyal rekabet yarışında simgesel olarak var olma kaygısı duyan tüketim sisteminin tüketici bireyleri ve devletler borçlanma yoluyla hegemonya ve tahakküm düzeni oluşturmaktan ziyade bir simülasyon üretmektedir. Sistem aslında kendi kuyusunu da kazmaktadır. Borçlarını ödeyemeyen bireylerin bankaların zarar hanesine yazan tahsil edilemeyen alacaklarını vergiden düşerek hazineye fatura edilmesi gibi sistem en başa dönerek kendi yarattığı kısır döngünün hedefi ve kurbanı haline gelmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde 2008 yılı mortgage krizinde neoliberal sistemin batan bankaları devletleştirilmesi gibi hadiseler sistemin ektiğini biçtiği kısır döngüyü göstermek adına güzel bir örnektir. Nesnenin (bireylerin) borçları özneye (devlete ya da kapitalist sisteme) fatura

edilmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kredi borcunu ödeyemeyen kitleler, karşılıksız çekler, ödenemeyen borçlar banka bilançolarında vergiden düşülecek zararlar olarak iktidara yani hazineye yükü bindirerek adeta yerlilerin yamyamlığına benzer şekildeki cevap vermektedir.

Tüketimin kültürel belirleyicisi olan tüketim göstergelerinin kitle iletişim araçları yoluyla ayartıcılığına ve toplumsal alanda simgesel rekabet ve gösterişe tüketim edimiyle katılarak yanıt veren tüketiciler sistemin istediği yönde sisteme yanıt vermektedir. Sistemin kredi, borçlanma enstrümanlarını da yine sistemin istediğinden de öte ödeyemeyecek kadar çok tüketen ve de borçlanarak yanıt veren nesne sistemin yani öznenin hegemonyasına karşı, iflas ve borçlu kalma gibi bir karşılıkla simülasyona karşı simülasyon silahını kullanmaktadır.

### **Sonuç ve Tartışma**

Simülasyon perspektifinden nesnenin sistemin kurduğu düzene -Baudrillard terminolojisi ile hiperuyumlu şekilde- borçlanma ve gösterge güdümlemesi ile ayartılma döngüsünde sistemi sonuna kadar götürerek sistemi alt ettiği bir yaklaşım ortaya konulmaktadır. Bu sistem finansal, medya, politik iktidar mekanizmaları ile yarattığı kredi gibi borçlanma araçlarıyla tahakküm kurduğu toplumu tüketim kültürüne sevk etmek için kitle iletişim araçları ve enformasyon ağlarını da gösterge ayartıcılığı için ana düzenek olarak kullanmaktadır. Böylelikle kitle iletişim aracılığıyla tüketim nesnelere atfedilen ayartıcı ve bireyci ideolojik tüketim fenomenolojisi üzerinden tüketme, borçlanma ve nesnelere büyüünde ayartılma ile yaratılan kısır döngünün eninde sonunda sistemin kendi aleyhine döndüğü bir yinelemeli kısır döngü olarak karşımıza çıkmaktadır. Sistem toplumları ve dünyanın doğal kaynaklarını erozyona uğratarak tüketmektedir. İnternette *Şeylerin Hikayesi (Story of the Stuff)* adlı kolayca bulunabilecek bir saatlik animasyonda tüketim sisteminin bir döngü olarak nasıl dünyanın sonunu getirmekte olduğu anlatılmaktadır. Sistemin öznesi nesne üzerinde kurduğu ayartma cezbetme ve gösterge güdümlemesi ile borçlanma döngüsü yaratarak iktidar kurduğunu zannederken bu kontrolden çıkmış sistemin döngüsünde biryandan da kendinin dünyanın ve insanlığın sonunu hazırlamaktadır.

Türkiye özeline bakmak gerekirse mevcut yapıda kitle iletişim araçlarının ulusal çıkarlara karşı çalıştığı ve dolayısıyla da aslında kendi aleyhine çalıştığını ileri sürmek mümkündür. Belki de genel olarak ulaşım, iletişim sistemleri de kendi aleyhine çalışmaktadır ve kendi kendine ihanet ederek kendi kuyusunu kazmaktadır. Öncelikle dizi, sinema filmlerinin ve televizyon -yeni medyanın da- yayınlarının amacı ve en büyük kaynağı reklamlardır. Reklamların amacı ise talebi canlandırmak ve sonuç itibarı ile üretimin artması ile üreticilerin daha çok kazanmasını sağlamaktır. Böylelikle ekonominin gelişmesi, üretim ve istihdamın artması sağlanmaktadır. Yani ekonomi-politik ülke ekonomisinin kalkınması ve üretimin artmasına hizmeti amaçlanmaktadır. Bu için sadece ekonomi-politik

ile ilişkili olan yanıdır. Ancak üretimin olmadığı gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde sistem özneyi de nesneyi de tüketim karadeliğinde yutmakta ve ekonomik anlamda geriye götürmektedir.

Kendi aleyhine işleyen bu durum içinde Türkiye’de iletişim ulaşım sistemleri odaklı yatırımların yinelenmeli bir yeniden üretim düzeniyle ekonomik ilerleme yaratıp yaratmadığı reel akılcı ekonomik gelişme göstergeleri üzerinden değerlendirilmelidir. İletişim ulaşım ve finansal araçların oluşturduğu yatırım ekonomisinin ilerleme yaratıp yaratmadığına üretimin tüketime oranı, ihracatın ithalatı karşılama oranları gibi ekonomik göstergeler birtakım yanıtlar vermektedir.

Tüketim sisteminin marksist ve neo-marksist paradigmadan hegemonya, üretim ilişkileri v.b. kavramlarla oluşturduğu bir kapitalist sistem eleştirisi ve tanımlamasına karşın, gösterge ekonomi politiği yaklaşımının eleştirel penceresinden bakmak gerekmektedir. Simülasyon ya da tüketim sisteminde iktidarların bir simülakr olduğu, sistemi kontrol eden sömüren, hükmeden bir öznenin eninde sonunda kendi boyunu da aşan bir simülasyon sisteminin esiri olduğu yaklaşımı burada sunulan örnekler ışığında belirli yönlerden desteklenmektedir. Tüm kitle iletişim, ulaşım, finans, politik düzenekler üzerindeki iktidar yapılanmaları ile kapitalist sistemin tüketim değerlerini yüceltip yerleştirmesi sonucu ilerleme gelişme bolluk mutluluk refah ve benzeri göstergelerin aslında duraklama ve gerilemeye hizmet edip etmediği Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere eleştirel olarak sorgulanmalı ve yeniden tanımlanmalıdır.



**KAYNAKÇA**

- Featherstone Mike; (2007). **Consumer Culture and Postmodernism** 2nd edition SAGE Publications Ltd London First published 2007
- Freund Peter • Martin George (1996); **Otomobilin Ekolojisi** (Gürol Koca çev.). (Birinci basım Şubat) İstanbul: Ayrıntı
- Baudrillard Jean, (1991); **Sessiz Yığınların Gölgesinde Ya da Toplumsalın Sonu** (Oğuz Adanır çev.) İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Baudrillard Jean, (1998); **Üretimin Aynası ya da tarihi materyalist eleştiri yamılsaması** (Oğuz Adanır çev.). (1. Baskı Nisan) İzmir: Dokuz Eylül Yay.
- Baudrillard Jean, (2009); **Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri** (Oğuz Adanır & Ali Bilgin çev.). (İkinci Baskı) İstanbul: Boğaziçi Yayınevi
- Baudrillard Jean, (2011); **Simülakrlar ve Simülasyon** (Oğuz Adanır çev.). (2. Basım) Ankara: Doğu Batı Yayınları, 6. Basım: Ekim
- Baudrillard Jean; (2013). **Tüketim Toplumu** (Altıncı Basım). (Hazal Delieeçayh-Ferda Keskin çev.) İstanbul: Ayrıntı
- Baudrillard Jean, (2015); **Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği** (Oğuz Adanır çev.). (3. Basım Şubat) Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Baudrillard Jean, (2017); **Can Çekişen Küresel Güç** Oğuz Adanır çev.). (Basım Şubat) Ankara: Doğu Batı Yayınları,
- Bauman Zygmunt, (1999); **Çalışma, Tüketim ve Yeni Yoksullar** (Ümit Öktem çev.) (Birinci Basım) İstanbul: Sarmal Yay.
- Bocock Robert (2005); **Tüketim** (İrem Kulluk çev.). (İkinci Baskı: Aralık) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Çil, S. (2021). **Televizyon Dizilerinde Ulusal Kimlik Sunumu: Savaşçı Dizisi Örneği**. *Journal of History School*, 54, 3536-3568.
- Dağ Ahmet, (2011); **Ölümçül Şiddet: Baudrillard'ın Düşüncesi** (Birinci Basım Haziran) İstanbul: Külliyyat Yay.
- Illich Ivan, (2000); **Tüketim Köleliği** (Mesut Karaşahan çev.). İstanbul: Pınar Yayınları
- Jameson Fredric, (2005); **Kültürel Dönemeç** (Kemal İnal çev.). (Birinci Baskı) İstanbul: Metis
- Lazzarato Maurizio (2015); **Borçlandırılmış İnsanın İmali Neoliberal Durum Üzerine Deneme** Murat Erşen çev.). (İkinci Baskı: Eylül) İstanbul: Açılım Kitap
- Özkan Eroğlu, (2014); **Baudrillard'ı Okumak** Birinci Baskı Kasım). İstanbul: Tekhne Yayınları
- Perkins John (2009); **Bir Ekonomik Tetikçinin İtirafı** (Murat Kayı çev.). (Onuncu Baskı Mart) April Yayıncılık
- Riesman David; (2016). **Yalnız Kalabalık Üzerine Bir inceleme Amerikan Toplumsal Karakterinin Değişimi** (1. Baskı). (Yeşim Erdem çev.) Ankara: Heretik
- Rigel Nurdoğan, Batuş Gül, Yücedoğan Güleda, Çoban Barış, (2005); **Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar** (İkinci Baskı) İstanbul: SU Yayınları
- Ritzer George, (2000); Büyüsü **Bozulmuş Dünyayı Büyülemek Tüketim Araçlarını Devrimleştirilmesi** (Şen Süer Kaya çev.) (1. Basım). İstanbul: Ayrıntı
- Sanders Barry; (2013). **Öküzün A'sı Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi** (Şehnaz Tahir çev.). (3. Basım). İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Stevenson Nick, (2003); **Cultural Question Cosmopolitan Citizenship** First Published 2003 Open University Press London
- Thalheimer August, (2020); **Diyalektik Materyalizme Giriş** (Sevinç Altınçekiç çev.) İstanbul: Yordam Kitap

- Tutar Cem (2020) **Postmodern Kentsel Mekânda Kültürel Belleğin İnşa Süreci: Televizyon Dizilerinde Öne Çıkan Nostaljik Eğilimler** Akdeniz İletişim Dergisi s.109, 103-121
- Urry John; (1999). **Mekanları Tüketmek Birinci** (Rahmi G. Ögdül çev.). (1. Basım). İstanbul: Ayrıntı
- Yeğen&Yanık (2015) **Ağıdaki Şüphe Bir Sosyal Medya Eleştirisi** içinde der Tolga Kara & Ebru Özgen İstanbul: Beta
- Wallace A. Ruth & Wolf Alison, (2015); **Çağdaş Sosyoloji Kuramları Klasik Geleneğin Genişletilmesi** (M. Rami Ayas & Leyla Elburuz çev.). (6. Baskı Ekim) Ankara: Doğu Batı
- Wayne Mike, (2011); **Politik Film: Üçüncü Sinema'nın Diyalektiği** (Ertan Yılmaz çev.) (Birinci Basım) İstanbul: Yordam Kitap



## ULUSLARARASI YAYINEVİ BELGESİ

## İlgili makama

Eğitim Yayınevi, Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı (ÜAK) 2022 Doçentlik Başvuru Şartları ve Akademik Teşvik Kriterlerinde belirtilen tanıma göre "Tanınmış Uluslararası Yayınevi" statüsündedir

1998 yılında yayın hayatına başlamış olup **24 yıldır** düzenli bir şekilde sektörde üretmiş olduğumuz 1000'in üzerinde eser ile yayın hayatına devam etmekteyiz ve her kategoride 20 ve üzeri sayısızda eserimiz bulunmakta olup Türkçe dışında diğer dillerde 50'nin üzerinde eser başlığımız bulunmaktadır. Tüm eserlerimiz ulusal ve uluslararası yayın kriterlerine (**YÖK yönetmeliği, teşvik yönetmeliği ve ÜAK kriterlerini**) uygun olarak yayımlanmaktadır. Ayrıca yayınlarımız hem dünya hem Türkiye kütüphane, üniversite ve tarama araçlarında kataloglanmaktadır. (**Harvard University Library, Stanford University Library, Cornell University Library, Columbia University Library, Princeton University Library, Mainz University Library, University of California Berkeley Library, Michigan University Library, Worldcat, Google Scholar, Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü Kütüphanesi, Beyazıt Devlet Kütüphanesi ve daha fazlası**)

Eser yayını noktasında **Harvard University Press, Pearson Publishing, Routledge (Taylor & Francis Group), Wiley Publishing, Hachette Book Group, Penguin Book Brand, Amazon Publishing, Palgrave Macmillan, Springer, Hay House, Harper Collins Publishg Group, Bloomsbury** ve daha fazla global marka ile üst seviye çalışma ortaklığımızı uluslararası yayın çerçevesinde sözleşme ile sabit olarak yürütmekteyiz. Fellowship gibi toplantılar vasıtası ile de yayınlarımızın telif satışını tüm dünya ülkelerine satmaya devam etmekteyiz.

**Ek1.** Türkçe dışında diğer dillerde yayınlanmış eserler

Eğitim Yayınevi Grubu Binası: Fevzi Çakmak mah. 10723 sok. B  
Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay/KONYA  
Atakent mah. Yasemen sok. No:4/B, Ümraniye/İSTANBUL  
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768/ UNITED STATES OF AMERICA

+90 332 351 92 85, 0332 502 50 42  
bilgi@egitimyayinevi.com  
www.egitimyayinevi.com

Eğitim Yayınevi  
Genel Yayın Yönetmeni  
Yusuf Ziya Aydoğan

EĞİTİM YAYINEVİ  
BAŞLI YAYIN VE DAĞITIM  
YÜKÜMLÜSÜ  
Yusuf Ziya AYDOĞAN  
Sarıpolat Caddesi Kat: 1 No: 121  
Tel / Fax: +90 332 351 92 85 - 0332 502 50 42 / KONYA  
Mevlana V.D. 2861 012 9256

# TÜRKÇE DIŞINDA DİĞER DİLLERDE YAYINLANMIŞ ESERLER

ISBN	Eser Adı	Yazar
978-625-7915-36-6	Rhodes and Kos Turks: Contributions to the Turkish War of Independence and Current Problem	Mustafa Kaymakçı, Cihan Özgün
978-625-8468-01-4	Turkish Image in the Greek Perception (Origins and Cultural Outlet for Friendship)	Mustafa Kaymakçı, Cihan Özgün
978-605-7557-11-7	The Forgotten Turkish Identity of the Aegean Islands: Turkish Identity in Rhodes and Kos	Mustafa Kaymakçı, Cihan Özgün
978-605-7786-13-5	The Foundations in Rhodes and Kos	Mustafa Kaymakçı
978-605-4392-69-8	George Orwell and His Message	Hasan Çakır
978-605-4392-70-4	George Orwell and His Non-Fictions the Conscience of Ageneration	Hasan Çakır
978-605-4392-31-5	Learn English Grammar Through Test and Exercises	Hasan Çakır
978-625-8468-16-8	International Congress of Language and Translation Studies	Onur Koksâl
978-605-5176-76-1	Practical Easy Questions	Onur Koksâl
978-625-7915-37-3	Positive Obligations of States for the Protection of Prisoners' Rights Under the Case Law of the	Güven Urgan
978-625-7915-24-3	Analysis of the Structural Effects of the 2008 Global Crisis on the Turkey Economy	Abdullah Topçuoğlu
978-625-7915-18-2	Recent Advances in Contest Theory	Mustafa Yıldırım
978-605-7786-82-1	The Marginalized Female Characters in Contemp British Drama	Yalçın Erden
978-605-7786-84-5	The effect of TV advertisements of Ulker Toto and Kinder Surprise chocolates on Turkish childr	Sinem Eyice Başev
978-605-7786-78-4	Curling	Kübra Özdemir, Kenan Sebin, Joel Ingersell
978-605-7786-43-2	An Analysis Of Difficulties Which Secondary School Students With Language Learning Difficulti	Şeyda Sanı
978-605-7786-28-9	Sports Injuries in Football	Elif Aydın
978-605-7786-12-8	El Muhtasar Fin Nahv	Rifat Işık
978-605-7557-90-2	Career Management In The Age Of Industry 4.0	Zuhal Gök Demir, Mehmet Özer Demir
978-605-7557-68-1	The Evaluation of Managers' and Staff's Perception on Providing Accesibility	Şeyda Sanı
978-605-7557-50-6	Economic Growth	Gökhan Karhan
978-605-7557-01-8	Knowledge Management within the Context of Business Organizations the Case of Factiva	Bahtiyar Ahu Alpaslan
978-605-4392-68-1	Explicit and Incidental Teaching of English Collocations	Ersen Vural
978-605-4392-28-5	Teaching Oral English	Fahrettin Şanal
978-605-4392-29-2	A Learner Corpus Based Study on Second Language	Fahrettin Şanal
978-975-8890-54-5	Take English Easy	Mehmet Soydan
978-625-8468-92-2	Cello Duets for Beginners	Ayna Isababayeva
978-625-8468-77-9	Art Education and Three Dimensions	Firdevs Sağlam
978-625-8468-75-5	Current Management and Business Issues	Beyza Erer
978-625-8468-73-1	Disadvantaged Groups: a Social Policy Perspective	Deniz Say Şahin, Sevinç Pehlivan Sütlü
978-625-8468-56-4	Communicative Competence in Classroom: the Experiences of International Teaching Assistan	Elif Bengü
978-625-8468-18-2	An Analysis of Moves the Introduction Sections of Research Articles Written by Turkish Scholar	Eda Duruk
978-625-7405-54-6	Contemporary Business Techniques	Ayşe Gökçen Kapusuz, M. Fedai Çavuş
978-625-7405-45-4	Media and Gender: Different Examples of Women Studies from Turkey	Gizem Parlayandemir, Yıldız Derya Birincioğlu
978-625-7316-97-2	In the Context of Folklore Media and Communication	Samet Kılıç
978-625-7316-78-1	The Chancing World and Social Structure: Social Adaptation, Sports and Parents	Mehmet Ata Öztürk, Mustafa Kılınc
978-625-7316-43-9	Talking Fingers Viola Method	Tuba Özkan
978-605-70169-9-7	Insurance and Employability of Women	Metin Kılıç
978-605-06537-1-7	The New Trend of Generationz's Online Shopping Style and Instagram Relationship	Tayfun Emre Yaman
978-975-8890-69-9	Further Education in the Balkan Countries	Özcan Demirel
978-605-7494-21-4	The Media and City	Kübra Özarslan
978-605-70169-7-3	Studies in Turkish Language and Literature: Cultural Readings	Ali Fuat Altuntaş
978-605-7557-41-4	1st International Human Science Research Congress-Proceeding Book	Abdülkadir Kabadayı
978-605-7557-40-7	16th International Jtefs Bbcc Conference Sustainable Development, Culture, Education-Proceed	Abdülkadir Kabadayı
978-605-7557-24-7	II. International Congress on Cultural Heritage and Tourism	Necmi Uyanık, Tugay Arat
978-605-7557-16-2	III. International Social and Economic Research Student Congress/Full Paper Proceedings Book	Ahmet Ay, Hakan Acet
978-605-7557-39-1	5th International Conference on Sustainable Agriculture and Environment (Icsae-5)-Proceeding	Mithat Direk
978-605-7557-56-8	Craftarch'18 International Art Craft Space Congress Proceeding Book	Özlem Karakul, Ahmet Daldıran
978-605-9831-95-6	3rd International Conference on Sustainable Agriculture and Environment-Proceedings Book	Mitat Direk
978-625-7316-05-7	Temhişu't – Telhiş ve Şerhu Temhişu't – Telhiş	Rifat Işık
978-625-7316-79-8	El İlmî Muteğayyira Velbeniyyetul İctimaiyye Ettekiyful İctimaiy Erriyadatu Vel Ebe-i	Mehmet Ata Öztürk, Mustafa Kılınc
978-975-2475-80-9	ویسٹمائن ایبنا: جویندن و نوجوانان ایران	Berna Karagözoğlu