



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 9 Sayı: 47 Volume: 9 Issue: 47

Aralık 2016 December 2016

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

AYKIRI BİR DÜŞÜNÜR OLARAK J. BAUDRILLARD VE GÖSTERİŞ AMAÇLI TÜKETİM J. BAUDRILLARD AS A DIVERGENT THINKER AND CONSPICUOUS CONSUMPTION

Mehmet ANIK*

Öz

Son dönemin en etkili düşünürlerinden biri olan Jean Baudrillard, mevcut siyasal ve ideolojik akımları reddetmesiyle tanınmıştır. Marx'ın fikirlerinden etkilenen bir düşünür olarak, entelektüel hayatının başlangıç yıllarında, Marxist teoriyi revize etme girişimlerinde bulunan Baudrillard, özellikle 1970'li yıllarda yayımlanan çalışmalarından itibaren klasik Marxist geleneğe sert eleştiriler yöneltmeye başlamıştır. Jean Baudrillard'ın dünya çapında ün kazanmasını sağlayan ise, simülasyon kuramı ve tüketim etrafındaki fikirleri olmuştur. Bu çalışmanın ana odağı, Baudrillard'ın gösteriş amaçlı tüketim etrafındaki fikirlerini analiz ederek, günümüzdeki tüketim alışkanlıklarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktır. Bu doğrultuda Baudrillard'ın karmaşık ve anlaşılması güç fikirler ortaya koyduğu yönündeki eleştiriler dikkate alınarak Baudrillard'ın, gösteriş amaçlı tüketim de dahil olmak üzere, farklı konular üzerine dile getirdiği fikirlerinin anlaşılmasını daha kolay hale getirmek için öncelikle genel bir değerlendirme yapılmıştır. Akabinde günümüzde tüketimin bu denli ön plana çıkmasının nedenleri üzerinde durulmuş ve son olarak gösteriş amaçlı tüketim olgusu ele alınmıştır.

Baudrillard'a göre üretim ilişkileri ve bu ilişkiler içerisindeki sınıfların öne çıktığı dönemlerin aksine günümüzde asıl belirleyici olan sektörler, hizmet ve iletişim sektörleridir ve söz konusu bu sektörler, gerçekte bir üretim sektörü olmanın ötesinde yeniden üretim sektörleridir. Gerek tarım toplumları gerekse de sanayi toplumları temelde üretim biçimleri üzerinden tanımlanmasına karşın, günümüz toplumlarında üretimden ziyade tüketim olgusu ön plandadır. Bu noktada temel ihtiyaçlara yönelik bir tüketimden ziyade gösteriş amaçlı tüketim giderek daha yaygın bir olgu haline gelmektedir. Eskiden tüketim, sosyal sınıfın anahtar göstergelerinden biri olarak görülürken, bugün yaygın tüketim nesnelere artık daha fazla sosyal sınıf belirteci olarak görülmemektedir. Baudrillard, tüketim toplumunda zorunlu ya da temel ihtiyaçlar ile sahte ya da yapay ihtiyaçlar arasındaki ayrımın belirsizleştiğine vurgu yapmıştır. Gösteriş amaçlı tüketimde, tıpkı metaların üretimi gibi bireylere gerçek ihtiyaçlarıymış gibi sunulan sahte ihtiyaçların üretimi söz konusudur. Bu türden tüketim, sosyal prestij ya da statü sembolü olarak görülmektedir ve bu durum, lüks ürünlerin tüketimini ya da ünlü markalara ait nesnelere tüketimini yaygınlaştırmaktadır. Bu bağlamda gösteriş amaçlı tüketimde bireyler, birer moda ya da marka bağımlısı kişiler haline gelmektedirler. Baudrillard, bu oyunda kimsenin özgür olmadığını ve herkesin bu esnada hem bir köle hem de bir efendi olduğunu vurgulamaktadır. Tüketim toplumunda, iyilik ve kötülük kavramlarından öte, mutluluk ve mutsuzluk kavramları ön plandadır ve kitlelerin mutluluğunun yaptıkları tüketimle doğrudan orantılı bir şekilde olduğu varsayılmaktadır. Bu bağlamda bütün arzular maddileştirilmiş ve tüketim nesnelere yüklenen imgesel anlamlarla da tüketici baştan çıkarılmıştır. Bu baştan çıkarma ile ilişkili olarak, bir tüketim toplumunda -ticari- nesnelere kurulan ilişki, insanları da birer nesneye dönüştürmektedir. Gösteriş amaçlı tüketimde, bir tüketim nesnesinin sağlamlığı, dayanıklılığı, kullanım değeri ya da fayda değerinden öte, görseleliği ve bu bağlamda da gösterge değeri daha çok önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Baudrillard, Postmodernizm, Tüketim, Gösteriş Amaçlı Tüketim, Temel İhtiyaç, Yapay İhtiyaç.

Abstract

Jean Baudrillard, one of the most influential thinkers of the last period is known his refusal to the current political and ideological approaches. Baudrillard as a thinker influenced by Marx's ideas attempted to revise Marxist theory in the early years of his intellectual life, but especially since his studies published in 1970s, he began to express harsh criticism to the classical Marxist tradition. Jean Baudrillard has gained worldwide fame after his ideas on simulation theory and consumption. The main focus of this article is to analyse Baudrillard's ideas on conspicuous consumption, and so to make a contribution to a better understanding of today's consumption habits. In this regard, first of all, by considering the various criticisms on difficulties in understanding Baudrillard's ideas, an overview of his approach on different topics including conspicuous consumption is reviewed to facilitate the understanding of his ideas. Subsequently, the reasons for consumption came to the forefront in today's world is emphasized, and finally, the issue of conspicuous consumption is analysed.

According to Baudrillard, unlike the period based on production and class relations, the primary sectors in today's world are service and communication sectors, and these aforementioned sectors are in fact reproduction sectors rather than becoming a production sector. Both agricultural societies and industrial societies are identified through their production form, whereas consumption phenomenon in today's societies comes to the foreground rather than production. At that point conspicuous consumption is becoming a widespread phenomenon rather than consumption of basic necessities. Today, common consumer objects are not seen as a social class indicator anymore, while consumption used to be seen as one of the key indicators of social class. Baudrillard points out that the distinction between vital or basic necessities and fake or artificial necessities in a consumer society are blurred. Fake necessities which are presented like basic necessities in conspicuous consumption are produced just like commodities. Conspicuous consumption is seen as a social prestige or status symbol, and that makes consumption of luxury goods or the objects belonging to famous brands widespread. In this context, individuals in conspicuous consumption have become a fashion or brand addicts. Baudrillard emphasises that no one is free in this game, and everyone is both a slave and master in the meanwhile. In a consumer society, the concepts of happiness and unhappiness are in the foreground beyond the concepts of goodness and malice, and the happiness of the masses is assumed to be

* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü.

this seduction, relations with commodities in a consumer society are converting people to an object. Visuality of a commodity or its indication value is more important than its invulnerability, durability, use or utility value in conspicuous consumption.

Keywords: Baudrillard, Postmodernism, Consumption, Conspicuous Consumption, Basic Necessity, Artificial Necessity.

“Tüm bilgi verme şekilleri bizde aldatılmış gibi bir izlenim bırakıyor. Bu izlenim doğru: Bizden “gerçek” olarak her şey gizleniyor. Ama aslında gizlenecek bir şey yok -ne giz, ne komplo, ne gerçek. Ve bu da bizden gizleniyor ki burada daha ince bir aldatmaca söz konusu” (Baudrillard, 2002b: 200).

Giriş

Jean Baudrillard (1929-2007) denince akla ilk gelen, farklı pek çok alandaki egemen ya da yaygın geleneksel açıklama kalıplarının dışındaki eleştirel ve meydan okuyucu fikirleri, Körfez Savaşı konusunda çokça tartışılan sözleri, simülasyon, hipergerçeklik ve içe patlama (implosion) gibi kavramlar etrafındaki değerlendirmeleri, yaşanan gelişmelerle birlikte yeni iletişim, bilgi ve medya teknolojilerinin oldukça artan etkisi ve tüketim üzerine değerlendirmeleri olmuştur. Özellikle kitle iletişim araçlarının günümüzdeki etkisi ve tüketim üzerine olan kışkırtıcı fikirleri; bir çağın bitip, yeni bir çağa girilen bir dönemde onun en önemli entelektüellerden biri olarak kabul edilmesinde etkili olmuştur.

Çağdaş sosyal teoriyle bir şekilde ilgilenen ve bu ilgi çerçevesinde bu dönemin etkili düşünürlerinden biri olan J. Baudrillard'ı inceleyenlerin sıklıkla şikâyet ettikleri hususlardan biri; onun fikirlerinin karmaşık, dağınık ve çoğunlukla da anlaşılmasız olduğu yönündedir. Baudrillard konusundaki bu entelektüel karmaşaya, doğrudan Baudrillard üzerine yazılmış çalışmalarda da rastlanabilmektedir. Bu durumdan hareketle bu çalışmada öncelikle Baudrillard'ın fikirlerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülen, genel bir değerlendirme ile başlanmış ve bu kısımda Baudrillard'ın entelektüel gelişimi, beslendiği kaynaklar, takip ettiği yöntem ve postmodernizm ile ilişkisi gibi konular üzerinde durulmuştur.

Baudrillard sadece sosyoloji, kültürel çalışmalar, iktisat, felsefe ya da edebiyat alanında etkili olmamış aynı zamanda farklı konulardaki fikirleriyle; sanat, fotoğrafçılık, mimari alan¹ ve film endüstrisi² gibi farklı pek çok alanda da etkili olmuştur. Bu alan ve fikir çeşitliliği içerisinde bu çalışmada, Baudrillard'ın tüketim toplumu ile ilgili yaklaşımları ve bunun da özelinde gösteriş amaçlı tüketim konusu ele alınıp değerlendirilecektir.

Gerek tarım toplumları gerekse de sanayi toplumları temelde üretim biçimleri üzerinden tanımlanmışlardır. Oysa günümüz toplumlarında tüketim olgusu daha çok ön plana çıkmaktadır. Üretimden öte tüketimin ön plana çıktığı bu evrede gösteriş amaçlı tüketim giderek yaygınlaşmaktadır. Tüketim toplumunun temel dinamiklerinin neler olduğu, üretim toplumundan hangi açılardan farklılaştığı, gösteriş amaçlı tüketimin ne tür saiklerden hareketle günümüzde giderek yaygınlaştığı, bir metanın kullanım ya da fayda değerinin mi yoksa gösterge değerinin mi daha önemli olduğu bu bağlamda üzerinde durulması gereken sorulardan bir kaçıdır. Baudrillard'ın bu konudaki fikirleri merkez alınarak, bu sorulara verilecek yanıtlar, günümüzdeki gösterişçi tüketim mantığının daha iyi anlaşılmasına katkısı olacaktır. Zira Baudrillard, bu konuda klasik Marxist literatürdeki değerlendirmeleri yetersiz bulmuş ve günümüzde artık doğal ihtiyaçlardan öte yapay ihtiyaçların ön planda olduğunu belirterek, bireylere gerçek ihtiyaçlarıymış gibi sunulan bu sahte ihtiyaçların da tıpkı metalar gibi üretildiğine dikkat çekmiştir.

1. Aykırı Bir Düşünür Olarak J. Baudrillard

Kendisinin ifadesiyle (Baudrillard, 1999: 144), modernliğin ilk ciddi krizinin (1929 Ekonomik Krizi) yaşandığı bir yılda, bir devlet memurunun oğlu olarak Reims'da dünyaya gelen ve ailesinde üniversiteye giden ilk kişi olan Baudrillard, Sorbonne Üniversitesi'nde Alman Dili ve Edebiyatı Bölümü'nü okuduktan sonra, lisede Almanca öğretmenliği yapmaya başlamış, ancak akademiden de kopmayarak bu yöndeki çalışmalarına devam etmiştir. Baudrillard, aşırı solun etkili olduğu ve 1968 öğrenci eylemlerinin önemli merkezlerinden biri olan Paris-X Nanterre Üniversitesi'nde *Nesnel Sistem* başlığıyla hazırladığı doktora tezini Henri Lefebvre, Roland Barthes ve Pierre Bourdieu'dan oluşan tez komitesine karşı 1966 yılında sunmuştur. Doktora döneminde Lefebvre'nin yanında asistanlık yapmaya başlamış ve tezini sunmasının akabinde de aynı bölümde sosyoloji dersleri vermeye başlamıştır. M. Foucault, J.-F. Lyotard, F. Guattari, G. Deleuze ve J. Derrida gibi II. Dünya Savaşı sonrasındaki entelektüel hayatta etkileri büyük olan Fransız postyapısalcı bir kuşağa denk gelen Baudrillard'ın (akademisyen kimliğine karşın) yazı dilinin akademik

¹ Baudrillard'ın, J. Nouvel ile yaptığı söyleşilerden oluşan ve mimari alanla ilgili değerlendirmelerin ve eleştirilerinin olduğu *Tekil Nesnel: Mimarlık ve Felsefe* başlıklı çalışma için bkz. Baudrillard ve Nouvel (2010).

² Bir şekilde Baudrillard ile ilişkili olarak değerlendirilen filmlere örnek olarak Matrix, The Truman Show, eXistenZ, Surrogates, Total Recall, Terminator, Minority Report, Synecdoche-New York, Delusion gibi filmleri örnek göstermek mümkündür. Bu konuya yönelik bir değerlendirme için bkz. Coulter (2010).

olmaktan çok, patafizik³ dayalı edebi bir dil olduğunu söylemek mümkündür.⁴ Denilebilir ki, erken yaşlarda patafizik ve edebiyatla olan yakın ilişkisi, onun üslubu üzerinde de etkili olmuştur.⁵ Baudrillard'ın bu üslubu, çoğu konuyu ele alırken başvurduğu haliyle ironiler ve mecazi anlamlar barındıran bir dil kullanmasına da imkân tanımıştır. Baudrillard, nihilizmi benimsemiş bir düşünür olarak değerlendirmelerde bulunurken herhangi bir inancı ve/yahut değer yargısını ölçüt almadığı için lafını esirgememiş; edebi, müstehcen, iğneleyici ve ironik bir dil aracılığıyla düşüncelerini aktarmasıyla da hem ilgi hem de tepki çekmiştir.

Baudrillard, (ideolojik bakımdan) birbirinden farklı kesimlere ve (içerik bakımından) değişik konulara yönelik yaklaşımlarında kullandığı kışkırtıcı üslup dolayısıyla çoğunlukla sert eleştirilere maruz kalmış, pek çok tartışmanın odak noktasında olan biri olarak da kimi kesimlerce de dışlanan biri olmuştur. İletişim, tanrı, çağdaş sanat, kadın, siyaset, sosyalizm, sosyal teori gibi farklı konularda yaptığı açıklamalar, Baudrillard'ın farklı çevrelerden sert tepkiler almasına neden olmuştur. Örneğin Baudrillard kendisi için önemli dönüm noktalarından biri olan "Foucault'yu Unutmak" başlıklı yazısında, Foucault'yu; bir yandan iktidarı görülemeyecek kadar küçük boyutlara indirgeyip, darmadağınlaştırması ve sahip olduğu gerçeklik ilkesini sorgulamaması ve de politik iktidarı dışlaması dolayısıyla eleştirirken, öte yandan vakantüvisçe cinsellik ve delilik üzerine incelemeler yaparken, hakkında çok somut bilgilerin bulunmadığı klasik çağ gibi bir dönemi analizlerine dahil etmesi dolayısıyla aslında (bir yandan iktidarı eleştirirken öte yandan) kendisine bir iktidar alanı oluşturmaya çalışmakla itham etmiştir. Baudrillard'a göre Foucault şöhreti seven bir insandı ve sahip olduğu şöhretin artmasına paralel olarak da giderek daha buyurgan, zorba ve keyfi davranmaya başlamış ve bütün eleştirilerine karşın da kendisi böylece iktidar kurma yoluna gitmiştir. Pornonun aşırı ön plana çıktığı ve buna bağlı simülasyonun gerçek cinselliğin yerini aldığı bir dönemde, Foucault'nun cinsellik üzerine retrospektif çalışma yapıp yayınlamasının ironik ve anlamsız olduğunu belirten Baudrillard, (entelektüel camiada kendisine her ne kadar büyük bir değer atfedilse de) Foucault'nun artık unutulması gerektiğini belirtir.⁶ Baudrillard'ın, Foucault'nun çalışmaları üzerine yaptığı bu analiz ve yönelttiği son derece ince eleştiriler, bir yandan onun daha geniş bir çevrede tanınmasında önemli rol oynarken, öte yandan fikirleri önemsenen bir düşünürü yönelttiği bu iğneleyici ve analitik eleştiriler, Fransız akademi çevresinde kendisinin dışlanmasına ve ayrımcılığa maruz kalmasına neden olmuştur. Ayrıca, özellikle 1960'lı yılların sonlarından itibaren, çalışmalarında Marxist kurama yönelttiği sert eleştiriler de Baudrillard'a karşı Fransız akademi dünyasında sergilenen dışlayıcı tutumun önemli nedenlerinden bir diğeri olarak değerlendirilmelidir.

Fransa'da kendisine karşı bir dönem sergilenmiş olan bu negatif tutum ya da çalışmalarının okurlar tarafından genelde anlaşılması güç metinler olarak nitelendirilmesi gibi olumsuzluklar, özellikle de Kuzey Amerika ve geriye kalan Anglo-Sakson dünyada Baudrillard'ın, başta sosyoloji ve kültürel çalışmalar olmak üzere pek çok alanda en önemli düşünürlerden biri olarak kabul görmesini engellememiştir. Fransa'da ilk kitabı *-Nesnel Sistem-* yayımlandığında (1968), İngilizce konuşulan dünyada Fransa'daki entelektüel camiayı yakından takip eden kişiler tarafından dikkat çekmiş ve bu tarihten itibaren çalışmaları ilgiyle takip edilmeye başlanan biri olmuştur.

Akademik hayatının başlangıç yıllarında kendisine karşı takınılan olumsuz tutum ve yaşadığı sorunlara karşın Baudrillard, yurtdışında gördüğü büyük teveccühün de etkisiyle, memleketi Fransa'da da giderek büyük bir kabul görmeye başlamıştır. Paris'te haftalık yayınlanan Fransız dergisi *L'Événement du Jeudi* 1989 yılında, entelektüel dünyadan gazeteciler, yazarlar, sanatçılar ve akademisyenleri kapsayan 700 kişi üzerinde bir anket yapmış ve bu araştırmada entelektüel gücün temsilcisi olarak gördükleri kişiler kendilerine sorulmuş ve çıkan sonuçlarda Baudrillard, entelektüel temsil gücü yüksek 8. kişi olarak belirtilmiştir. Körfez Savaşı patlak verdikten sonra yaptığı yorumlarla da Baudrillard adeta bir TV starı muamelesi görmeye başlamıştır. Bununla birlikte Baudrillard'ın asıl büyük etkisinin İngilizce konuşan

³ İstisnalar bilimi olarak nitelendirilen patafizik; fizik ve metafiziğe dayalı algı ya da yaklaşımların dışında daha farklı bir bakış ya da arayışı ifade eder. Başka bir ifadeyle patafizik, genel geçer şeylerden öte, gözden kaçan ya da ihmal edilen alan ya da konulara odaklanır.

⁴ Baudrillard, başlangıçta dil ile olan ilişkisinin kavramsal olmaktan ziyade, şiirsel olduğunu belirtmektedir. Bu konuda bkz. Baudrillard (2004: 5). Yine aynı röportajında kendisine sorulan soru karşısında kullandığı dilin akademik olmadığını kabul etmiş ve dipnot ve referanslara yer vermeyişle ilgili olarak da, kendisinin tamamen imgesel atıflar kullandığını söylemiştir (2004: 10-11). Sitüasyonistler, referans gösterme konusunda farklı bir tutum sahibidirler ve Baudrillard'ın çalışmalarında da bu tutum alışı yansımalarını görmek mümkündür. Baudrillard (2004: 13), başkasına göndergede bulunarak alıntı yapmanın aslın hiç de masum olmadığını ve genelde yazarları kötü bir zaviyeden gösteren konularda alıntılar yapıldığına ve bu şekilde de alıntılardan bir silah olabildiklerine dikkat çekmektedir. Tabi Baudrillard'ın bu noktadaki değerlendirmesinin tek yönlü ve genellemeci olduğunu da belirtmek gerekir.

⁵ Baudrillard'ın, (felsefe hocası Emmanuel Peillet aracılığıyla) patafizik ile tanışması oldukça erken bir dönemde, Reims Lisesi'ndeki öğrencilik yıllarına denk gelmektedir. Sonrasında da bu ilgi devam etmiş ve henüz 20 yaşının başlarında, patafizik ile ilgili düşüncelerine yer verdiği bir metin hazırlamıştır. Bu konuda bkz. Baudrillard (2004: 4).

⁶ Foucault hakkındaki bu analitik çalışma için bkz. Baudrillard (2013). Bu konuda ayrıca bkz. Gane (1993: 1-2).

dünyada olduğunu ve kendisinin pek çok konuda adeta bir mürşit gibi görüldüğünü tekrar hatırlatmak gerekir.

Baudrillard, çoğu kişi tarafından postmodern ya da postyapısalcı bir düşünür olarak değerlendirilmiştir. Hatta bundan öte modernitenin ölümünü ilan eden karamsar teorisyen, hakikat katili, radikal postmodernist, postmodernizmin peygamberi, Fransız postmodern teorinin büyük guru ya da başrahibi olarak görülmüş, postmodernizm ile ilgili metinlerin çoğunda da başlıca referanslardan birini oluşturmuştur.⁷ Baudrillard'ın çeşitli konulardaki fikirleri ya da yaklaşımları dikkate alındığında, postmodern düşünürler ile belli açılardan ortak özellikler taşıdığını söylemek pekâlâ mümkündür; geleneksel ya da modern çerçevedeki alışılmış kalıpların dışında açıklamalar yapması, modernite ile ilgili temel yaklaşımlara radikal tepkisi ve modern düşüncedeki büyük anlatılara ya da makro teorilere yönelik eleştirileri, yaptığı çözümlenmeler konusunda evrensellik iddiasında bulunmaması, Aydınlanmacı peşin bir hükümle modern olarak nitelendirilenlerin, ilkel olarak adlandırılanlardan daha üstün kabul edilmesine dair eleştirileri ve pre-modern döneme atfettiği önem, tarihsel olandan öte güncel olanla ilgilenmesi, tutarlılık kaygısı gütmemesi ve düşüncelerinde görülen dağınıklık, rasyonalist felsefe, bilimsel epistemoloji ya da pozitivist yaklaşıma tepkisi ve gerçekliğe; gerçekliğin yeniden üretimine dair fikirleri ve nihayetinde yaptığı eleştiriler karşısında genelde bir çözüm yolu önermemesi ve böyle bir kaygısının da olmaması gibi etmenlerin, Baudrillard'ın postmodern kalıp dahilinde değerlendirilmesinde temel nedenler olduğu söylenebilir.

Foucault ya da Derrida gibi postmodern olarak nitelendirilen çoğu düşünürün yaptığı gibi Baudrillard da, çeşitli röportajlar vesilesiyle yaptığı açıklamalarda böyle bir etiketlendirmeyi kesinlikle kabul etmemiş, bu yöndeki iddiaların aksine postmodern kavramına kendisi kadar birinin olamayacağını belirterek, kendisi ile ilgili böyle bir nitelendirmeden önce postmodernizmden neyin kast edildiğinin açıklanması gerektiğini ifade etmiştir. Baudrillard, (bir zamanlar modernist olmak şeklinde) tarihi geriye çevirmek olarak nitelendirdiği postmodernizm kavramı üzerinden tanımlanmaya özellikle karşı çıkmıştır. Postmodernliği, önceki değerlerin yok edilmesiyle, onların yeniden inşa edilmelerinin eşzamanlılığı olarak nitelendiren Baudrillard'a göre postmodernizm; bütün kültürün feminizasyonu ile (çeşitlilik ve heterojenlik iddiasının aksine) yeknesaklık ve homojenleşme mekanizmasının süregiden eyleminin etkisini içermekte ve bu yönüyle de aslında modernizm projesinin tamamlanması olmaktadır. Baudrillard, kendisinin postmodernist olarak nitelendirilmesinin önemli nedenlerinden birinin simülasyon kuramı olduğunu belirtmiş ve tarihsel yaklaşım biçimlerini reddetmesi dolayısıyla kendisinin bu şekilde etiketlendirilmesine karşı çıkarak, yapısalcılık ya da postmodernizm gibi yaklaşım biçimlerinden epistemolojik açıdan değil, zihinsel açıdan koptuğunu ifade etmiştir.⁸ Lotringer'in de dikkat çektiği gibi (2007b: 14), Baudrillard'ın entelektüel başarısının önemli nedenlerinden biri, 30'lu ve 40'lu yılların aşırı modernist düşünürleri ile aşırı soyut kapitalizm etkisindeki Marxist analizi revize etmeye çalışan postyapısalcı düşünce arasında bir köprü kurmayı sağlayabilmesinden gelmektedir.

Baudrillard'ın pek çok eserinin Türkçeye çevirisinde imzası olan ve bu düşünürün Türkiye'de ününün yaygınlaşmasında önemli bir yeri olan Oğuz Adanır da ısrarla onun postmodern bir düşünür olmadığını vurgulamış, hatta Baudrillard hakkında yazdığı bir makalenin başlığını doğrudan "Baudrillard Postmodern Bir Düşünür Değildir" (Adanır, 1999) şeklinde koymuştur. Postmodernist yaklaşım dahilinde değerlendirilebilecek yönlerine rağmen, özellikle ilk dönem sonrasındaki çalışmalarında göze çarpan ve postmodern dönemdeki yaklaşımlara getirdiği eleştiriler de dikkate alındığında Baudrillard'ı, yüzeysel bir tahlille postmodern bir düşünür olarak nitelendirmek yerine, özellikle kitlesel iletişimin geldiği noktadaki etkileri ve sonuçlarına dair radikal yaklaşımları itibarıyla, -çeşitli açılardan- özgün bir düşünür olarak nitelendirmek mümkündür. Baudrillard hakkında çalışmalar yapmış olan W. Pawlett (2007) da onu "sıradanlığa karşı bir düşünür" olarak nitelendirirken, Gane (1991: 160) Baudrillard'ın anti-modernist olduğu kadar, anti-postmodernist bir düşünür olduğuna dikkat çekmektedir.

Baudrillard'ın etkilendiği isimler incelendiğinde; gerek alanları itibarıyla birbirinden oldukça farklı olan, gerekse de düşünceleri birbirine zıt kutuplardaki kişileri de barındıran isimler karşımıza çıkmaktadır. Denilebilir ki, bu noktadaki farklılık ya da zenginlik, Baudrillard'ın oldukça farklı konularda değişik fikirler geliştirmesine ve bir konudan diğerine kolayca geçiş yapmasına imkân tanımıştır. Bu durum Baudrillard'ın eserlerinde çoğunlukla okurlar tarafından şikâyet edilen karmaşayı da anlaşılır kılmaktadır. Baudrillard'ı etkileyen isimler bağlamında ilk olarak K. Marx, F. W. Nietzsche, J. Lacan ve J.-P. Sartre'ı zikretmek gerekir. Bu isimler içerisinde özellikle de Nietzsche'nin Baudrillard üzerindeki etkisinin daha fazla olduğu söylenebilir. Nitekim Baudrillard (2004: 1), Nietzsche'yi oldukça erken bir dönemde okuduğunu ve

⁷ Bu konuda bkz. Best ve Kellner (1991); Kellner (1989:1-2); Kellner (1995: 297); Kellner (2011: 25); Smith (2010:1-2), Kroker ve Levin (1984) ve Callinicos (1989). Bu konuda farklı yaklaşımları içeren genel bir değerlendirme ve eleştiriler için de ayrıca bkz. Ritzer (1997: 76-77) ve Norris (1992).

⁸ Baudrillard'ın kendisiyle yapılan röportajda bu konuda söyledikleri için bkz. Gane (1993: 21-23) ve Adanır (2004: 63-64).

başlangıçta tam bir Nietzsche hayranı olduğunu belirtmektedir. Sartre'ın Baudrillard üzerindeki etkisi Cezayir Bağımsızlık Savaşı yıllarına denk gelmektedir ve Baudrillard'ın 1960'lı yılların başında yayınlanan ilk çalışmaları da o dönemde Sartre'ın editörlüğündeki *Modern Zamanlar (Les Temps Modernes)* dergisinde gerçekleşmiştir. Düşünsel hayatının başlangıç yıllarında Baudrillard'ın özellikle edebiyat ve felsefe alanında birtakım çevirilerle meşgul olduğunu ve böylece bu çevirilerin de onun düşünsel gelişiminde etkili olduğunu belirtmek gerekir. Bu noktada eserlerinin Almancadan Fransızcaya çevirisini yaptığı K. Marx ve F. Engels dışında E. Berthold F. Brecht, Peter Weiss, W. E. Müllmann gibi isimleri özellikle zikretmek gerekir. Baudrillard'ın yanında asistanlık yaptığı ve Neo-Marxist bir sosyolog ve felsefeci olarak tanınan ve Stalinizm, varoluşçuluk, yapısalcılık ve gündelik yaşama yönelik eleştirileri ve çalışmaları ile tanınan H. Lefebvre ve postyapısalcılık çerçevesindeki çalışmalarından önce o dönemde yapısalcı olarak tanınan Roland Barthes (özellikle çağdaş topluma dair semiyolojik çalışmalarıyla), Baudrillard üzerinde etkili olmuştur. Bu isimlerin yanı sıra (değiş-tokuş, armağan, büyü gibi konulardaki yaklaşımlarıyla) Marcel Mauss; kötülük, cinsellik, pornografi ve ölüme dair zıt yönden aşırılığa vardığı fikirleri ve değerlendirmeleri ile tanınan Georges Bataille ve C. Baudelaire gibi isimler de Baudrillard'ın fikirlerini geliştirmesinde oldukça etkili olmuşlardır. Şüphesiz bu noktada, sürrealist akımın öncü isimlerinden Antonin Artaud; iletişim ve medya alanındaki kuramlarıyla tanınan Marshall McLuhan; sityasyonist hareketin kurucularından Guy Debord; kent mimarisi, sanat ve teknolojinin modern trendlerine dair eleştirel çalışmalarıyla tanınan Lewis Mumford; kurumsal iktisat, aylak sınıf üzerine kuramsal çalışmasında ele aldığı boş zaman etkinlikleri ve gösteriş amaçlı tüketim gibi konulardaki yaklaşımlarıyla tanınan Thorstein Veblen, *Kitle ve İktidar* çalışmasıyla tanınan Elias Canetti ya da Frankfurt Okulu düşünürlerinden Herbert Marcuse ve Walter Benjamin gibi başka isimleri saymak da pekâlâ mümkündür. Genel olarak değerlendirildiğinde ele aldıkları konulardaki farklı yaklaşımları ve alanlarının birbirlerinden farklılığı göze çarpan bu isimler, Baudrillard'ın fikrî üretimindeki eleştireliliği, aykırılığı, karamsarlığı, aşırılığı, farklılığı ve/yahut çeşitliliği anlamak açısından önemlidir.

Ele aldığı konuların ve beslendiği kaynakların farklılığı kadar, Baudrillard'ın çalışmaları metodolojik bağlamda değerlendirildiğinde, karşımıza birbirinden farklı yöntemler çıkmaktadır. Bu birbirinden farklı yöntemlerin tek birine bağlı kalınmaması ve bazen bunlardan biri daha ön planda olsa da çoğuna birden başvurulması söz konusudur. Baudrillard farklı yöntemlerle olan ilişkisini açıklarken (1999: 318-319); "yirmisinde patafizikçi, otuzunda durumcu (sityasyonist⁹), kırkında ütölist, ellisinde transversal,¹⁰ altmışında virüslü ve metaleptik¹¹" olduğunu belirtmektedir. Tabi Baudrillard her ne kadar belirli yaş dönemlerini belirli bir yönetime indirgemiş olsa da, bahsettiği yöntemlerin, (her ne kadar söz konusu dönemlerde biri daha çok ön planda olsa da) sadece belirli bir dönemle sınırlı olmadığını tekrar belirtmek gerekir. Örneğin Baudrillard'ın patafizik ile olan ilişkisini 20'li yaşlarla sınırlamak mümkün değildir. Zira sonraki çalışmalarında da patafizikin etkisini görmek mümkündür.¹² Yine her ne kadar Baudrillard bahsi geçen alıntıda zikretmemiş olsa da çalışmaları dikkate alındığında; semiyoloji (göstergebilim), (Lacan'cı) psikanaliz gibi farklı yöntemlerin de metodolojik bağlamda öne çıktığını belirtmek gerekir. Baudrillard'ın özellikle erken dönem çalışmaları incelendiğinde; semiyoloji, tüketim toplumu sosyolojisi, Marxist politik ekonomi ve psikanaliz gibi farklı yöntemler dikkat çeker.

2. Üretimin ve Ona Dayalı Değerlerin Sonu ve Tüketim Toplumunun Yükselişi

⁹ Sityasyonizm (durumculuk), anti-otoriter Marxizm ve 20. yüzyılın başlarındaki sanat hareketlerinden (özellikle de Dadaizm ve sürrealizmden) etkilenerek ortaya çıkan ve (Mayıs 1968 olayları dahil olmak üzere) özellikle de 20. yüzyılın 3. çeyreğindeki; sanat ve entelektüel camia ile politik teyide etkili olmuş bir harekettir. Marx'ın formatif çalışmalarından bu yana kapitalizmin değişmekte olduğuna dikkat çeken bu hareket, ileri kapitalizmin özelliklerinden hareketle, Marxist teoriyi güncel gelişmeler ışığında yeniden yorumlamaya çalışmıştır. Bu konuda daha fazla bilgi için bkz. Plant (2000). Baudrillard'ın Marxizm ile ilgili analizlerinde bu akımın büyük etkisi vardır.

¹⁰ Kitabın Fransızcadan çevirisini yapan Ayşegül Sönmezay, transversal kelimesini, "sözünü benimsemiş" olarak çevirmiştir. Genelde geometride (enine ya da çapraz kesit anlamında) kullanılan bir kavram olan transversal kavramı, Baudrillard'ın vurgulamak istediği şekilde; klasik sol-sağ ya da diğer fikir kaynaklarına dayanan düşüncelerden bağımsız olarak, kendine özgün bir düşünce biçimi oluşturmuş olmayı ifade etmektedir. Bu durum dikkate alındığında, kavram için Türkçedeki en uygun çevirinin "(mevcut fikir akımlarından bağımsız) özgün düşünceler oluşturmuş olan" şeklinde olduğunu düşünmekteyim. Bu kavramın öncesinde Baudrillard'ın kendisini tanımlarken, belirli akımlardan hareketle nitelendirme bulunması ve akabinde ellili yaş dönemiyle ilgili ise, bu kavramı tercih etmesi de "(mevcut fikir akımlarından bağımsız) özgün düşünceler oluşturmuş olan" şeklinde bir çevirinin daha doğru olduğunu göstermektedir. Kitabın İngilizce baskısında, transversal kavramının geçtiği kısım için bkz. Baudrillard (1996: 83).

¹¹ Baudrillard (1999: 269), metaleptiki; nedeninin yerine etkiyi, etkinin yerine de nedeni koyan bir tür değişmece olarak tanımlamaktadır. Metaleptiki; yazarken veya konuşurken, (tek bir kelimedede) birbirinden farklı, mecazi anlamlar ve göndermeler barındıran kelimeleri tercih eden ve bunları ustaca kullanan retorik uzmanı olarak nitelendirmek mümkündür. Vefat eden biri için "75 yaşında öldü" demek yerine, "75 yıl yaşadı" demek bu duruma örnek gösterilebilir. İlkinde dar, ikincisindeyse daha geniş bir anlam vardır.

¹² Baudrillard, S. Lotringer'a verdiği röportajda (2007a: 83), (çalışmalarında) kültüre (ve onun etkisindeki teoriye) karşı mesafesini koruduğunu ve kültürü güvenilmez bulup reddettiğini ifade etmekte ve (yerleşik) kültürün parçası olan herhangi bir teorinin ise, kendisi için konuşmaya değer olmadığını ifade etmektedir. Baudrillard, bu konudaki radikalliğini eskiden edindiği patafizik eğitime bağlamıştır.

II. Dünya Savaşı sonrası koşullarda, Cezayir Bağımsızlık Savaşı'nın Fransa'da gündemi yakından etkilediği bir süreçte, Fransız entelektüel camia, başlangıçta varoluşçu Marxist, akabinde ise yapısal Marxist teorinin etkisi altında olmuştur. Bu etkinin sonrasında Fransa'daki entelektüel camiada, Neo-Nietzscheci anlayış öne çıkmış ve Baudrillard bu döneme liderlik eden başlıca düşünürlerden biri olmuştur (Gane, 2003: 152). Fransa'nın Cezayir'e ve Amerika'nın Vietnam'a müdahalelerinin entelektüel camianın başlıca tartışma konusu olduğu ve 1968 gençlik hareketlerinin neşvünema ettiği 1960'lı yıllarda Baudrillard, Fransız solundan etkilenen bir düşünür olmuştur. Ancak II. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan koşullar dâhilinde, özellikle hizmet sektörü ve iletişim alanındaki değişimler ve gelişmelerle birlikte, Marxizme dayalı analizlerin yetersiz kaldığını düşünen Baudrillard, öteki ideolojiler gibi bu ideolojiyi de ciddi bir eleştiriye tabi tutmuştur. Baudrillard'ın Marxist teoriye yönelik eleştirileri, 1968 öğrenci hareketlerinin başarısız olmasından hemen sonrasına denk gelmektedir.

Baudrillard, gelinek noktada emek kavramı, diyalektik, üretim tarzı kuramı ve kapital eleştirisi gibi Marx'ın başlıca yaklaşımlarının anlamsızlaştığını savunmuştur. Baudrillard'a göre (2002a), artık her türlü emeğin bir "hizmet" biçimine indirgenmiş olduğu bir döneme geçilmiştir. Eski anlamını yitirdiği bir ortamda emek, sadece zamanın bedeli olarak ödenen bir tazminata benzemektedir. İşyerlerinde sadece emek harcanıyormuş gibi yapılmakta ve işe sadakat oyunları oynanmaktadır. Bu noktadaki anlayışın bir yükümlülük gereği de bedensel, zamansal, mekânsal ve düşünsel anlamda uyumlaşma şeklinde olmaktadır. Bu uyumlaşma ve böylece işyerine ve işe bağılı davranma sürecinde, bir şeylerin üretilip üretilmemesinin pek bir önemi olmadığından da, Marxist teorinin kapitalist sistemi analiz etmede başvurduğu önemli kavramlardan biri olan, artı-değer ve emek de artık eski anlamını yitirmektedir. Baudrillard'a göre günümüzde artık üretim yapılmamakta, ancak yeniden üretim yapılmaktadır. Üretimin esas olduğu tarım ve sanayi dönemlerinde (toprağa ya da fabrikaya dayalı) belli bir üretim şekli, bu üretimi sağlayan (köylü sınıfı, proletarya) ve sağlanan üretimden elde ettikleriyle iktidarını pekiştiren (aristokrasi, burjuva) belli sınıflar ve bu sınıflara ait değerlerin yön verdiği bir düzen (feodalizm, kapitalizm) söz konusuydu. Üretim ilişkilerinin ve bu ilişkiler içerisindeki sınıfların öne çıktığı bu dönemlerin aksine günümüzde asıl belirleyici olan sektörler, hizmet ve iletişim sektörleri olmuştur. Bu sektörlerde ise gerçekte bir şeyin üretiminden öte, yeniden üretim söz konusudur.

Sanayi devrinde önemli işlevlere sahip olan ve üretimin simgesi olarak görülen fabrika artık eski konumunu kaybetmiştir. Gelinek noktada kapitalist sistemde fabrika artık merkezi bir konum tutmadığı gibi, kapitalizm karşıtı güçler bağlamında da fabrikanın ve çalışanlarının artık örgütlenmenin merkezi öneme sahip yeri olarak görülmesinin bir anlamı kalmamıştır. Bir başka ifadeyle, (klasik) kapitalist ve Marxist teoride her ne kadar merkezi bir yeri olsa da artık fabrika, kapitalizm açısından sermayenin ana üretim yeri olmadığı gibi, sistem karşıtı güçlerin de içinden çıktığı ve onun odağında örgütlendikleri bir yer olmaktan uzaktır:

"(...) Emekle üretimin ölmüş olduklarını ya da emekle üretimin her yeri kapsamakta olduklarını gizleyebilmek için fabrika inşaatlarına devam edilecektir. Günümüzde kapitale kesin biçimler aracılığıyla saldırmanın bir anlamı kalmamıştır. Buna karşın kapitalin artık hiçbir şey tarafından belirlenemediği ve sahip olduğu tek silahın bir efsaneye dönüşmüş emeğin yeniden üretimi olduğu herkes tarafından anlaşıldığında, işte o zaman, kapitalizmin sonunun yaklaşmış olduğu da anlaşılacaktır" (Baudrillard, 2002a: 33).

Endüstriyel devrimin üretim merkezi olan fabrika günümüzde tam olarak ortadan kalkmamakla birlikte, bilindik eski konumunda da değildir. Baudrillard'a göre, kapitalist bir toplumsallaştırma modeli çerçevesinde fabrika artık farklı bir stratejiye dayalı olarak daha değişik bir konuma ya da işleve sahiptir. Kapitalizmin üretim aracı olmaktan çıkmış olduğu bir evreye koşut olarak fabrika adeta toplumun tamamını içine alan bir şeye dönüşmüş gibidir. Baudrillard'a göre kapitalin sahip olduğu biçimi değiştirip, tüm topluma yayabilmesi için, emeğin sahip olduğu özgün biçimini yitirmesi ve o bildik klasik fabrikanın da ortadan kaybolması gerekmektedir. Böylece (sabitlenmiş) belirli çalışma yerleri, bu yerlerde çalışan belirli özneler/emekçiler, bu öznelerin çalıştığı belli bir zaman ya da bu zaman zarfında harcanan belirli bir emekten bahsetmenin de anlamı kalmamıştır. Baudrillard (2001: 94), bu bağlamda "değişim değeri"nin sınırsız egemenliği olarak kapitalin, artık bağlantısızlığı ve her şeyin bir mekândan bağımsızlaştırılmasını (yersiz yurtsuzlaşmayı) empoze ettiğine dikkat çekmektedir.

Baudrillard artık üretimden, yeniden üretim sistemine geçildiğini savunmaktadır. Marxist literatürde de önemli kavramlardan biri olan ve Baudrillard'ın çalışmalarında sıklıkla vurgu yaptığı bu 'yeniden üretim' kavramı; Marx'ın ya da (kapitalizmin yeniden üretimiyle ilgili çalışması neticesinde bu kavramın kendisiyle sıklıkla anıldığı) L. Althusser'in çalışmalarında ele aldığından -belirli yönleriyle- daha farklıdır. Gerek Marx'ın *Kapital*'in ilk cildinde (1982: 711) gerekse de Althusser'in *Kapitalizmin Yeniden Üretimi Üzerine: İdeoloji ve İdeolojik Devlet Aygıtları* (2014) başlıklı çalışmasında yeniden üretim kavramı, üretim koşullarının yeniden oluşturulması bağlamında ve genelde devlet odaklı ele alınıp

değerlendirilmiştir. Marx, yeniden üretim kavramını, -kapitalist- üretim koşullarının ve ilişkilerinin yeniden üretimi çerçevesinde analiz etmiştir. Althusser (2014: 140) de buna paralel olarak, üretim ilişkilerinin yeniden üretiminin nasıl sağlandığı bağlamında, egemen sınıfın kendi var oluşunun maddi, siyasal ve ideolojik koşullarını yeniden üretmesi üzerinde durmuş ve kavramı bu ekseninde değerlendirmiştir.¹³ Dolayısıyla söz konusu isimlerde kavram -kapitalist çerçevedeki değer ya da mal- üretim süreci bağlamında değerlendirilirken, Baudrillard'da ise kavram, artık gerçekliğini yitirmiş üretim merkezli bir kapitalist sistemden daha ziyade günümüzde bu konuda yaşanan değişimi, dönüşümü ve/yahut farklılığı ifade etmek için kullanılmaktadır.¹⁴

Marx, endüstriyel kapitalizmin klasik sermaye-emek-üretim-meta-artı değer ve kâr ilişkisini dikkate alarak, maksimum kâr için maliyetin minimuma düşürülmesi temel mantığından hareketle, işçiye kıt kanaat geçinecek şekilde ücret ödendiğini belirtmekteydi. Klasik Marxist yaklaşım doğrultusunda ifade edecek olursak, emekçi tarafından üretilen metaya, kapitalist sınıf tarafından el konularak, piyasaya sürülmekte ve metanın satılıp sermayeye dönüştürülmesi ile de kapitalist tarafından metanın yeniden üretimine dair yatırım yapılmasına imkân oluşturulmakta ve bu sürecin tekrarlanması ile de artı değer ve sermaye birikimi arttırılmaktaydı. Marx (1982: 716), yeniden üretim sürecini değerlendirirken, kapitalist sınıf için daha fazla servet ve zevk kaynağı meydana getiren bu sürecin, emekçi ya da işçi sınıfı açısından ise, kendi zenginliklerinin kaynağı olabilecek bütün araçlardan onları yoksun bıraktığına dikkat çekmekteydi. Bir başka ifadeyle Marx, üretici gücün emeğinin sömürülmesi bağlamında, üretimi gerçekleştiren sınıf olmasına karşın, işçi sınıfının kendi ürettiği ürüne yabancılaşmasına, alım gücünün sınırlılığına ve temel insani gereksinimlerini karşılayamamasına dikkat çekmekteydi. Bu noktada Baudrillard ise, artık sistemin o bildiğimiz sistem olmadığına ya da Marx'ın analiz ettiği eski kapitalizm olmadığına vurgu yaparak, toplumsal yapı analizlerinde de klasik burjuva-proletarya ayırımına artık başvurmamak gerektiğini, zira bu konuda büyük değişim ve dönüşümlerin yaşandığına dikkat çekmiştir.¹⁵ Bu bağlamda Baudrillard, toplumdaki kesimlerin satın alamama halinden öte, tüketime yönelmeleri üzerinde durmuş ve böylece de çeşitli kodlar etrafındaki göstergeler sistemine dayalı tüketim toplumunun yükselişine dikkat çekmiştir.

Klasik Marxist analizde, üretim ilişkileri çerçevesinde tarım ve sanayi sektörleri ön plandadır. Baudrillard, klasik Marxist analizde ihmal edilmiş olan hizmet, iletişim ya da bilişim sektörlerinin, tarım ve sanayi sektörleri ile kıyaslanınca, gelişmiş ülkelerde daha öncelikli sektörler haline geldiğine ve toplumsal yaşama da büyük oranda artık bu sektörlerin yön verdiğine dikkat çekmiştir. Bu sektörleri klasik Marxizmdeki üretim ilişkileri ya da sınıf analizi çerçevesinde ele alıp değerlendirmek de mümkün gözükmemektedir. Tarım ve sanayi sektörleri temelde üretim düzeniyken ve belirli sınıfların varlığı bu sektörlerde oldukça belirginken, hizmet ve iletişim sektörleri daha çok yeniden üretim düzenini işaret etmektedir ve bu sektörlerde klasik burjuva-proletarya sınıflarından ya da ilişkisinden de bahsedilemez.

Marx, metanın kullanım değeri ve değişim değeri arasındaki farka dikkat çekmiş ve metanın kullanım değeriyle ilgili değerlendirmelerinde, doğal ihtiyaçların karşılanması ile ilişkisi üzerinde de özellikle durmuştur. Baudrillard (2009: 1), nesnelerin öncelikle gereksinimler tarafından belirlendiği ve insanın çevreyle kurduğu ekonomik ilişkilerin onları anlamlı kıldığı yönündeki ampirist varsayıma karşı gelir. Bu açıdan Marx'ın söz konusu yaklaşımına karşılık Baudrillard, ihtiyaçların doğal olarak görülmesinden öte, tıpkı metanın üretilmesi gibi bunların da üretilmiş olduğuna dikkat çeker. Tüketim toplumunda metanın *kullanım değerinden* (use-value) öte onun *değişim değeri* (exchange-value) ön plandadır ve Baudrillard bu ikisinden farklı olarak metanın özellikle de *gösterge değerine* (sign-value) odaklanmak gerektiğine dikkat çekmektedir.

Batı toplumları dikkate alındığında, üretime dayalı kapitalist bir toplumdan, neo-kapitalist bir düzene geçildiğini belirten Baudrillard (2002a: 94), artık her şeyi (yaşamın tüm alanlarını) denetlemek isteyen, sibernetik özellikler taşıyan bir sistemin söz konusu olduğunu belirtmektedir. Tüketim toplumunda, üretimin sürekliliğini sağlayabilmek için tüketimin denetlenmesi büyük önem taşımakta ve bu doğrultuda yapılan çalışmalarla da tüketici davranışları yönlendirilmektedir:

“Çağdaş kapitalizmin temel sorunu artık (girişimci düzeyinde) “kârın azamileştirilmesi”yle “üretimin rasyonelleştirilmesi” arasındaki çelişki değil, (tekno-yapı) düzeyinde potansiyel olarak sınırsız bir

¹³ Yeniden üretim konusunda sosyolojik bağlamda bir değerlendirme için ayrıca bkz. Bourdieu ve Passeron (1990).

¹⁴ Baudrillard'ın simülasyon kuramı etrafındaki değerlendirmelerinde de yeniden üretim kavramı merkezi bir yer tutmaktadır. Baudrillard'ın bir köken ya da gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla yeniden üretilmesi olarak nitelendirdiği simülasyon kuramı ile ilgili bkz. Baudrillard (2005c).

¹⁵ Baudrillard, klasik kapitalizmdeki sermaye-emek ilişkisinden öte, artık sosyal ilişkiler ve pratiklerin de simülasyonlar, göstergeler ve kodlar aracılığıyla biçimlendirildiğini belirtmektedir. Gerçeklik ilkesinin yitirildiği bir ortamda klasik anlamdaki sol ve sağa dayalı ayırım ve temsiller de dönüşüme uğramıştır. Zira artık (söylemsel düzeydeki kimi iddialarına karşın) bunlardan birinin kendisini diğerinin tamamen zıttı ve alternatifi olarak görmesinin ötesinde aynı sistemin farklı parçalarını oluşturmaları, bu sistem içerisinde birbirlerinin yerlerine geçmeleri ve sistemin de bu şekilde varlığını sürdürmesi söz konusudur. Bu konuda daha fazla ayrıntı için bkz. Baudrillard (2001).

üretkenlikle ürünlerin piyasaya sürülüp satılması zorunluluğu arasındaki çelişkidir. Bu aşamada yalnızca üretim aygıtının değil, aynı zamanda tüketim talebinin de; yalnızca fiyatların değil, aynı zamanda bu fiyata talep edilecek olanın da denetlenmesi sistem açısından yaşamsal hale gelir. Bunun sonucu ya bizzat üretim aşamasından önceki (piyasa yoklaması, piyasa araştırması) ya da sonraki (reklam, pazarlama, koşullandırma) kanallarla, "tüm karar gücünü müşteriden alıp güdümlmek için işletmeciyeye vermektir (...)" (Baudrillard, 2010b: 81-82).

Tüketime yönelik denetleme ve yönlendirme sadece reklam, pazarlama, piyasa yoklaması ya da araştırması üzerinden olmamaktadır. Tüketim nesnelерinin farklı şekillerde potansiyel tüketicilerin ilgi alanlarına sokulması söz konusudur. Örneğin gişede yüksek hasılat beklentisine uygun yapımlara özel yatırımlar yapılmakta ve beklenen başarı elde edildiğinde, bu kez metalaşmanın farklı bir boyutu devreye girmektedir. *Star Wars* (yıldız savaşları), *Cars* (arabalar) ve *Ice Age* (buz devri) gibi yapımlar geniş izleyici kitlesine ulaşınca bunların devam filmleri de çekilmiştir. Tabi bununla da kalınmamış, bu filmlerdeki karakterlerin; oyuncak, eğlence ve giyim sektörü gibi farklı alanlarda tüketim nesnelерine dönüştürülmesi söz konusu olmuştur. Bu karakterlerle özdeşlik kurmaları ya da onların bir parçası olmaları yönünde tüketicilere vaatlerde bulunularak, bu nesneleri tüketmeleri sağlanmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde geline noktanın tüketim toplumunun ön plana çıkmasında etkisi oldukça fazladır. Bu teknoloji üzerinden gerçekleştirilen farklı pek çok faaliyetle tüketim alışkanlıkları, basit düzeyde bireysel tercihlere dayalı bir edim olmanın ötesine geçmektedir. Örneğin internet kullanıcılarının; ne tür web sitelerini takip ettikleri, bu sitelerde neleri inceledikleri ve nelerle ilgilendiklerine dair bilgiler elektronik ortamda toplanmakta ve bunlar üzerinden onlarla ilgili bir profil oluşturularak, ortaya çıkan bu profile uygun reklamlara, gezdikleri web sayfalarının herhangi bir yerinde yer verilerek, tüketime yönelmeleri amaçlanmaktadır.

3. Toplumsal Prestij Göstergesi Olarak Gösteriş Amaçlı Tüketim

Baudrillard'ın tüketim toplumu etrafındaki analizleri dikkate alındığında, Marxist teorinin önemli kavramlarından biri olan meta fetişizminin, klasik gelenekten daha farklı bir bağlamda ele alınıp, yorumlandığı görülür. Eskiden tüketim temel toplumsal sınıf belirteçlerinden biri olarak görülmekle birlikte, günümüzde yaygın tüketim nesneleri giderek daha az sınıf belirteci haline gelmiştir. Buna karşın eski dönemlerle kıyaslandığında, tüketim toplumunda; lüks tüketim giderek daha fazla ön plana çıkmaktadır. Baudrillard bu noktada özellikle G. Bataille ve D. Riesman gibi isimlerin yanı sıra T. Veblen'in gösterişe yönelik tüketim¹⁶ ve Guy Debord'un gösteri toplumu ya da gösteri yönüyle meta¹⁷ konusundaki fikirlerinden mülhem birtakım değerlendirmelerde bulunur.

Baudrillard (2009: 60-61), tüketimin mantığını analiz ederken, gösterge ve değer mantığı üzerinde özellikle durmuştur. Evlilik yüzüğü olan alyans bu noktada iyi bir örnektir. Bir kadın ve erkek arasındaki evlilik ilişkisinin simgesi olan alyans tek olup, ikinci bir örneği yoktur. Herhangi bir istem dışı durum, örneğin bir kaza haricinde, bu alyansın değiştirilmemesi ve sürekli takılması beklenir. Uzun süreli olması arzulanan bir ilişkide, bu simgesel nesnenin sağlamlığı ve muhafazasına bu bağlamda özellikle dikkat edilir. Oysa herhangi bir ilişkinin simgesi olmadığı, yüzüğün durumu daha farklıdır ve bu tür bir yüzük istenildiği zaman değiştirilebilir bir nesnedir. Baudrillard, ABD'de evli çiftlerin her yıl eski alyanslarını değiştirmeye teşvik edildiklerini ve bu şekilde bir tüketim alışkanlığı meydana getirildiğine dikkat çekmektedir. Modaya dayalı tüketimin kapsama alanına alındığında, alyansın taşıdığı simgesel anlam hakikatte aşınma uğramakta, ancak tüketiciler tarafından bu durum dikkate alınmamaktadır. Dolayısıyla tüketim toplumunda, tüketim nesnesine yüklenen simgesel anlam ya da işlev nihai tahlilde derinliği olmayan ve genelde anlık hazlara ya da mutluluklara yönelik bir anlayış barındırmaktadır. Tüketim toplumunda mutluluk, müsrif olma ile doğrudan ilişkili görülmekte ve kitleler daha çok tükettikçe daha mutlu olacaklarmış gibi sahte bir mutluluk algısı oluşturulmaktadır.

Tüketim toplumunda lüks olana yönelik tüketim, toplumsal prestijin temel göstergelerinden biri olarak görülmektedir. Temel ihtiyaçları gidermenin ötesinde lüks tüketim nesnelерine daha farklı anlamların yüklenmesi bu bağlamda dikkat çekicidir. Toplumdaki bireylerin dikkatini çekmek ve maddi açıdan yüksek hayat standardına sahip olduğunu göstermenin yolu olarak tüketim, bireylerin hiyerarşi ve prestij amaçlı başvurdukları bir alışkanlığa dönüşmektedir. Bu bağlamda sırf ihtiyacı gidermeye yönelik ucuz şeyler tüketmek yerine pahalı şeyler tüketmek ve bu türden bir tüketimi süreklileştirmek önemli görülmektedir. Modaya, lükse, eğlenceye ve güzel sanatlara olan düşkünlük¹⁸ ve bu doğrultudaki tüketim, toplumsal hiyerarşi bağlamında ele alındığında, kendini üst sınıftan biri olarak görmenin ve göstermenin başlıca

¹⁶ Bu konuda bkz. Veblen (2007).

¹⁷ Bu konuda bkz. Debord (2006).

¹⁸ Sanata olan yönelimdeki artış, sırf sanat sevgisi çerçevesinde açıklanabilecek bir durum değildir. Baudrillard, sanatın tüketim toplumunda salt ticari bir nesneye dönüşmesi ve dijitalleşmesinin, sanatın kendisinin de ölüm ilanı olduğunu savunmaktadır. Baudrillard'ın çağdaş sanat konusunda yaptığı değerlendirmelerle ilgili ayrıntılı okuma için bkz. Baudrillard (2010a).

araçlarından biri olarak görülmektedir. Gösteren ve gösterilen arasında kurulan bu çerçevedeki bir ilişkide, tüketim nesnesine yüklenen imgesel anlam, gereksinimin ya da nesnenin kullanım değerinin çok daha ötesindedir.¹⁹ Gösteriş amaçlı tüketimde bireyler, canlı birer moda ya da marka bağımlısına dönüşmüştür. Ayartılan tüketicilerin, nesnelere tüketimine yönelmeleriyle, kendilerini canlı birer model hissetmeleri yönünde bir algı oluşumunun sağlanması söz konusudur (Baudrillard: 2011a: 10).

Tüketim nesnelere gereksinimler ya da kullanım değeriyle olan ilişkilerinden çok simgesel değiş tokuş değeri ve sağladıkları toplumsal prestij önemsendiği böyle bir ortamda, özellikle belirli markalara dayalı nesnelere tüketimi, “ele geçirilmiş güç” gibi görülebilmektedir. Her şeyin üretimden ibaret olduğuna inandırılmaya çalışılan bir ortamda kitleler, tüketime yönlendirilmekte, hedonist duyguların körüklenmesiyle sermayenin yeniden üretimi sağlanmaktadır. Tüketime, cinselliğe ve zevklere boğulan kitleler, bu şekilde bedenleriyle köleleştirilmektedirler. Gündelik hayatlarında tüketim nesnelere kuşatılan insanlar, sürekli tüketime teşvik edilmektedirler. Nesne ve imge taarruzu altında tüketiciler, gönüllü köleliği kabul ettikleri bir özgürlük oyunu oynamaktadırlar. Baudrillard’ın ifadesiyle (2005d: 55), bu oyunda kimse özgür değildir ve herkes aynı anda hem köle hem de efendidir.

Yaygın tüketim nesnelere bolluğu toplumsal eşitsizlikleri ortadan kaldırmamakta, aksine sadece onları örtmeye yaramaktadır. Mekan, zaman, temiz hava, yeşillik, doğal su, sessizlik gibi eskiden erişimi daha kolay olan şeyler, artık sadece ayrıcalıklı olanların erişebildiği lüks mallar haline gelirken, üretilmiş mallar ya da hizmetler geniş kitlelerin tüketimine sunulmaktadır. Artık her şeyin giderek metalaşması söz konusudur. Sağlık hakkından, mekan hakkından, güzellik hakkından, tatil hakkından, bilgi hakkından, kültür hakkından çokça söz edilir. Bu yeni haklar belirlediği ölçüde eş anlı olarak bakanlıklar da doğar: Sağlık bakanlığı, kültür ve turizm bakanlığı, enformasyon bakanlığı, bayındırlık ve iskan bakanlığı vs. Kurumsallaşma hakkına dayanan ve genel bir bireysel ve kolektif ilerlemeyi ifade ediyormuş gibi görünen bütün bunlar belirsiz bir anlama sahiptir ve tam tersine okunmaları da mümkündür. Mekan hakkı, yalnızca herkes için mekan kalmadığı ve mekan ile sessizlik başkalarının zararına, bazılarının ayrıcalığı haline geldiği andan itibaren var olabilir. Temiz hava hakkı, doğal mal olarak temiz havanın yitirilmesini, onun meta statüsüne geçişini ve eşitsizci toplumsal yeniden dağıtımını gösterir. Her şeyin artık nesne olarak değer taşınması söz konusudur ve bu fetişist mantık, tüketimin temel ideolojisidir (Baudrillard, 2010b).

Tüketim toplumunun ortaya çıktığı bugünkü kent yapılanmasında ya da gündelik kentsel yaşamda AVM’ler merkezi bir konuma sahiptirler. Baudrillard’ın ifadesiyle yeni kentler, *hipermarket* ya da *shopping center*’ların uydularına dönüşmüşlerdir (Baudrillard, 2005c: 114). Endüstriyel kapitalizmin başlangıç yıllarında genelde önde gelen kent merkezlerinin stratejik yerlerine kurulmuş olan fabrikalar, giderek kent merkezlerinin dışına kaydırılmış ve böylece kentsel yaşama ve ilişkilere yön vermekten uzaklaşarak, eski önemlerini yitirmişlerdir. Günümüzdeki kent yapılanmasında üretimi simgeleyen fabrikaların yerini artık tüketimi simgeleyen AVM’ler almıştır. Üretimden öte tüketimin başat hale gelmesiyle, farklı ürün ve markaları bünyesinde barındıran AVM’ler yaygınlaşarak, kitlelerin boş zamanlarını geçirdikleri başlıca yerlerden biri haline gelmiş ve tüketimi de bu kitleler nezdinde bir hobiye dönüştürmüşlerdir. Gösteriş amaçlı tüketime yönelen kitleler ise, toplumsal prestij edinimi ya da muhafazası doğrultusunda, AVM’lerde yer alan marka değeri yüksek mağazalarda alışveriş yapmaya özen göstermektedirler.

Tüketim toplumunda iyilik ve kötülük kavramlarından öte, mutluluk ve mutsuzluk kavramları ön plandadır. Kitlelerin mutluluğu yaptıkları tüketimle orantılı bir şekilde değerlendirilmektedir. Böylece bütün arzuların maddileştirilmesi, (irade ve özgürlük vurguları altında) öznenin kışkırtılıp bu arzuların gerçekleştirilmesi ile de bireysel tatminin sağlanması söz konusudur. Tüketim nesnelere yüklenen imgesel anlamlarla tüketici baştan çıkarılmaktadır. Artık her şey baştan çıkarmadır, her şey baştan çıkarmadan ibarettir. Baştan çıkarılmak kendi hakikatinden saptırılmaktır. Baştan çıkarmak ise, ötekini kendi hakikatinden saptırmaktır. Daha çok tüketimde bulunarak, daha popüler olmanın vaat edildiği tüketim toplumunda, reklamlar tüketime özendirilmenin başlıca aracı olarak kullanılmakta ve düşsel bir toplum oluşturularak, izleyicinin bu noktada baştan çıkarılması hedeflenmektedir (Baudrillard, 2005a: 101; 2005b: 55-56; 2011b: 218; 2005d). Tüketim toplumunda nesneleştirilen ve baştan çıkarılan kitlelerin aşırı ve lüks tüketime yönlendirmeleri ve bunun gerçekleşmesi ile hazzı kavuşacakları vaadi, bireysel özgürlüğün ve iradenin de gerçekleşmesi olarak sunulmaktadır. Baudrillard (2006: 47), bireye zorla haz vermenin, onu boyunduruk altına almaktan daha kötü olduğuna dikkat çekmektedir. Tüketim toplumunda bireyler, arzulama buyruğunun gönüllü köleleridir. Kendisine tanınmış olan sınırsız özgürlükle irade tuzağa düşmüş ve kendine özgü bir karar alma gücü olduğu şeklinde bir yanılsamaya kapılmıştır (Baudrillard, 2012: 26).

Reklamlar aracılığıyla tüketicide, reklamı yapılan nesnelere tüketimi ile ilgili birtakım arzular oluşturulmakta ve kitleler böylece tüketmeye yönelik koşullandırılmaktadırlar. Hızlı ve fazla tüketebildikleri

¹⁹ Bir içecek reklamında vurgulanan “*imaj hiçbir şeydir, susuzluksa her şey*”, yaklaşımının aksine, gösteriş amaçlı tüketimde imaj artık her şeydir.

oranda tüketicilere haz vaat edilmekte ve tüketim nesnelere yüklenen imgesel anlamlarla tüketiciler baştan çıkarılmaktadırlar. Örneğin araba, tıraş köpüğü, dondurma ve daha pek çok ürünün reklamlarında, ürünün kendisinden öte cinsellik, öncekinden farklılık, popülerlik, çekicilik vs. ön plana çıkarılarak baştan çıkarma gerçekleştirilmektedir. Bu noktada göstergeler, ürünün kendisinden daha çok ön plandadır. Reklam bombardımanı ile baştan çıkarılan birey, reklamı yapılan ürüne sahip olduğunda, aynı zamanda ayartılmasına neden olan ürünün reklamındaki cinselliğe ve/yahut cinsel modele ya da prestije de sahip olacağı yanlış anlaşılmasına kapılmaktadır. Zira reklamlar aracılığıyla sadece ürünün kendisi pazarlanmamakta, reklamdaki gizli kodlar aracılığıyla imaj da pazarlanmakta ve reklamı yapılan ürüne sahip olduğunda bu imaja da sahip olacağı algısı oluşturacak şekilde tüketicinin bilinçaltına kodlar gönderilmektedir. Reklamda, kimsenin yüzüne bakmadığı ve ilgilenmediği kadın, kullandığı saç şampuanı sonrasında bütün erkeklerin ilgi odağı haline gelmekte, ekran karşısında bunu izleyen hemcinsine de “sen de böyle baştan çıkarmak istiyorsan bu şampuanı kullanman gerekir” mesajı verilmektedir. Oysa hakikatte baştan çıkarılan potansiyel tüketicinin kendisi olmakta ve kitleler bu yolla nesneleştirilmektedir.

Bugünkü kapitalizmde şirketler, sırf ürünlerin performansına dayalı olacak nesnel bir rekabeti engellemek için çabalamaktadırlar. Bundan dolayı, tüketicilerin sergilemek istedikleri arzulanabilir özellikler ile markalar arasında psikolojik bir ilişki meydana getirmeye yönelik olarak reklamcılığı kullanılmaktadır. Böyle bir ilişkinin en kolay yollarından biri de ünlülere marka tanıtımında yer verilmesidir (Miller, 2012: 111-112). Hızlı tüketime alıştırmış kitleler, derinlemesine düşünmeden giderek yoksun bir hale gelerek, gerçek kişilerden daha çok medya imajlarından etkilenmekte ve onlara tepki vermektedirler. Ünlülerin sahip oldukları çekicilik, karizmatiklik, zekilik gibi özelliklerle ürünün kendisi arasında bir ilişki varmış hissi veren birtakım sinyallerle, tüketiciler ayartılarak, reklamı yapılan ürünün tüketimine yönlendirilmekte ve böylece ünlülerin dünyasına katılmaya ya da ünlülerle ortak imaja sahip olmaya davet edilmektedirler.

Günümüzde lüks tüketime dayalı bir değişim çılgınlığı yaşanmaktadır. Özellikle teknolojik tüketim nesnelere bu durum daha bariz bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Tüketicinin bilinçaltını hedef alan reklamlardaki uyarıcılarla, tüketicilerde yapay birtakım ihtiyaçlar oluşturulmakta, böylece belirli tüketim nesnelere yönelmeleri sağlanmaktadır. Ayrıca belirli bir kategorideki tüketim nesnesine sahip olmak yetmemekte, onu yeni çıkan modelleriyle değiştirmek için de yapay ya da sahte birtakım ihtiyaçlar oluşturulmaktadır. Yeni çıkan modelin görünümü ve özelliklerinde küçük çaplı birtakım değişiklikler yapılırken, çalışıyor durumda olmasına rağmen eski model artık ihtiyacı karşılamıyormuş gibi bir algı oluşturularak, tüketici ayartılmaktadır. Tüketim nesnesinin piyasaya çıkan yeni modeline sahip olmak, yeni özelliklere kavuşmanın ötesinde tüketicinin statüsünü yenilemesi ya da yaşamında eskimiş olduğu düşünülen bir kısmı geride bırakıp, hayatına yeni bir soluk katması olarak sunulmaktadır.²⁰ Çeşitli ürünlerin henüz piyasaya sürülmeden önce ön siparişlerle tükenmesi ya da ürünün piyasada satışının yapılacağı ilk günde, satış başlamadan saatler öncesinde mağazaların önünde uzun kuyrukların oluşturulması bu bağlamda kayda değerdir. Ürünün piyasaya çıkmasından sonra ise gelecekteki yeni modeli ile ilgili yapılan haber, değerlendirme ve beklentiler üzerinden de bir sonraki tüketim için de tüketici önceden ayartılmaktadır. Bu haber ve değerlendirmelerde sonraki modelin nasıl olacağı hakkındaki anlatımın, yeni model ile ilgili gizemler etrafında olması, tüketicide ileride bu nesneye sahip olduğunda bu gizeme de sahip olacağı algısını oluşturmaktadır. Üstelik bu noktadaki tartışmaların büyük kısmının tüketicilerin bizzat kendileri tarafından sanal ortamda yürütülmesi de üzerinde ayrıca durulması gereken bir o kadar ilginç bir durumdur.

Tüketim toplumunun genel mantığı ve gösterişçi tüketim anlayışının yaygınlaşmasının etkisiyle, günümüzde birine değer verip vermeme hali, manevi anlamda önemseme ya da bağlılık göstermekten ziyade maddi çerçevede kişiyi nesnelere bağlamak üzerinden ölçülmektedir. Bu bağlamda geleneksel toplumlarla kıyaslandığında, kişilere özel yapılan kutlama sayılarında artış olması, insanlara geçmişten daha fazla önem verildiği neticesini doğurmamaktadır. Düğün, sünnet törenleri gibi kökeni geçmişe dayanan toplumsal olgularda, gerek törene ev sahipliği yapanlar gerekse de davetliler bağlamında gösterişçi harcama üzerinden, kendilerini özel kılmaya duygusu ve bu bağlamda bunu göstermeye çevirme olgusu giderek yaygınlaşmaktadır. Yine daha modern olgular olarak nitelendirilebilecek (evlilik yıldönümü, sevgililer günü, doğum günü gibi) birtakım özel gün kutlamalarının yaygınlaşması ve nesnelere cinsi, markası, pahası gibi durumlar üzerinden “özel gün”e verilen kıymetin ölçülmeye çalışılması gibi bir durum giderek yaygınlaşmaktadır. Bu tür bir algıya kapılan tüketiciler, tüketim üzerinden kendilerini özel kılmaya ve özel hissettirmeye çalışmaktadırlar. Bu çerçevede özel an kutlamasına bizzat şahit olan ya da olmayan insanların da bu ana ait kareleri görmelerini ve beğenilerini sağlamak arzusuyla, sosyal medya hesapları üzerinden bu

²⁰ Temelde iletişim sağlama aracı olmasına karşın (Apple iPhone ya da Samsung Galaxy ve Note serisi gibi) belirli telefon modelleriyle ilgili tüketim alışkanlığını buna örnek göstermek mümkündür.

tür anlara ait fotoğraf paylaşımının giderek yaygınlaşması da gösteriş amaçlı tüketimin önemli bir boyutudur.

Gösteriş amaçlı tüketimde, nesnelerin temel gereksinimlere ne oranda tekabül ettiklerinden öte gösterge değerleri önemlidir. Örneğin kentsel yaşam alanlarında, lüksün sembolü olarak görülen arazi araçlarının kullanımının yaygınlaşması bu çerçevede değerlendirilebilir. Günümüzde kullanıcıların tüketimine sunulan nesnelerin dayanıklılığından ya da işlevselliğinden öte, dijital tasarım inceliklerine dayalı estetik güzellik ya da görsellik özellikleri daha çok ön planda olmaktadır. Daha fazla tükettirebilmek açısından da nesnelerin dayanıklılığı ikinci plana itilmektedir. Gösterişçi tüketimin yaygınlaşmasıyla kitleler, temel gereksinimler ötesi tüketimde bulunabildikleri oranda kendilerini özel hissetmektedirler. Tekil bir nesnenin ortak kullanımından öte, daha çok nesnenin tekil bireylerin özel kullanımına sunulması ve bu yöndeki algının yaygınlaştırılması daha fazlasını tükettirme mantığının bir uzantısıdır. İlk çıktığı anlarda genelde ortak kullanım alanı olan salonda yer verilen televizyona, lüksün bir göstergesi olarak, mutfakta ya da yatak odasında da yer verilmesini ve bu türden tüketim alışkanlıklarının yaygınlaşmasını bu çerçevede değerlendirmek mümkündür.

Bu açıdan bakıldığında, artık üret(ebil)mekten öte, tükettir(ebil)mek öne çıkmaktadır. Üretimin oldukça hızlı gerçekleştirilebildiği bir ortamda sistemin varlığını sürdürmesi hızlı tüketim ile yakından ilişkilidir. Bu durumun önemini daha iyi idrak etmek için kapitalist sistemin geniş çaplı ilk krizi olan 1929'daki Dünya Ekonomik Krizi'ni hatırlamakta yarar var. Krizin yaşandığı dönemde özellikle sanayileşmiş Batılı ülkelerde borsalar çökmüş, pek çok işyeri iflas etmiş, 50 milyon civarında insan işsiz kalmış ve ticaretin hacminde de daralma meydana gelmişti. Baudrillard (1998: 132), ürettiğini tükettiremediği için sistemin 1929 yılında hapı yuttuğunu ve ciddi bir krizle karşı karşıya kaldığına dikkat çekmektedir.

Sonuç

Genelde postmodern dönemin önde gelen düşünürü olarak nitelendirilip, bu noktada sık sık referans gösterilen bir isim olsa da, sadece modern döneme değil, postmodern döneme ait çoğu yaklaşıma karşı mesafeli ve eleştirel bir tutum sergileyen Baudrillard, kendisini "entelektüel terörist" olarak nitelendirmiş ve yerleşik entelektüel düzene uymayı kabul etmeyip, onu tehdit eden bir düşünür olarak kendisini konumlandırmıştır. Modern ve postmodern teorilere hakim olması, sadece bu teorilere de bağlı kalmayarak, güncel hayattaki gelişmeleri iyi okuması ve bu gelişmeleri, geliştirdiği yaklaşımlara eklemleyebilme becerisi, Baudrillard'ın ileri teknolojinin egemen olduğu günümüz toplumları konusunda öncü bir teorisyen olmasını ve değişik alanlarda sözüne önem verilen etkili bir düşünür olmasını sağlamıştır.

Baudrillard, sürekli farklılık arayışında olan bir düşünür olmuştur. Beslendiği kaynakların farklılığı ve çeşitliliği de bu durumun göstergelerinden biridir. Tabi bu özellik, birbirinden değişik konularda farklı ve özgün tespitler ve analizler ortaya koyabilmesi bağlamında olumlu olarak nitelendirilebilecek neticelere yol açsa da bu konuda sergilemeye çalıştığı provakatif eğilim ve dağınıklık, bütünlüklü fikirler ortaya koyabilmesi bağlamında da genelde olumsuzluklara neden olmuştur.

Fikirsal üretiminin başlangıç yıllarında Marxist teoriyi yeniden canlandırma girişimleri içinde bulunan Baudrillard, özellikle 1970'li yıllardan itibaren yayınladığı çalışmalarda, Marxist yaklaşıma eleştirel yaklaşan bir entelektüel tutum geliştirmeye başlamıştır. Baudrillard, Marxist anlayışın; geleneksel ya da ilkel toplumları analiz etme noktasında yetersiz kaldığı gibi çağdaş toplumların da Marxist politik ekonomi anlayışına ait belirli bir birtakım kavramsallaştırmalar üzerinden analiz edilmesi noktasında da sorunlar yaşadığına ve geçerli ve derinlikli tahlillerde bulunabilme bağlamında yetersiz kaldığına dikkat çekmiştir. Artık üretim merkezli bir toplumdaki öte, yeniden üretimin ve tüketimin egemen olduğu bir toplumda yaşadığımızı savunan Baudrillard, Marxist anlayışın bu noktada yapılacak analizler için yetersizliğine dikkat çekmiştir.

Batı dışı toplumlarla ilgili çeşitli analizleri mevcut olsa da Baudrillard, kuramsal düzeyde yaptığı tahlillerinin genelde Batı dünyası ile sınırlı olduğuna sıklıkla vurgu yapmıştır. Bununla birlikte Baudrillard'ın tüketim eksenli değerlendirmelerini, gelinen noktada Batı dışı toplumlar üzerinden de ele almak mümkündür. Geçmiş dönemlerle kıyaslandığında sosyal refah devleti olgusundaki gelişme, satın alma gücü noktasındaki görece artışı, üretim yerine tüketimin daha çok ön plana çıkması ve kitle iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisiyle kitlelerin tüketim davranışlarının yönlendirilmeye daha açık hale gelmesi gibi etmenler temel gereksinimlerin ötesinde sahte ya da yapay gereksinimlerin de önünü açmıştır. Baudrillard bir yandan yaygın tüketim nesnelere ya da temel ihtiyaçlara yönelik tüketim potansiyeli dengelenerek, toplumda sahte bir eşitlik algısı oluşturulurken, öte yandan da toplumsal prestij ya da hiyerarşinin göstergesi olarak insanların lüks tüketime yönlendirildiklerine dikkat çekmektedir. Baudrillard, tüketim toplumunda insanların gerçek ihtiyaçları ile gerçekmiş gibi sunulan sahte ya da yapay ihtiyaçları arasındaki ayrımın belirsizleştiğine vurgu yapmıştır.

Tüketim toplumunda kitleler, lüks olarak nitelendirilecek tüketim mallarını satın alma ve bunları sergilemenin toplumsal prestij getirdiğine inandırılmış ve bu konuda baştan çıkartılmışlardır. Bu doğrultuda tüketim nesnelereyle kurulan ilişki, insanları da birer nesneye dönüştürmektedir. Gösteri amaçlı tüketimde, tüketim nesnesinin sağlamlılığı, dayanıklılığı, kullanım ya da fayda değerinden öte, görselliği ve bu bağlamda da gösterge değeri önemlidir. Baudrillard, tüketimin haz dışlanarak tanımlandığına vurgu yaparak, onun bireysel değil, doğrudan doğruya ve tümüyle kolektif bir işlev olduğuna dikkat çekmektedir.²¹ Elbette tüketim nesnelere ait göstergelerde toplumsal değer kodları gizlidir, ancak bu durum Baudrillard'ın ifade ettiği haliyle hedönist olgunun varlığını da ortadan kaldırmaz. Nihayetinde nesnelere, göstergelerindeki toplumsallıklar üzerinden tüketilirken, ereksel olarak bireysel tatmin dışlanmamaktadır. Simülatif bir evrende, reklamlar aracılığıyla ya da daha farklı şekilde birtakım subliminal mesajlar aracılığıyla nesnelere tüketiminden sağlanacak hazlar ya da bireyin bu noktadaki beklentileri yönlendirilse de bu durum değişmemektedir. Zira toplumsal bir işlev olarak nesnelere tüketimi gerçekleştiğinde, bireyin fizyolojik açıdan maddi gereksinimlerinin karşılanmasından öte, hedönist bir bağlamda duygusal tatminin ya da psikolojik açıdan tatminin daha çok ön planda olduğunu söylemek mümkündür.

Eskiden bir ürünün kullanım ve fayda değeri ön planda olup, belirli birtakım ihtiyaçları karşılamaya yönelik işlevsel bir rolünün olması dolayısıyla bir ürünün yerine yenisinin ikame edilmesi, mevcutun ciddi anlamda deforme olması ya da artık kullanıl(a)maz hale gelmesiyle söz konusu oluyordu. Ancak günümüzde metanın gösterge değeri daha çok ön plandadır ve ürün kullanılabilir durumda olsa dahi modasını yitirdiğinde yerine yenisinin ikame edilmesi söz konusudur. Zira tüketim toplumuna yön veren temel olgulardan biri olarak moda, geleneksel olandan ya da artık geçmişte kalandan sıyrılmayı, gerçekleşen değişimi ve anı yakalamayı ifade etmektedir. Teknolojinin aşırı gelişmesiyle birlikte giyimin, elektronik olan ve olmayan ev eşyalarının, (saat, telefon, tablet gibi) kişisel eşyaların, müziğin ve daha pek çok şeyin endüstriyel ürün haline geldiği bir ortamda moda, yeniden üretim ve tüketim çarkının devam etmesi için hayati bir işlev görmektedir. Gösteriş amaçlı tüketimde ürünün imaj yönü ya da simgesel yönü ön plandadır ve statüsel bir gösterge olarak ya da toplumsal prestij açısından modanın yakalanması da bu anlamda önemlidir.

KAYNAKÇA

- ADANIR, Oğuz (1999). "Baudrillard Postmodern Bir Düşünür Değildir", *Doğu Batı*, S. 9, ss. 117-121.
- ADANIR, Oğuz (2004). *Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleşiler*, 2. basım, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- ALTHUSSER, Louis (2014). *On The Reproduction of Capitalism: Ideology and Ideological State Apparatuses*, çev. G. M. Goshgarian, London: Verso.
- BAUDRILLARD, Jean (1996). *Cool Memories II: 1987-1990*, çev. Chris Turner, Durham: Duke University Press.
- BAUDRILLARD, Jean (1998). *Üretimin Aynası ya da Tarihi Materyalist Eleştiri Yanılsaması*, çev. Oğuz Adanır, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (1999). *Siyah 'An'lar I-II: 1980-1990*, çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2001). *The Uncollected Baudrillard*, ed. Gary Genosko, London: Sage Publications.
- BAUDRILLARD, Jean (2002a). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2002b). *Cool Anılar III-IV (1990-2000)*, çev. Yaşar Avunç, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2004). *Fragments: Conversations with François L'Yvonne*, çev. Chris Turner, London: Routledge.
- BAUDRILLARD, Jean (2005a). *Baştan Çıkarma Üzerine*, çev. Ayşegül Sönmezay, 2. baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2005b). *İmkânsız Takas*, çev. Ayşegül Sönmezay, 2. basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2005c). *Simülakrlar ve Simülasyon*, çev.: Oğuz Adanır, 3. baskı, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2005d). *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, çev.: Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2006). *Cool Anılar V (2000-2004)*, çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2009). *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, çev. Oğuz Adanır ve Ali Bilgin, 2. baskı, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- BAUDRILLARD, Jean (2010a). *Sanat Komplosu: Yeni Sanat Düzeni ve Çağdaş Estetik 1*, çev. Elçin Gen, İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- BAUDRILLARD, Jean (2010b). *Tüketim Toplumu: Söylenceleri/Yapıları*, çev. Hazal Deliçaylı ve Ferda Keskin, 4. basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2011a). *Çaresiz Stratejiler*, çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- BAUDRILLARD, Jean (2011b). *Nesneler Sistemi*, çev. Oğuz Adanır, Aslı Karamollaoğlu, 2. baskı, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- BAUDRILLARD, Jean (2012). *Kusursuz Cinayet*, çev. Necmettin Sevil, 3. basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2013). *Foucault'yu Unutmak*, çev. Oğuz Adanır, Ankara: Dogu Batı Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean ve Jean Nouvel (2010). *Tekil Nesnelere: Mimarlık ve Felsefe*, çev. Aziz Ufuk Kılıç, İstanbul: Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları.
- BEST, Steven ve Douglas Kellner (1991). *Postmodern Theory: Critical Interrogations*, New York: The Guilford Press.
- BOURDIEU, Pierre ve J. C. Passeron (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*, çev. Richard Nice, London: Sage Publications.
- CALLINICOS, Alex (1989). *Against Postmodernism: A Marxist Critique*, Cambridge: Polity Press.
- COULTER, Gerry (2010). "Jean Baudrillard and Cinema: The Problems of Technology, Realism and History", *Film-Philosophy*, cilt: 14, sayı: 2, s. 6-20.
- DEBORD, Guy (2006). *The Society of Spectacle*, çev. Donald Nicholson-Smith, 9. baskı, New York: Zone Books.

²¹ Bu konuda bkz. Baudrillard (2016b: 86-87).

- GANE, Mike (1991). *Baudrillard's Bestiary: Baudrillard and Culture*, London: Routledge.
- GANE, Mike (1993). *Baudrillard Live: Selected Interviews*, Mike Gene (ed.), London: Routledge.
- GANE, Mike (2003). *French Social Theory*, London: Sage Publications.
- KELLNER, Douglas (1989). *Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond*, Stanford: Stanford University Press.
- KELLNER, Douglas (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*, London: Routledge.
- KELLNER, Douglas (2011). "Baudrillard, Jean (1929-2007)", George Ritzer ve J. Michael Ryan (ed.), *The Concise Encyclopedia of Sociology*, London: Wiley-Blackwell, ss. 25-26.
- KROKER, Arthur ve Charles Levin (1984). "Baudrillard's Challenge", *Canadian Journal of Political and Social Theory*, cilt: 8, S. 1-2, ss. 5-16.
- LOTRINGER, Sylvère (2007a). "Forget Baudrillard", çev. Phil Beitchman, Lee Hildreth ve Mark Polizzotti (cev), Jean Baudrillard, *Forget Foucault* kitabı içinde, Los Angeles: Semiotext(e), ss. 68-125.
- LOTRINGER, Sylvère (2007b). "Exterminating Angel: Introduction to Forget Foucault", Phil Beitchman, Lee Hildreth ve Mark Polizzotti (cev.), Jean Baudrillard, *Forget Foucault* kitabı içinde, Los Angeles: Semiotext(e), ss. 7-25.
- MARX, Karl (1982). *Capital: A Critique of Political Economy - Volume I*, çev. Ben Fowkes, London: Penguin Books.
- MILLER, Geoffrey (2012). *Tüketimin Evrimi: Cinsiyet, Statü ve Tüketim*, çev. Gülçün Vardar, İstanbul: Alfa Yayınları.
- NORRIS, Christopher (1992). *Uncritical Theory: Postmodernism, Intellectuals and the Gulf War*, Amherst: University of Massachusetts Press.
- PAWLET, William (2007). *Jean Baudrillard: Against Banality*, Oxon: Routledge.
- PLANT, Sadie (2000). *The Most Radical Gesture: The Situationist International in a Postmodern Age*, London: Routledge.
- RITZER, George (1997). *Postmodern Social Theory*, New York: The McGraw-Hill.
- SMITH, Richard G. (2010). "Introduction: The Words of Jean Baudrillard", *The Baudrillard Dictionary*, Richard G. Smith (ed.), Edinburgh: Edinburgh University Press.
- VEBLEN, Thornstein (2007). *The Theory of the Leisure Class*, yay. haz. Martha Banta, New York: Oxford University Press.