



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi
The Journal of International Social Research
Cilt: 10 Sayı: 52 Volume: 10 Issue: 52
Ekim 2017 October 2017
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1927>

ARKAİK BİR TÖRENİN POSTMODERN İZDÜŞÜMLERİ: POTLAÇ GELENEĞİNDEN TÜKETİM KÜLTÜRÜNE*

POSTMODERN PROJECTIONS OF AN ARCHAIC RITUAL: FROM POTLACH TRADITION TO CONSUMPTION CULTURE

Harun GEÇER**
Saffet KARTOPU***

Öz

Modern toplumu daha iyi inşa etme ve bunu sürdürme saikiyle hareket eden Sosyoloji, toplumsal yapının ilk oluşumlarına kadar uzanarak amacını gerçekleştirebileceğini düşündüğü için ilk dönem sosyologlarından günümüze kadar, toplumsal olguları açıklamada en önemli kaynaklardan birisi de antropolojik veriler olmuştur. Belli bir toplumun gelenek ve görenekleri içinde doğan insanın, 'Ben'ini içinde yaşadığı toplumun kalıplarıyla inşa ettiği hesaba katıldığında postmodern dönemde tüketim kültürü, bu inşa sürecinde önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz insanı postmodern dönemin akışkanlığı içinde, kendine toplumsal bir statü elde etmek için tüketimi hayatının temel bir unsuru olarak konumlandırmaktadır. Esasında karşılıksız verme, toplumun devamı için kendini feda etme, hediyeleşme, belli merasimlerde davetlilere ikramda bulunma, düğünlerde para saçma gibi 'Ben'in 'Biz'de kayb olduğu göreneklerin izi arkaik toplumlardaki potlaç geleneğine kadar sürülebilir. İrrasyonel davranış kalıplarıyla da beslenen bu durum, içinde yaşadığımız toplumda çeşitli şekillere bürünerek varlığını sürdürmektedir. Bu çalışmada da arkaik toplumlardan günümüze potlaç geleneğinin izleri takip edilerek günümüz postmodern tüketim kalıplarıyla benzeyen yönleri vurgulanmıştır. Potlacin Türk toplumundaki ilk örneklerine kısaca değinilerek günümüzdeki uygulamalarla karşılaştırılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Potlaç, Tüketim Kültürü, Postmodern Dönem.

Abstract

One of the most important sources for describing social events from the early period sociologists to the day-to-day was anthropological data because sociology, which acted with the aim of building and maintaining modern society better, thought that it could reach its goal by reaching its original formations of social structure. When a person born in a certain society's traditions and customs joins the 'Ben' built by the mold of the society inhabited, the consumption culture in the postmodern era emerges as an important element in this construction process. In today's postmodern era, contemporary man has positioned consumption as an essential element of his life in order to obtain a social status. The traces of customs lost in 'myself' 'ourself' such as unrequited giving, self-sacrifice for the continuity of the society, giving gifts, catering to invitations at certain ceremonies, and money at weddings can be traced to the tradition of potlach in archaic societies. This condition, which is also fed by irrational behavior patterns, continues to exist in various forms in society we live in. Based on this context, in our communiqué, traces of daily tradition of potlach tradition were followed from archaic societies, examples of potlach were mentioned in Turkish society, modern looting and potlach were mentioned, and the focus was on postmodern potlach onsumption and potlach relation.

Keywords: Potlach, Consumption Culture, Postmodern Period.

1. Giriş

İlk dönemden bu yana birçok bilim gibi sosyoloji de insanlar tarafından oluşturulan sosyo-kültürel unsurları incelerken, günümüz toplumsal yapılarını anlamada "ilkel dönemin" verilerini etkili bir şekilde kullanmıştır. Araştırmacıların bu döneme olan ilgileri tesadüfi değildir. Onlar bu dönemi araştırarak, toplumsal yapıların temel kanunlarını bulmayı amaçlamıştır. Böylece ilk dönemden itibaren toplumun evrimsel gelişimi ortaya konacak ve bir 'düzen' toplumu inşa edilebilecekti. Bu evrimci bakış açısı, özellikle ilk dönemlerde, bu toplumlara karşı araştırmacıların bazı ön kabullerle hareket etmelerine sebep olmuştur. Araştırmacılar tarafından bu toplumların 'ilkel', 'yabanıl' şeklinde kavramsallaştırılması bunu açık bir şekilde ortaya koymaktadır. İkel toplumlar bundan dolayı irrasyonel, mistik, insanlığın ilk şekilleri olarak görülmüşlerdir. Ancak sonradan ortaya konulduğu gibi ilkelin hayatını kuşatan tüm edimler belli bir amaçla kuşatılmıştır. Onun hayatında, bizim için irrasyonel görülen birçok ritüel, ilkel insan için hayata tutunmanın yegane kaynağı olabilmektedir. Bundan dolayı, genel kanıya dönüşen 'ilkel insanı mistik bir

* Bu makale, 18-20 Mayıs 2017 tarihleri arasında Alanya'da düzenlenen, II. Sosyal Bilimler Sempozyumunda sunulan aynı başlıklı tebliğin genişletilmiş halidir.

** Arş. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Din Sosyolojisi, El-mek: gecerharun@gmail.com

*** Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Din Psikolojisi, El-mek: Saffet333@Yahoo.com.



hayatın kuşattığı anlayışı' eksik bir tanımlamaya dayanmaktadır. Malinowski (2013: 5), yabancı insanların kendi yapıları içindeki yasalara uyma davranışını, onların mistik ya da irrasyonel bazı kalıp yargılarla davrandığı şeklindeki açıklamanın yanlış olacağını ifade etmiştir. İlk araştırmacılar yabancıları, genellikle, geleneklerinin buyruklarına "kölece", "farkında olmaksızın", "kendiliğinden", kamuoyuna, ya da doğüstü cezalara karşı besledikleri korkuyla karışık bir "zihinsel atalet" içinde, ya da "küme içgüdüleri değilse de, yerleşik küme duygusu" ile boyun eğdiklerini düşünmüşlerdir. Ancak İlkel insanın yasalara "Son derece karmaşık ruhbilimsel ve toplumsal nedenlerle" uyduğu anlaşılmıştır (Malinowski, 2003: 6). Bu anlamda, ilkel insanın davranışlarının mitsel unsurlarla kuşatıldığı ve toplumsal düzenin bu unsurlarla belirlendiği anlayışındaki yanlışlar kendini mitolojik unsurların açıklanmasında da göstermektedir. 'İlkel' kavramının içinde barındırdığı evrimci bakış açısı, mitle ilgili tasvirlerde devam etmektedir. Ancak, ilkel insanın yaşamındaki mitolojik unsurlar rastgele ortaya çıkmış fanteziler şeklinde değerlendirilmemelidir. İlkel insanın yaşamında mitin hayati bir önemi vardır, ancak bu dışarıdan görüldüğü gibi tamamen irrasyonel eylemlerle şekillenmez. "Mit, vahşi bir topluluk içinde var olduğu biçimiyle, yani ilkel biçimiyle yalnızca anlatılacak bir öykü değil, aynı zamanda bir gerçekliktir." Mit bu anlamıyla, kendini var ettiği gerçekliğin içinde düşünüldüğünde, simgeye dayalı bir ürün gibi değil, üzerine dayandığı konunun doğrudan bir anlatımına dönüşmektedir. Mitin amacı, bilimsel bakış açısını tatmin etmek olmamıştır. Mit, toplumun ilgi ve ihtiyaçlarına dayalı, üstelik, pratik ihtiyaçlara yardım eden, dini ihtiyaçları ve ahlaki gereksinimleri derinlemesine doyurmaya dönük kadim bir gerçekliğin tekrar bir anlatıya dönüşmesinden ibaret olmuştur. İlkel insanın yaşamında mit, vazgeçilmez işlevleri yerine getirdiği söylenebilir. Mit, bu toplumsal yapılar içinde, inançların sağlanmasında, onların tanzim edilmesinde ve bir anlatıya dönüştürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Mit aynı zamanda ahlaki olanı korumakta ve ona ayrıcalık vermektedir. Ayinleri düzenleyerek insan davranışları için pratik faydalar sağlamaktadır. Bundan dolayı mit, insan uygarlığı için, hayati bir katkı maddesi işlevi görmektedir (Malinowski, 1998: 103-104). Dışarıdan bakıldığında bir grup ilkelin icra ettiği dans etkinliği, modern insanın zihnine bir eğlence olarak yansiyabilir ancak, ilkel için bu dans kötü ruhların kovulduğu bir ayin işlevi görmektedir. Kurban, Tanrıların gazabını uzaklaştırma, bolluğa ve esenliğe ulaşmanın olmazsa olmaz şartlarını yerine getirmede önemli bir ritüeldir. İlkel insan sürekli tetikte olmak zorundadır, çünkü doğayla mücadelesinde eğlenceye ayrılacak bir anı yoktur. İçinde yaşadıkları katı hayat şartları altında bir lahza kural dışına çıkmanın bedelini yüksek ihtimal hayatlarıyla ödeyebilirler. Peki moderniteyle birçok konuda temel paradigmalarını değiştiren toplumlar, yeni toplumsal kodlarını oluştururken, ilk insandan bu yana var olan tecrübeyi bir kenara atabilirler mi? İçinde bulunduğumuz postmodern dönemin tüketimle özdeşleşen ve neredeyse potlaç¹ta olduğu gibi kendini bir ayin derecesinde toplumun içinde hissettiren savurganlık, günümüz insanının irrasyonel gibi görülen tüketim alışkanlıklarını açıklamada hala ilkel insanın toplumsal yaşantısının önemini koruduğunu bize göstermektedir. Bu çalışmada da arkaik toplumlardan günümüze potlaç geleneğinin izleri takip edilerek günümüz postmodern tüketim kalıplarıyla benzeyen yönleri vurgulanmıştır.

Tüketim insanlıkla var olan bir gerçeklik olarak görülebilir. Hayatlarını devam ettirebilmek için insanlar biyolojik ihtiyaçlarını karşılamak zorundadır. Ancak tarihsel süreç içinde insanlar, neredeyse ilkel insandan bu yana, biyolojik ihtiyaçlarını aşan bir tüketme arzusu içinde olmuşlardır. Özellikle modern zamanla birlikte üretim ve tüketim çok farklı bir boyut kazanmıştır. Bundan dolayı, Batı tarzı kapitalizmde yirminci yüzyılın sonlarında ortaya çıkan bir çeşit tüketim olgusuna sadece yararlılık bakımından ve ekonomik bir süreç olarak bakılamaz. Bu tüketim tarzını, içinde gösterge ve sembolleri de barındıran sosyal ve kültürel bir süreç olarak görmek mümkündür. Bu yaklaşımın sürecin ekonomik yönünü göz ardı ettiği söylenemez. Ama insanlar, modern tüketim kalıplarıyla alakalı sosyal ve kültürel unsurlardan bir kez etkilendiklerinde, çeşitli platformlarda kendilerine sunulan malları ekonomik yeterlilikleri olmasa bile, o mallara sahip olmayı isteyebilir ve aynı zamanda istemektedirler. Bundan dolayı tüketimin sadece ihtiyaçlara göre değil, ama daha fazla yükselen bir şekilde, "arzulara dayanan bir olgu olduğu görülecektir" (Bocock, 1997: 13). İnsanların tüketme arzuları postmodern dönemle birlikte "tüketimle var olma" anlayışına

¹ TDK potlaç kavramını, Kuzey Amerika'da yaşayan yerli başkanların ya da zengin kimselerin doğum, erginleme töreni, ölüm, totem direği dikme vb. önemli olaylar sırasında düzenlenen törenlerde ellerindeki malları ve değerli nesnelere başkalarına bağışlaması ve yok etmesi işlemi ve bununla ilgili tören olarak açıklamaktadır (TDK, 2017). Çabuklu (2000: 46) potlaç: "Armağanı kabul edenin daha sonra bir karşılık vermesini gerektiriyorsa da trampadan farklı. Potlaçta eşitlerin değişimi ya da pazarlık yok. Tersine potlaç ölçülebilirliği, eşitlenebilirliği ortadan kaldıran bir cömertlik taşkınlığı, bir kaybetme ve kaybettirme yarışı, bir mülksüzleşme rekabeti" olarak açıklamaktadır. Eliade (1994: 46) potlaç uygulaması için: "Garip ayinsel ticaret sistemi - potlaç- mitsel zamanlarda atalar tarafından başlatılan bir uygulamanın tekrarıdır ibarettir." diye bahsetmiştir. Çünkü Eliade'ya göre (1994: 46): "Bir nesne ya da bir eylem, ancak bir arketipi taklit veya tekrar ettiği ölçüde gerçek olur. Demek ki, gerçeklik yalnızca tekrürü veya katılma yoluyla kazanılmaktadır; örnek modeli olmayan her şey "anlamsız", yani, gerçeklikten yoksundur."



doğru evrilmiştir. Bu anlamda tüketim toplumsal yapıların en önemli belirleyicisi olmuştur. Tüketimin bu yönü ilk kabilelerden günümüze toplumsal yapıların şekillenişini açıklamada önemli bir veri olmuştur. 20. yüzyılın büyük antropologlarının birçoğu, alışverişin toplumsal yaşamdaki işlevi ile ilgilenmişlerdir. Malinowski (1884-1942) Melanesian adalarında Trobriand adaları arasındaki karşılıklı alışverişini bizzat gözlemlemiş ve alışverişin toplumsal birliğin temeli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kurumsal hâle gelen hediye kültürünün en güzel örneği olarak 'kula halkası' verilebilir. Bir ada topluluğunun erkeleri hiç aksatmadan kayıklarla giderek, orada yaşayan kişilerle buluşup deniz kabuklarından oluşan kolye ve bilezik alıp verdikleri görülmüştür. Bu bilezik ve kolyelerin maddi anlamda bir kullanım değeri bulunmamaktadır. Bu hediyeler diğer alışverişe kadar saklanmakta ve kula halkası boyunca gidip gelmektedir. Antropologlara ve alışveriş kuramcısına göre, bu gibi alışverişlerin en önemli tarafı, alışveriş üzerinden bir zorunluluk oluşturarak toplumsal birliği ve bütünlüğü sağlamaktır (Wallace & Wolf, 2004: 349-350). Bu günlük yaşam içinde, ziyaretimize gelen bir kişiyle dostluğu artırmak için ısmarlanan bir fincan kahvede veya evine ilk defa gidilen kişiye alınan bir hediye ortaya çıkabilir. Davranışçı sosyologlar tarafından ilkel insanın bu irrasyonel gibi görülen ayinsel törenleri ve ortaya çıkan toplumsal sonuçları araştırılmıştır. İkel insanın alışveriş tarzı üzerinden genellemelerle alışveriş², ağ ve rasyonel seçim³ kuramları geliştirilmiştir. Alışveriş, ağ ve rasyonel seçim kuramları, birbiri ile ilişkili üç kuram olarak zikredilebilir. Bu kuramlar, genel olarak, pozitivist bir yönelimi paylaşmaktadırlar. Bu anlamıyla rasyonel seçim kuramı insan davranışlarına odaklanırken diğer ikisi toplumsal davranışlara odaklanmışlardır. "İçinde davranışın var olduğu toplumsal veya fiziksel çevre, davranış tarafından etkilenir ve kendisi de çeşitli biçimlerde ona "karşılık" verir." Verilen bu tepki daha sonra ortaya çıkacak olan davranışın şeklini belirlemektedir. Şayet verilen tepki ödüllendirici ise davranışın devam edeceğini öngörebiliriz, ancak karşılık cezalandırıcı ise davranışın ortaya çıkma olasılığı düşecektir. Bu anlamda davranışçı sosyolog, çevresel tepkilerin veya sonuçların tarihi ile şu anki davranışın doğası arasındaki ilişkiyle ilgilenir. Geçmişte davranışın sonucunun ne olduğuna bakarak şu an nasıl davranacağını tahmin edebiliriz (Ritzer, 2011: 276-277). Bilimsel kuramlar sosyal bir olguyu her yönüyle açıklamak için kullanışlı olmayabilir. Ancak, postmodern dönemin hedonik tüketim anlayışı göz önüne alındığında, potlaç temele alınarak oluşturulan bu kuramlar, çalışmanın temel verileri olarak kullanılabilir. Çalışma da yöntem olarak, alışveriş, ağ ve rasyonel seçim kuramlarının temel varsayımlarından hareket edilmiştir.

Modern toplum zenginliği, elit bir harcama ile yoksun olanların ulaşamayacağı malların tüketimi üzerinden temellendirmekteydi. Sanatı ifade eden her şey, mücevherat, lüks tatil imkânları bu ayrışmanın açık olduğu unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal mevkiinin ölçütü servet sahibi olmaktan geçmektedir. Bu servetin sadece temel ihtiyaçlara harcanması, toplumsal statü açısından, yeterli bir öge değildir. Servetin üretken olmayan toplumsal harcamalara, örneğin bayramlar, gösteriler ve oyunlar, kısmen feda edilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. İnsanın belli bir grup insan tarafından sömürülmenin henüz filizlenme döneminde olduğu ilkel toplumlarda toplam servetin zengin insanlarda birikme nedeni yalnızca toplumsal koruma ve gözetim sağlıyor olmaları ya da yönetim hizmetinde bulunmaları değil, topluluğun gösterişli harcamalarının masraflarını da onların karşılıyor olmalarıdır (Bataille, 2010: 29). Postmodern dönemle birlikte tüketim belki de toplumsal statünün tek unsuru olmuş gibidir. Ancak artık servetin üretken olmayan unsurlara harcanması yerine, harcamanın amaç haline gelmesinden söz edebilir. Modern sonrası

²Alışveriş kuramının kurucularından Blau, toplumsal etkileşimin öncelikli olarak toplumsal gruplar içinde olabileceğini belirtmiştir. İnsanlar, bir grubun etki alanına, o gruptaki ilişkilerin başka gruplardakinden daha çok ödül getirdiğini düşündükleri zaman girerler. Çekim alanına girilen grupça kabul olunmak isterler. Kabul edilmek için grup üyelerine ödüller vermek mecburiyetindedirler. Bu, yeni insanlarla ilişkiye geçmenin ödüllendirici olacağını gösterecek enstrümanlara ihtiyaçları vardır. "Yeni gelenlerin grup üyelerini etkileme çabaları genel olarak grup kaynaşmasına yol açar ancak rekabet ve en nihayetinde toplumsal farklılaşma, ödüllendirme yetenekleri olan çok sayıda insan, etkin olarak birbirini etkilemeye çabaladığında meydana gelir." Buradaki çelişki şuradadır; etkileme kapasiteleri olana grup üyeleri, etkileyici arkadaşları olabileceği halde, onların etkileyici özellikleri, öteki grup üyelerinde bağımlılık korkuları da ortaya çıkarabilir ve onların cazibelerini gönülsüzce kabullenmelerine sebep olabilir. Grup oluşumunun ilk aşamalarında grup üyeleri arasında toplumsal kabul görme rekabeti, aslında potansiyel grup liderleri için bir tarama testi işlevi görmektedir. Ödüllendirme potansiyelinin en yüksek olduğu kimse aynı zamanda olası liderdir. Daha az ödüllendirme potansiyeline sahip olanlar, olası liderlerin sağladığı ödülleri almaya devam etmek isterler ve bu, çoğunlukla onlara bağımlı olmalarıyla ilgili konularını fazlasıyla telafi eder. En sonunda, daha çok ödüllendirme yeteneği olan bireyler, liderler olarak ortaya çıkarlar ve grup farklılaşır (Ritzer, 2011: 288, bkz. Wallace & Wolf, 2015: 402-489).

³Rasyonel seçim kuramı merkeze aktörleri yerleştirir. Eyleyenler, maksatlı veya bir niyete sahip olarak görülür. "Yani eyleyenler, eylemlerinin yöneldiği sonuçlara veya amaçlara sahiptir. Eyleyenler tercihler (veya değerler, yararlar) sahip olarak da görülür. Rasyonel seçim kuramı, bu tercihlerin veya onların kaynaklarının neler olduklarıyla ilgilenmez. Eylemin, amaçları elde etmek için gerçekleştirilmesinin, eyleyenin tercih hiyerarşisi ile uyumlu olması önemli bir durumdur. rasyonel seçim kuramı, eyleyenlerin amaçları veya niyetleri ile başladığı halde eylem üzerindeki en az iki temel kısıtlamayı hesaba katması gerekir. Birincisi, kaynakların azlığıdır. Eyleyenlerin, farklı kaynaklarının olmasının yanı sıra başka kaynaklara farklı erişimleri vardır. Kaynağı çok olanlar için amaçlara ulaşmak görece kolay olabilir. Bununla birlikte, eğer varsa az kaynağı olanlar için amaçların elde edilmesi ya zordur ya da olanaksızdır" (Ritzer, 2011: 277, bkz. Wallace & Wolf, 2015: 402-489).



dönem, popüler kültürün etkinliğiyle, modern dönem elit harcama kalemlerini flulaştırmıştır. Ayrıcalık üreten mallar ve ürünler sıradanlaştırılarak popüler tüketimin nesnesi haline getirilmiştir.

Çalışmada postmodern tüketimle ilişkisi kurulan potlaç konusuna araştırmacıların ilgisi, 19. yüzyıldan bu güne bilimsel düşünceyi derinden etkileyen pozitivist felsefeden ve evrimci düşünceden ayrı düşünülmemelidir. Aydınlanmacı felsefenin, ilerlemeci toplum anlayışına uygun olarak birçok araştırmacı, toplumsal yapının köklerini araştırmak için ilkel kabileleri incelediği bilinmektedir. Bu incelemelerden elde edilen veriler özellikle sosyolojide etkin bir şekilde kullanılmış ve halen kullanılmaktadır. Literatür olarak, Mauss'un (1990) "The Gift : The Form And Reason For Exchange in Archaic Societies" adlı eseri potlaç açısından öncü bir çalışma olarak kabul edilmiştir. Mauss (2011) aynı zamanda Sosyoloji ve Antropolji adlı eserinde potlaç konusunu çeşitli yönleriyle açıklamıştır. Malinowski (2013), Crime and Custom in Savage Society ve (1999) İlkel Toplum adlı eserlerini, uzun süre potlaç uygulamalarını gözlemleyerek kaleme almıştır. Douglas (199), Keating (2000), Kıray (2005) gibi araştırmacılar ise potlacı, tüketim toplumu bağlamında ele alarak işlemişleridir.

2. Arkaik Topumlardan Günümüze Potlaç Geleneği

Hediyeleşme ve kurban, en ilkel toplumlardan günümüz modern toplumlarına kadar varlığını devam ettirebilmiş iki kavramdır. Tüketimin bir araç olmaktan çıkıp amaca dönüştüğü günümüz modern sonrası dönem içinde rasyonel anlamda kurban ve armağan ekonomisi, karşılığını almak üzere vermek ilkesinden yola çıkarak, varlığını hala devam ettirmektedir. Marcel Mauss (2005), çalışmasında Avustralya ve Kuzey Amerika'daki kabileleri inceleyerek modern ekonomik sisteme benzemeyen bir sistemden bahsetmektedir. Potlaç diye isimlendirdiği bu sistemde, rekabet ve çatışma içinde tüketmek ve yok etmek temel esas olmuştur. Bu sistem, protestan ahlaki kaynaklı biriktirmeye ve tasarrufa dayanan modern ekonomiden daha çok tüketmek ve harcamaya dayalı postmodern ekonomiye benzemektedir. Mauss'a göre değiş tokuş edilen şeyler sadece ekonomik kıymeti olan mallardan ibaret değildi. Klanlar, evlilikler, kabul törenleri gibi birçok veri bu karmaşık yapının belli boyutlarını oluşturmaktadır (Mauss, 2011: 211-212). Üretilen, dağıtılan mallar sadece belli bir amacı gerçekleştirmeye matuf değildir. Mallar ilkel bir kabile için yiyecek ve giyecek sağlamaktadır. Ancak malların bundan başka işlevleri de bulunmaktadır. Mallar toplumsal ilişkileri oluşturur ve onların devamını sağlama işlevini yerine getirir (Douglas & Isherwood, 1999: 75). Törenselleşmiş değiş tokuşun olduğu ilkel toplumlarda bir klan-kabile arası ilişkiler, şefler arası ilişkiler ve insanlarla tanrılar arası ilişkiler vardır. Ya da paganlarda bu ilişki biçimi kendi aralarında. Potlacın dolaşıma sokulması aynı zamanda toplumsal bir ilişki biçimini doğurmaktadır. Toplumsal ilişkiler ise âdetlerden, batıl inançlardan ve dinden geçmektedir. Bu toplumlarda ödevler vardır ve bu ödevlerin karşı yükümlülükleri birbirini tekrar eden yükümlülükler şeklinde bir sürece dönüşmüştür. Örneğin, şefler iyi avlanmak zorunda ki ailesi akşama iyi yemek yiyebilsin. Bütün bir sistem armağan üzerinden kurulmuştur: Armağan almak ve armağan vermek. Armağan bir mübadele biçimi olarak karşımıza çıkar. Armağan olan nesne bir kolye olabilir ya da avlanan bir hayvan... O nesne de kendi içinde tinselliği, ruhaniliği barındırmaktadır (Akay, 2016: 43). Tüm bu edimler toplum içinde bir yer edinme olarak okunabilir. Bir başka ifade ile, tüketimin toplumsal yönü irdelendiğinde, bunun insanlar arasındaki ilişkileri düzenleme işlevini özellikle statü ve prestij endeksi, göstergesi haline geldiği görülebilir (Kıray, 2005: 14).

Mauss, 1917 yılında yayımlanan bir coğrafya dergisinde potlacın 'beslemek ve tüketmek' olduğunu ifade etmektedir. Potlacın gerçekleşmesi için karşı kabilede olanlar beslenmeli ve geriye hiçbir şey kalmamalıdır. Modern dünyanın Weberci anlamıyla geriye bırakmanın ve tasarrufun olmadığı bir sistem karşımıza çıkmaktadır. Tasarruf yerine sonuna kadar harcamanın olduğu bir toplumsal yapının varlığı görülebilir. Bu toplumlarda tüketmek esastır. Bundan dolayı Fransızca'da iki kelime aynı zamanda iki farklı anlama sahip olmuştur: Consomer ve Consumer. "Yani hem tüketim toplumunun tüketmesi anlamındaki tüketmek hem de bitirmek, mahvetmek yani yıkmak" anlamlarında kullanılmaktadır. Potlaç bu yönüyle hem besleyen hem de yok edip yıkan bir sistemdir denilebilir (Akay, 2016: 4-46). İlkel insanın yaşamında potlaç rastgele bir sistemler silsilesi değildir. Bu uygulama içinde çeşitli unsurları barındırmaktadır. Örneğin, Samoa'daki uygulamada potlacı oluşturan iki ana öğeden bahsedilebilir. Birincisi, zenginliğin verdiği onur, saygınlık ve 'mana' unsuru; ikincisi bu 'mana'yı, yetkiyi, tilsimi ve otoriteyi oluşturan bu zenginlik kaynağını kaybetme korkusuyla hediye verme zorunluluğu şeklinde sıralanabilir (Mauss, 2011: 213). Potlaçta en çok göze çarpan uygulamalardan biri karşılık vermenin zorunluluğudur. Bunun nedeni, "Alınan, değiş-tokuş edilen hediye kişiyi zorunlu tutan şey, alınan şeyin devinimsiz ve atıl olmamasıdır" (Mauss, 2011: 218). Verilen hediye, verildikten sonra bile verenindir. Eğer hediye tekrar verilmezse alan kişinin başına çeşitli belalar gelebilir hatta kişiyi ölüme sürükleyebilir. Van Ossenbruggen bizzat gözlem yaparak potlaç kurumunun çeşitli özelliklerini açıklamıştır. "İnsanlara ve Tanrılara sunulan bağış ve hediyelerin amacı birbirleri arasında bağışı sağlamaktır." Bu hediyelerin kötü ruhları kovduğuna ve onların kötü



etkilerine karşı insanları koruduğuna inanılmaktadır. "Zira bir insanın bedduası kıskanç ruhların içinize girmesine, sizi öldürmesine izin verir ve aynı zamanda kötü etkilerin harekete geçmesine olanak verir; ayrıca insanlara karşı işlenen kusurlar, suçluyu ruhların ve uğursuz şeylerin karşısında zayıf bırakır" inancı taşınmaktadır (Mauss, 2011: 230-231). "Potlaç, dini, mitolojik ve şamanistik nitelikler taşır, çünkü potlaçların yükümlülüğünü üzerine alan şefler atalarını ve tanrıları temsil etmekte ve canlandırmaktadır, bunların isimlerini taşımakta ve yaptıkları dansı yapmaktadır, ayrıca bu ataların ruhları da şefleri ele geçirir" anlayışı bulunmaktadır (Mauss, 2011: 275).

Arkaik, girift bir törensel uygulamanın adı olan potlaç, içinde bulunduğu toplum bağlamında ele alındığında doğru bir şekilde anlaşılacaktır. İlkel insanı çevreleyen anlam dünyasını anlamak, onun hayatının merkezini oluşturan kavramları anlamak için önemlidir. Bu anlamda, kavramlar zaman ve mekândan bağımsız değildir. İlkel insanın hayatındaki hemen her şeyin metafiziksel bir yönünün olduğu göz önüne alınmalıdır. Arkaik dönemin metafizik kavramları tamamıyla teorik olarak ifade edilebilecek nitelikte olmamıştır; ancak simge, mitos, ayin gibi kavramlar bu toplumlar için zaman ve mekân açısından kendi dönemlerine has bir tutarlılık içinde bir metafizik oluşturduğu ifade edilebilir. Bundan dolayı, bu simge, mitos ve ayinleri günümüz dil ve anlayışına aktarabilmek için öncelikle onları derin bir şekilde kavramak gerekmektedir. Arkaik bir mitos ya da simgenin kendi bağlamındaki anlamını elde etme uğraşısına girildiğinde bu anlamın, evren içinde belirli bir durumun tanınması olduğu, bundan dolayı metafizik bir durum oluşturduğu görülecektir. Yoksa günümüz derin felsefi anlayışlarının ortaya koyduğu kavramsal çerçeveyi bu dönemlerde aramak nafiledir. Varlık, gerçeklik vb. gibi kavramaların Avustralya ya da antik Mezopotamyalıların dillerinde rastlanacağı düşünülmemelidir. Ancak kelimesi yoksa da kendisinin varlığı görülebilir; ne var ki, simgeler ve mitoslar aracılığıyla "söylenmekte", yani tutarlı bir şekilde açığa vurulmaktadır. Genel olarak arkaik insanların yapıp etmelerini izlediğimizde şu gerçeklikle karşılaşacağız: hem insan dışındaki dünyanın nesnelere hem de insana ait eylemler, açık bir şekilde, bağımsız, kendine has herhangi bir değeri bünyelerinde taşımamaktadırlar. Nesnelere veya eylemler onları aşan bir gerçekliğe şöyle ya da böyle katılmak suretiyle değer kazanır ve böylece gerçek olurlar. Sayısız nesne arasında bir nesnenin kutsal sayılması ve bundan dolayı varlık içermesinin sebebi bir kutsalın görünüşünü bünyesinde barındırması ya da bir mana içermesi, veya bir mitsel olayı hatırlatmasıdır. Nesne onu kendi ortamından farklılaştıran ve ona anlam ve değer veren bir dışsal gücün zarfı olarak görünür (Eliade, 1994: 17-18). İlkel insanın hayatı göksel anlamlandırmalarla anlamlı hale gelir. İnsanlar kendilerini çevreleyen dünyalarını göksel bir arketip üzerinden inşa etmektedirler. İnsan tarafından tertiplenmiş dünyanın ona dayanak teşkilden dünya üstü prototip haricinde hiçbir gerçekliğinin var olmadığı düşüncesi kendini göstermektedir. Yalnızca dini mekânlar dünya üstü arketiplere sahip değillerdir; aynı zamanda yerleşilen bölgeler, bu bölgeleri sulayan su kaynakları, yiyecek elde edilen araziler içinde aynı durum geçerlidir. Babilonya'nın haritası şehri bir ırmak tarafından kuşatılmış müthiş bir dairesel alanın tam merkezinde resmetmektedir; yani tam da Sümerlilerin Cennet'i tasavvur ettikleri gibi. Kentsel kültürlerin bu şekilde bir arketipik modele katılmaları onlara gerçeklik ve geçerlilik kazandırır (Eliade, 1994: 24). Açık bir şekilde şu ifade edilebilir ki "arkaik dünyada din dışı bir eylem bilinmez. Belirli bir amaca dönük her eylem -avlanma, balıkçılık, tarım; oyunlar, çatışmalar, cinsellik-, bir şekilde kutsalla" ilişkilendirilmiştir. Belirli hedeflere dönük tüm eylemler arkaik dünya için bir ritüeldir (Eliade, 1994: 41). Bu ritüellerin ve diğer işlerin baş sorumlusu yarı Tanrı özellikli kabul edilen din adamı, şef, kral diyebileceğimiz kişilerdir. Arkaik dönemlerde yarı Tanrı kral öylesine söylenmiş bir söz değil, aksine ciddi bir inancın ifadesi olmuştur. Krallar, hem birer rahip hem de çoğunlukla insanların güç yetiremeyeceği bir yerde olduğu düşünülen ve tanrısal varlıklara sunulan dua ve kurbanlara ulaşabilen istediklerini tebaasına ve kendine tapan insanlara verebilecek tanrılar olarak saygı gören kişiler olmuşlardır. Bundan dolayı bu tanrılardan, zamanına göre tabiatın ihtiyaç duyulan gereksinimlerin düzgün bir şekilde yerine getirilmesi beklenirdi. Bu beklenti bize garip gelebilir ama ilk düşünme şekillerinin olmazsa olmaz parçası idi. Bir ilkel, daha ilerlemiş toplulukların doğa ile doğaüstü arasında çoğunlukla çizdiği sınırı kavraması beklenemez. Onlara göre, dünya genellikle dünya üstü güçlerce, yani dünya üzerindeki her şeye hükmedebilen, kendisi gibi, acımalarına, korkularına ve umutlarına başvurulardan etkilenebilen kişisel varlıklarca yönetilmektedir. Tabiatın gidişatını etkileyebilir ve tanrının bedeninde var olmasıyla da kendisinin ve yakınlarının mutluluğunu sağlamak için bütün donanıma sahip olmuş olur. Başka bir etki ise ilkel insan için büyüdür denilebilir. Batıl inançlarda bulabileceğimiz bir uygulama, duygusal büyü denebilecek olan durumda ortaya çıkmaktadır. Bunun ilkelerinden biri, herhangi bir etki, onu taklit ederek elde edilebilir ilkesidir. Duygusal büyüün ilkelerinden biri, herhangi bir etki, onu taklit ederek elde edilebilir ilkesidir. Örnek olarak, eğer birini öldürmek istiyorsanız onun bir imgesini yaratır ve yok edersiniz; insanın, kişiyle onun imgesi arasındaki yakınlık (sempati) yoluyla, imgeye yapılan zararı sanki kendi bedenine yapılmış gibi hissettiğine ve imge yok edilirse kendisinin de aynı zamanda yok olması gerektiğine inanılmaktadır (Frazer, 2004: 10). Postmodern dünyada bu ilişki imaj ve gerçeklik



üzerinden yürütüldüğü görülebilir. İnsanı kuşatan her şey, imaj yüklü tüketimin bir nesnesi olabilmektedir. İlkel insanın göksel kaynağı, postmodern insanın sanal âlemiyle bütünleşmiştir. Sanal âlem, birçok durumda, gerçek dünyada var olmanın yegâne kaynağını oluşturmaktadır.

İlkel insanın hayatını şekillendiren birçok törensel görünüm varlığını farklı şekillerde tüm toplumlarda devam ettirmiştir. İlkel toplumdan günümüze kadar aynı olan şey anlamların sabitlenmesi için törensel hale getirilmesi ihtiyacıdır. Törenler toplumsal yapıyı kuran anlamların kamusal alanda sabitlenmesi işlevini görür. Üzerinde uzlaşıya varılan anlamların seçilmesi ve sabit hale getirilmesi toplum için elzem olduğu görülebilir. Bu anlamda: “Törenler, anlamın sürüklenişini kısıtlamaya yarar. Törenler, görünür kamusal tanımlar kuran geleneklerdir.” Örneğin sünnet olmamış bir oğlan varken, o kişi sünnet olduktan sonra erkeğe dönüşür; nikâh töreninden önce iki ayrı birey varken, törenden sonra eş olurlar. Doktorun kişiyi hasta kabul etmesiyle hastaneye kabul edilir ve tedavi başlar. Ceset resmi olarak ölü kabul edilene kadar kişi hayatta sayılır... “Törenler olmaksızın yaşamak, net anlamlar ve muhtemelen anılar olmaksızın yaşamaktır” denilebilir. Bazı törenler sadece sözlü gelenek içinde yapılır ve etkisi uzun sürmeyebilir. Daha sürekli olanlar maddi unsurların kullanıldığı törenlerdir. Bu anlamda törenin maddi süsleri ve ona yapılan masraf arttıkça, anlamları oluşturma işlevinin daha da güçlü olacağını söyleyebiliriz. Bu açıdan bakıldığında “Mallar törenlere eşlik eder; tüketim, birincil amacı olayların tamamlanmamış akışına anlam vermek olan bir tören sürecidir” (Douglas & Isherwood, 1999: 80-81). Bu anlamda tüketmek ve yok etmek üzerine kurulu olan potlaç, bir anlamlandırma olarak görülebilir. Bataille’in temel gözlemi tüm organizmaların canlı kalabilmek için gerekenden daha fazla enerjiye sahip oldukları yönündedir. Bu enerji fazlası, artık mal, organizmanın veya sistemin büyümesinde kullanılabilir. Sistem artık belli bir doyum noktasına eriştiğinde bu fazlalık imha edilmeli, tüketilmeli ve sonuç olarak herhangi bir yarar gözetilmeksizin ortadan kaldırılmalıdır. Potlaç kültüründe tam da bilinçle ve cömertçe yapılan budur. Ne kadar saf bir durumu ifade etse de, bu durumu modern iktisat bir lanet olarak görmektedir. Bu durum akılcı değildir ve paradoksaldır (Keating, 2000: 43-44). Çabuklu’nun (2000: 46) da vurguladığı gibi potlaç içinde armağan edilen ya da imha edilen mallar hiçbir zaman niceliksel olarak saptanabilen, değişim değerine sahip mallar değil, kavmin doğayla, mitle, büyüyle bütünleşmiş hayatının birer parçasıdır. Bu yüzden malların armağana konu olmaları veya imha edilmeleri hiçbir zaman bir umursamazlıkla gerçekleşmemektedir. Mallar imha edildiklerinde kullanım nesnesinden çıkarak bir kurban dönüşmekte ve kurban muamelesi görmektedir. Yararlılığı reddedilen, küçümşenen mülk, potlaççı açısından toplumsal statü anlamında bir fayda üretim aracı haline dönüşmektedir. Sanıldığı aksine potlaçta fazlasıyla verilen karşılık kişiyi yok olan malını telafi edip daha iyi bir konuma kavuşturmamaktadır. Aksine statü kaybına yol açıp daha büyük bir meblağ ile karşılık verme ihtiyacı hasıl olmaktadır. Bu anlamda potlaç, fazlanın sürekli olarak şenliksel bir biçimde israfına, imhasına yol açarak ekonomik birikimi, özel mülkü sabote etmektedir diyebiliriz. Potlaç sadece mülke değil armağan verilen kişiye karşı duyulan bir yok etme arzusunu da içinde barındırmaktadır.

3. Türk Toplumunda Potlaç Örnekleri

Türk kültürü, genel olarak, yeknesak bir görünümde değildir. Tarihi süreklilik içinde çok çeşitli değişkenler içinde varlığını sürdürmüştür. Birçok kültürü etkilediği gibi, bazen bulunduğu coğrafyanın çeşitli kültürlerinden etkilenerek ‘alt kültürler’ oluşturmuştur (Gümüştekin, 320). Orta Asya’dan günümüz Türkiye’sine gelene kadar bu kültürler içinde potlaç örneklerine rastlamak mümkündür. Hatta Gümüştekin’e göre (320) : “Anadolu Türklerinden başlayarak Osmanlı’ya egemen olan ve bir imparatorluk olmasını sağlayan düzen “potlaç”tır. Kolektif toplumun, kişinin benliğini toplum içinde eriten yapısı, çocukluktan itibaren öğrenilerek nesilden nesile sanki genetik olarak geçer. Potlaç, toplumsal kuralların törensel dizayn edilmiş şekillerini oluşturur. Eşitlik ve kardeşlik üzerine inşa edilen bu düzende özgürlüğe gerek yoktur. Toplumun çıkarına olan kişinin de çıkarıdır. Hiç kimse şahsi çıkarları adına genel toplumun menfaatine ters düşen bir görüşü savunmaz. Bu şekilde davranan kişiler toplumun dışına itilme tehdidi ile karşı karşıya kalır. Türk toplumunu genel olarak bu kategori içine sokabiliriz. Bu toplumsal yapı içinde de vermek salt bir yardım olarak görülmemelidir. Kazanılan malın fazlasını vermek, harcamak ve bunu irrasyonel bir edim içinde gerçekleştirmek insan için ne anlama gelmektedir? Kazandıklarımızı vermek, yitirmek veya yok etmek bu davranışın en bariz dışavurumlarıdır. Ancak bağış eğer bir getiri anlamı taşımayacaksa anlamsız olur. Bundan dolayı vermek, bir yetki edinmek olmalıdır (Bataille, 2010: 85). Gökalp (2015), Türklerde yağma şölenini ve potlacı anlatırken dünyanın diğer bölgelerinde görülen uygulamalara benzer bir resim çizer. O, potlacı “Yağma şöleni, potlacın azami derecesidir. Şöleni yapan bey, davetlileri yedirip içirdikten, giydirip donattıktan ve borçlarını verdikten sonra hatununun koltuğuna girerek otağdan çıkardı. Bütün davetliler, davet sahibinin otağını, sürülerini vesaire mallarını yağma ederlerdi.” şeklinde tasvir etmektedir. Dede Korkut hikâyelerinden örnekler veren Gökalp, potlaç aracılığıyla Oğuz Beyleri’nin diğer beyler üzerinde üstünlük kurduğundan bahsetmektedir. Bazen yamasız törenler şeklinde de gelişen potlaç, Türklerde daha fakirlerin



gözetilmesi şeklinde cereyan etmiştir. Bu Gökalp'e göre bir tür 'komünizm' örneğidir (Gökalp, 2015: 212-214). Oğuzlar potlaca Toy ve Şölen demişlerdir. Osmanlı saraylarında da bu gelenek devam etmiştir. Padişahın yenicekilere ulufe dağıtımına buna örnek verilebilir. Günümüzde potlaç örneklerine Anadolu'da hala rastlamak mümkündür. Zile'de düğün evinde eşya yağma edilir, ev sahibi buna karşı koyamaz. Yağma davetlilerin hakkı olarak görülür ve geri alınmaz. Konya'nın Çumra ilçesinde gelin, damadın evine geldiğinde, kapının önünde durunca bir tavuk damdan kalabalığa doğru atılır ve bu tavuğu davetliler kapmaya çalışır. Buna 'Tavuk Kapma' denir. Potlaç benzeri uygulama, Zile köylerinde ve Kırım Türklerinde de mevcuttur. Manisa'nın Kırkağaç ilçesinin Bakır kasabasında da gerdek gecesi sabahı, güveyinin sağdıçlarının, çeyiz odasından küçük çaplı eşyaları alıp kaçma geleneği vardır. Ancak kızın çeyizine dokunulmaz (Tezcan, 1997: 154). Bu anlamda potlaç toplumsal yapı içinde çift yönlü bir işleve sahiptir denilebilir. Bir yönüyle irrasyonel bir güç mücadelesi gibi görünen ama arka planda rasyonel sebepleri bulunan potlaç; diğer yönüyle malın tek elde toplanmasını engelleyip mülkiyet üzerinden insanların sömürülmesini engelleyen bir törene dönüşmektedir.

Türk kültürel yapısı içinde, Ömer Seyfettin'in meşhur hikâyesi pembe incili kaftan, içinde potlacın izlerini taşıyan unsurlar barındırır. İran'a elçi olarak gönderilen karakter tüm servetini harcadığı bir kaftanı, karşısındaki rakibini küçük düşürmek için önce üzerine oturmuş sonra da almadan çekip gitmiştir. Bu örnekte, toplumun itibarı için kendi ekonomik varlığını yok eden tipik bir kolektif davranış şekli görülebilir. Potlaçta olduğu gibi bir meydan okuma üzerinden itibar kazanma vardır. Bu davranış cömertliğin bir meydan okumaya dönüşmesidir. Bu bağışlama veren kişiyi aşan bir nitelik taşır. Verilen servet, kişinin malik olduğu üstünde tasarruf hakkının bulunduğu mal, verilerek kendisine ait bir yetkiye dönüşür. Serveti küçümseyerek zenginleşir ve cimrilik olarak görülen şey cömertliğinin sonucudur.

Günümüze gelindiğinde, potlaç benzeri uygulamalar şekilsel olarak Türk, Arap, İsrail toplumlarında var olduğu görülüyor. Bazı toplumların, Weber'in Protestan Ahlakı üzerinden yaptığı analizlere dayanarak, dini öğretilerinden dolayı dağıtmaya dayalı bir ekonomiye sahip olmadıkları görülür. Başkasını beslemek, başkalarına hediyeler vermek, bazen ölüleri beslemek şeklinde gerçekleşen potlaç, harcayarak zengin olunacağına inanılan bir sistemdir. Günümüzde düğünlerde, cenazelerde hala potlacın izlerini görebiliriz. "Mesela köy düğünlerinde üç varsa beş harcanır ve bir gövde gösterisi yapılır." Bu bir zenginlik gösterisidir. Ancak para ortadan yok olmamakta, sadece bir el değişimi gerçekleşmektedir. Burada potlaç bir kapitale dönüşmüştür (Akay, 2016: 46). Geçmişten günümüze Türk kültürü içinde potlaç, dünyanın diğer bölgelerinde uygulanan şekilleriyle benzerlik göstermektedir. Potlaç, toplumun sürekliliğini sağlayan ve bağlarını güçlü tutan çok yönlü bir işleve sahip olduğu görülmektedir. Günümüzde küreselleşen dünyanın bir parçası olan Türk kültürü, postmodern tüketim kalıplarıyla hızlı bir intibak yaşamaktadır. Alışveriş merkezlerinin yaygınlaşması, bireyselliğin artması, sosyal medyanın yaygın kullanımı gibi nedenler, geleneksel Türk kültür dokusunu farklılaştırmaktadır. Geleneksel kültürel dokunun içinde var olan statü elde etme araçları, tüketim toplumunun küresel görünümüyle giderek yer değiştirmektedir. Gruba tüm varlığını feda ederek elde edilen liderlik meşruiyeti, artık sanal gruplar üzerinden bireysel savurganlığını en iyi duyuran kişinin liderliğine kaydığı gözlemlenmektedir.

4. Postmodern Tüketim ve Potlaç

Modern tüketim toplumunu karakterize eden en önemli şeylerden biri çöp kutuları olmuştur: Çöpe attığı şey ile tanımlanan bir uygarlık. Zengin toplumların bolluğu aynı zamanda savurganlığına bağlı olduğu bilinen bir gerçektir. Ancak savurganlık, sadece bir yok etmenin irrasyonel dışavurumu muydu? Tüm toplumlar her zaman temel ihtiyaçları karşılamanın ötesinde aşırı savurganlıklar yapmış, harcamış ve tüketmiştir, "Çünkü toplum gibi birey de sadece var olmadığını, ama yaşadığını aşırı, gereğinden fazla bir tüketimde hisseder." Bu anlamıyla tüketim; kendine has bir toplumsal işlevi ile bitirme, salt ve basit yok etmeye kadar vardırılır. "Böylece potlaçta toplumsal örgütlenmeyi sağlamaştırıcı şey değerli malların rekabetçi biçimde yok edilmesidir" (Baudrillard, 2008: 40-41). Bu anlamda tüketim üzerinden bir üstünlük kurma yarışı ilkel kabilelerden günümüze kadar var olmaya devam etmiştir. Savurganlık olarak ifade edilen temel ihtiyaçlar dışında harcama, kişilerin ve toplumların varlığını sürdürmesindeki rasyonel temeli oluşturmaktadır. Bir anlamda insanı kültürel anlamıyla var eden, artık malın oluşması ve bu malın savurganlığıdır. Toplumsal hayat içinde anlam belli törenlerle kayıt altına alınmıştır. Bu törenlerin yapılışı belli bir savurganlığı zorunlu kılar. Törenlerle anlam yükleme işlevi toplumsal yapı içinde bir farklılaşma aracı olarak görülebilir. Örneğin düğün yemeği diğer öğünlerden farklılık arz eder. Bu anlamıyla "Yiyecek, değerlerin ayrıştırması için bir araçtır ve ayrıştırılma seviyeleri arttıkça, daha çok yiyecek çeşidine ihtiyaç olacaktır." Mekân içinde aynı şeyi ifade edebiliriz. Mekânsal sınırlar, görünmez duvarlarla çevrelenmiştir ve bunların hepsi kavramsal kategorilere dayanak olurlar. Bu anlamda mallar, kültürü ortaya çıkarır ve belirgin hale getirir (Douglas & Isherwood, 1999: 81-82). Kültürel sınırların flulaştığı durumlarda israfın görünürlük problemi ortaya çıkmaktadır.



Gösteriş için yapılan aylıklık ve tüketimin artmasının altında her iki durumda da ortak olarak paylaşılan israf unsurunun olduğu görülebilir. Birinde vakit, diğerinde mal israf edilir. Bunların her ikisi de geleneksel anlamda müreffeh olmanın teşhir metotlarıdır ve aynı derecede kabul görür. Sosyal sistem geleneksel olandan uzaklaştığı için bu aynılık ortadan kalkmıştır. Artık yakın çevre, akrabalık ilişkileri gibi sosyal çevre yerini sürekli değişen bir çevreye bırakmıştır. Bundan dolayı gösterişçi tüketim unsurları bir adım öne geçmiştir (Veblen, 2005: 61). Görünürlüğü kaybolan her şey yok hükmüne girmektedir. İnsanların neyi nasıl tüketecekleri hangi düzlemde ortaya çıkmaktadır? Önceden lüks olarak görülen mallar bir süre sonra nasıl temel bir ihtiyaç haline gelmektedir? Bunun tersi de geçerlidir. Dünün lüks mallarına nasıl oluyor da bugün hiçbir kıymet atfedilmiyor? Örneğin, tavan aralığına kaldırılmış antika değeri olan bir eşya kendi günü için lüks tüketim malları arasındaydı (Douglas & Isherwood, 1999: 111). Böylece tüketim, tüketime konu olan eşyayı da yok ediyor. Uzun soluklu tüketim nesnesi yerini, kısa bir dönem için rolünü oynayıp kenara çekilen bir figüre bırakıyor. Bu oyuncaklardan kırtasiye malzemelerine, eğlenceye konu olan eşyalardan mutfak eşyalarına kadar bir "süreksizlik" içinde sürekli yeniden üretiliyor. *Her şey tüketimin bir nesnesi haline dönüşmüştür, tüketimin kendisi dâhil.* Bundan dolayı postmodern dönem içinde anlam sabitelerini yakalayıp bunun üzerinden standart bir hayat kurabilmek imkânsızlaşmaktadır. Anlam her yerde, tadımlık, belirsiz ve olabildiğince şimdi olduğumuz yerin uzağında konumlanmaktadır. Bu anlamda günümüzün potlacı, bireysel olarak her gün kendini yıkıp yeniden inşa ettiğin, tükettiğin ve bu tüketileni gösterebildiğin kadar var olduğun sanal âlemin imaj yüklü dünyasında 'var olabilmek' şeklini almaktadır.

Tüketim kültürü ile büyüsel düşünce arasında bir benzerlik kurulabilir, çünkü her ikisi de "göstergelerle beslenir ve göstergelere sığınarak yaşarlar" (Baudrillard, 2008: 25). "Tüketim kültürünün yeni kahramanları bir hayat tarzını gelenek ya da alışkanlık yoluyla üzerinde düşünmeksizin benimsemekten ziyade hayat tarzını bir hayat projesi haline getirir." İnsanlar, yaşam tarzı oluşturmak için bir araya getirilen malların, giysilerin, uygulamaların, tecrübelerin, imajların ve kendi bedenlerinin biricikliğinde kendi kişiliklerini ve üslup anlayışlarını ortaya koyarlar. Tüketim kültürü bir bireyi artık sadece giydiği elbiseler ile değil, aynı zamanda bir beğeniye dayalı olup olmadığı üzerinden de denetlemektedir. "Tüketim kültürünün yaygınlığı yaşamız ya da sınıfsal kökenimiz ne olursa olsun hepimizin kendi kendimizi geliştirme ve ifade etme olanağına sahip olduğumuzu ileri sürer" (Featherstone, 1996: 147). Bu kültür içinde birey için önceden belirlenmiş geleneksel sabiteler yoktur. Belli perhizlerle vücut kontrol altında tutulabilir ve istenilen şekil verilebilir. Bu anlamda eğer kişi beğeniden yoksun bir görünüme sahipse bu onun belli ihmallerinden veya tembelliğinden kaynaklanmaktadır. Tüketim kültürü, bitmek bilmeyen bir 'yeni'yi sürekli kişinin gündemine sokar. Yeni insanlar, yeni bir hayat, yeni yerlerin görülmesi, yeni bir ilişki, bitmek bilmez enerji isteyen yeniler listesi uzayıp gider. Risk almak, açık fikirli olmak, özel zevklere sahip olmak bu kültürün istediği temel argümanları oluşturur. Tüketim ile ihtiyaç klasik olarak sürekli birbirleri ile ilişkilendirilmiştir. Ancak Baudrillard, "Tüketimi her zaman semboller ve göstergelerin tüketimi" olarak görmüştür. O'nun bakış açısına göre, sembol ve göstergeler hali hazırda bulunan bir anlam dizisini ifade etmemişlerdir. Anlamlar tüketiciye yönelen bu gösterge/sembol sistemi içinde var olmaktadır. Bu yaklaşımla Baudrillard, klasik liberal yaklaşımı ifade eden var olan bir dizi ihtiyaçlar üzerine bina edilmiş bir süreç ve bazı düşünürlerin yaklaşımıyla, insan biyolojisinin bir dizi gereksinimi olarak görmek yerine, "Tüketimin, malın alıcısının, aktif biçimde katıldığı ve satın alınan malları sergileyecek bir kimlik duygusu yarattığı ve bu duygunun korunduğu" bir süreç olarak görmüştür. Bu tüketimin sembolik olarak hem kolektif hem de bireysel anlamda kimlik duygusunun oluşumunda belirleyici olduğu anlamına gelmektedir. Kimlik bu anlamıyla artık etnik köken ya da cinsiyet gibi veriler üzerinden değil de insanın tüketerek oluşturduğu bireysel bir öge haline almıştır. Örneğin, günümüz modern ve post modern kapitalist anlayışta bir kişi doğuştan "cazip bir kadın" veya "yakışıklı bir erkek" olamaz. İnsanlar kendi kimliklerini oluşturmada destek olacak malları tüketerek, ulaşmaya çalıştıkları kimlik kalıplarına uymaya çalışırlar. Tüketerek oluşturdukları imajı insanlar yine tüketerek koruma altına almak durumundadır. Bu anlamda tüketim temel ihtiyaçların karşılanmasını aşarak sembollerin ve göstergelerin tüketimine kaymaktadır (Bocock, 1997: 74-75). Tüketim üzerinden oluşturulan bu kimlik duygusu aynı zamanda tüketememe üzerinden bir toplumsal statüyü de var eder. Maddi tüketim, toplumsal sınıf farklılaşması için bir araçtır. Malların kişiyi damgalayarak ayırt ediciliğini artırdığı söylenebilir. Devamlı olarak yeni malların, moda dâhil olmuş, istenen malların sunulması ya da statü tesis eden malların daha aşağı katmanlardaki gruplar tarafından ele geçirilmesi, en üsttekilerin daha önce var olan toplumsal farklılığı yeniden oluşturmak için yeni mallara yatırım yapmak zorunda bırakarak bir kısır döngü oluşturur (Featherstone, 1996: 45). Yağmacı kültürün ilk zamanlarında tek ekonomik farklılaşma kas gücüne sahip itibarlı erkek sınıfı ile çalışan bir aşağı kadınlar sınıfı arasında var olmaktadır. O zamanlar kadınların ürettiklerini tüketmek yaygın olan yaşam şemasına göre erkeklerin işiydi. Kadınların tüketimi kendi konfor veya hayat bütünlüğüne matuf değil de emeklerinin devamının bir aracı olarak çalışmalarıyla ilişkiliydi. "Malların üretim dışı tüketimi öncelikle bir yiğitlik işareti ve insanlık şerefine bir getirisi olarak



itibar görür, ikincil olarak çok arzu edilir şeyleri tüketmenin kendisi esasen itibarlıdır." Ender bulunan yiyecek ve az bulunan süs eşyalarının tüketimi kadın, çocuklar ve şayet mevcutsa erkek köleler için tabu haline gelir. Bu tabu zaman içinde geleneğe dönüşebilir. Daha sonraları bu durum endüstrinin yarı barışçıl aşamasına geçildiğinde sadece temel ihtiyaçlarını karşılamak için çalışan işçi sınıfına da uygulanmıştır. "Maddenin tabiatında lüks ve hayatın rahatlıkları aylak sınıfa aittir." Tabu altında belli yiyecek ve içecekler ile tüketimde farklılaşma oluşturulmuştur (Veblen, 2005: 58). Toplum içindeki farklılaşma salt bu ürünlere sahip olmayla ölçülmez. Bu anlamda, lüks tüketimin yol açtığı farklılaşma sadece tüketilen malın ayrıcalıklı oluşuyla değil aynı zamanda bu malın nasıl tüketileceğinin bilinmesiyle de oluşmaktadır. Belli bir sınıf içinde doğduğu hayat şartlarının gereklerini öğrenirken diğerlerinden farklılaşır. Değerli malların gösteriş için tüketilmesi aylak sınıfının şöhret aracıdır. Aylak kişinin zenginliği arttıkça malını sadece kendi tüketmesi anlamını yitirecektir. Burada kıymetli hediyeler, ziyafetler ve eğlence toplantıları devreye girer. Hediye ve ziyafetlerin basit anlamıyla gösterişten öte bir anlamı olabilir ancak günümüze kadar bu basit anlamıyla var olmuştur. Tertiplenen lüks eğlenceler, ziyaretler ve balolar bu sonuca hizmet etmek için özellikle müracaat edilmiştir. "Ev sahibi namına tüketim yaparken aynı anda ev sahibinin tek başına bitiremeyeceği birçok iyi şeylerin tüketilmesine ve ayrıca ev sahibinin nezaket kurallarına olan hâkimiyetine şahit olur" (Veblen, 2005: 61).

Postmodern dönem, tüketim kültürünü hep canlı tutmak için tüketimin bireyselliğini ve toplumsallığını aynı anda telkin etmektedir. Postmodern tüketim kültürü, tüketim konusunda insani ihtiyaçları bir kenara bırakarak tüketim olgusuna muğlak bir anlam yükler. Tüketim yapma beklentisi içinde olmanın, tüketim eyleminin kendisinden daha eğlenceli bir duygu ve sık yaşanan bir deneyim olması vurgulanır. Postmodern dönemin kültürü, tercih etmeyi de önemli bir kazanım olarak sunar. Postmodern kapitalizmin geliştirdiği toplumsal yapılarda, tüketim malları ve tüketim deneyimlerini arzulamaya devam etmek kaderimiz gibi sunulur. Tüketim bir eksiklik –orada bulunmayan bir şey için duyulan arzu– üzerine kurulmuştur. Tüketim kültürünün sonluluğu da burada ortaya çıkmaktadır. Postmodern tüketicilerin doyuma ulaşmaları hiç bir zaman mümkün olmayacaktır (Özbolet, 2012: 127).

Kamusal ve özel alanın tekrar tanımlandığı postmodern dönemde, tüketmek anlam oluşturmanın bir kaynağına dönüşmüştür. Törenler, kamusal anlamları düzenlemek veya değiştirmek ve evreni daha anlaşılır kılmak için maddi tüketim aracıdır. Bu aracın işlevsel hale gelebilmesi için törene katılacak olan yakın bir çevreye ihtiyaç duyulacaktır. "Bireyin kaorulanabilir bir evren yaratma projesi büyük ölçüde onlara bağlıdır." Kişi, kendisi tarafından yapılan törenlere yakın çevresinin katılımını ve onların da kendisini yaptıkları törenlere davetini garanti altına almak durumundadır. Kutlama ile ilgili maddi seçimlerle kişi bir yargıya ulaşır. Birey bu tüketim faaliyeti içinde kendisi, ailesi ve toplumsal çevresi hakkında bir şeyler ifade etmek için kullanır. Ulaştığı sonuçlar olumlu ya da olumsuz belki rekabetçi bir yapıda şekillensin tüm bunlar "içinde bulunduğu evrenin türüne ilişkindir." Anlam oluşturma silsilesi maddi tüketim kanalı ile meydana gelir. Maddi tüketim yoluyla kişi, daha önce önemli olmayan bazı şeylere önem atfederek veya bir zamanlar önemli olanları tamamen unutulmaya terk ederek anlam yükleme işlevini sürekli hale getirebilir. Bu süreç birlikte tükettiği kişilerle meydana gelir. Toplum içinde bazı kutlamalar önemli hale gelirken diğerleri zamanla önemsizleşebilir veya anneler günü kutlamaları gibi yenileri ortaya çıkabilir. Bundan dolayı "Tüketim, tüm toplumsal kategorilerin sürekli yeniden tanımlandığı aktif bir süreçtir." Antropologlarca, armağan (Potlaç) uygulaması kutlamaların, konukları ağırlamanın ve konukseverlikte yarışmanın bu karakteristiğini özetlemektedir (Douglas & Isherwood, 1999: 83). Böylece, geleneksel anlamların yerini 'yeni' anlamlar alır. Bundan dolayı yeni anlamın yıkıcı bir yönü olduğu görülebilir. İlkel insanın hayatını tanzim eden ve çoğu pratik saiklere dayanan ekonomik tabanlı törensel anlamlar, günümüz dünyasında, tüketimin kendisini bir anlam dünyasına çevirerek araçsal olanı amaca dönüştürerek aradaki nedenselliği de yok etmiş olmaktadır. Bu anlamda, II. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD refah döneminde satış analizcisi Victor Lebow şunları söylemiştir: "Aşırı derecede üretken olan ekonomimiz... tüketimi yaşam tarzı haline getirmemizi, malların satın alınmasını ve kullanılmasını bir ayine dönüştürmemizi, tüketimde manevi tatmini, egomuzun tatminini aramamızı istemektedir... bir şeylerin giderek artan bir hızla tüketilmesine, yakılıp bitirilmesine, yıpratılmasına, yenisiyle değiştirilmesine ve hurdaya çevrilmesine ihtiyacımız var." Batılı ülkelerin çoğunluğu bunu yerine getirmiş diğerleri de getirmek için gayret göstermektedir (Durning, 1998: 5). Malın parçalanıp yok edildiği potlaçtan, benliğin parçalandığı postmodern tüketime geçilmiştir. Böylece, Marx'ın 1840'da gündeme getirdiğinden beri yabancılaşma çeşitli şekillerde devam etmiştir. Yabancılaşma üreten ile ürün arasında kalmamış tüketim ve tüketimcilik alanına da yayılarak daha da derinleşmiştir. Tüketimcilik, ekonominin yükseldiği veya kötüye gittiği her iki dönemde de modern kapitalizmin geçerliliğini muhafaza eden en önemli ideoloji haline gelmiştir. Birinci durumda tüketmenin hazzı hissedilirken, ikinci durumda tüketmenin yeniden geleceği günlerin vaadi verilir. "Sabır bir başka



yüksek tüketim dönemi ile ödüllendirilecektir." İnsanlar tükettikleri mallarla ilgili süreçte yer almazlar. Kendilerine paketlenmiş, işlenmiş, halde sunulan ürünleri hiçbir çaba sarf etmeksizin tüketirler. Paket programlar, turlar, tatiller, yiyecek-içecekler, kendileri tamir etmek zorunda olmadıkları bir sürü teknolojik aletler vardır. "Modern tüketiciler fiziksel olarak pasif ama, zihinsel olarak çok meşguldürler." Tüketim bu anlamda fiziksel ihtiyaçların doyurulmasını aşarak zihinsel bir sürece dönüşmüştür. Bundan dolayı yabancılaşma modern tüketim kalıpları içinde de görünür hale gelmiştir. Tüketiciler sonu gelmez paket programlar yüzünden bir birçok eylem sırasında yaratıcılık ve özerklik duygusundan uzaklaşmaktadırlar (Bocock, 1997: 58). Bu durumda hangi malın ihtiyaç hangisinin lüks olduğu iç içe geçmiş girift bir görünüm arz etmektedir. Postmodern dönemde tüketici neyin kendisini kışkırttığını çoğu zaman anlayamaz. Çoğunlukla kişi reklamlardan veya başka bir dış unsurdan etkilenmediğini, gelir durumunu ve markaların kalitesini göz önüne alarak tercihte bulunduğunu düşünür. Yeni olan şey ise nasıl olup da yeni bir eşyanın daha eskisi kullanılıyorken ihtiyaç haline geldiğidir. "Bu yeni şey kendisine sahip olmanın zorunlu olduğunu dayatır ve hane halkına, kendisi olmadan daha ilkel bir çağın kaosuna geri çekileceklerini bildirerek onları tehdit eder." Bundan sonra tüketici kendini görünmez iktidar tarafından önceden içi boşaltılmış cüzdanın taşıyıcısı olarak algıladığı söylenebilir (Douglas & Isherwood, 1999: 34). Hazza dayalı bir anlayış böylece her şeyi incelemektedir. Böylece, tüketici, geleneksel üretim ve tüketimi modern yeni etikle mutluluk ve haz zorlamasıyla aşmak zorunda kalmıştır. Tüketim toplumunda insan yaşamını daha az emek içinde üretimle, ancak giderek artan bir şekilde kendi ihtiyaçlarının ve refahının üretimi ve devamlı yenilenmesiyle geçirir. Modern insan tüketim kanallarını sonuna kadar açmıştır. "Eğer bunu unutursa, kendisine mutlu olmama hakkına sahip olmadığı kibarca ve ısrarla hatırlatılır." Modern insan bu anlamıyla edilgen değildir. Tüketim insanı sürekli bir arayış içinde hayatını yaşamalı ve aktif olmalıdır. Böyle olmadığı takdirde sahip olduğuyla yetinme ve toplum dışına itilme riskiyle baş başa kalacaktır. "Mutfak, kültür, bilim, din, cinsellik vb... konusundaki evrensel bir merakın yeniden canlanması bundan ileri gelir." Bütün bir hayat merak etme ve merak ettiklerini deneyimleme ile geçmelidir. Bu dönem içinde 'egzotik hazlar, farklı kültürel unsurlar denenmeli ve olabildiğince fazla haz alınmalıdır' anlayışı yaygın düşünce haline gelmiştir (Baudrillard, 2008: 94). Böylece, ilkel insandan günümüze haz veren şeylere yönelme, acı veren şeylerden uzaklaşma insanların temel davranış kalıplarına zamanla şekil değiştirerek yerleşmektedir denilebilir. Zaman içinde değişen belki de sadece bu yapının kimler tarafından nasıl anlamlandırılacağı olmuştur.

Tüm dünyanın sanal bir potada erimesi, kültürel farklılıkları da ortadan kaldırmaktadır. Oysaki kültürel farklılıklar insanların ilerlemesi için son derece gereklidir. Farklılıklar aracılığıyla ilerleme beslenmiştir. İçinde yaşadığımız kültürel farklılıkların bir potada aşırı iletişimle eridiği ve yok olduğu bir dünya muhtemelen daha bizim için daha tehlikelidir. Kültürün özgünlüğünü koruyabilmesi ve bir şeyler ortaya çıkarabilmesi için, bahse konu olan kültürün mensupları için, farklılıklarından ve hatta bir noktaya kadar başkaları üzerindeki üstünlüklerinin farkında olmalıdırlar. Kültür ancak eksik iletişim durumlarında bir şeyler üretebilir. *Ancak yaşadığımız dünya içinde yalnızca tüketiyor olmamız, bundan dolayı da bütün özgünlüğümüzün yok olmakla yüz yüze olması çok daha büyük tehdit olarak karşımıza çıkmaktadır* (Strauss, 2013: 54). Bundan dolayı, tüketmeden ekonomik varlığını sürdüremeyen bir toplumsal yapının, tüketerek yine içinde bulunduğu toplumsal yapıyı eritmenin paradoksal görüntüsü, insanlığın çözmesi gereken en büyük çelişki olarak duruyor.

Sonuç

Tüketimin insanla var olduğu söylenebilir. Tüketimin bir sorun olarak ortaya çıkması, üretim araçlarının kullanımının geleneksel işleyişinden farklılaşarak, sanayileşmeyle birlikte Batı Avrupa'dan başlayarak giderek tüm dünyaya yayılmasıyla ortaya çıktığı ifade edilebilir. İnsanların temel ihtiyaçlarının ne olduğu ve bunların nasıl tedarik edileceği, malların dağıtımını gibi konular modern dünya ile birlikte bir paradigma değişimine maruz kalmıştır. İnsanın hayatını devam ettirebilmesi için gereken asgari ihtiyaçlarının dışındaki 'artık mal'ın nasıl ve kimler tarafından tüketileceği meselesi toplumsal farklılaşmaya yol açmıştır. Bu fazlalık üzerinden oluşan toplumsal farklılaşma, toplum içinde artık malı elinde tutanlar ile 'artık mal'a sahip olamayanlar arasında bir iktidar mücadelesine sahne olmaktadır. Bunun ilk örnekleri yağmacı bir kültür olan potlaca kadar götürebilir. Bu anlamıyla tüketim sadece bireysel biyolojik bir tatmin değil aynı zamanda toplumsal statü elde etmenin de önemli bir faktörü haline gelmektedir. Özellikle ilk antropologların evrimci bir bakış açısıyla ilkel insan diye isimlendirdikleri topluluklarda gözlemlenen potlaç, Durkheim'in insanı aşan ve ondan bağımsız işleyen bir varlık olarak tanımladığı toplumda, bireyi tüm varlığını yok etme pahasına var olma mücadelesi içine sokmaktadır. Potlaç, bu anlamda, ilkel insanın hayatını kuşatan irrasyonel bir davranış değil, günümüze kadar izleri sürülebilecek rasyonel sebeplerce var olmuş toplumsal bir düzen inşasının arketipsel modelidir. Bu var olma mücadelesi postmodern dönemle birlikte gerçek hayatı aşip bir iktidar oluşturacak biçimde devam etmektedir. Modern dönemi karakterize



eden tasarruf etme ve daha fazlasına sahip olarak toplum içinde sosyal statü edinme, postmodern dönemle birlikte harcama ve hazzı ertelememeye dönüşmüştür. İhtiyaç fazlasını biriktirmek yerine, daha kazanmadan harcamak bu dönemi karakterize etmektedir. Potlaçta beliren var olan sosyal statüsünü kaybetmemek ve onu daha üst bir konuma yükseltmek için bir meydan okuma şeklinde beliren iktidar, postmodern dönemde, nereden tam olarak geleceği belli olmayan bir biçime bürünerek varlığını devam ettirmektedir. Potlaçta görülen maddi yıkım, sınırları belli, gelenekleşmiş kalıplar üzerinden gerçekleşirken; postmodern dönemde kişiden toplumsal statüsünü korumak ve daha üst statüler elde etmek için verili, uzmanların bir görünüp bir kaybolan iktidarı altında sürekli bir yıkım ve inşa istenmektedir. Potlacın katılığı bu dönemde sürekli bir esnekliğe bürünmüş görünmektedir. Bu dönemde tüketim sadece maddi varlıklarla sınırlı kalmamış sanallaşarak her şey tüketimin konusu haline getirilebilmiştir. Bugün tüm maddi varlık kullanılarak elde edilen kimliğin yarına kadar sürüp sürmeyeceği belli değildir. Maddi sınırları kalın hatlarla çizilmiş uzun süreli toplumsal ortamlar bu dönemde yerini kısa süreli, sürekli değişen, iç içe geçmiş, sınırları flulaşmış toplumsal ortamlara bırakmıştır. Potlacın ayinsel bir törene dönüşen yönü, postmodern dönemde her şeyin tüketime dönüşmesiyle ayinin bile tüketildiği bir ortama bürünmüştür. Bu anlamda her şeyin ayinsel araçsallaştırılması bu dönemi belirleyen önemli faktörlerden biri olduğu söylenebilir.

Küreselleşen dünyanın potasında eriyip aynı kalıplara dökülen tüm kültürlerde olduğu gibi içerisinde yaşadığımız Türk kültürü de postmodern tüketim kalıplarından etkilenmiştir. Türk kültürü de ilk dönemlerden bu yana içerisinde şekil değiştirerek varlığını devam ettiren potlaç örneklerini barındırmaktadır. Türk kültüründe uzun bir geçmişe dayanan potlaç örneklerini görmek mümkündür. Daha çok, insanların kritik geçiş dönemleri olan doğum, erginlenme, evlenme ve ölüm gibi törenlerde ortaya çıkan potlacın varlığı günümüz Anadolu coğrafyasında hala devam etmektedir. Toplumsal düzenin devamı veya devletin bekası için kendi maddi varlığı olmak üzere her şeyi feda etmek hala toplumda önemli bir statü kaynağı olarak işlev görmektedir. Çocuğu olan kişilere hediye götürmek, düğünlerde maddi kıymeti olan bir şeyler takmak, para saçmak, tüm varlığıyla misafir ağırlamak günümüzde bile varlığını korumaktadır. Postmodern dönemle birlikte bu uygulamalar küresel tüketim unsurlarını içine alacak şekilde değişmiştir.

Bugün bir çöp medeniyetene dönüşen toplumlar, üzerlerinde hiç emekleri olmayan bir sürecin yalnızca pasif alıcıları durumuna sokulan bireyler, mutluluğu ya da mutsuzluğu her gün değişen tüketim kalıpları üzerinden aramaktadırlar. Toplum içinde bir yer edinebilmek için kendi bedenleri dâhil her şeyi görünmeyen bir elin dizayn ettiği kalıplara sığdırmaya çalışan postmodern insan, kendine inşa edilen labirent içinde elde edeceği vaadiyle peşinde koştuğu refaha bir türlü ulaşamamaktadır. Onun bitti diyeceği, durup dinleneceği bir durak bulunmamaktadır. Aynı potlaçta olduğu gibi bir kez tükettikten sonra yeni bir meydan okuma için hemen hazırlıklara başlamak gerekir. Bu anlamda, bireyselleşen insan, verili bir hayat anlayışı üzerinden tükettiği kadar varlığını inşa edebilmektedir. "Kendini gerçekleştirme" ilkel insanın hayatındaki potlaç törenlerindeki irrasyonel görünümü iktidar mücadelelerine dönüşmektedir. İnsanın toplum içindeki statüsü tükettiği, yani yok ettiği şeyler üzerinden tekrar tekrar yeniden kurulmaktadır. Tıpkı potlaçta olduğu gibi her gün yok ettiği malın daha fazlasını bir bedel olarak tekrar yerine koymak zorunda kalan insan, arkaik dönemin irrasyonel kısırdöngüsünü benliğinde tecrübe etmektedir. Yeni hedefler, yeni bir hayat biçimi, daha alınmadan sembolik değerini yitiren mallar, kişiliği parçalanmış ve yalnızlaştırılmış insana her gün yeniden bu paradoks içinde sıfırdan başlamasını vaat ediyor görünmektedir.

KAYNAKÇA

- AKAY, Ali (2016). *Armağan*, İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- BATAILLE, Georges (2010). *Lanetli pay*, (Çev.: I. Ergüden), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (2008). *Tüketim Toplumu Söylenceleri/Yapıları*, (Çev.: H. Deliceçaylı-F. Keskin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BOCOCK, Robert (1997). *Tüketim*, (Çev.: İ. Kutluk), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- ÇUBUKLU, Yaşar (2000). "Fazlanın Laneti", *Varlık Dergisi*, s. 1112, ss. 46-47.
- DOUGLAS, Mary, Isherwood, Baron (1999). *Tüketimin Antropolojisi*, (Çev.: E. A. Aytekin), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- DURNING, Alan (1998). *Ne Kadarı Yeterli? Tüketim Toplumu ve Dünyanın Geleceği*, (Çev.: S. Çağlayan), İstanbul: Tübitak-Tema Vakfı Yayınları.
- ELIADE, Mircea (1994). *Ebedî Dönüş Mitosu*, (Çev.: Ü. Altuğ), Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- FEATHERSTONE, Mike (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (Çev.: M. Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FRAZER, James G. (2004). *Altın Dal I. Dinin Ve Folklorun Kökleri*, (Çev.: M. H. Doğan), İstanbul: Payel Yayınevi.
- GÖKALP, Ziya (2015). *Türk Medeniyeti Tarihi*, İstanbul: Ötügen Yayınları.
- KEATING, Neal (2000). "Potlacın Modern Dünyadaki Karşılıkları Olarak Ayaklanma ve Yağma", *Varlık Dergisi*, s. 1112, ss. 41-45.
- KIRAY, Mübcecel B. (2005). *Tüketim Normları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- LEVI-STRAUSS, Claude (2013). *Mit ve Anlam*, (Çev.: G. Y. Demir), İstanbul: İthaki Yayınları.
- MALINOWSKİ, Bronislaw (1998). *İlkel Toplum*, (Çev.: H. Portakal), Ankara: Öteki Yayınevi.
- MALINOWSKİ, Bronislaw (2013). *Crime and custom in savage society*, Transaction Publishers.
- MAUSS, Marcel (1990). *The gift: the form and reason for exchange in archaic societies* translated by W. D. Halls, London : Routledge and Kegan Paul.



- MAUSS, Marcel (2011). *Sosyoloji ve Antropoloji*, (Çev.: Ö. Doğan), İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- ÖZBOLAT, Abdullah, (2012). "Postmodern Perspektifte Tüketimin Toplumsal Anlamına Sosyolojik Bir Yaklaşım", *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 17/1 , ss. 117-129.
- RITZER, George (2011). *Modern Sosyoloji Kuramları*, (Çev.: H. Hülür), Ankara: De Ki Yayınları.
- TDK, (2017). Güncel Türkçe Sözlük. Tarihi <http://tdk.gov.tr> adresinden erişildi. (ET: 03.05.2017).
- TEZCAN, Mahmut (1997). *Kültürel Antropoloji*, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Kültür Eserleri.
- VEBLEN, Torstein (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*, (Çev.: Z. Gültekin, C. Atay), İstanbul: Babil Yayınları.
- WALLACE, Ruth A. & Wolf, Alison (2004). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, (Çev.: L. Elburuz & M. R. Ayas), İzmir: Punto Yayıncılık.