

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

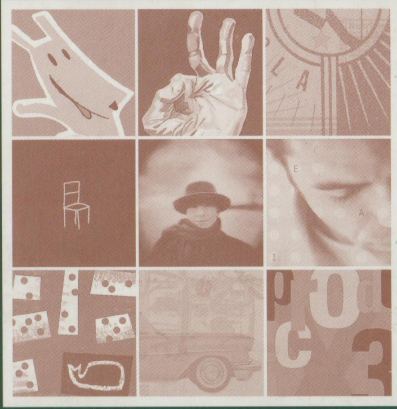
RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>



tüketimin antropolojisi

Mary Douglas
Baron Isherwood

DOST

Tüketimin Antropolojisi

Mary Douglas - Baron Isherwood

Mary Douglas Londra'daki University College'den
1977 yılında Antropoloji Profesörü olarak emekli oldu ve
1988'e kadar Amerika'da ders verdi.

Baron Isherwood iktisatçı ve North West, Manchester'daki
Hükümet Dairesi'nde Geliştirme Grubu'nun yöneticisi.

Douglas, Mary / Isherwood, Baron

Tüketimin Antropolojisi

ISBN 975-7501-60-3 / Türkçesi, Erden Atilla AYTEKİN / Dost Kitabevi Yayınları

Mart 1999, Ankara, 216 sayfa.

Antropoloji-Tüketim-İktisat-Dizin

TÜKETİMİN ANTROPOLOJİSİ

Mary Douglas
Baron Isherwood

ISBN 975-7501-60-3

The World of Goods
Towards an Anthropology of Consumption
MARY DOUGLAS
BARON ISHERWOOD

© 1979, 1996 Mary Douglas - Baron Isherwood
Routledge

Bu kitabın Türkçe yayın hakları
Dost Kitabevi Yayınları'na aittir.
Birinci Baskı, Mart 1999, Ankara

İngilizceden çeviren, Erden Attila Aytekin

Düzeltili, Emre Aslan - Ebru Deniz Ozan
Yayına Hazırlayan, Mehmet Küçük
Teknik Hazırlık, Mehmet Dirican - Dost İTB
Baskı ve Cilt, Pelin Ofset

Dost Kitabevi Yayınları
Karanfil Sokak, 29/4, Kızılay 06650, Ankara
Tel: (0312) 418 87 72 Fax: (0312) 419 93 97
raulman@domi.net.tr

İçindekiler

Önsöz	7
Teşekkür	17
1996 Basımına Giriş	21
1 Bir Enformasyon Sistemi Olarak Mallar	
1 İnsanlar Neden Mal Sahibi Olmak İster	33
FAYDA TEORİSİNDEKİ SESSİZLİK	33
İKTİSATÇILARIN ÖZELEŞTİRİSİ	37
FAYDA TEORİSİNDEKİ SESSİZLİK	33
2 Neden Tasarruf Ediyorlar	43
KEYNES'E GÖRE	43
WEBER'E GÖRE	45
GRUP ORTAMI	53
BİREYÇİ ORTAM	55
DUESENBERY'E GÖRE YARIŞMA	60
FRIEDMAN'A GÖRE İHTİYAT	64
NORMATİF TÜKETİM	70
3 Malların Kullanımları	72
TÜKETİMİ YENİDEN TANIMLAMAK	72
METALARDAN İNŞA EDİLMİŞ BİR EVREN	75
TEORİK BİREYÇİLİK	78
KAMUSAL ANLAMLARIN SABİTLENMESİ	80

4 Dışlama, Zorla Girme	86
MADDİ KÜLTÜR OLARAK MALLAR	86
İŞARETLEME HİZMETLERİ	89
SENTEZ SORUNLARI	91
ZORLA GİRME STRATEJİLERİ	95
AKRABALIK VE EVLİLİK	98
RASYONEL DAVRANIŞIN TOPLUMSAL KOŞULLARI	103
5 Tüketim Teknolojisi	108
KARMA METALAR	108
YENİ METALAR	110
ENFEKSİYONUN YAYILMASI MODELİ	113
EDİNME SIRASI	116
KİŞİSEL İTİBAR	121
6 Tüketim Dönemsellikleri	125
TÜKETİM OLAYLARINI KADEMELENDİRMEK	125
NİTELİK	127
İŞBÖLÜMÜNDE BİR İLKE OLARAK DÖNEMSELLİK	130
EŞİT DÜZEYDE TÜKETME	134
II Bir Ayrım Kriteri Arayışında	
7 Etnografyada Ayrı Ekonomik Alanlar	141
EKONOMİK ALANLAR	141
TÜKETİM ÖLÇEĞİ	146
TİCARİ İŞLEMİN REDDİ	147
KISITLI DOLAŞIM	150
EKONOMİ ÜZERİNDEKİ KONTROL	152
8 Uluslararası Karşılaştırmalar	156
AYRILABİLİR EŞYA TALEBİ	156
FAKİR BİREYLER VE FAKİR ÜLKELER	161
UÇURUM	165
AZ GELİŞMİŞ TÜKETİM	166
BAĞLANTI	170
TÜKETİCİNİN TEKNOLOJİK BAĞLANTISI	173
TÜKETİCİNİN TOPLUMSAL BAĞLANTISI	174
TÜKETİCİNİN BİLGİ BAĞLANTISI	178
9 Tüketim Sınıfları	183
GRUPLAMA	183
EN ÜST SINIFA KABUL EDİLME	186
BAĞLANTI TESTLERİ	190
ZAMAN	198
10 Değerin Kontrolü	201
İsim Dizini	211

Önsöz

Alıp satmak kınanıyor, sahip olmak suçlanıyor. Tüketim toplumuna karşı büyüyen bir protesto dalgası bu kitabın arka planında yer almaktadır. Tüketimcilik, açgözlülük, safdillik ve yokluğa duyarsızlık olarak kınanıyor. Her ay yeni bir kitap aşırı tüketime ve tüketimin bayağıca sergilenmesine çatıyor. Peki ne yapacağız? Daha sade yaşamak ahlaki sorumluluğumuzsa eğer, belli ki bunu yapmaya gönülsüzüz. Kaldı ki, fazla yağ kullanmaya son versek bile, banyo aynasındaki görüntümüz bizi daha memnun edebilir, ama incelmemiz toplumun kötülüklerini pek düzeltmeyecektir. Tüketimi kınayan bu ahlakçıların nasıl yaşadıklarını, tarzlarını ve hayatlarını bilmek isteriz. Belki telif ücretlerini fakirlere veriyorlardır. Belki de nadir elyazmalarının ve resimlerin, ya da yatırım yapıldığında iyi bir kazanç getiren diğer prestijli tüketim biçimlerinin uzman koleksiyoncuları olarak akıllıca para harcıyordurlar. Ama eğer bütün dünya antikaya para yatıracak olsaydı, işsizlik iyice artardı. Aşırı tüketim kişisel açgözlülüktен daha ciddi, daha karmaşıktır ve ahlaki kızgınlık aşırı tüketimi anlamamıza yardım etmez.

Halihazırda tüketim hakkındaki profesyonel literatürde, insanların iki ya da üç sınırlı amaçla –maddi refah, psişik refah ve gösteriş– mal satın aldıklarını varsayma eğilimi var. İlk ikisi bireyin ihtiyaçları: beslenme, giyinme ve barınma ile zihinsel gevşeme ve eğlence ihtiyacı. Sonuncusu, toplumun tüm taleplerini içeren kapsayıcı bir terimdir. Bu talepler kabaca rekabetçi gösteriş olarak özetlenmeye meyyaldır. Aylak sınıf kavramı esasında yaptığı analizin ne kadar yaygın kabul gördüğünü ve bu analizin gösterişçi tüketimi hiçbir çekince koymaksızın küçümseyişinin ne kadar etkili olduğunu göz önünde bulundurursak, Thorstein Veblen'in cevaplaması gereken çok şey var. Tartışmayı daha gerçekçi kanallara yönlendirmek için bazı değişiklikler yapmak gerekiyor.

İlkin, tüketim fikrinin kendisi tekrar toplumsal sürecin içine yerleştirilmeli, sadece çalışmanın sonucu ya da amacı olarak görülmemeli. Tüketim, başka insanlarla ilişki kurmaya ve bu ilişkinin kurulabilmesi için dolayım kuran malzemelere sahip olmaya dönük toplumsal ihtiyacın parçası olan çalışma güdüsünü açıklayan aynı toplumsal sistemin bütüncül bir parçası olarak görülmeli. Dolayım kurucu malzemeler, sunulan yiyecek, içecek ve konukseverlik, paylaşılan sevince işaret eden çiçekler ve giysiler ya da üzüntüyü gösteren matem kıyafetidir. Mallar, çalışma ve tüketim, toplumsal bütünden suni olarak soyutlanmıştır. Soyutlamanın yapılış biçimi, hayatımızın bu yönlerini anlama ihtimaline zarar verir.

Bu birliği yeniden kurmak bir başlangıç olacak gibi gözüküyor. Ama sorun öylesine derine iniyor ki, işe en azından iktisadi rasyonelliğin derinlemesine düzeltilmiş bir değişkesiyle başlamak gerekir. Uzun bir süre, düşünme sözcüğünü yalnızca basit tümevarım ve tündengelemin hak ettiğini kabul eden, dar bir insani akıl yürütme fikri benimsendi. Ama bir sahneyi şöyle bir tarayıp fikir yürüten, bir eleştirme, sınıflandırma ve karşılaştırma sürecini bir anlık araştırmaya sıkıştırıveren önsel ve kapsamlı bir akıl yürütme biçimi vardır. Bunu söylemek, gizemli bir sezgiye ya da zihinsel çağrışım yetisine baş vurmak ortaya atmak anlamına gelmez. Kullanmış olduğumuz tüm kelimelerin akla getirdiği gibi, mecazi değerlendirme, yaklaşık bir ölçme, ölçeklendirme ve bir modeldeki benzer ve benzemez öğeler arasında karşılaştırma yapma işidir. Bu kitabın ilk yarısı, iktisatçının rasyonellik fikrinin neden ve nasıl insan zihninin bu şifre çözme,

yap-boz tamamlama faaliyetini içine alması gerektiğini ortaya koyuyor. Mecazi anlamaya hak ettiği ölçüde güvenerek, tüketicilerin neden mal satın aldığına dair daha doğru bir fikre ulaşabiliriz.

İktisadi teorinin daha tanıdık bir belasını anmak gerekirse, rasyonel birey fikri, toplumsal hayattan yapılan imkansız bir soyutlamadır. Mal satın alan ve kullanan milyonlarca bireyi, tüketimi birlikte paylaşımları sayesinde gerçekleştirdikleri dönüşümleri hesaba katmadan bir araya toplamak açıkça saçmadır.

Bireyi bir kez toplumsal yükümlülüklerine gömdüğümüzde ve tüketimi toplumsal sürece yerleştirdiğimizde, mallar, özellikle mecazi akıl yürütme noktasında rasyonel hayata çok olumlu bir katkıyla ortaya çıkar. Bu kitap rasyonel varlığın, etrafındaki dünyada bir tutarlılık ve güvenilirlik olmadıkça rasyonel davranamayacağını varsayıyor. Rasyonel düşünmeyi sürdürmek için bireyin anlaşılır bir evrene ihtiyacı vardır ve bu anlaşılabilirlik da görünür işaretlemelere ihtiyaç duyacaktır. Fiziksel bir görünüme bürünmedikçe soyut kavramların hatırlanması daima zordur. Bu kitapta mallar rasyonel kategorilerin az çok masraflı, az çok geçici işaretleyicileri olarak ele alınmakta. İktisadi bir aktör olarak davranmak rasyonel seçimler yapmak demektir. Sahip olunarak bir araya getirilen mallar, seçicilerinin onayladığı değer hiyerarşileri hakkında fiziksel, gözle görülür ifadeler oluşturur. Mallar kabul görebilir ya da uygunsuz olarak değerlendirilebilir, atılabilir ve yerlerine başka bir şey konabilir. Anlaşılır bir evren kurmak için nasıl kullanıldıklarını değerlendirmedikçe iktisadi hayatımızın çelişkilerinin nasıl çözüme kavuşturulabileceğini asla bilemeyeceğiz.

Tüketime gömülü değer hakkındaki uzun diyalogda, toplu halde mallar, az çok tutarlı, az çok kasıtlı bir anlamlar seti sunar. Şifreyi bilen ve bilgi edinmek için onları tarayanlar tarafından okunurlar. Büyük romancılar bu anlam yaratma işlevinin, malların refah ve gösteriş için kullanımından ne kadar çok uzaklaştığından asla şüphe etmemişlerdir. Henry James'in bu konudaki büyük hassasiyeti özellikle yararlıdır. Her biri zengin bir kadın tarafından döşenmiş üç oda vardır. Her bir oda, bir anlık araştırma yaparak odanın çok ilgili bazı genel özelliklerini, aynı zamanda odada oturanın hayatı ve kişiliği ile toplumdaki yerini okuyan bir ziyaretçi tarafından ilk kez görülmektedir. Okumanın hızına dikkat edin. Amaçlanan an-

lamlar kadar, ortaya çıkan kişisel anlamlara da dikkat edin. İlk oda, “fırsatlar ve koşullara büyük bir genel uyum” sergiler. Bu odayı döşeyen hanımefendi hikayeden kaybolacaktır; öyle ki, bu durum, ziyaretçiden pek beklemediği ama dairesini bir “nihai yuva”ya çeviren, öyküdeki dik başlı belirsizliklerin narin, uysal ruh haliyle uyumludur. *The Ambassadors*’ın Amerikalı kahramanı Strether, Paris’te Bayan Gostrey’in evini ziyaret etmiştir:

Yine de bu fikir, ne şanstır ki, söylediğine göre, [Bayan Gostrey’in] binlerce firar ve tatlı küçük tutkulu hamlelerle toplayarak nihai bir yuvanın malzemelerini biraraya getirdiği Quartier Marboeuf’deki bu küçük asma katın eşliğini geçtiği andan itibaren aklındaydı.

...Yoğun ve kalabalık, birikmiş şeylerle dolu, neredeyse kasvetli odaları, onu ilk anda etkiledikleri gibi, fırsatlar ve koşullara büyük bir genel uyumu temsil ediyordu. Nereye bakarsa baksın eski bir fildişi ya da eski bir brokar görüyordu ve yanlışlık yapma korkusu yüzünden nereye oturacağını bilemiyordu... bakış açısını genişlettikçe karşısındakiler “eşyalar” imparatorluğu haline geldi, önünde duranlar bu imparatorluğu daha da genişletti; gözlerin şehveti ve hayatın gururu aslında böylece mabedine kavuştu. Bu, türbenin en iç köşesiydi –neredeyse bir korsan mağarası gibi koyu. Bu koyulukta altın parıltıları vardı; karanlıkta mor lekeler vardı; muslin kumaş boyunca alçak pencerelerin ışığını yakalayan çok nadir nesneler vardı. Değerli olduklarından başka hiçbir şeyleri belli değildi; tıpkı bir çiçeğin burnuna hafifçe sürtünmesi gibi, Strether’ı horgörüyle süzerek cehaletini hissettirdiler.

Mallar Strether’ı hor görerek cehaletini hissettirdiler. Böylece tam okuma testini geçemedi. Daha bilgili olsaydı, ona daha çok şey söylerlerdi. Eskisi gibi anlamların bir çoğu ondan kaçmıştı. Anlaşılan [hanımefendi] tarih ve sanatta ondan daha bilgili, daha uzmandı. Ancak aynı ziyaretçi Bayan de Vionnet’ye uğrayınca diğer mesajlar çok kesin biçimde geldi:

Evsahibesi, Bellechasse Caddesi’nde ziyaretçilerimizin eski temiz bir avludan girmiş oldukları eski bir evin ilk katında oturuyordu. Avlu geniş ve açıktı, dostumuz için, gizlilik alışkanlığına, fasılaların sükununa, mesafelerin ve yaklaşımların kıymetine dair ifşaatlarla doluydu; ev, rahatsız hissiyatına, eski bir devre ait son derece gösterişsiz bir tarzda gibi geliyordu ve her zaman aramakta olduğu –bazen yoğun biçimde hissedilen, bazen daha kesin biçimde kaybolan– eski Paris, cilalanmış geniş merdivenin hatırlanamayacak

kadar eski parlaklığında ve buyur edildiği grimsi beyaz salonun güzel ahşap kaplamaları, madalyonları, aynaları ve geniş temiz mekanındaydı. [Hanımefendiyi] ta başlangıçta, pek fazla sayıda olmayan, aileden kalma, kabul görmüş, çekici malların ortasında görür gibiydi... kendini, evsahibesinin geçmişisi olarak, bir şeref, Birinci İmparatorluk zamanından kalma bir refah, Napolyon devrine ait bir göz alıcılık, büyük efsaneye ait muğlak bir şaşaa düşünürken buldu; tüm bu konsolos iskemlelerine, mitolojik pirinç eşyaya, sfenkslerin başlarına ve almaşık ipek çizgileri olan solgun saten yüzeylere sıkıca sarılan öğelerdi bunlar.

Mekanın daha da eskiye gittiğini ve eski Paris'in burada bir biçimde yankılandığını tahmin ediyordu; ama belirsiz biçimde Chateaubriand'ın, Madame de Stael'in, hatta genç Lamartine'in dünyası olarak düşündüğü dünya, devrimden sonraki dönem, arpları, vazoları ve lambalarıyla damgasını vurmuştu; bu, türlü türlü ufak nesnelere, süs eşyasına ve yadigarlara vurulan bir damgaydı. Hatırladığı kadarıyla, özel bir kıymeti olan, kişisel bir düzene ait süs eşyasıyla daha önce hiç karşılaşmamıştı –küçük eski minyatürler, madalyonlar, resim kitapları; pembemsi ve yeşilimsi, arkası yaldızla süslü deri mahfazalar içinde, diğer türlü türlü eşyayla birlikte pirinç kaplı dolabın camının altında sıralanmış kitaplar. Dikkati hepsini şefkatle hasaba katıyordu. Bunlar Bayan de Vionnet'nin dairesini Bayan Gostrey'in küçük kelepirci müzesinden ve Chad'ın sevimli evinden biraz farklı kılan şeyler arasındaydı; bu evin, çağdaş elde etme ya da merak biçiminden ziyade, muhtemelen zaman geçtikçe azalmış olan eski birikimlere dayandığını düşünüyordu. Chad ve Bayan Gostrey eleterek, seçerek ve mukayese ederek araştırmış, satın almış, toplamış ve takas etmişti; oysa intikal –baba tarafından intikal ettiğini düşünüyordu– büyüü altında güzel edilginliğini koruyan önündeki sahnenin sahibesi, yalnızca kabul etmiş, benimsemiş ve sessiz kalmıştı. Sessiz kalmadığıdaysa, en fazla, yitirilmiş bir servet için gizli bir hayırseverlik noktasına ilerlemişti. Onun ya da atalarının ihtiyaç nedeniyle terk etmek zorunda kaldıkları düşünülebilecek nesneler vardı, ne var ki Strether, onların “daha iyilerini” almak için eski parçaları satmış olabileceklerinden şüphelenemezdi. Daha iyi ya da daha kötü arasında bir fark hissetmemiş olmalıydılar. Ama yokluk baskısı veya fedakârlık yükümlülüğü hissetmiş olabileceklerini –belki göçerken, belki de yasal zorunluluk nedeniyle, zira tasarladığı şey zayıf ve karmaşıktı– tahayyül edebiliyordu.

Diğer kuvvetle ilgili durum ne olursa olsun, yokluk baskısı herhalde artık etkin değildi, uslanmış bir rahatlığın belirtileri, ayırımı belki de egzantirik olarak adlandırılacak bir beğenin işaretleri yine de bolca bulunuyordu. Ufak tercihler ve keskin ufak dışlamaların, bayağıya karşı derin bir şüphe ve doğruya dair kişisel bir görüşün varlığına derinden inanıyordu.

İşte iyi yetiştirilmiş olduğunun emareleriyle çevrili bir hanımefendi. Ona, arkadaşının yeğeni üzerindeki nüfuzunun doğasını keşfetmek, iyi bir kadın olup olmadığını ve toplumsal konumunun tam olarak ne olduğunu bildirmek için uğramıştı. Nesebe ve eğitilmiş bir ayırıma dair açık seçik işaretlere rağmen, bulanık bir izlenim algılar: biraz garip bir şey vardır.

Bunun genel neticesi, hemen oracıkta ismini koyamayacağı, ancak ondan büyük bir saygıdeğerlik ve bilinçlilik havası, ve küçük, sakin, korunmuş, yine de farklı ve yaygın bir kişisel haysiyet havası olarak bahsettiğinde en fazla yaklaşmış olabileceği bir şeydi. Büyük bir saygıdeğerlik havası –bu, macerasının sonunda burnunu çarpıp kırdığı tuhaf bir boş duvardı. Artık farkında olduğu üzere, bu hava tüm girişleri doldurmuş, o gezerken avluda gezinmiş, o çıktıkça merdivene asılmış, Chad'ın kapıda eski ama iyi korunmuş püskülünü çektiği, mümkün olduğu kadar az telaş uyandıran eski zilin ağır gürültüsünde yankılanmıştı; ezcümle kendi özel türünün şimdiye dek teneffüs ettiği en açık atmosferini oluşturunuyordu. Çeyrek saatin sonunda, bundan, bazı cam mahfazaların eski albay ve generallere ait kılıçlar ve apoletlerle; çok önce çarpmayı kesmiş kalplere iliştilen madalya ve seref payeleleriyle; bakanlar ve sefirlere verilmiş enfiye kutularıyla, artık klasikleşmiş olan yazarlar tarafından ithaf yazılarıyla birlikte sunulmuş kitaplarla dolu olmasını sorumlu tutabilirdi. Örtülmemiş ve belli belirsiz mermerin altında ateş, hafif odun gümüş küllere dönüşüncüye kadar yanmıştı; uzaktaki bir pencere ılımlılık ve sükuna açıktı, dışarıdan, kısa aralıklarla, avlunun diğer tarafındaki bir sundurmadan, takunyaların yarattığı bir su sıçraması ve takırtının tatlı ve sade, neredeyse kırsal, solgun sesi geliyordu.

Hikaye ilerledikçe, hanımefendinin en küçük bir bayağılık ya da özensiz yaşantı işaretinden kaçınmak için büyük baskı altında olduğu anlaşılır. Bir araya getirilen nesneler Strether'e, avluya ilk defa girerken, bu kontrollü kaçınma ve ümitsiz saygıdeğerlik ihtiyacından bahsetmişlerdi. Romanın düğüm noktasıysa, saygın görünmek için gösterilen tüm bu özenin gizlemeyi amaçladığı yasak aşka rastladığı andır.

Üçüncü örnek *The Bostonians*'tandır. Güneyli adam Boston'daki kuzenini ziyaret eder.

Yalnız kalan genç adam odaya –yan yana duran, dar ve bir daire oluşturan iki odaya– doğru baktı... Yeni bulduğu bu akrabasının koridor biçimindeki

acaip çizim odası gibi bir iç mekan görmemiş olduğunu düşündü; kendini hiçbir zaman bu kadar örgütlü bir kişiselliğin ya da alışkanlık ve beğenileri anlatan bu kadar çok nesnenin arasında hissetmemişti... Boston'dan her zaman bir kültür şehri olarak bahsedildiğini duymuştu ve şimdi Bayan Chnancellor'ın masalarında ve sofalarında, her yerdeki, küçük rafların üzerindeki kitaplarda (kitap bir bibloymuş gibi), duvarları kaplayan fotoğraf ve suluboya resimlerde kültür vardı.

Odanın sahibine asla aşık olmayacağını da söylemişti. Ama bu durumda, çok farklı beğenileri olduğunu hatırlayın. Maddi konfor kavrayışı “çok kesin [değildi]; esasen bol puro, brendi, su ve gazete görüntüsünden, ve ayağını uzatabileceği doğru eğime sahip bambu altlıklı bir koltuktan ibaretti.”

Bu üç odanın herhangi birindeki herhangi bir nesnenin anlamını kavramaya çalışmak aptalca bir girişim olurdu. Her birinin anlamı bütünle ilişkisinde yatar. Üç odanın biri bile rekabetçi gösteriş amacıyla kullanılmamıştır. Amaçlılık, saygıdeğerlik ve kişisellik bu üç parçayı özetler.

Henry James, hemen her kalem darbesinde ve dokunuşunda gerçekleşen, bağlamı dışında tanımlanamayıp toplu eserlerinin bütünü gözetilerek kavranması gereken bu akıl yürütme tarzını bizzat yorumlamıştı. *The Figure in the Carpet* (1896) gestalt psikolojisi çerçevesinde kaleme alınmış bir yazı gibidir. Genç edebiyat eleştirmeni, çok hayran olduğu gizli bir yazarın, Vereker'in sırrını öğrenmeye heveslenmiştir. Hayatı boyunca, Vereker'in ölmeden önce sırrını ifşa edip etmediğini keşfetmeye çalışır; şöyle der: “Vereker'in, sevgili adamımın sırrı, kitaplarının genel amacı; incilerin dizildiği sicim, gömülü hazine, kilimdeki figür.” Ama muhatapları çok şaşırırlar, hakkında hiçbir şey bilmiyorlardır. Hikayenin sonuna doğru, Vereker'in ona ilk başta söylemiş olduğu şeyin tek cevap olduğunu fark ederiz. Büyük adama bir zamanlar: “Bu arada, sadece bu zor doğumu hızlandırmak için, bir dosta ipucu veremez misiniz?” diye sormuştur. Şöyle cevaplanır: “Tüm bu açık çabam ona bir ipucu veriyor –her sayfa, satır ve harf. Orada işler, kafesteki kuş, oltadaki yem, fare kapanındaki peynir parçası kadar somuttur. Ayağının pabucuna sıkışması gibi her cilde sıkışmıştır. Her satırı yönetir, her kelimeyi seçer, her i'nin noktasını koyar, her virgölü yerleştirir.” Sır, örtünün bütününde yatmaktadır ve bu bütünleştirici yaratıcı çabanın dışında, hiçbir

tek neden ya da ipucu, anlamı çarpıtmadan içine alamaz. James'in hem yazma hakkındaki yazısı hem de malların anlamını okuyuşu böyledir.

Bu cevabı alarak ve ona artık mevcut olan eleştirel yöntemleri ekleyerek, süratli taramanın etkilerini yapısal analiz yoluyla kavrayabiliriz. Bir olay bir diğerinin üstünde kademlendirildiğinden, onun da altında bir başkası yer aldığından, kullanılan malların, barındırdıkları değer hiyerarşisine uygun bir fiziksel denklige erişmeleri için kademelendirilmeleri gerekir. Tüketime iletişimsel bir yaklaşımın başlangıcı bu doğrultuda mümkün olabilir.

Elinizdeki kitabın ilk altı bölümü, malların canlı bir bilgi sisteminin parçası olduğu savını geliştiriyor. Kitabın son bölümüyse, toplumsal siyasa (policy) konusunda farklı bir yaklaşım ileri sürerek, bu gelişkin perspektiften yararlanmayı denemektedir. Fakirliğe, mallar hakkında daha iyi bir fikir olmadığından, genellikle ya nesnel bir sahip olma arzusu ya da öznel bir gıpta ve mahrumiyet duygusu olarak yaklaşılr. Ama bazı kimseler açıkça mahrum bırakılmış olmanın bilincinde olmasalar da besbelli fakirdirler. İstedığı kadar çok koyun ve sığira sahip olan bir kabile mensubu kendini fakir hissetmez. Elektrikten ve hava taşımacılığından yoksun olabilir, ama bundan ne çıkar? Bildiği evrende, eğer gerekli tüm bilgilere ulaşabilmişse ve kendi görüşlerini yayabiliyorsa fakir değildir. Bu sava göre, fakirliğin gerçek ölçüsü sahip olmak değil, toplumsal katılımdır. Sav, fakirlerin yeterli yiyeceğe sahip olup olmadığına yoğunlaşmaktan çok onların modern toplumla olan bağları hakkında kaygılanmamız gerekir diye devam eder. Eğer bilgiyle olan bağları zayıfsa, er ya da geç, yiyecek ve ısıya erişmeleri reddedilecek kadar modern toplumun uzağında kalacaklardır.

Ama bu noktaya varmadan çok önce kaygılanmalıyız. Kaygılanılması gereken ilk şeyler iletişim kanallarıdır. Bir hanehalkının diğer insanlar için olan harcamaları, onların yalıtılmış mı yoksa içli dışlı mı oldukları hakkında bir fikir verir. Bu kitap, daha geniş bir toplumla bağların kısa, cılız ve dağınık olduğu küçük ölçekli tüketim kalıpları ve hanehalkını, şu ya da bu türden bilgi edinme için ağırlıklı harcama yapması anlamındaki büyük ölçekli tüketim kalıplarından ayıran farkı ortaya koyuyor. Tüketim kalıplarını karşılaştırarak toplumsal katılımı ölçebileceğimizi düşünüyoruz. Bu ölçümün, toplum-

sal eşitsizliği, gelir dağılımı ölçümlerinin şimdi yaptığından daha fazla açığa vurmasını bekliyoruz.

Tartışma boyunca, az sayıda piyasanın ve küçük boyutlu alım satımların olduğu uzak ve egzotik yerlerdeki hanehalkıyla bizim kendi evlerimizi karşılaştırdık. Antropolojinin sağladığı içgörüler güçlü bir teleskobu kendi üzerimize yöneltir. Bu egzersizde elde etmeyi umabileceğimiz en iyi sonuç, toplumsal ilişkilerin kurulduğu malzemeyi soymak ve örttükleri çıplak ilişki kalıplarını görmek olacaktır. O zaman, rasyonel seçimin kaynaklarını daha iyi anlamanın ve rasyonel davranışta malların oynadığı rolè daha fazla bir önem atfetmenin tüketim toplumunu aklamadığını göreceğiz. Her özgür birey kendi evinin benzersizliğinden, boş zamanının tahsisinden ve konukseverliğinden sorumludur. Aşırı tüketimi öfkeyle kınayan ahlakçılar, sofralarına davet etmedikleri kişilerin, kızkardeşlerinin nasıl bir evlilik yapmasını istediklerinin, gençliklerinde birlikte yola çıktıkları eski arkadaşlarının bugün nerede olduğunun hesabını en sonunda vermek zorunda kalacaklardır. Mallar nötrdür, kullanımları toplumsaldır; çit ya da köprü olarak kullanılabilirler.

Teşekkür

Bu kitap için yapılan çalışma, 1971'de, Penguin Books'un cömert inisiyatifiyle başlayan ve dolayısıyla "Penguin Lectures" adını alan, Essex Üniversitesinden gelen disiplinlerarası bir konu üzerine altı ders verme daveti olmasaydı belirsiz, kısmi ve istikrarsız sürmüştü olurdu. Bu nedenle ilkin Essex Üniversitesinin rektör yardımcısı Albert Sloman ve Fakülteler Kuruluna bu davetleri, gösterilen saygı, güven ve sabır için teşekkür ederim. Fakülteler Kurulu, konumu seçmeme izin verecek kadar nazık, henüz çalışmaya başlamadığım bir konuyu kabul edecek kadar güvenli ve çalışmanın yeterince geliştirilmesini bekleyecek kadar sabırlı oldu; daha sonra, 1975 yazında dahi, henüz dışarıda yayınlanmaya hazır olmadığı apaçık ortada olan dersleri dinlemek için iki misli sabır gösterdiler. Sayelerinde Essex'de pek çok farklı bölümün üyeleriyle buluşabildiğim, kıdemli idari görevli P.D.A. Walker'ın ve o dönemde sosyoloji bölümünün başkanı olan Stanley Cohen'in özel nezaketini hatırlıyorum. Anthony King, Michael Bloxman, Ronald Atkin, Leonor Davidoff, Oliver Kart ve Alan Gelb'e ilginç tartışmalar için özel olarak teşekkür ediyorum.

Çok zaman önce, başlangıçta, kocam beni iktisat ve antropoloji arasında bir köprü kurma işine teşvik etmişti. Evlilik hali, farklı kaynak tahsisi ilkelerinin münakaşa edilmesi açısından iyi bilinen bir forumdur. Tartışma onu iktisadi teoriden destek aramaya yöneltti. Ama talebi yorumlama iddiasında bulunan bir bilim, tüketici davranışını irrasyonel olarak nitelediği her zaman başarısızlığa uğrar. Eğer iktisat teorisine ev bütçesi yapmak için güvenilemiyor idiyse, ulusal bütçe düzeyindeki öğretileri de sağlıklı olabilirdi. Baron, çok önce, iktisatçıların, tüketimi parasal ödüller ve kısıtlamalar açısından açıklamaya çalışan bir yöntemi tamir etmek zorunda kalacakları kehanetinde bulunmuştu. Antropolojinin sezgi ve teori arasındaki çatlakta bir çözüm sağlayabileceğini gördü ve beni iktisatçılarla konuşmaya teşvik etti.

Ne var ki, bu kadar yetkin ve ince insanlarla fikir alışverişinde bulunmak başlı başına bir zevk olsa da, bir miktar iktisat öğrenmek zorunda kalacağım kısa sürede belli oldu. İktisat alanına yoğunlaşmak için izin talebinde bulunmak ikinci adımdı, ama daha önce ne tür bir proje üzerinde çalışacağımı kararlaştırmak zorundaydım. Sorun bütçe dengeleri etrafında döndüğünden, ilkin ya kamu finansmanı ya da para teorisinin uygun alan olacağını düşündüm. Sonunda, Charles Goodhart ve Robin Matthews'ın tavsiyelerine uyarak, tüketim teorisine yöneldim. Bana zaman ayırmaktan geri durmayan ve tavsiyelerinden çok yararlandığım bu iki insana, verdikleri destek için müteşekkirim. Bu alanın sonradan ne kadar zor olduğunu işin başında tahmin edebilseydim, bu insanın iki desteği olmaksızın bu alanda çalışmaya devam edemezdim sanırım. Bu projeden haberdar olduğunda işin başarılmasının imkansız olduğunu açıkça bildiren ve beni bu işten caydırmak için sürekli ikazlarda bulunan seçkin bir ekonomisti dikkate almayışım belki de bir deli cesaretiydi.

Vicky Chick ve Morris Perlman 1971'de, seçkin bir iktisatçı grubunu antropologlarla ortak temelde buluşmak üzere finans araçları üstüne bir seminerde bir araya getirerek minnettarlığımı kazandı. Aaron Wildawsky fakir ülkelerdeki bütçe hazırlama süreçleriyle ilgili bir konuşmayla katkıda bulundu. Teşviki ve desteği beni ona fazlasıyla borçlu kıldı, zira bir bütçenin sosyolojik olarak ilginç ve erişilmez yanının, yalnızca ürkütücü derecede istikrarlı gözükən bütçe maddeleri dizisi şeklinde yüzeye çıkan temel varsayımlar yapısı

olduğunu daima çok açık biçimde gördü ve bana gösterdi. Toplum Bilimi Araştırmalar Konseyi, bütçe sistemleri tipolojisi üzerine bir araştırma yapmama ve bir ekonometristin özel bir konuda, tüketimin toplumsal olarak gözlenmesinde araştırma asistanım olması için maddi destek sağladı. University College'da antropoloji bölümü başkanı olan M.G. Smith'e, bu araştırmaya başlamamı olanaklı kılan bir yıllık izin (1973-4) için teşekkür etmeliyim.

Kasım 1974'de Marc Nerlove'dan yeni ev iktisadı hakkında bir şeyler öğrenmek için Northwestern Üniversitesi'ne kısa bir ziyaret yaptım ve onun yaralı çalışmaları sayesinde Theodore Schultz, Margaret Reid, J. Mincer, G. Stigler ve Gary Becker'le buluştum ve kibar konukseverlikleri ve eleştirilerinden yararlandım. Ziyaretin çalışmam için şart olduğu ortaya çıktı ve zorlu ya da tek başına girilen bir projeyi üstlenen herkes için de aynı imkanın bulunmasını diliyorum. Elde ettiğim yararlar yazmış olduklarımda yeterince görünmeyecektir. Bir yabancı, yeni bir konuya önyargılar ve dirençlerle başlar. Mahçubiyet, cehalet, başlangıçtaki yönelime sadakat, öğrenmeyi zorlaştırmak üzere bir araya gelirler. Chicago ve Evanston'daki sıcak karşılama ve bana harcanan zaman ve benden esirgenmeyen fikirler zihnimdekilerin netleşmesine yardımcı oldu.

İktisadi antropoloji üzerine yapılan başka bir toplantı, beni başka isimleri de anmaya yöneltiyor. 1974'de University College London'da düzenlenen tüketim konulu bir seminer Morris Pearlman, Alan Budd, Philip Burnham, Michael Thompson, Angus Deaton, Terence Gorman, John Muellbauer, Farouk Husain ve Owen Nankiwell tarafından kuvvetlice desteklendi. 1973'te Londra'da Anil Markandya'nın UCL'deki tüketim konulu derslerine ve Richard Layard'ın London School Of Economics'de eğitim iktisadı üzerine verdiği seminere katılma ve müteveffa Sigmund Zienau'yla proje hakkında konuşma fırsatı bulduğum için ayrıca şanslıyım. Louis Moss, Anne Jackson, Richard Stone ve Michael Bacharach ilk aşamalarda, Albert Hirschman ve Hans Singer de daha ileri aşamalarda çok yardımcı oldular. Çalışmanın çeşitli aşamalarında eleştirilerde bulunan yüksek lisans öğrencilerine, özellikle de José Llobera'ya da minnet borçluyum. David Worsley ve Frank Blackaby de bana cömertçe zaman ayırdılar ve Ulusal İktisadi ve Toplumsal Araştırma Enstitüsü'nün olanaklarından serbestçe yararlanmamı sağladılar.

Teşekkür edecek bu kadar çok kişi varken, teşvikleri ve yardımseverliklerinin onlara genel neticeyle ya da fikirlerinin sokulduğu özel kullanımlarla ilgili herhangi bir sorumluluk getirmediği açıktır. Bu tecrübeden sonra, iktisadi analizi küçümsemediğini söyleyen antropologlara asla katılamam. Bende kalan, fazlasıyla disiplinli, metodoloji konusunda derinden kaygılı bir akademisyen grubunun çalışmalarına dair izlenim, benim için tüm çalışmanın en esinleyici sonucuydu.

Başlık, temayı kendisine özetlediğim Donna Richards'dan geldi. Tümüyle hareketli bir hayata alışan bir asker eşi olarak, bir tüketicinin mal seçiminin, çevreye kimlik ve anlam yükleme çabasının bir parçası olduğunu kolayca anlayabildiğini söyledi. Konuyu örneklemek için Henry James'in "Eşyalar imparatorluğu" sözünü kullandı. Ben yazarken tüm işlerimiz ihmal edildi, yerler cilasızdı, perdeler kornişlerden düşüyordu. Aileme sabırları için minnettarım.

MARY DOUGLAS

Kendi takdir ve teşekkürlerim, konunun sınırları dahilinde çalıştığım kısa sayılabilecek zaman içerisinde, daha geniş ve daha renkli bir dünyaya katılımımı teşvik edecek kadar duygudaş, bazı basit yorumlarıma karşı çıkacak kadar gerçekçi olan sosyal antropologlara ve iktisatçılara gidiyor. Sosyal antropoloji ve antropologlarla tanışmam için Caroline White ve Robert Wade'e teşekkür etmeliyim; verilerin kullanımdaki yardımları için Mick Maclean ve Alan Coverdale'e ve toplumsal ilişkiler iktisadi üzerine yararlı tartışmalar için Alan Jarman'a minnettarım. Bu fikirlerin University College London tüketim seminerine, tüketici davranışı üzerine Toplum Bilimi Araştırma Konseyi destekli bir konferansa ve Kraliyet İstatistik Kurumu'nun bir toplantısına sunulması bir dizi değişikliğe yol açtı; değerli eleştirileri için sayısız katılımcıya, özellikle de Michael Thompson, Alan Budd ve John Muellbauer'e minnettarım. Her şeyin ötesinde, araştırma ilerledikçe yükümü büyük ölçüde paylaşan, bazı sorunlara sosyoloji bilgisi sayesinde verimli alternatif yaklaşımlar önerebilen ve çalışmanın önemli aşamalarında sergilediği kararlı karşı çıkışları sıklıkla uygun bir düzeltici olan Nuala Swords'a teşekkür ediyorum.

1996 Basımına Giriş

Bu yeni basımın yayımcısına şükranlarımızı sunmakla beraber, kitabımızın bir dönem çalışması olarak önemini korumak ya da yitirmek zorunda kalabileceğinin tam olarak farkındaydık. Ayrıntılara bakıldığında, kitap tamamen zaman aşımına uğramıştır. Bu çalışmayı neredeyse 25 yıl önce yapmıştık. O zamandan beri bütün manzara değişti. İdareciler, yumuşatıcı bir dilin toplumsal siyasa söylemine girdiğini gördüler: korumasız, tam bir “fakirlik” yerine birkaç ‘kara leke’; kasvetli bir “yoksunluk” yerine tatsız “yerel koşullar”; bir teorik alan olarak “tüketim”in yerine, “tüketim-gelir-etki-iktidar-bağlar” hakkında daha ümitvar ve eyleme yönelik birtakım şeyler. Öyle olsun. Dönem kılıfı içinde toplumsal teori öneriyor olabiliriz, ama fakirlik hâlâ vardır, evsizlik felaket bir biçimde daha kötüye gitmiştir ve tüketim davranışı hâlâ uzmanlar için bir gizdir.

Tüketim teknolojisi değişmiştir. Mikrodalga ve otomatik fırınlar, dondurucular ve diğer depolama teknikleri sayesinde, yeme-içme alışkanlıkları ve mutfak eşyaları dönüşüme uğramıştır. Başka

iklimlerden gelen yiyecekler ve şaraplar konusunda yapılan coşkulu TV programları ev yemekleri üzerine etkide bulunmuştur ve daha çok yemek yeme mekanları ve marketlerde satılan yiyecek çeşitleri vardır. İletişim de dönüşüme uğramıştır: eğer telefon edebiliyor ya da fax çekebiliyorsa hiç kimse mektup yazmamaktadır ve cep telefonları elektrikçiler ve müteahhitler için bir zorunluluk olmuştur. Özel e-mail, Penny Post'un 19. yy. ortasındaki yerini almıştır (aslında belli sınıfların ayrıcalıklı araçları olarak özel telefon kullanımı çok da gerilere gitmemektedir) ve kesinlikle daha da yaygınlık kazanacaktır. Giyim modası, daha teklifsiz, daha görkemli ve kuşak farklılıklarını daha bariz biçimde ortaya çıkarıyor. Geleneksel terbiyenin sınırları bulanıklaştı. Kozmetik sanayisi tüm bedeni ele geçirdi. Medya artık özel hayata ve mahremiyete saygı göstermemekte. Seyahat ve turizm inanılmaz biçimde arttı. Genel eğilim cemaat denetiminin gevşemesi ve daha açık, daha serbest yaşam biçimi tercihlerinin ortaya çıkması yönünde.

Bütün bunların ötesinde, siyasal düşüncedeki bir değişiklik, kitaptaki tamamızı derinden etkiledi. Diğerleri gibi siyasal düşünce de, daha serbest, daha bireyci bir tarza kaydı. Fakirliğin, önemsenmesi gereken bir sistem sorunu olduğu şeklindeki Keynesçi nosyon, fakir bireyi kendi talihsizliğinin sorumlusu olarak gören bir girişimci kültür tarafından bertaraf edildi.

İlk önsözümüzde, tüketici davranışını anlamamızı mesleki düşünce alışkanlıklarının engellediğini söylemiştik. Malların, işin ve tüketimin, bütün toplumsal projeden yapay bir biçimde soyutlandığından yakınmıştık. Bu kitap, tüketimi toplumsal sürece yeniden dahil ederek, bunlar arasında birlik sağlama yönünde bir girişimdi ve bugün hâlâ yapılması gereken de budur. Malların iletişim amacıyla kodlandığı şeklindeki genel düşünceyle başladık. Malların başka pratik kullanımları da vardır, ama bizim araştırma gereği duyduğumuz kullanımı, bir tüketicinin bir mübadele dizisi içinde öbür tüketicilere bağlanmasını sağlayış şeklidir.

Bir kişinin hayatta kalabilmesi söz konusu olduğunda, yiyecek ve içecek fiziksel hizmet için gereklidir. Ama toplumsal hayat söz konusu olduğunda toplu dayanışma, destek kazanmak, iyiliğe mukabele etmek gerekir ve bu durum zenginler için olduğu kadar fakirler içinde geçerlidir. Tüketim kalıpları, dışlama erkine de sahiptir.

Bu gerçek, Thorstein Veblen'in aylak sınıf eleştirilerini geçersiz kılar. Sosyologların hepsi, rekabetin, gıptanın ve komşudan daha iyisini yapma çabasının, tüketimi ateşleyen amaçlar olduğuna inanmaya pek teşneydiler. Ama biz olası toplumsal ortamları ikiye ayırdık. Veblen'in algısının geçerli olduğu bazı ortamlar bireyci ve rekabetçidir; bazı ortamlarsa kendiliğinden biçimde sarfiyat kodlarına sahip gelenekçi ve yüksek derecede düzenlenen ortamlardır.

Bu karşılaştırmaları ilk kez yazdığımızda, Soğuk Savaş hâlâ sürüyordu. Toplum bilimleri sosyalistler ve kendilerine verdikleri adla "liberteryanlar" arasında iki kutuba ayrılmıştı. Liberteryanlar için "cemaat" hâlâ uğursuz bir sözcük olabiliyordu. Irka dayalı, ulusal ya da devlet üstü herhangi bir cemaat adına bireylere çok büyük kötülükler yapılmıştı. Bu peşin yargı artık tersine döndü; "cemaat", duygusal biçimde, sevgi ve dostluğun yegane cisimlenişiymiş gibi kullanılmaya başlandı. O nedenle, şimdi gerçekçi olmanın ve cemaatin mensuplarına kısıtlamalar dayattığını soğukkanlılıkla söylemenin zamanı gelip çatmış bulunuyor. Taşkın bireyciliği eleştirmek isteyen herkes gerçek bir cemaatin nasıl işlediğini, sansürü, dışlamaları, tecrit etmeleri ve sürgüne yollamaları nasıl ürettiğini hatırlamalıdır. Bu kitapta, cemaatin çökmesinin bireyleri özgürleştirdiğini ve böylece enflasyonu, harcamaları ve tasarrufu etkilediğini iddia ediyoruz.

Talebin zorunlu olarak toplumsal karakterini vurgulayan bazı terimleri önermiş olduk: mallar, "tüketim törenleri"nde "işaretleme hizmetleri" verir. Bir düğüne gitmek mutlu çifte bir "işaretleme hizmeti" sağlar, bir cenazeye gitmek aynı şekilde, kalanlar için bir "işaretleme hizmeti"dir, hasta ziyareti hasta için bir "işaretleme hizmetidir", bir yıldönümü ya da veda partisi için, ya da haftalık bir pazar yemeğinde hazır bulunma için de öyle. Bu gösterimde tüketim, olayın, veya konuklar ve evsahibinin, ya da tümüyle cemaatin işaretlenmesi için harcamaları içeren karşılıklı törenler sistemidir.

Tüketim törenleri dediğimiz şey olağan dostluk işaretleridir. Tüketim mallarının belli bir örüntü çerçevesinde akışı bir toplumsal bütünleşme haritası gösterecektir. Mensupları toplumsal bağlılıkların çoğuna katılan cemaatin çok fazla tüketim töreni olacaktır; buhran zamanlarında bilgi ve destek daha serbestçe dolaşacaktır. Törenselsel mübadelelere daha az katılan başka tür bir cemaatin

- mensupları, ekonomik ya da başka türlü, sarsıntılara daha hassas olacaktır. Dolayısıyla, tüketimi paylaşan insanlar kendi tüketim örüntüleri uyarınca dışlama çizgileri çekebilirler. Törenleri güya paylaşan, ama dışarıda bırakılan daha az şanslı kuzenler ya da okul arkadaşları, bilgiye daha az erişecek, sürprizlerle daha fazla karşılaşacak ve zorluklarla başa çıkma stratejileri geliştiremeyecektir.

— Hiçbir şeyin kendi başına değeri yoktur: bir pabuç teki değeri olmadan ne işe yarar? Ya kel bir baş için tarak? Değer insan yargılandığında verildiğinden, her bir şeyin değeri, diğer tamamlayıcı nesneler dizisindeki yerine bağlıdır. Bir nesneyi belli bir anda almak ve bir şeye işaret eden bir etiketmiş gibi, o şeyin iletmediği bir parça bilgi bulmak yerine, antropolojik yaklaşım, nesnelerin bir kez satın alınca kullanıldığı tüm anlam uzamını kavrar. Gerçekliği verili kabul eder ve toplumsal olarak kurulmuş olduğuna inanır. Evet, elbette bu kuruluş devam ediyor; kurma yolları standartlaşmış düşünce kanalları haline gelir ve standartlaşmış bir nesneler dizisini anlamla donatır. Bu söylenince, sorulacak bir başka soru vardır. Kaç tane gerçeklik kuruluşu anlamlıdır? Gerçekliğin kuruluşunu fantaziden nasıl ayırırız? Yöntemimiz geçerli kültürleri teşhis etmeye yöneliktir. Bu kültürleri geçerli kılan örgütsel biçimdir. Tüketim teorisi bir kültür teorisi ve bir toplumsal hayat teorisi olmak zorundadır. Kültürü örgütlenmeden kesip ayırmak bir görecelik denizine açılmaktır. Eğer örgütlenme yeterince iyi işlerse nesneleri değerle donatabilir; tüketim için uygun olmak belirli toplumsal rol dizilerinin işaretleyicisi olarak dolaşıma girmeye uygun bir nesne olmak demektir.

Lionel Robbins beğenilerdeki değişikliklerin ekonomi üzerinde nasıl muazzam etkileri olduğunu canlı bir örnekle göstermişti. İlk lüksü seven sefihlerin oturduğu bir ada tahayyül edin; şenlikte, şarkı söylerken ve dans ederken kullandıkları mallara büyük değer vereceklerdir. Bir sonraki safhada bir vaizin hepsini bir tevbe, dua ve oruç hayatına yönelttiğini tahayyül edin: üzüm bağlarının fiyatı tepe-taklak olacak, eğlenmeye akıttıkları tüm kaynaklar artık kilise inşasına akıtılacak ve anıtsal yapılar da aynı akıbete uğrayacaktır. Robbins kıssasını iyi seçmiştir, her türden anıtlar dönüştürülecek ve artık her şey sade hayatın hazlarına işaret etmek için kullanılacaktır.

Bu model daha kompleks hale getirilebilir. Sadece beğenilerdeki ani bir değişiklik değil, siyasal bir kalkışma, bir örgütlenme değişik-

liği de benzer etkilere sahiptir. Sefihler ahalisi hiyerarşik biçimde örgütlenebilir, ya da kahraman bireyler arasındaki rekabet tarafınan örgütlenebilir. Her iki durumda da, ilk safhada üzüm bağları değerli olacaktır, evet, anıtsal yapılar da öyle, çünkü kendini ve zaferlerini anan heybetli anıtlar yapmaya önem verilir ve bir kahramanlık kültürü kendi kahramanları için anıtlar diker. Vaize gelince, mesajı hiyerarşi karşıtı olmaya, kalıtsal ilkelere karşı bir eşitlik mesajı olma eğilimindedir, böylece eskilerden kalma aile mahzenleri bir kenara atılmaya hazır olacaktır; vaizin mesajı kişisel servetin alenen sergilenmesine de karşı olma eğilimindedir.

Cemaat incelemelerine duyulan ilgi, bugünlerde tekrar canlanıyor. Robert Putnam'ın İtalya'daki örgütlü toplumsallığa dair dikkate değer çalışması¹ birlikler, bowling kulüpleri ve yardım komiteleri gibi cemaat örgütlerine mensubiyetin yerel yönetimin niteliği üzerinde bir etkisinin bulunduğunu gösterir. Cemaat mensubiyeti kuvvetliken yönetimin iyi olduğunu saptar. Ne var ki, kulüpler, dinsel birlikler, korolar, en güzel çiçek yarışmaları vs. biçimlerindeki cemaat örgütleri tek toplumsal bütünleşme göstergesi değildir. Aileler de üç ila beş kuşağın hazır bulunduğu geniş ölçekli tüketim törenleri düzenler ve bunların da bütünleşme üzerinde güçlü etkileri olabilir. Yazık ki, Putnam, dayanışmanın güçlülüğü ya da zayıflığıyla, farklı cemaat türlerinden daha fazla ilgilidir. Ne de kabul kurallarına dikkat eder, oysa bu en fazla şey anlatan bilgi parçalarından biridir. Tüketiciler her zaman yan-tüketiciler arasından, hem kulüpleri hem de kişisel törenleri için bilinçli seçimler yaparlar. Seçimlerinin sonucu belirli bir türden bir cemaattir. Toplumsal bütünleşmeyi –ve parçalanmayı– ciddi biçimde ele almak istiyorsak, kullanılmakta olan dışlama ilkelerini incelemek zorundayız.

Toplumsal hayat, lehte veya aleyhte bir sınırlar meselesidir ve sınırların işaretlenmesi açısından mallar, birer bayrak işlevi görür. Malların nasıl iletişim aracı gibi çalıştıklarını, ya da daha çok, etkin failler olmayıp yalnızca işaret olduklarından, nasıl kullanıldıklarını bilmeliyiz. Sonuçta, cemaatin bütünü o işaretlerle doludur ve her şey insanların nasıl örgütlendiğine bağlıdır. Peki ya ortada cemaat

1) Putnam, Robert. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Reality*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1993.

yoksa, ya da yaygınlığı zayıf kalmışsa? O zaman mesajlar çok farklı olacaktır. İnsanların belli bir anda mallarla birlikte kendileri hakkında bir şeyler anlatırken nasıl yaşadıkları ile mesajları aldıktan ve bu mesajların karşılığını göndermeye başladıktan sonra nasıl yaşanması gerektiği konusunda ne yaptıkları arasında gidip gelerek, bir geri besleme sistemi tasarlamaya çalışmalıyız.

Sınıf değerlendirmelerinin seçimi nasıl etkilediği ve bireysel özgür eyleme ne kadar yer kaldığı konusunda açık bir zihne sahibiz. Güçlü bir grubun, mensuplarının tüketim seçimlerini sistematikleştirdiğini, ama onları sıkıntılı durumlarda desteklediğini gözlemliyoruz; kontrolsüz bir toplumsal alanda bireysel seçimler özgür bırakılır, ama bireyler desteklenmez. Açıktır ki bu etkiler toplumsal siyasanın tesirini değiştirir.

Tüketicinin bazı kapıları başarıyla itip açtığına, başka tüketicilerin daha az başarılı çabalarıysa geçit vermediğine dikkat etmeliyiz. Tüketicinin malları, kendisinin istemediği başka tüketicilere karşı çitler yaratmak için kullandığı sayısız yolla ilgilenmeliyiz. Bu kültürdür, esasen karşılıklı destek ve dayanışmayı sağlamaya yönelik bir haklılaştırım ilkeleri dizisi ve dışlama işaretleri öbeği olan kültür. Kültür yalnızca örgütlenmeye bağlı olmakla kalmaz, örgütlenmenin bir parçasıdır da; sınırların ve kontrollerin haklılaştırımını sunar.

Bu kitap dolaysızca tüketim ya da tüketici davranışına eğilmediği gibi, tuhaf bir psikolojik felaket olarak görülen tüketimcilik üzerinde de odaklaşmamaktadır. Bu kitap bir iktisatçı ve bir antropoloğun yaklaşık yirmi yıl önce ne kadar zor olacağından kuşkulanmadan başladığı entelektüel bir macerayı anlatıyor. Proje, iktisat ve antropoloji arasında bir köprü inşa etmeyi amaçlıyordu. Bu iki disiplin arasındaki boşluk hâlâ olduğu yerde duruyor ve biz hâlâ köprüyü kurmaya çalışıyoruz, ama belki de bugünlerde şartlar daha müsait olabilir.

Antropologlar servet ve fakirlik üzerine, inceledikleri uygarlıkların çeşitliliği nedeniyle çok belirgin bakış açıları geliştirdiler. Antropologlar alanın bir kısmı hakkında iktisatçılarla diyaloga girmeye her zaman hazır oldular, yani, iyi piyasa örnekleri ve piyasaların nasıl davrandığına dair yararlı içgörüler ve ekonominin üretim yakasına dair kusursuz bir anlayışları vardı. Ama iş tüketici davranışına gelince sohbet kesilirdi. Bu şaşırtıcı değil, zira bu, iktisat teorisinde

odağın ciddi şekilde daraldığı, antropolojide buna denk alanların, geniş ve kapsayıcı konular olan akrabalık ve armağan takası olduğu bir noktadır. Tam da piyasanın sona erdiği ve kişisel ilişkilerin başladığı noktadaki geçişi tartışmalıydık. İktisat teorisinde bu nokta çok açık biçimde tanımlanmış gözüküyordu, ama malların ve hizmetlerin “hayat ifası işiyle ilgili” oldukları (anlayışının), Owen Nankivell’in yakın zamanda göstermiş olduğu gibi² ne kolay, ne de henüz revaçta olmadığını gösterdik.

Fayda teorisinin zayıflıkları, bu ekipteki sosyal antropolog için acı bir sürpriz oldu. Bu konuya yeterince ciddiyetle eğilirse, bir ihtiyaçlar antropolojisi için iyice parlatılacak külçeler bulacağını düşünüyordu. Bu amaçla işbirliğimiz kuruldu. Ne var ki ekonometristin ona açıkladığı gibi, fayda (teorisi), psikolojik bir teori değildir, ne de herhangi bir şekilde sosyolojik bir teori olarak kullanılabilir. Fayda teorisi ihtiyaçların, bireylerin gereksinmelerine dair kendi kişisel algılarından doğduğunu varsayar, dolayısıyla toplumsal etkileşimi ön plana yerleştiren bir tüketim fikri açısından hayırlı değildir.

Dahası, tüketim teorisinin büyük çoğunluğu matematikseldir. Bu, ortak araştırma yapmanın zorunlu olduğu anlamına gelirken, bunun zor olduğu anlamına da gelmekteydi. Danıştığımız iktisatçılar nazik ve teşvik ediciydi, ancak çalışmanın hedefleri onlar için karanlıkta kaldı. Önemli bir sorun, kullanacakları ve projemizin (asıl) ilgisini gösterecek “veri”nin nasıl elde edileceğiydi. Ekonometri açısından tüm veriler rasyonel birey seçimi teorisi temelinde toplandığından, rasyonel tüketiciler arasında kolektif seçime ve karşılıklı etkiye dair bir teoriyi asla desteklemeyecekti. Ayrıca piyasa araştırmacılarına, anketlerinin yapısını değiştirmekten ne yarar sağlayabileceklerini açıklamak zordu. Talihimiz varmış, bu yeni basım için Héléne Karmasin’in³ Institut für Motivforschung’un müdürü sıfatıyla anketlere bu doğrultuda rehberlik ettiği ve etkileyici sonuçların alındığı Viyana’dan takviye geldi. Başkaları da, örneğin turizm sektöründe, beğenilere dair daha iyi bir kavrayışa ulaşmak için bunu deniyorlar.⁴

2) Nankivell, Owen. *Economics Society and Values*. Londra: Avebury, 1995.

3) Karmasin, Héléne. *Produkte als Botschaften*. Viyana: Ueberreuter, 1993.

4) Urry, John. *The Tourist Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Londra: Sage, 1990.

Rasyonel bireylere ilişkin rağbet gören varsayımlara, antropolojik sağduyuyu ilave etmeye çalıştık. Değişik yönlerin aynı noktaya eğilim gösterdikleri görülebilir. Metodolojik bireycilik artık öyle çok hücumu uğruyor ki, yenilmesi için gereken tek şey onun yerini alacak bir dizi alternatif varsayımdır, birçoğu da işitilmeye başlandı zaten. Örneğin teknoloji: teknolojiyi hayatlarımızı kontrol eden bağımsız bir aktör olarak ele almak eskiden kabul edilebilirdi. Maddi nesnelerin insanlara bir şeyler yaptığı yüzeysel bir düzeyde doğrudur, ama bunun ötesinde, Aaron Wildavsky'nin "Anne İmdat, Cansız Nesneler Tarafından Kontrol Ediliyorum!" diye karikatürize ettiği gibi⁵, sorumlu düşünüşten feragat etmektir.

Teknoloji sorunları daha çok, insanlara bir şeyler yapmanın yeni yollarını düşünen insanlar arasındaki çatışmalar açısından ortaya konmalıdır. Manfred Schmutzer böyle radikal bir toplum teorisi kavramsallaştırması ortaya koymuştur.⁶ Yine Viyana'dan gelen bu teorik takviye, üretim, teknoloji ve tüketimi, tüketimin ilk hamleyi yaptığı ve dört kültürel tipin tüketimi dört karşılıklı rakip doğrultuda yönlendirdiği tek bir döngüye yerleştirir. İnsanlar istedikleri şeyleri neden isterler? Bu soruya bir cevabımız var. Bu tümüyle kontrole ilişkindir. Cevabımız bir varsayımda bulunmamızı gerekli kılıyor: başka insanların kontrolüne (ve kontrol edilmekten kaçınmaya) dönük kapsayıcı, temel bir insan ihtiyaçları dizisinin bulunduğu varsayıyoruz. Kontrole odaklanma, siyasal kültürleri ekonomik çevrime katmanın yolunu açar. En sonunda, kültürel önyargıları mallara olan taleplerini yönlendiren tüketicilerden yola çıkan bir modele sahip olacağız. Tüketici talebi üretimi yönlendirir ve talebin ateşlediği üretim teknolojiyi yönlendirir, teknolojinin de insan hayatı üzerinde etkileri vardır. Teknolojinin sonuçları nedeniyle tüketiciler bir araya toplanır ve bu toplanma, düzenli piramitler ya da düzensiz dağlarda, ya da fazlasıyla bölünmeye meyyal küçük yığınlarda olabilir, veya insanlar kaçıp تنها arazilerde birbirlerinden ayrı olarak yaşayabilir. Her toplumsal çevre yalnızca belirli kontrol türlerine izin verir ve bu da başat kültürel önyargının gelişmesine olanak tanır.

5) Wildavsky, Aaron. "Help, Ma, I'm Being Controlled by Inanimate Objects!," *Southern California Law Review* 65: 241-53, 1991.

6) Schmutzer, Manfred. *Ingenium and Individuum. Eine Sozialwissenschaftliche Theorie von Wissenschaft und Technik*. Viyana: Springer, 1994.

İlk basımdan sonra pek çok insan bize yardım etti. Kitap yayımlandığında New York Üniversitesi İnsan Bilimleri Enstitüsü Başkanı olan Richard Sennett'e teşekkür borçluyuz. Nezaket göstererek, sosyolog ve iktisatçılarla birlikte bu kitabı tanıtmak için bir seminer düzenledi. Orada bulunan çok önemli bir iktisatçı yardımını esirgemedi. Vassily Leontieff, düşüncemizde henüz örtük olarak bulunan ulusal tüketim modelini geliştirmek için yıllar harcamaya hazırды.

Doğrudan ve araştırmacı tarzıyla, "Beğeniler nereden kaynaklanır" diye sordu.

"Eee, toplumsal yapıdan."

"Peki bu ne demek?"

"Eee, beğenilerin dağılımını mesleklerin dayattığı zaman ve mekan kısıtlamalarına göre betimleyebilirsiniz."

Sonra mesleklerin nasıl tasnif edilmesi gerektiğini ve mesleki yapının nasıl rekabetçi kültürel alanların temelini oluşturduğunu konuşmaya başladık. Gerçekleşebilir bir işbirliği planlamıştı.

"Şimdiye kadar genel bir ekonomi modelimiz yoktu, çünkü üretim fonksiyonunu teşhis edebilmemize rağmen, buna paralel bir şey tüketim için yapılmadı. Tüketim modelinin üretim modeliyle içiçe geçtiği bir ekonomi modeli elde etmek için, gevşekçe bir araya getirilmiş bir teorik yaklaşımla, mesleki ve gelire dayanan veriler üzerinde çalışmamız gerekecek." Ne yazık ki asla gerçekleştiremediğimiz harika bir proje, yine de öneri için her zaman minnettart kalacağız.

Bu türden analizin geleceğine baktığımızda, kendimizi yalnız bırakılmamış hissediyoruz. Dönüp yolculuğumuza baktığımızdaysa, zeki, nazik ve esprili arkadaşların desteğine nail olmaktan dolayı ayrıcalıklı hissediyoruz kendimizi.

I

*Bir Enformasyon Sistemi
Olarak Mallar*

İnsanlar Neden Mal Sahibi Olmak İster

FAYDA TEORİSİNDEKİ SESSİZLİK

İnsanların neden mal sahibi olmak istediklerini hiç kimsenin bilmediğini keşfetmek olağanüstü bir şey. Talep teorisi, bir disiplin olarak iktisadın tam merkezinde, hatta kökeninde yer alır. Oysa, konu üzerindeki iki yüz yıllık düşünce, bu sorunu pek de göz önüne sermiş değildir. Neden talebin bazen istikrarlı gittiğini, bazen yüksek bir hızla arttığını ve bazen de insanların harcamaktan ziyade tasarruf etmeleriyle birlikte düşüşe geçtiğini bilmek önemlidir. Ama, iktisatçılar insanların neden mal sahibi olmak istedikleri sorusundan itina ile kaçınırlar. Hatta bu konuda fikir belirtmemeyi bir erdem sayarlar. Geçmişte, psikoloji tarafından yapılan birçok haksız işgal, iktisatçıların teorik aygıtlarını hasara uğratmıştır. Bu aygıtlar bugün itina ile temizlenmiştir. Kısa vadeli bir çerçevede kaldığı sürece ve “beğeniler” başka her şeyi açıklamakta kullanılan talebin sonuçta açıklanamaz etkeni olarak, verili olarak ele alındığı sürece bu aygıtlar, tüketicilerin fiyatlar ve gelirlerdeki artışa gösterdikleri tepkiyle ilgili soruları cevaplandırabilir. Akademik olarak sınırlanmış bu temelde,

mekanizma güçlü ve fazlasıyla güzel bir biçimde işleyebilir. Ama iş siyasa sorununa gelince, teorik dışlılar toplumsal gerçekliklerle uyusmaz. Önemli bir ekonomik kriz baş gösterdiğinde, iktisatçıların iktisadın yöntemi sorunu üzerine sergiledikleri soğukkanlı uzlaşma, büyük bir çatışmaya dönüşür.

Teorik iktisatçılar, tüketiciyi neyin kene haline getirdiği konusunda bir şeyler bilmemeye çabaladıkları takdirde, tüketiciyi yalnız bırakmayacak başkaları bulunacaktır. Bu iktisatçılar, tüketim toplumunun yıkıcı açgözlülüğüne, çevrecilere, ahlakçılara ve “uygulamalı” şapkasını giyen iktisatçılara çıkışırlar. Tüketici ise, kendisini iyice afallamış hissedebilir. Daha fazla mobilya ya da yiyecek elde ettiğinde nerdeyse hiç olmayan suçluluk duygusunun yanısıra, kendi davranışının akılcı seçime dayandığını bildiren iktisatçıların resmi görüşünü kısmen destekler. Tüketici, başkalarının öyle olabileceğini kabul etse de kendisinin reklamcılarının hilelerine kapılmış basit bir mağdur, kafasız bir moron olduğuna genellikle inanmaz. Bir kere bir şeyler edinmeye karar verdi mi, aynen iktisat ders kitaplarının dediği gibi, markalar arasında seçim yaptığı ve fiyat ile gelir düzeyini göz önünde bulundurduğu görüşüne katılacaktır. Ama iktisatçıların görüşleri pek çok şeyi açıklamadan bırakır. Çoğunlukla olan, bir karar verme değil, olaylar tarafından sürüklenme duygusudur. Yeni şey –daha iyi çim biçme makinası ya da daha büyük buzdolabı–, her nasılsa zorunlu bir mal haline gelir. Bu yeni şey kendine sahip olunmasının zorunlu olduğunu dayatır ve hane halkına, kendisi olmadan daha ilkel bir çağın kaosuna geri çekileceklerini bildirerek onları tehdit eder. Zavallı tüketici kusursuz bir seçim yapmak bir yana, sıklıkla kendini, ahlaki kınamaların bir şey ifade etmediği sağlam güçler tarafından içi önceden boşaltılan bir cüzdanın pasif taşıyıcısı gibi hisseder.

Her boşluk kendi kendini doldurur. Açık seçik bir değerlendirmenin yokluğunda, insani ihtiyaçlar hakkındaki örtülü düşünceler göze görünmeyen iktisadi analizlere nüfuz eder. İki temel varsayım birbirini birer destek olarak kullansa da, bileşimleri hâlâ şüphelidir. Bir yanda hijyenik ya da maddeci teori, diğer yanda ihtiyaçlara dair gıpta teorisi. İlkine göre, gerçek ihtiyaçlarımız, en temel ve evrensel biçimde hayvanlarla ortak olarak sahip olduğumuz fiziksel ihtiyaçlardır. Muhtemelen fazlasıyla veterinerliğe has bir yaklaşım-

dan kaçınmak için, çoğu iktisatçının insani ihtiyaçlar üzerine düşüncelerinin yüzeyinin altında tuhaf bir ahlaki çatlak belirir; ihtiyaçların ruhsal ve fiziksel olmak üzere iki çeşidini görürler, ancak yine de önceliği fiziksel olana verirler. Fiziksel ihtiyaçlara, bir zorunluluğun kıymetini yakıştırırken, başka talepleri yapay, yanlış, lüks, hatta ahlak dışı istekler sınıfına yerleştirirler. Luc Boltanski bu eğilimi “biyolojik Manicilik” diye adlandırmaktadır.⁷ Bu ünlü sapkınlık, evreni, insan doğasının düşük biyolojik yanı olarak kötü ile iyi, ruhsal yanı arasında ikiye böler. Ama aynı ayırımı yapan iktisatçılar, sapkınlığın emarelerini gayri resmi biçimde değiştirirler; böylece biyolojik olan iyidir, ruhsal olansa gereksizdir.

Hijyen yaklaşımı, fakirlerin ölüm oranının her ülkede zenginle-rinkinden daha yüksek olduğunu genellikle gösterebildiği için nesnel bir fakirlik tanımı vaat eder görünmektedir. Ama bu vaat yanıltıcıdır, zira fakirliğin sezgilere ters düşmeyen ve kültürleri çapraz kesen bir tanımlama biçimini ortaya koyamaz. Doğrudur, bu ya da şu kabile, maddi eşyalar açısından fakirdir, evleri her yıl yeniden yapılmak zorundadır, çocukları çıplak gezmektedir, yiyecekleri besleyicilik açısından yetersizdir, ölüm oranı yüksektir –ama tüm bunlar fakirlik kavramını kapsamaya yeter mi? Eğer sadece hijyen standartları kulanılsaydı, 200 yılı aşkın bir süredir düzelmiş olan ölüm oranları, İngiltere’de artık fakir kalmadığını belirtecekti. Ama aslında fakirlik konusundaki incelemeler, zengin sanayi toplumlarında bile bir kenara bırakılmaz, yalnızca biçimsiz bir tanımlama sorunuyla karşı karşıyadırlar. Maddi standartlar, şüphesiz yükselmiştir. “Açıkçası, çağdaş Britanya’da toplumun en dibinde olanlar bile, yüz yıl önce Viktoryen toplumundaki en fakir olanlardan bir şekilde daha yüksek ve birçok gelişmemiş ülkelerdekinden çok daha yüksek bir yaşama düzeyine erişmişlerdir.”⁸ “Bu ülkede bugün fakir sayılan –ya da kendilerini fakir sayan– insanların, 25 yıl önceki standartlara ya da öbür ülkelerin standartlarına göre böyle olması gerekmiyor.”⁹

7) Boltanski, Luc. “Taxinomies populaires, taxinomies savantes: les objets de consommation et leur classement.” *Revue Française de Sociologie* 11: 33-34, 1970.

8) Kincaid, J. C. *Poverty and Equality in Britain: A Study of Social Security and Taxation*. Harmondsworth, İngiltere: Penguin Books, 1973.

9) National Board for Prices and Incomes. *General Problems of Low Pay* (Report no. 169). HMSO, 1971.

Hangi öteki ülkeler? Hijyenik ölçüt, sıtmanın hüküm sürdüğü ve kamusal sağlık teşkilatının olmadığı ülkeleri ima etmektedir. Antropologların çalışma yaptığı birçok ülke, bu türden maddi ölçütler –duvardan duvara halı yok, klima yok– açısından fakirdir, ancak onlar kendilerini fakir görmezler. Sudan'ın Nuer bölgesi 1930'larda Araplarla hiç ticaret yapmazdı, çünkü satmak zorunda oldukları tek şeyleri sığır sürüleri idi ve muhtemelen ticaretten isteyebilecekleri tek şey sadece daha fazla sığırdı.¹⁰ Maddeci yaklaşım kendi başına ayakta duramayacağından, iktisatçılar, maddeciliği tamamlamaya yarayan bir gıpta teorisine baş vuran göreceli bir görüş ortaya attılar: "Fakirlik göreceli bir kavramdır. Birinin fakir olduğunu söylemek, kısa ya da ağır olduğunu söylemenin aksine göreceli bir bildirim yapmaktır."¹¹ Bu göreceli koşuldaki sorunlu durumu açıklamak için, çalışma nesnelerine açgözlülük ve gıpta duygularını atfetmeye yöneldiler. Örneğin, Albert Hirschman, bir ekonomik gelişme sürecinin başlangıcında, kendisinin "tünel etkisi" dediği şey tarafından ertelenebilen evrensel bir gıpta duygusu olduğuna inanır.

Tünel etkisi, başkalarının kaydettiği ilerlemeler, daha şefkatli bir dış çevre hakkında bilgi sağladığı için işler; bu bilginin edinilmesi doyumla sonuçlanır; ve bu doyum da gıpta etme duygusunun üstesinden gelir ya da en azından askıya alır. Oburluk, kibir vs'nin aksine, başlangıçta hiçbir zevk sağlamadığı için yedi ölümcül günah arasında en az cezbedici duygu olarak gösterilmesine rağmen, yine de gıpta, güçlü bir insani duygudur. Gelir düzeyi ya da statü bakımından ben olduğum yerde kalırken siz ilerleme kaydettiğiniz takdirde, göreceli konumumda bir düşüş olduğu için kendimi daha önceki duruma göre kötü hissedeceğimi genelde birbirlerinden oldukça bağımsız şekilde bildiren antropologların, sosyologların ve iktisatçıların yazıları bu duruma tanıklık etmektedir.¹²

Ne var ki bu, çok zayıf bir savdır.

Antropologlar gıpta konusu üzerine ciltler dolusu kitap yazmışlardır. Bu konunun onların dikkatini çekmesini sağlayan, yaptıkları

10) Evans-Pritchard, E. E. *The Nuer. The Political Institutions of a Nilotic People*, s. 88. Oxford: Clarendon Press, 1940.

11) Abel-Smith, B. ve Townsend, P. *The Poor and the Poorest*, s. 9-12, 57-67. Londra: Bell, 1965.

12) Hirschman, Albert O. "The Changing Tolerance for Income In the Course of Economic Development." *The Quarterly Journal of Economics* 87: 504-566, 1973.

alan araştırmaları olmuştur. İster armağanlar hakkında, ister büyücülük hakkında, isterse de kötü ruhlar, zombiler, atalar ya da kilise siyaseti hakkında olsun, ne hakkında yazarlarsa yazsınlar, sık rastlanan referans noktaları gıpta edilme korkusu, bireysel gıpta konusu olmaktan kurtulma teknikleri ve cemaat içi gıpta duygusunu kontrol etme kurallarıdır. İktisatçılar mallara olan talebin gıptadan etkilenmediğini düşünüyorlarsa, antropoloji bunu anlamak için bakılması gereken bir yerdir.¹³ Göreceğimiz gibi, gıptayı denetlemek için uyguladıkları tekniklere göre değişik toplumsal örgütlenme tipleri ayırt edilebilir. Kurumsal farklılıklara göre çekinceler barındırmayan psikolojik durum, öznel bir fakirlik tanımı için yararlı olamaz. Herkes kıskanç, zengin ya da fakir olabilir. Ama gıpta duygusunun önemini reddederken maddeciliği sürdürürsek, iyi kilimler ve yeni mutfaklara yönelik irrasyonel insan isteğine dair zarif bir merakla başbaşa kalırız; aynı şekilde, köpeklerin yiyecek ve egzersizin yanı sıra neden mücevherli tasma istemeleri gerektiğini sorgulayabiliriz.

Şansımıza, bir vurgu değişikliği gündemdedir. Titmuss şöyle yazmıştı:

Fakirliğin nedenlerini kendimizde değil de fakirler arasında bulmak için çok gayretlice çalıştık... geçmişte referans çerçevemiz çok dar olmuştu. Düşünce, araştırma ve eylem, ağırlıklı biçimde fakirler üzerinde odaklanmıştı; fakirlik mühendisliği böylelikle toplumdan soyutlanmıştı.¹⁴

İKTİSATÇILARIN ÖZELEŞTİRİSİ

Geleneksel fayda teorisinde, fiziksel ya da ruhsal ihtiyaçlar hakkında birşeyler varsaymanın gerekçesi yoktur, aynı şey gıpta için de fazlasıyla geçerlidir. Teori yalnızca bireyin rasyonel hareket ettiğini varsayar; kısa vadede bireyin yaptığı seçimlerin birbiriyle tutarlı ve istikrarlı olduğunu kabul eder. Bu teori, bireyin beğenilerinin verili alınması gerektiğini, onun fiyatlardaki bir düşüşe daha büyük bir miktar satın almaya istek göstererek cevap verdiğini ve gelirindeki değişikliklere de tutarlı biçimde cevap verdiğini söyler. Belirli bir mal-

13) Douglas, Mary, *Witchcraft Accusations and Confessions* A.S.A. (Association of Social Anthropologists) Monograph no. 9. Londra: Tavistock, 1970.

14) Titmuss, R. M. *Commitment to Welfare*, s. 68. Londra: Allen & Unwin, 1968.

dan daha çok edindikçe, o maldan daha da çok edinme arzusu zayıflar. Antropolog'a göre, bu minimum, katı rasyonel bireyi olanaksız biçimde yalıtılmış bırakır. Rasyonel hedefleri görüş alanının dışına çıkarılır ve "beğeniler" terimi altında önemsizleştirilir. Bu yalıtık bireyin toplumsal sorunları hakkında düşünmeye nereden başlanacağını bilmek zordur. Ancak antropoloğun ortaya koyabilecekleri, iktisatçıların tam da bu konu üzerindeki özeleştirisi kadar sert olacaktır.

Tüketim teorisinin sınırlılıklarına gelindiğinde iktisatçılar kendi kendilerinin en sert eleştirmenleridir, ancak doğal olarak en güçlü eleştiri, önerecekleri birtakım iyileştirmeleri olanlardan gelir. Kevin Lancaster bununla ilgili olarak, ilgi çekici bir pasajda şöyle demiştir.

Örneğin, Debreu (1959,1960) ya da Uzama (1960) tarafından ortaya koyulan, belirlenimci durumlarda tüketici davranışı teorisi büyük estetik güzelliğe sahip bir şeydir, cam bir kutu içindeki bir mücevher setidir. On dokuzuncu yüzyıl fayda teorisyenlerinden Slutsky ve Hicks-Allen yoluyla son yirmi beş yılın iktisatçılarına uzanan uzun bir geliştirme sürecinin ürünü olarak, tüm konu dışı önermelerden arındırılmıştır, öyle ki şimdi en az varsayımdan en az sonuç çıkarmanın örneği olarak durmaktadır.¹⁵

Eleştiriler eski, yaygın ve hâlâ revaçtadır. Leonheff tüketici davranışı teorisini tasvir ederken "yalıtık, keyfi tanımlar grubundan başka bir şey değil" demişti.¹⁶ Michael ve Becker ise; "insan böyle bir teorisinin, standart iktisadın temel bir parçası olarak nasıl ayakta kaldığını merak edebilir" demişlerdi. Savunmaysa, genellikle talep teorisinin, tüm zaafılarına karşın, bireyin yaptığı seçimi analiz etmenin en güçlü yöntemini sağladığı tezine denk düşmektedir. Aslında, bu teorisinin kullanılamayacağı bir seçim alanının olmadığı muhtemelen doğrudur. Ne var ki, Michael ve Becker buna katılmayacaklardır.

Gelir ve fiyatların, gözlemlenen davranışı ne dereceye kadar açıklamadığı bir yana, açıklama, beğenilerdeki değişikliklere dayanır, çünkü talep eğrisini taşıyan beğenilerdir... Rasyonel seçim teorilerinin geniş bir bölümünü

15) Lancaster, Kelvin. "A New Approach to Consumer Theory." *Journal of Political Economy* 74: 132-157, 1966.

16) Leontieff, W. "The Internal Structure of Functional Relationships" *Econometrica* 15: 361-373, 1947.

beğenilerdeki farklılıklara dayandırmak iktisatçıları rahatsız eder; zira kabul edildiği üzere, beğenilerin oluşmasına ait verimli bir teorileri yoktur, ne de sosyal bilimlerdeki diğer bir disiplinin iyi geliştirilmiş bir beğeni oluşumu teorisine –böyle bir teori var olmadığı için– güvenebilirler. Elbetteki iktisatçılar her bir durumda sezgisel olarak cazip bir açıklamayı dahil ederek, bu gözlemleri genellikle makul biçimlerde yorumlarlar. Ne var ki, asıl önemli nokta, seçim teorisinin kendisinin de bu girişim dahilinde mütevazı biçimde kullanılmasıdır.¹⁷

Durumu soruşturan bir antropoloğa göre iktisatçılar kesinlikle kendi ürünlerinden tatmin olmayan birer tüketicidirler ve kendi dar görüşlülüklerine karşı çok özeleştireldirler.

İktisat teorisinin eski ustaları, iktisadi ilerlemenin genel belirleyicileri ve refah ya da fakirliğin yaygın koşullarıyla yoğun biçimde ilgilidiler. *Ulusların Refahının Doğası ve Nedenleri Üzerine Bir İnceleme* başlığı, kısa vadeli emtia piyasasındaki fiyat mekanizmasının iktisadın özü olduğunu düşünen biri tarafından seçilemezdi. Adam Smith belirli bir ulusu zengin ya da fakir kılan temel etkenleri ele alıyordu.¹⁸

E.J. Mishan'ın şikayeti, iktisadın hâlâ bu etkenlere el atıyor olduğu varsayıyorken, aslında iktisadın kendi ellerini bağladığını dile getirir. İktisatçılar gerçek varoluş koşulları hakkında itiraf edilen bir cehalet yüzünden, der Mishan:

iktisadi evren hakkında bir şeyler söylüyor görünen tüm o örtük varsayımları, refah analizinden [etkin biçimde dışladılar]. Ama ampirizmin bu örtük tasfiyesi çok ileri gitti. En saçma olanlar dışında herhangi bir genellemenin teknik ve davranışsal olasılıklarla bağları kopartılınca –tüm tahhayül edilebilir durumlara müsamaha edilirse– yıkılacağı kesindir... Konunun acilen ihtiyaç duyduğu şey, ampirizmin, kontrolsüz gezinmesini sona erdirmek ve ayaklarını yere bastırmak için güçlü bir biçimde aşılmasıdır.¹⁹

Tüketicinin kendi içinde bir amaç mı, yoksa amaca ulaşmanın bir yolu mu olduğu üzerinde anlaşılseydi dahi, bu bir başlangıç noktası

17) Michael, R. T., ve Becker, G. "On the New Theory of Consumer Behaviour." *Swedish Journal of Economics* 75(4): 378-396, 1973.

18) Haavelmo, T. "A Study of the Theory of Economic Evolution." *In Contributions to Economic Analysis* s. 6-7. New York: Elsevier-North Holland Publishing Co., 1964.

19) Mishan, E. J. "A Survey of Welfare Economics, 1939-59." *In Surveys of Economic Theory*, 1. cilt, E. A. Robinson (der.), s. 154-222. New York: St. Martin's Press, 1968.

olurdu. Fakat, zaman zaman tüketime, piyasaya sağlıklı emek arzını sürdürmenin maliyetiymiş gibi, tüketiciye beslenmesi, su verilmesi ve formda tutulması gereken nazlı bir atmış gibi yaklaşıyor. Kuznets bu görüşten hoşlanmaz; ona göre modern iktisadi gelişmenin uzun tarihsel süreci boyunca

besin arzındaki artış ve iyileştirilen sağlık koşulları, işçi bedeninin niteliğinin gelişmesini sağlamış olmalı. Ancak, eğer ek besin, sağlık ve eğlence giderleri, (nihai tüketimdense) iktisadi maliyet olarak görülürse, bu durumda yaşamın amacı çalışmak olur; iktisadi analiz ve ölçüm için olduğu kadar modern toplumun ideolojik çerçevesi için bu kadar temel olan nihai tüketim ya da ürünle, ara tüketim ya da maliyetler arasındaki ayırım ortadan kalkar.²⁰

Öte yandan, tüketime tüm çalışmanın sonucu ya da amacı olarak yaklaşan, daha geleneksel görüşe²¹ de eşit biçimde karşı çıkılabilir. Bu görüş çalışmayı daima başka bir şeyin girdisi gibi ele alarak emeği küçültür ve emeğin kendi içinde bir amaç olarak ele alınma hakkını reddeder.

Frank Knight'in bilgece sözleriyle:

Üretim faaliyetlerinin, insan kitlelerinin büyük bölümünün ayakta geçen yaşamlarının geniş bölümünü kapladığını düşünürsek, üretimin, tümüyle üretim sürecinin dışındaki iyi bir şey için, yalnızca bir araç, gerekli bir dert, bir fedakârlık olduğu, araştırma yapmaksızın elbette varsayılmamalıdır. İktisadi sürecin kendisinde amaçlar aramak, kendini ifade etmenin ve yaratıcının başarı alanı olarak ekonomik faaliyete katılma olasılıklarını dikkatlice değerlendirmek zorundayız."²²

Ama Knight, insani bir gelenek içinde çalışmakta olduğunu biliyordu. Jevons'un ısrarla vurguladığı gibi, "iktisat, insan hazzının yasalarına dayanmaz; ama bu yasalar, başka hiçbir bilim tarafından geliştirilmezse, iktisatçılar tarafından geliştirilmelidir."²³ Bentham'ın fayda

20) Kuznets, S. *Economic Growth of Nations: Total Output and Production Structure*, s. 75-78. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1971.

21) Keynes, J. M. *The General Theory of Employment, Interest and Money*, s. 104. Londra: Macmillan, 1942 (birinci baskı 1936).

22) Knight, Frank. "The Ethics of competition." *The Quarterly Journal of Economics* 37: 578-624, 1923.

23) Jevons, W. S. *The Theory of Political Economy*, s. 47. Londra: Macmillan, 1870.

açıklamasına yönelik itiraza gelince, “faydayla kastedilen, herhangi bir nesnedeki kâr, ilerleme, haz, iyilik ve mutluluk... üretmeye.... ya da şerrin, acının, kötülüğün ya da mutsuzluğun var olmasını önlemeye yönelen özelliştir.”²⁴ Hiç kimse insan hazzının çalışmaktan ayrı tutulması gerektiğini ileri sürmez, ama fayda teorisinin kuruluşundaki birşeyler bunun böyle görünmesine yol açar.

Tüketimin, tek yönlü bir yolun başında ya da sonunda bulunması gereğinin bir nedeni var mıdır? Piero Sraffa, marjinal yöntemin ortaya çıkışıyla birlikte görülen, üretim maliyetleri ve ürünler üzerinde yoğunlaşma eğilimini teşhis eder ve iktisadı dikişsiz bir elbise olarak gören daha önceki görüşün kaybına hayıflanır. *Metaların Metalar Yoluyla Üretilmesi*²⁵ adlı eseri “modern teorisinin sunduğu, ‘üretim faktörleri’nden ‘Tüketim Malları’na giden tek yönlü bir bulvar görüntüsüne taban tabana zıt olan, başlangıçtaki, üretim ve tüketim sistemini döngüsel bir süreç olarak gösteren orijinal tasvire”²⁶ benzer birşeyler ortaya koyma çabasıdır. Çalışması, “yalnızca üretim ölçeğindeki ya da ‘faktörlerin’ oranlarındaki değişikliklere bağlı olmayan bir iktisadi sistemin bu tür özellikleriyle ilgilidir.”

Adam Smith’den Ricardo’ya eski klasik iktisatçıların bu çıkış noktası, “marjinal” yöntemin ortaya çıkışından beri çökmüş ve unutulmuştur. Nedeni açıktır. Marjinal farkların hesaplanması, dikkatin değişiklik üzerine yoğunlaşmasını gerektirir; zira üretim faktörleri arasında ya da bir sanayiın ölçeğinde değişiklik olmadan “ne marjinal üretim, ne de marjinal maliyet olabilir. Üretimin bu açılardan gün-be-gün değişmeden kaldığı bir sistemde, bir faktörün marjinal ürününün (ya da alternatif olarak, bir ürünün marjinal maliyeti) bulunması zor olmakla kalmayacak, bulunacak bir şey de mevcut olmayacaktır.”²⁷ Bu giriş sözlerini izleyen çalışma, “etnografik şimdi”de çalışma geleneğimiz nedeniyle, antropoloji açısından çok değerli olsa gerektir. Bu, geçmiş, şimdi ve geleceği sürekli bir şimdide birleştirmeyi amaçlayan özel bir zamandır. Belki de, her

24) Bentham, Jeremy. *Principles of Morals and Legislation*. Oxford: Clarendon Press, 1798.

25) Sraffa, Piero. *Production of Commodities by Means of Commodities; Prelude to a Critique of Economic Theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 1972.

26) A.g.y., s. 93.

27) A.g.y., s. v.

zaman dürüst bir biçimde kullanılmamış olan etnografik şimdi, yeniden yapılandırılmış ve yanlış yorumlanmış bir zaman boyutunda daha erdemli olabilir. Birçok dönemin olaylarını, tek bir geçici noktada birleştirir; sentezin değeri, algılanan şimdinin analiz edilmesinin güçlü oluşunda yatar. Geçmiş konusunda önemli olan her ne ise, onun kendisini burada ve şimdi bilinir ve hissedilir kıldığı varsayılır. Gelecekle ilgili halihazırdaki düşünceler de, aynı şekilde, var olan yargıları belli patikalara yöneltirken başkalarına yolu kapatır. Bu zaman, bireyin, geçmişini seçici bir şekilde, mitleri doğrulamanın bir kaynağı olarak; geleceğini de düşlerin mekanı olarak ele aldığı iki yönlü bir perspektif varsayar. Bu zaman, mitler ve düşlerin içinden, eylemin kılavuzları olarak akla yatkın biçimde içiçe geçen bazı öbekleri seçip ayırmak için şimdide kullanılmakta olan iki yönlü bir süzgeçe gönderme yapar.

Etnografik şimdi, değişmeyen bir ekonomik sistem öngörür. 1950'ler ve 1960'ların işlevselci bir antropoloğunun araştırmasını yapmak zorunda olduğu sabit kısa süre göz önünde tutulduğunda, ele aldığı ana sorun, burada ve şimdide olanın örtük bir biçimde değişmez sayıldığı bir ekonomi anlayışıydı. İktisadi analiz kaynakların siyasal ve dinsel sistemlere nasıl aktarıldığını, siyasal ve dinsel analizler ise ekonomik sistemin, nasıl da inandırıcı bir dağıtımcı adalet kisvesine büründürülerek tahkim edildiğini açıklamıştı. Sraffa'nın kitabı, iktisatçılarla ortak konu bulmak için çabalayan antropoloğa doğrudan yararlı olmak için fazla hususi ve uzmanlaşmış olsa da, bilmeksizin iyi bir yazıdan bahsetmiş olduğumuzun farkına varmak cesaretlendirici; döngüsel bir süreci analiz etmekteydik, öyle ki, etnografik anlatı sık sık, ataların atalar yoluyla üretimi ya da sığırın sığır yoluyla üretimi olarak adlandırılabilmiştir.

Bunun, tüketim toplumuyla övünmek için değil, tüketim toplumunu tartışmaya başlamak için yalnızca küçük bir nitelendirme olduğu ortada. Bizi cesaretlendiren bir kaynak da, başka hiç kimsenin insanların neden mal istediği konusunda pek bir fikre sahip değilmiş gibi görünmesidir. Aynı sorunun öbür yakasına, yani harcamanın nedenlerine geldiğimizde, yine düzeltilmesi gereken şaşırtıcı birtakım yanlış kavramsallaştırmalar var.

Neden Tasarruf Ediyorlar

KEYNES'E GÖRE

Tasarruf yatırımdır. Aynı zamanda ertelenmiş tüketimdir. Gelecek gelirin düzeyi, tasarrufun miktarına bağlı olduğu için, şimdi tüketme ya da gelecekte tüketme kararı makro iktisatta önem taşır. Ünlü bir pasajda Keynes, psikolojik bir kuralın, insanların, gelirleri arttıkça tüketimlerini arttırma (ancak gelirdeki artışla aynı miktarda değil) eğiliminde olmalarına neden olduğunu açıklamıştı.

Bu değerlendirmeler, bir kural olarak, reel gelir arttıkça tasarruf edilen gelirin daha büyük bir kısmının tasarruf edilmesine yol açacaktır... Reel geliri arttığı zaman, tüketimini mutlak surette eşit bir miktarda arttırmayacağını, böylece daha büyük bir miktarın tasarruf edileceğini, herhangi bir modern topluluğun temel bir psikolojik kuralı olarak ele alıyoruz.²⁸

28) Keynes, J. M. *The General Theory of Employment, Interest and Money*, s. 96. Londra: Macmillan, 1942.

Bu “kural”, tüketim eğilimini, reel gelirin belli bir düzeyinde tatmin edilme kapasitesiyle ilişkilendirir. Böylelikle bu “kural”, tüketim eğilimini, bizzat malların “gerçek” istekleri tatmin etme kapasitesiyle üstü kapalı biçimde bağlantılandırır. Dolayısıyla, geçmiş yüzyılda, reel gelir düzenli ve etkileyici şekilde arttığında, gelirden tasarruf edilen oranın buna uygun artmış olması gerektiği varsayılabilir. Ama reel gelirdeki uzun süreli tarihsel artışa, tasarruflarda bununla oranlı bir artış eşlik etmedi. Bu gerçekleşseydi, antropologlar açısından çok şaşırtıcı olurdu. Tasarrufların, yalnızca reel gelir artışı için uzun bir süre düzenli bir biçimde artmış olması gerektiğine inanmak zordur. Tasarrufun toplumsal olarak belirlendiği ve bu nedenle reel gelir tarafından etkilenmesinin en umulmadık şey olduğu varsayımından hareket ettiğimiz takdirde, herkesin borçlu ölmesinin ya da bir yıllık harcamalarını ve gelirlerini tam olarak dengede tutmasının beklendiği bir kültür ya da toplumsal olarak uzlaşmış başka bir kural aynı derecede akla yatkın görünür. Basit Keynesgil ilkenin işlememesi hiç de şaşırtıcı değil. Kişi başına düşen reel gelirdeki artışla birlikte daha yüksek bir oranı tasarruf etme eğiliminin “uzun vadede seküler yok oluşu”na dayanan alternatif ilke²⁹ daha akla yatkın görünmektedir çünkü harcamaları, yükselen reel gelire neden olan toplumsal koşullarla bağlantılandırabilmektedir.

Tutumlu olmanın açık elli olmaktan daha iyi olduğu, her zaman ve her yerde kabul edilmez. Her kültür kendi ahlaki gerçekliğinin parçalarını farklı biçimlerde keser, yerel görüşlere göre dengelenen erdemler ve kötülöklere onay verir ve karşı çıkar. Ama farklı toplumların gelire oranlı tüketime yükledikleri çok farklı değerler olduğunu görmek ilginçtir. Gelirin yalnızca küçük bir miktarının harcanması, belli bir yerde ve zamanda tutumluluk, akıllılık ve basiret olarak adlandırılabilir; bir başka yer ve zamanda pintilik, kötü ve yanlış kabul edilebilir. Diğer açıdan, yüksek tüketim oranı bir kültürde cömertlik, görkemlilik ve iyi olarak görülüp onaylanırken, başka bir kültürde yine aynı davranış müsriflik, sorumsuzluk ve kötü olarak nitelendirilebilir. Açıktır ki, uygun yargıyı meydana getiren toplumsal bağlam incelemeye değer olsa gerektir.

29) Hart, Albert G. “Postwar Effects to Be Expected from Wartime Liquid Accumulations.” *American Economic Review*, Proc. 35: 345-346, 1945.

Irving Fisher, kaynakları tüketmeye eğilim gösteren herhangi bir ekonomiyi anlatmak için "sabırsızlık" sözcüğünü kullanırdı.³⁰ Bu eğilim, çevre hakkındaki bugünkü düşünüş içerisinde hâlâ tartışılıyor ve reddediliyor. Tamamen başka bir bağlamda, sabırsızlık düşüncesi, bazı gelişmemiş ülkelerdeki yatırımın düşük düzeyini tanımlamak için kullanıldığında, reddi de beraberinde getirir. Burada sabırsızlık, şimdinin taleplerinin yadsınamayacak kadar acil olduğu anlamına geliyor. Güçlü bir zaman tercihi sıklıkla, güçlü bir aylıklık tercihini akla getiriormuş gibi; dinlenmeye, uyumaya ya da yemeye, içmeye, eğlenmeye istekli olmak, geleceğe hazırlanma gereksiniminden öncelikliymiş gibi ele alınır. Fakirlerin güçlü bir öznel zaman tercihinine ya da yüksek bir zaman-maliyet azaltımı oranına sahip olduğundan söz etmek ancak, halkın fakir kesimlerinin en az varlığa sahip olanlar olarak tanımlandığı ve tam da bu nedenle şimdide yaşadıklarının ve hatta karakteristik bir kısa vade zaman yapılanmasına sahip olduklarının söylenebileceği olgusuyla, döngüsel biçimde desteklenebilir.³¹

Tutumluluk, kötülük, müsriflik, dikkatsizlik, görkem, cesaret yargıları toplumsal çevrenin geri kalanı tarafından kuvvetli bir biçimde yayılırsa, bireysel harcamanın tabanını ve tavanını etkin biçimde belirleyebilir. Bu tür yargılar, tam da antropologların incelediği kültürel normların kaynağıdır. Aşağıda, harcama konusundaki bu toplumsal yargıları, üç ayrı çalışma bütünüyle ilişkilendirmeye çalışacağım: ilkin, Max Weber' in "*Kapitalizmin Ruhu ve Protestan Ahlakının Yükselişi*" açıklaması³² ve iki iktisatçının, James Duesenberry ve Milton Friedman'ın tüketim ve tasarruf teorileri.

WEBER'E GÖRE

Weber, Rönesans'ın gözcü görkeminden, 16.- 17. yüzyılların iktisadi hesap devrine tarihsel geçişi, sosyo-ekonomik, öğretisel ve ahla-

30) Fisher, Irving. *The Nature of Capital and Income*. New York, 1906; Miller S. M., Reissman, E. ve Seagull, A. A. "Poverty and Self-Indulgence: A Critique of the Non-deferred Gratification Pattern." In *Poverty in America*, L. A. Forman, J. L. Kornbluth ve A. Haber, (der.) Ann Arbor, Mich.: University of Michigan Press, 1965.

31) Lewis, Oscar. *La Vida: A Puerto Rican Family in the Culture of Poverty*. New York: Random House, 1966; "The Culture of Poverty." *Scientific American*, Ekim 1966, s. 25.

32) Weber, Max. *The Rise of the Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. New York: Charles Scribner's Sons, 1958.

ki olarak üç düzeyde eşzamanlı bir değişim olarak analiz etti. Özel birikimi onaylamayan eski Katolik tarz ile özel birikimi onaylayan daha yeni Protestan tarzı karşılaştırdı. İktisadi konularda, ilk görüş bireysel hesaplamayı caydırıyor, ikincisiyse teşvik ediyordu. Öğretisel konularda ikinci görüş bu dünyadaki nimetleri, doğru davranışın bir göstergesi olarak görürken, ilk görüş iyi davranışın ödülü olarak gelecekteki nimetleri vurguluyordu; ahlaktaysa din ve ruhbanlık Katoliklikte uzmanlaştırılmış ve din dışı ortamlarda geçimini sağlama çabasından ayrı ve üstün tutulmuştu; ne var ki, Protestanlıkta bu ayırım kayboldu ve tüm geçim sağlama yolları kendi içinde bir ruhbanlık olarak ele alındı. Bu üç katmanlı yaklaşım, tam da antropologların izlemesi gereken doğru yaklaşımdır. Bu yaklaşım, her biri diğerini destekleyen, ayarlı siyasal kurumları, ayarlı dinsel öğretileri ve ayarlı ahlakıyla dikişsiz bir elbiseyi, ekonomiyi akla getirir. İpliği herhangi bir yerden tutun ve izleyin, aynı noktaya varacaktır. Bu tarz, iktisadi sürecin parçalarını keskin ve keyfi biçimde ayırmamıza izin vermeyecektir. Bunun iki avantajı olacaktır. Birincisi, antropoloğun sentezleme eğilimi, iktisatçının analitik eğilimini yararlı biçimde destekleyebilir. İkincisi, hem tüketici hem üretici olarak görülen bireyin rasyonel davrandığı ortaya çıkacaktır.

Max Weber yalnızca iki iktisadi-öğretisel tipin analizini geliştirdi, ama ayrıca iki tip daha önerdi; böylece toplamı dört oldu. Ondan aktarıyoruz:

Bireyci bir kapitalist iktisadın temel özelliklerinden biri, köylünün kıt kanaat varoluşunun, lonca zanaatkârlarının imtiyaza dayalı gelenekselciliğinin ve politik fırsatların istismarıyla irrasyonel spekülasyona dayanan maceracıların kapitalizminin tam tersine, basiretli ve ihtiyatlı biçimde iktisadi başarıya yönelen özenli bir hesaplama temelinde rasyonelleşmiş olmasıdır.³³

Dolayısıyla burada dört modelimiz var:

1. Geleneksel iktisat
2. Köylünün kıt kanaat varoluşu
3. Maceracının kapitalizmi
4. Bireysel kapitalist ekonomi

33) A.g.y., s. 76.

Weber, bu yazıda, köylünün kıt kanaat geçinmesi ya da maceracının kapitalizmi üzerine daha fazla birşey söylemez. İkisinin de tarihin ana yürüyüşünde ikincil olarak ele alınması ve bu analizde göz ardı edilmesi söz konusudur. Bu dört modelin farklı dönem ve yerlere yayılmış olması, Weber'in iktisadi ve kurumsal belirleyicilerin aranmasına karşı çıkmasının ve Avrupa'da 16. yüzyıldan bugüne kadar cereyan eden davranışlardaki devrimi açıklamak için çağın ruhuna dönme nedeninin önemli bir parçasıdır. Pratikte, tüm ilgisi diğer iki model üzerinde yoğunlaşmıştır ve savı, Tablo 2.1'de özetlenen, geleneksel ekonomiden bireyci kapitalist ekonomiye şeklinde tasvir ettiği kaymayı ele alır.

Her iki modelde de küçük zanaatkârlardan ve küçük işlerden o kadar çok örnek verir ki, teşhis etmeye çalıştığı hareket, başlangıçta çok az sermaye donanımı ve iş gücüne ihtiyaç duyan ve genişleyerek özel işlere dönüşen –Avrupa yayılcılığı döneminde güçlü işbölümü baskısına cevap veren bir devrim– küçük zanaatkârlardan doğuyor gibi gözükecektir. Antropologların, çağın ruhuna eğilmeden önce araştırmayı tercih edecekleri yaklaşım, iki durumda da bireylerin toplumsal ve iktisadi bağıntılarına ve değişen toplumsal çevrelerinin ahlaki konuları algılayışlarını etkileme tarzına daha çok dikkat edecektir.

Tasarruf konusunda antropolojik bir yaklaşım, göz ardı edilmiş ikincil örnek olayları derlemeye ve bunları genel eğilim içine dahil edecek muhtemel toplumsal ortamların tasvirini geliştirmeye gerek duyacaktır. Köylüler ve kıt kanaat varoluşlarıyla ilgili olarak, onların üretim saiklerine³⁴, dış pazarlara bağımlılıklarının gücüne ve kendi dünyalarını toplumun geri kalanından ayıran mevcut sınırın gücüne göre çok ilginç varyantlar ayırdedebiliriz.³⁵ Siyasal spekülasyon kumarı oynayan maceracı kapitalistlere gelince, onlarla da aynı derecede ilgilenmeliyiz. Gelirlerinin ötesinde yabani yaşamaları muhtemel olmakla birlikte, dinsel buyruk gereği herşeylerini irrasyonelce ellerinden çıkarmaya hazır değildirler. Kiliseye bolca miras bırakıyorlar diye uhrevi olduklarını düşünmek saflıktır.

34) Sahlins, Marshall. *Stone Age Economics*, 2. ve 3. bölümler. Londra: Tavistock, 1974.

35) Wolf, Eric R. "Types of Latin American Peasantry" *American Anthropologist* 57, 1955.

Tablo 2.1

1. DURUM - İKTİSADİ GELENEKSEL

Örnek	Amaç	Rasyonalizasyon	Araçlar	Özel tüketim	Özel tasarruf
13. yüzyıl lonca zanaatkarları	Geleneksel sınıfların imtiyazlarını perçinlemek	Diğer dünyada kurtuluş; yaşamak için yeterlilik kavramı	İktisadi hayatın sıkı düzenlenmesi; tefeciliğin kontrolü; geleneksel sabit fiyat ve çalışma saatleri; iş bağlantılarının ahlaki kontrolü, zoraki yeniden dağıtım	Sabit, standart, boş zaman dahil; düşük normal tüketim düzeyi	Büyük birleşmiş tasarruflar; düşük tutulmuş ya da siyasi toplumun kenarıyla sınırlı özel tasarruflar

2. DURUM - BİREYSEL KAPİTALİST İKTİSAT

Örnek	Amaç	Rasyonalizasyon	Araçlar	Özel tüketim	Özel tasarruf
Benjamin Franklin'in matbaa makinesi ve diğer küçük işler; Westphalia'nın dindar köylüleri	Bireyin iktisadi başarısı	Bu dünyada bir meslek; dünyadan el çekme, bireysel servetin medeni yararları	Bireysel kara uygulanan rasyonel hesaplama	İnziva ile düşük düzeyde tutulmuş	Özel işlerde bireysel tasarruf; yüksek

Weber'in üç katmanlı analizini, konunun ortaya serildiği tarihsel özgüllüklerden kurtarmak zordur ve bu nedenle hiçbir zaman genel bir sosyolojik tasarruf teorisi doğurmamıştır. Bu analizi daha büyük bir şemaya yerleştirmeye başlamadan önce, Weber'in analizinin yanıltıcı iki bölümünü paranteze almama ya da açıklığa kavuşturamama izin verin. Birincisi, bağımsız açıklayıcı değişken olarak çağın ruhuna, kapitalizmin ruhuna başvurmadır. Kitabın dikkatle düzenlenmiş dipnotları, analizinde bu ruhun bağımsız rolünü pekiştiriyor, ama ben bunları göz ardı etmeyi seçtim. Çünkü, ustaya çok doğru görünebilen şey, müritleri açısından kolaycılık gibi görünmektedir. Çağın ruhunun nasıl oluşturulduğu, kesinlikle, keşfetmek istediğimiz şeydir. Ruhun (ya da antropologlar açısından "kültür"ün) bağımsız açıklayıcı güce sahip varsayılmasına izin vermek, yanılgıdan beter bir şeydir – bu acınası bir merak yokluğunu gösterir ve sosyologun, en gözde tezini destekler görüldüğü anda araştırmasını durdurmasına yol açar. Bu nedenle, Weber'in düşüncesindeki daha güçlü eğilimi izleyerek, bir çağı ve onun ruhunu karakterize eden öğretisel ve ahlaki yorumların, analiz edilecek şeyin yalnızca parçaları olduğunu ve bağımsız failer olmadıklarını varsayacağız.

İkinci ikaz, Protestanlığın bu dünyaya yönelik oluşunun tersine Katolik öğretilerin öbür dünyaya yönelik olduğu konusundaki iddiayla ilgilidir. Bu iddia son paragraftaki uyarıdan çıkar ve bu uyarıda içerilmektedir. Herhangi bir sosyo-ekonomik davranışı "evet, onlar, Katolik, Hindu, Konfüçyus vb. öğretileri nedeniyle şu şekilde davranıyorlar" diyerek açıklamak, kimse için mümkün olmamalıdır. Öğretiler, insanların onlara bağlılığı için yeterli bir gerekçe ortaya konulmadıkça hiçbir şey açıklayamazlar. Ne öğretiler ne de bağlılıklar sabittir. Sosyolog, dünyevi bir kısmetin elden geçirilmesinin karşılığında öbür dünyada refah vadeden bir tevekkül öğretisinin nasıl kabul edilir hale geldiğinin nedenlerini düşünmek zorunda kalacaktır. Fakirlere her şeyi bağışlamanın nasıl inanılır bir şekilde doğru bir tavır durumuna geldiği, antropologun uzmanlaştığı döngüsel analize dahil bir sorundur. Antropolog ancak verili bir öğretiye bağlılık için ikna edici, öğretisel olmayan nedenleri düşünebildiğinde, belli bir öğretinin nasıl doğduğunu açıklama yoluna girebilecektir. Bu gerçekleşirse, Katolik modelin vakasının benzersiz olmadığı belli olur. Farklı kültürlerdeki birçok insan özgeciliğin cennette ödüllен-

dirileceğine inanır. Aksi halde ödüllendirmeyeceği eylemler için parlak bir ahiret hayatı vaad eden bir kültürün genel havasında, bu vaade inanan insanlar uhrevi davranıyor olsalar da, özellikle öbür dünyaya ait hiçbir şey olmayabilir. Vikinglerin kendi Valhalla'ları vardı; Eskimolar, tipiye rağmen açlıktan ölmek üzere olan kamp ahalisine yiyecek bulanları, ölümden sonra rahat, huzurlu bir öte dünyanın beklediğine inanırlar; Kuzey Amerika Yerlileri, büyük savaşçıların öbür dünyada güzel avlamlarda yaşayacaklarına inanırlar; Afrika'daki ataya tapınma, eğer bir gün sen de ata haline gelmek istiyorsan nasıl davranman gerektiğini düzenler. Askeri bir bağ, siyasi bir bağ ya da saf bir nakit bağı vardır. Uhrevilik ortaya çıktığında, genellikle toplumun bir kesimi, başka bir kesime rüşvet veriyordur; biz de ilgimizi, kesimler arasındaki güç dengesi üzerinde yoğunlaştırmalıyız. Reform öncesi Avrupa'da rahip sınıfı, toprak sahibi sınıf, şövalyeler ve tüccarlara hükmederek topraklarını, paralarını, kazançlarını paylaşırlarken, kendi çıkarları doğrultusunda belirgin biçimde dünyevi bir tarzda davranıyordu. Değerli etnografik şimdinin kullanımı bizi, kabir ötesi hayat hakkındaki teorilerin yorumlanmasında buraya ve şimdiye ağırlık vermeye zorlar. Güçlü grupların güçlü bir şekilde mücadele ettiği bir çevrede, taraflardan biri için, uygun bir komisyon karşılığında çalışmaya hazır simsarlar ve esnaflar kaçınılmaz olarak ortaya çıkacaktır.

Weber'in Reform öncesi ve geleneksel Katolik olarak tanımladığı genel çevre ve maceraların parlak bir anlatımı, Boutruche'un, Bordeaux bölgesindeki Yüzyıl Savaşları konusundaki çalışmasında vardır.³⁶ Weber'in kolayca farketmediği gibi, burada dört iktisadi tipin birbiriyle mücadele ettiği açıktır. Güçlü grupların mücadeleleri, savaş bölgede bir ileri bir geri hamlelerle genişledikçe, büyük ödüllerin ve kuralların söz konusu olduğu belli bir ortam yaratır. Ama, prens ve dük saraylarının aşırı müsrifliğinin ortaya çıkmasının, öbür dünyaya duyulan canlı bir inançtan ziyade, şansın da yardımıyla hissedarlarına hatırı sayılır bir kazanç sağlayabilen gösterişli bir sadakat yatırımından kaynaklandığını ısrarla belirtmeliyiz. Büyük lordla-

36) Boutruche, Robert. *La Crise d'une Société: Seigneurs et paysans du Bordelais pendant la Guerre de Cent Ans*. Paris: Belles Lettres, 1963 (Publications de la Faculté des Lettres de l'Université de Strasbourg).

rın yüksek soylu ya da yüksek rahip sınıfından (çoğunlukla ikisinden) geldiği, İngiltere ve Fransa kralları arasındaki bu savaş boyunca toprak, her düzeyde, uğrunda mücadeleye girilen şeydi. Her biri bağımlılık zincirinin bir halkası olan krallık, büyük soylular, ve daha küçük soylular, sınıflarına uygun olarak yalnızca topraklarının sağladığı gelirle yaşayabilirlerdi.

13. yüzyılda İngiltere kralı, kendi Bordeaux bölgesini sağlama almaya çalışırken, kriz zamanlarında kendisi hazır bulunarak ya da veliahtını, ailenin bir diğer üyesini yollayarak yerel lordların bağlılığını güçlendirdi. I. Edward'dan sonra, bu kez Siyah Prens başa geçti, daha sonra da Lancaster ve Clarence Dükleri, Derby ve Talbot Kontları başa geçti. Yönetim, eski feodalizmin ve modern tekniklerin bir karışımıydı; keyfi ve öngörülemeyen geçici güçlere büyük bir hareket alanı sunan etkisiz bir bileşimdi. Zayıf ve karmaşık yönetim sisteminde, bireysel bağlar çok önemliydi. İngiltere yakasına gelince, iki ülke arasında hareketlilik devam ediyordu, ülkelerarası evlilik de sık görülüyordu. Bordelais, feodal lordları Fransa Kralı ile çarpıştığında onun taraftarı olmaktan vicdani bir rahatsızlık duymuyor ve İngiltere'yle bağlantılı olmanın daha fazla iktisadi avantaj sağladığını düşünüyordu. Fransa Kralının kuvvetlerine yalnızca İngiliz askerleri değil, zambak çiçeğinin* kendi ticari pazarlarını tehdit ettiğini gören üzüm bağı sahipleri ve tüccarlar da karşı koydu. Ancak soylulardan bazılarının bu kadar kesin bir seçimi yoktu. Her lider kendi ordusunu gözden geçirdi, sadakatlerini yeniden kazanmak için, vassalları arasında kimin bağlılığının zayıfladığını hesapladı; aynı şekilde, üstünlük sağlamayı umduğu diğer taraftaki taraftarları da inceleyecekti.³⁷ Örtülü tehditler ve yaltaklanmalarla, kendi adamlarını düşmanın şeytani kumpaslarına karşı uyaracaktı. Tarafların temel kademelerinde, havayı koklayan, bağlılık değişikliğinin risklerini hesap eden, bir taraftan diğerine geçen, sadakatte değiş-tokuş yapan lordların karmaşık bir konumu vardı. Bir nehir kalesi sahibi, 4.Raymond, Vicomte de Fronsac, 1336-1349 yılları arasında beş kez taraf değiştirdi. Sınır lordları, Budes, üç kez çark ettikten sonra, en sonunda Anjou Dükü bölgelerini zaptedince,

*) Fransa krallarının arması (ç.n.)

37) A.g.y., s. 233-234.

Fransa'yla kalmaya karar verdi. 1377'de Durfort, daha önce birçok kere saf değiştirdikten sonra, kalıcı olarak İngiltere'nin yanında yer aldı. Bu tür bir ortamda, yeminden caymanın bir gereklilik olduğu kadar bir kariyer olduğu zaman, İngiltere ve Fransa Kralları, soyluların mülklerine el koyacak, kararsızların gözü önünde onlarla dans edeceklerdi. Krallar, düşmanların kendilerini soyduğundan şikayet eden ve aile topraklarının iadesini beklerken tazminat ya da bir zeamet talep eden soylularla kuşatılmışlardı. Bu soylular, krallara sundukları hizmetleri sayıp dökerek, düşmanın bile daha cömert olduğunu ima ediyorlardı. Feodal bağımlılık bir şantaj zinciri haline geldi, krallar sadakatın bedeli olarak, açıktan açığa feodal haklar dağıttılar.

Boutruche, sarayda sürdürdükleri müsrif hayatı ve servetlerini savurmalarını anlatmak gerektiğinde, topraklarından ayrılmanın onları hayalci yaptığını söyleyerek, müsrif harcamalarını mazur gösterir. Ama antropolojik analiz, bu rekabetçi dönemlerde, kendisi ve taraftarları için iyi bir gösteriş yapmayan lordun unutulma riskiyle karşı karşıya olduğunu ve unutulmanın kesin olarak, o lordun mülklerinin kralın iyi niyetinin daha önemli bir talibine verilmesiyle sonuçlanacağını gösterir. Bu, lordlar için olduğu kadar rakip krallar için de geçerlidir. Boutruche, onları gelirlerinden daha çok harcar duruma getiren aynı gerçekçilik yoksunluğunun iradi davranışlarına da yansıdığını ileri sürerek, ipotek ve borçlarla yara almış servetlerinin tam miktarını zaten bilmediklerini, hazırladıkları vasiyetleri inceleyerek kanıtlar. Bununla birlikte, cömert vasiyetler hazırlamanın ve onları yerine getirmeyi varislerine bırakmanın irrasyonel ya da hayalci olmadığı da aynı şekilde ileri sürülebilirdi.

İlginçtir ki, soyluların müsrif harcamaları hakkında söylenmiş her şey, ruhban sınıfı için de geçerli olsa bile, ruhban sınıfı bir açıdan sınırlanmıştı. Soyluların servetleri son vasiyetlerle bozulmuştu, ama kilise lordlarının, topraklarını ipotek ettirmelerine ya da satmalarına izin verilmiyordu – bu, güçlü bir birleşik grubun, grup servetini nasıl koruduğuna örnektir.

Ruhban sınıfı her yönden kazançlıdır. Zira, büyük lordlar Kili-se'ye cömertçe bağışlar yaparak ölümlerinden sonra itibarlı olmak için birbirleriyle yarışmaktadır. Kendi ailelerinin geleceğini tahrip etmekte olduklarının ayırdında olsalar gerektir. Vasiyetleri, miras

saikinin bir etnografik şimdi meselesi olduğunu, gelecek kuşaklardan çok şimdiki tatminle ilgili bir iş olduğunu sezdirir. Düzenledikleri binlerce ayinle, bağışladıkları anıtlar, küçük kiliseler, kapılar, pencerelerle, teşvik ettikleri Haçlı Seferleri ya da Hac yolculuklarıyla böbürlenebiliyorlardı. Bir antropoloğu bu lordların tümüyle uhrevi saiklerle hareket ettiğine inandırmak için, Kilise'nin söz etmeye değer bir siyasi güce sahip olmadığını belirten talihsiz bir iddiada bulunmak gerekir. Lordların veliahtları, sözlerini tutmak için topraklarını sattılar; toprakları, dindarlık ve sözünde durma konularında zamanın öğretmenleri olan profesyonellerce satın alındı: Fransiskanlar, Augustianlar, Kermeller ve Dominikenler.³⁸ İyi oturmuş bir grubun yapabileceği gibi uzun vadeli bir görüş kabul ederek ve iktisadi siyasete dünyevi bir şekilde yaklaşarak "Kilise, ortaçağın alacakaranlığında Bordelais'nin başat kapitalist gücü olarak kaldı." Bu dönemde bireyler tasarruf etmiyor, birleşmiş gruplar tasarruf ediyordu; güç dengesi tersine döndüğünde ve birleşmiş gruplar bireylerin isteklerine duyarsız olduklarında, Protestan etiği, Reformasyon öncesi uhreviliğinin idaresini eline geçirdi.

GRUP ORTAMI

Toplumsal ortamlara ve bunların tasarruf üzerindeki etkisine dair antropolojik bir açıklama, bireyi grubun karşısına koyarak işe başlayabilir. En ayırtedici grup modelimiz ortak soydur.³⁹ Ortaklıklar, eğer tanımlanmış bir mensubiyete sahiplerse ortak karar alırlar, ortak mülkiyeti idare ederler (bu sadece bir isme yakıştırılan bir ün olsa da) ve sonsuza dek yaşayacakmış gibi davranma eğilimindedirler. Bu tür birimlere ait olan ve onlar adına davranan bireyler, uzun vadeli düşünme baskısı altındadırlar.

Toplumumuzdaki bazı kurumlar, kısa ve uzun Vadeli değişimlerin arasındaki ayrımın tümüyle farkında olarak çalışır. Uzun vadeli değişimlerin çoğunu doğrudan "üretirler"... Bir birey, ömrü çok kısa da olsa, aktif hayatının uzun

38) A.g.y., s. 566-569.

39) Fortes, Meyer. "The Structure of Unilineal Descent Groups." *American Anthropologist* 55: 17-41, 1953; Smith, M. G. "On Segmentary Lineage Systems." *Journal of the Royal Anthropological Institute* 86, 2. bölüm: 39-80, 1956.

vadeli gidişini düşünür, onun için hazırlanır, onu hesaba katar;... benzer bir sav, özel girişimlerin ya da diğer kurumsal birimlerin mensupları sıfatıyla bireylere, daha kuvvetli biçimde uygun düşer;... teoride ve sıklıkla pratikte, aile dışındaki bu kurumlar, sonsuz bir mensupları sahipmiş gibi davranırlar. Bu nedenle, zamansal ufukları, aile birimlerinin üyeleri olarak hareket eden bireylerinkinden daha geniş olabilir; genelde de daha geniştir; uzun ve kısa vade arasındaki fark hakkında da daha çok bilgi sahibidirler.⁴⁰

Grup, yalnızca en uzun vadeli görüşü değil, aynı zamanda kamu çıkarını da temsil etme iddiasında olabilir. Bu iddia onu gıpta duygusundan korur. Bu nedenle, grup, mensuplarından vergi toplayabilir, mallarına el koyabilir ve uzun vadeli görüş ve kamu yararı iddiasının akla yatkın olması koşuluyla istediği her şeyi yapabilir. Eğer farklı toplulukları, varsayımsal bir ölçek boyunca yerleştirecek olsaydık, grup güçlendikçe, kendi adına kazanç sağlama kapasitesi büyüyecek; grubu oluşturan mensupların kendileri için kazanç sağlama güçleri azalacaktı. Güçlü bir grup, üyelerinin ilişkilerine zarar verebilecek ve böylece grubun performansını tehdit edebilecek olan gıpta duygusunu kontrol etmenin tipik yollarına sahiptir.

Grup, grup değerlerini dayatır ve böylece sapkın bireysel harcamayı engeller, neyin gösterişçi bireysel tüketim olduğunu tanımlar ve cezalar koyar. Mensupların her biri üzerindeki etkisini güçlendirme işleminin bir parçası olarak, grup, mensuplarının zaman ve gelirlerinden pay alır. Bunun sonucunda mensuplar arasında yeniden dağıtım yapılır ve grubun gayri safi üretimi düşebilir. Zenginlerin ziyafet vermelerinin talep edilmesi, birikimden herkesin bir miktar yararlanmasını sağlar, ancak bunun yanında birikimin dağılmasını sağlama eğilimindedir. Grup, sınırlarını tanımlamada daha büyük bir güce doğru ilerledikçe, bunun sonucunda, gruba ve grubun ayrıcalıklarından yararlanma hakkına kabul edilme kuralları sıkılaşır. Mensubiyet vasıflarını yerine getiremeyecek kişiler gruba dahil olmaz, böylece kaprisli kıskançlık, yapılan tanımlamanın niteliği sayesinde kontrol edilir. Artığı onaylamasıyla, bireysel birikimin tavanını belirler. Ya servetin eşit dağılmasını gerektirir ya da hoşgörülebilir servet eşitsizliklerinin, grup sorumluluğunun getirdiği eşitsiz yüklerle ilgili olduğunu gösteren dağıtımcı adalet teorisini kullanır.

40) Dennis, N., Henriques, R., ve Slaughter, C. *Coalls Our Life*. Londra: Tavistock, 1969.

Kabilenin en büyük sürüsünün sahibi Afrikalı reis, yönetsel ve yasal, bitmez tükenmez zor işlerinin, herhangi bir kişisel servetin telafi edebileceğinden daha çok ağır olduğunu ileri sürerek, "Reisler köledir" diye sızlanır. Egzotik yerlerin antropolojisinden birçok örnek var; ancak güçlü bir grubun etkili zaman-maliyet indiriminin nasıl ortaya çıktığına dair bu özellikler, 8. Bölümde tasvir edilecek olan bir Yorkshire maden köyünün, Ashton'ın incelemesinde güzelce anlatılacak.

Grubun uzun vadeli perspektifi, daha iyi bir ahlaki statüye layık olmasının tamamlayıcı bir parçasıdır. Çünkü tüzel kişiliği ebedidir ve doğmamış nesiller adına taleplerde bulunabilir. Eli sıkı mensuplarını kamçılar için miras saikini kullanabilir. Kendi adına hareket eden hiç bir birey bu tür bir uzun vadeli gelecek düşleri göremez. Yalnızca grup, kapsamlı bir uhrevi ahlak geliştirebilir; zira grup, mensuplarından fazla yaşar. Böylece, öğretisel bir önyargının uhreviliğinin, grubun gücüne ve temsilcileri tarafından algılanan özgecil fedakârlıklar ihtiyacına bağlı olduğu sonucuna varıyoruz. Grup ortamının, Weber'in geleneksel iktisadı için gereken koşulları nasıl yerine getirdiğine dikkat edelim. Yine de, kendisine tanıyabileceği tüm avantajlara rağmen, grup kırılmandır ve her yerde hazır ve nazır olması asla söz konusu değildir.

BİREYÇİ ORTAM

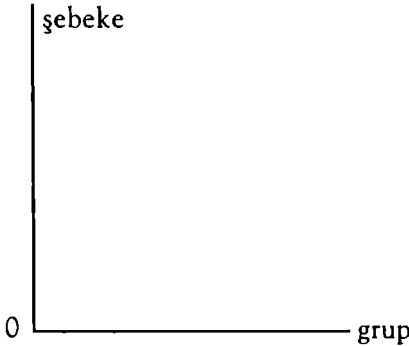
Bir grubun amaçladığı ebediyet, daima içeriden veya daha güçlü rakip topluluklardan kaynaklanan bir aşınma riskiyle karşı karşıyadır. Dolayısıyla, antropolojinin, bireysel ticari işlemler üstünde yoğunlaşmış ve bir hayli aktif olan dalına da bakmak zorundayız; meseleyle özellikle ilgili olansa, grupların kısa ömürlü ya da daha az önemli olduğu toplumlardaki ilişkilerin yapısını incelemek için kullanılan şebeke analizidir. Talebin baş etkeni olarak gıptayla ilgilenen bazı iktisatçılara göre, grup ahlakının ve grup sınırlarının yokluğunda gıptanın nasıl kontrol edildiği, sormaya değer bir sorudur.

Birey bir grubun arka planında ele alındığında bir toplumsal ortamın betimlenmesi göreceli kolay olur. Ama iş, öncelikle gruba baş vurmaksızın betimlenen ve daha çok bireylerin birbirleriyle yaptıkları işlemlerle karakterize edilen bir toplumsal ortam hakkında

düşünmeye gelince, sosyologlar, iktisatçıların ticari muamelelerin dışsallığını sistematik bir şekilde değerlendirmeye ilk kez başladıklarında gösterdiklerine benzer bir teorik çaba göstermek zorundadır. Bireyler açısından kendilerinin karşılıklı etkileşimlerinin ürünü olan ve bireylerin yer aldığı bu ortama, biz, “şebeke” (grid) diyeceğiz. (Bkz. Şekil 2.1) Diyagramın en üst noktası, şebekenin en güçlü olduğu noktadır. Şebeke, serbest ticari muameleleri önleyen ve bireyler arasında yer alan yalıtımlardan oluşur. Etkileşim düzeyi, tam fiziksel yalıtımla ya da kendi kendini yaratan kurallarla düşürülebilir. Bazen, sınırlı bir toplumsal sınıfın mensupları, çocuklarının evlenmesine izin verebilecekleri yalnızca birkaç aile olduğunu düşünebilir; doğumun, yaşın, servetin ve gerçek saygınlığın çeşitli çapraz sınıflandırmaları, belli bir bireyin muhtemel bir evlilik adayına sahip olmamasıyla yahut yalnızca bir adaya sahip olmasıyla sonuçlanabilir. Bireyleri serbest ticari muamelelere girmekten alıkoyarken içinde bulundukları durumu tek başına açıklayan sınıflandırmalar biçimine bürünebilen bu tür yalıtımlara “güçlü şebeke” adını vereceğiz. Bu ölçekte aşağıya indikçe yalıtım zayıfladığından, bireyler birbirleriyle istedikleri gibi ilgilenmek için daha çok faaliyet alanına sahip olurlar. Güçlü şebeke yalıtımından uzaklaşmak ille de kuralsızlık ve örgütsüzlüğe doğru bir hareket değildir. Adilce girilen, şartları bilinen ve performansı değerlendirilebilir olabilecek maksimum sayıdaki sözleşmeye olanak vermek için, yeni bir kontrol biçimi ortaya çıkar: adil-karşılaştırma kurallarının görünmeyen kontrolü. Şövalye saraylarından Queensbury Markizi'nin kurallarına, ya da sığır pazarlarından menkul kıymetler borsasına, bu kuralların etkisi, rekabeti düzenlemek, adil bir yarış ortamı sağlamak ve tarafları bir sözleşmeye, güvence olarak verdikleri söze bağlı tutmaktır. “Zayıf şebeke” olarak adlandırdığımız şey, güçlü bireyciliğin lehinedir. (Basil Bernstein⁴¹, bu sınıflandırma analizinin tümünü, öğrenim kurumlarına uygulamak için ayrıntılarıyla hazırladı, geliştirdi ve biz bu sınıflandırma analizini onun teorisinden aldık.) Kapsamlı bir etnografik belgeyi özetleyecek olursak, güçlü şebekeden zayıf şebekeye doğru uzanan bir ölçekte, bizzat yalıtımların insanları birbirinden ayırdığı yerde,

41) Bernstein, B. *Class Codes and Control*, 1. cilt, *Theoretical Studies Towards a Sociology of Language*, 11. bölüm. Londra: Routledge & KeganPaul, 1971; Douglas, Mary. *Cultural Bias*. Royal Anthropological Institute, Occasional s. 35, 1978.

gıpta etme duygusunun tanımlanmasına ve kontrol altına alınmasına gerek olmadığı söylenebilir. Ama, bireycilik gündeme geldikçe, gıptanın yıkıcı enerjileri, mülk ve hayat güvenliği için tehlikeli bir tehdit olabilir. Bireysel ticari muamelelerde serbest bir piyasanın geçerli olması daima toplumsal nüfuz ve refahın eşitsiz dağılımıyla sonuçlandığından, bu tehdit gitgide artar. Bu durumu kabul edilebilir kılmak içinse, uygun bir dağıtımcı adalet teorisi gereklidir.



Şekil 2.1 Şebeke ve grup diyagramı

Zayıf şebekeli, zayıf gruplu toplumlarda, grup değerlerinin bireylere dayatılması yerine, bireylerin kişisel sorumlulukları onur, utanç ve şans üçgeni içinde billurlaşır. Tabii ki bu kelimeler her zaman aynı değildir, biz Akdeniz çalışmalarında örneklenen, kendi uygarlığımızın terimlerini aldık.⁴² Başka dönem ve yerlerde de buna oldukça yakın, eşdeğerli fikirler var.⁴³ Şebekenin güçlü olduğu yerde yaptıkları gibi, verili bir şema içindeki kendilerine tahsis edilen konumu kabul etmek yerine her bir aile, sadece hayatta kalmak amacıyla, avantajlı ittifaklar (ailevi, savunma ya da mali nitelikte) kurma çabasına girer. Böyle de olmalıdır; zira bireyler arasındaki ilişkiler, grup değerlerinden çok, toplumsal mertebeler uğrunda girilen şiddetli mücadeleler tarafından yönetildiğinden, yeniden dağıtımı sağlayan vergiler, harcama ya da tasarruf üzerinde kontroller yoktur.

42) Peristiany, J. G., (der.). *Honour and Shame, The values of Mediterranean Society*. Londra: Weidenfeld & Nicolson, 1965.

43) Snyder S. "The Quest for the Sacred in Northern Puget Sound: An Interpretation of Potlatch." *Ethnology* 14(2): 149-162, 1975.

Kurulan ittifakların örüntüsüne göre, daha yüksek bir eşitsizlik derecesi de var olacaktır. Daha da büyümeye meyyal büyük taburlar ve yandaşlarının terk ettiği küçük taburlar bulunduğu gibi, büyük ve küçük servetler var olacaktır. Kaçınılmaz olarak, kişisel onur, ittifak kurma mücadelesindeki başarıyla bağlantılı olacak ve başarısızlığın cezası utanç biçiminde gelecektir. Gruba ve sağladığı imtiyazlara kabul kuralları yerine, dikey hareketlilik için uygunluk testleri sunmak ve seçici dışlama teknikleri yaratmak üzere saflık teorileri –kadının saflığı, törenin saflığı, yiyeceğin saflığı– ortaya atıldığını saptıyoruz; saf hayat ve başarı arasında bir ilişki ortaya atılacak ve ticari muameleleri yöneten kuralların bir parçası haline gelecektir.⁴⁴ Konforun eşit dağılmasını sağlayan kuralları düşünmek yerine, insanlar, bireyler arasındaki mücadelenin adilliği ve eşitliğini yöneten kuralları daha çok düşüneceklerdir. Bu, böyle bir toplumsal ortamda kıskançlığı kontrol altında tutan temel araç haline gelecek şekilde geliştirilebilir.

Bu türden bir ortamda, başarısızlıkla itham edilen bir insan, ayrıca, ailesinin onurunu korumak için gerekli ahlaki ve zihinsel tahammül gücünden yoksun olmakla da itham edilir; böylece katlandığı utancı da hak edecektir. Ancak, makul biçimde hem erdemli hem zeki olmalarına rağmen büyük ödüller almadıklarını iddia eden daha az talihli kişilerin tüm sistemi sorgulamaması için, ahlak ya da zekayla ilgisi olmayan, ödüllerin dağıtımını meşrulaştıracak bir başka nitelik, genellikle bir başka ilksel ihsan olmalıdır. Bu, Norveçli atalarımız için şans, Yunanlılar'da kader, Plains yerlilerinin toplumunda bir ruh-kefilinin kaprisi, modern Kalvinizm'de takdir-i ilahiydi. Kontrolü sağlayan fikirler olarak şans, utanç ve onur, intikamcı ataların yerini aldığı anda, bundan sonraki dünyaya referansla düzenlenen bir toplumdan, açıkça bu dünyayla ilgilenen bir topluma doğru hamle etmiş oluruz. Böylece, takviye edilmiş olarak, Weber'in dört modeline dönebilir (bkz. Şekil 2.2) ve bireysel tutumluluk ve tasarrufun her birinde nasıl işlediğini sorabiliriz.

44) Campbell, John. *Honour, Family and Patronage*. Oxford: Oxford Üniversitesi Yayınları, 1964; Bourdieu, Pierre. *The Sentiment of Honour in Kabyle Society*. In Peristiany, *Honour and Shame*, s. 191-242.

Köylüler	Geleneksel toplum
Bireyci kapitalizm Maceracılar	Manastırlar ve piskoposluklar

Şekil 2.2 Weber'in 4 tipi

Bunlar istikrarlı dört ortam tipini temsil ediyor. Maceracı kapitalistler, Yüzyıl Savaşlarındaki Bordeaux soyluları için tanımladığımız aşırı müsrif tipe dahil olsalar da, çizdiğimiz bu taslağa tam olarak uymuyor. Ama, bağılıklarına biraz daha istikrar kazandırır kazandırmaz, şekilde solda yer alan tipe dahil edilebilirler. Weber'in yaptığı tasviri tamamlamak için, Kilisenin büyük ortaklıklarını sağ alta yerleştirdik. Sol üstte Weber'in sözünü ettiği köylüler var. Köylülerin kıt kanaat geçinmeleri güçlü yalıtıma, güçlü şebekeye uygun düşüyor. Burada toprak sahiplerinin uyguladıkları kontrolden ya da yatırımlardan elde edilen düşük gelir hakkında bir şey söylememize gerek yok; bunlar, kendilerini merkez toplumun çevresine dahil eden sistemin parçalarıdır; böylece ne birbirleriyle rekabet edebilirler ne de ezen gruplara karşı birleşebilirler. Bu gruplar tasarruf edebilseler de, gelirlerinin düşüklüğü bunu zorlaştırıyordu.

Bireysel birikimin sürekli grup amaçları için kullanıldığı şeklin sağ tarafında, özel bireysel birikim olasılığı en azdır. Weber'in, sınırlayıcı pratikler, eşitleyici kurallar ve bireysel birikimin reddinin damgasını vurduğu geleneksel iktisat fikri, buraya uyar. Birey az tasarruf eder, ama grup servet biriktirir. Lonca salonları ve katedraller bağışlanır ve inşa edilir. Uhrevi öğreti, bu davranış kalıbının anlaşılabilir ve kabul edilebilir kılındığı yollardan biridir. Güçlü bireycilik (zayıf şebeke), özel birikim için en büyük güdüler sağlar. Ama, Weber'in maceracı sınıfı spekülatif siyasal kumarbazlar olarak adlandırırken vurguladığı gibi, kuralları yerine getirmek zordur ve ödüller büyük

olsa da başarı risklidir. Üzerinde anlaşmaya varılan ortak ticaret kuralları güçlü bir grup konsensüsünü doğruluyorsa eğer, bireyci kapitalist iktisat (Weber'e göre bunun örneği, etkileşim kurallarını sağlamlaştıran dürüstlük, çalışkanlık ve borcuna sadık olma erdemlerini yücelten Benjamin Franklin'dir), şebeke çizgisinin az çok aşâğılarında bir yerde, muhtemelen ortasına yakın bir yerdedir.

Her biri bireysel tasarruflar üzerinde özel bir etkiye sahip olan bu muhtemel toplumsal ortamlar şeması, Max Weber'in çalışmasındaki örneklerin, zaafı giderilmiş ve 16. Yüzyıl Avrupası tipolojisi, modern ya da kabile dönemlerini hesaba katabilecek daha evrensel bir paradigmaya yerleştirilmiş halde yeniden düzenlenmesine izin verir. Bir şebeke ya da grup analizi geliştirmenin önemli olmasının bir nedeni, modern sanayi toplumunda görülen, bireyi güçlü şebekenin sıkı kontrolünden ve birleşik grubun baskısından aşama aşama kurtaran eğilimleri teşhis edebilecek olmamızdır. Ancak birey bu sefer, özgürlüğüne kavuşmak yerine, rekabet etmek zorunda olduğu aksi takdirde bir sapkın olarak küçümseneceği bir yere, şeklin sol alt köşesine, güçlüklerle dolu bir toplumsal ortama çekilir. Eğer rekabet ederse, utanç riskine atılması, onur peşinde koşması ve şansa güvenmesi ve başkalarının da onura değer vermelerini, utançtan kaçınmalarını, şansa güvenmelerini sağlamak için çevresindeki herkesi içine alacak daha fazla belirsizlik yaratması gerekir. Bu ortam katlanılması zor bir ortamdır ve bu nedenle bireyler, ya iyi anlaşılan kişilerin oluşturduğu bir cemaatin etrafına çit çekerek toplumdan çekilirler ya da bir minimum seçim ve maksimum tecrit konumuna zorlanarak dışarı itilirler.

Bu analizi anlamak için en önemli nedenlerden biri belki de, şebeke ve grup kontrolünden kaçma isteğinin küçük grupları dağıtmasıdır. Alternatif olarak, bu, büyük bir iktidar ve servet eşitsizliği yaratır. Güçlü bireycilik ortamı, dağıtım konusundaki sonuçları bakımından eşitlikçi değildir.

DUESENBERRY'E GÖRE YARIŞMA (emulation)

Tüketim biriminin şuna veya buna harcama yapma kararlarını yalıtık halde ve öbür tüketicilerinkinden bağımsız alıyormuş gibi hareket etmesi garip görünür ancak bu, geleneksel fayda teorisinin

kullanılma tarzının bir sonucudur. Reklamcılar ve pazar araştırmacıları, toplumsal etkenler, sınıf, yaş ve rekabetçilik hakkında bilgi sahibidir. Sosyologlar ve antropologlar tüketim standartlarının toplumsal olarak belirlendiğini bilirler. Ama 1949'dan önce iktisatçılar hâlâ, yalıtık bireye dayanan bir talep teorisini, tüketim kararlarını yalnızca fiyatların ve gelirin birer fonksiyonu olarak yeterli buluyorlardı. Bu teorinin en azından, tasarlanmasının altında yatan iki amaç bakımından yeterli olduğu düşünülüyordu. Fiyatların esasen maliyetlerle belirlendiğini savunan, önceki başat iktisat teorisine hücum etmek için yararlıydı. Belirli piyasalarda miktarların fiyatlar üzerindeki etkisini öngörmek için de yararlıydı. Bu sınırlı amaçlar için, tüketimi belirleyen toplumsal etkenlerle özel olarak ilgilenmenin gereği yoktu. Bu bireyci ve atomize tüketici modeline, en sonunda Duesenberry resmen hücum etti.⁴⁵

Duesenberry'nin eleştirdiği iki varsayımın 1949 gibi geç bir tarihte hâlâ sağlam bir konumda olması şaşırtıcı görünüyor: (1) her bireyin tüketim davranışı, öbürlerinininkinden bağımsızdır, ve (2) tüketim kararları zamanla tersine çevrilebilir.

Bu varsayımların o dönemde eleştirilmesinin nedeni, ilgi odağındaki bir değişiklikti. Tüketici davranışının fiyatlara etkisi, mevcut teoride yer alıyordu. Ama, mevcut teori, tasarruf davranışını açıklamada yeterli değildi. Keynes'in temel psikolojik kuralı, birçok konuyu netleştirmeden bırakmıştı. Duesenberry, çok uzun bir zamandan beri, psikolojik bir teori yerine sosyolojik bir teori arayan ilk iktisatçıydı.

İnsan ihtiyaçlarının toplumsal doğası hakkında yetkin görüşleri olan bir iktisatçı ortaya çıkmıştı nihayet. Duesenberry, temel fiziksel ihtiyaçlar ile lüks tüketimi ve rekabeti doğuran toplumsal gereklilikler arasında yapılan hatalı bir ayırmıla kafaları karıştırmaya kalkmaz. Söylediği gibi mallar, belli faaliyetler için tahsis edilmiş olmalarından dolayı maldır; genellikle, üzerinde kültürel olarak uzlaşılan bir ölçek, malları herhangi bir verili amaç doğrultusunda kademelendirir; ve bir bireyin tüketim mallarını seçerken kültürel kısıtlamalara karşı kullandığı tek serbestlik, kendi gelirinin menzili içerisinde nitelikleri farklılaştırabilmesidir. Duesenberry, harcama nesnelerine

45) Duesenberry, J. S. *Income, Saving and the Theory of Consumer Behaviour*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1949.

ilişkin ahlaki ve toplumsal yargılarla ilgilenmediğini ne denli iddia etse de, bazen, maddi şeylerin edinilmesine atfedilen yüksek değeri reddetme eğilimine girer. Gerçek ve toplumsal olarak belirlenmiş standartlar arasında herhangi bir ayırım yapmayı tutarlı biçimde reddetseydi, yararlı ve “tümüyle yararsız mallar”⁴⁶ arasında yaptığı ayırımı haklılaştıracak hiçbir kritere sahip olmayacaktı ve eğer gerçekten tüketim kalıplarının karşılaştırılması için evrensel bir temel oluşturmayla ilgilenseydi, bu kafa karışıklığı önem kazanacaktı. Ama aslında, sadece yüksek tüketim standartlarının, farklılaşmış toplumsal statüler uğrunda girilen rekabete dahil oldukları bir kültürü anlamaya çalışıyordu. Amerikan tüketim toplumunu ve Cora Dubois’ın *Alor Halkı*’nı⁴⁷ ustaca ve titizlikle karşılaştırır; her iki toplumda da gıpta ve rekabetçi gösteriş, bireyi her zaman daha yüksek hayat standartlarına erişme yönünde kışkırtmaktadır.

Duesenberry, tüketim oranının gelirdeki değişimlerden etkilenirliği konusunda Keynes’e karşı çıkar. Duesenberry’nin tasvir ettiği türden toplumda, tüketici, daha çok harcaması yönünde sürekli bir baskı hissetmektedir. Duesenberry, marjinal tüketme eğilimini ele almaya bir başlangıç olarak, tasarruf eğilimini, daha doğrudan bir toplumsal etkenle, yani tüketicinin, içinde yer aldığı nüfusun gelir dağılımındaki göreceli konumuyla ilişkilendirerek, mutlak gelir düzeyinden ayırır. Çıkarım yapacak olursak, ona göre, ayrı bir nüfus, mensupları üzerinde tüketmeye yönelik farklı baskılar uyguladığından, ayrı bir altkültürdür. Geliri görece yüksek bir insan, toplumsal olarak kendisine dayatılan tüm zorunlulukları yerine getirebilecek ve tasarruf için bir bakiyeye sahip olacaktır. Geliri düşük olan biri bu kültürel talepleri karşılamakta daima zorlanacak ve asla tasarruf edemeyecektir. Duesenberry’nin sosyolojik teorisinin birkaç basit ilkesi vardır: Kültürün dolayımıldığı tüketim doğrultusundaki baskı, bir nüfusun kültürel sınırları, verili bir kültürde toplumsal rekabete ilişkin evrensel bir ilke, kültürel baskılar tatmin edildikten sonra gerçekleştirilebilir tüketmeme olarak tasarruflar. Bu yaklaşımın açık sınırlılıklarından biri, Duesenberry’nin tasarrufu bir bakiye kategorisi olarak görmesidir.

46) A.g.y., s. 29.

47) Dubois, Cora. *People of Alor*: Minneapolis, Minn., University of Minnesota Press, 1944.

Bu donanım, reel gelirdeki değişimlerin uzun bir dönem süresince neden tüketim oranı üzerinde küçük bir etkisi olduğunu gösterebilmiştir. Keynes yasasının, modern bir iktisadın bir sektörü üzerinde geçerli olsa da, zaman-dizisel veriler açısından başarısız olduğunu söyleyerek başlamıştık. Duesenberry, bunun sürekli kültürel değişimin daha fazla tüketim yönünde talebi arttırmamasından kaynaklandığını savunur; bu da bir antropologun sıcak karşılayıp kabul edebileceği bir argümandır. Her dönemde, kendine özgü yeni tüketim standartları olan farklı bir kültürü ele alırız. Duesenberry'nin iddiasını kanıtladığı en muntazam örnek, aynı gelir düzeyindeki siyah ve beyazların karşılaştırılmasıdır. New York'ta ve Columbus, Ohio'da, siyah ve beyazların, her bir kategoride, iktisadi dağılım içindeki konumlarınca standartlaştırılan tasarrufları, ortalama gelirleriyle karşılaştırılır. Her bir gelir düzeyinde siyahlar daha çok tasarruf etmektedir. Keynes'in yasası, bu durumda görülen marjinal tasarruf eğilimindeki farklılığı açıklayamaz. Duesenberry, siyah ve beyazları ayrı birer cemaat olarak alır. Siyah grup bir bütün olarak beyazlardan daha fakirdir. Bu nedenle, herhangi bir siyahın gelirinin kendi grubundaki yüzdelik konumu, aynı gelire sahip herhangi bir beyazınkinden daha yüksektir. Dolayısıyla, Duesenberry, beyaz benzerine göre kendi cemaatindeki konumu daha iyi olan siyahın daha çok tasarruf etmesini bekleyecektir. Toplam nüfus içindeki profesyoneller ile öbür toplumsal kategoriler arasında yapılacak bir karşılaştırma açısından bunun tersi geçerlidir. Duesenberry, profesyonellerin %11'inin kendilerini toplumsal olarak üst sınıfla özdeşleştirdiklerini ve yalnızca %5'inin kendilerini iktisadi açıdan üst sınıf olarak gördüğünü bildiren bir araştırmayı aktarır. Nitekim bu nokta, yüzdelik gelir konumları kendilerini toplumsal olarak yerleştirdikleri nüfus içinde görece düşük görüneceğinden ve kültürel olarak standartlaştırılmış harcamalar olarak gördükleri şeyleri karşılama çabaları maliyetlerce daima engelleneceğinden, profesyonellerin her bir düzeydeki gelirlerinden tatminsizlik duyma eğilimini açıklamaktadır.

Çok basit olan Duesenberry'nin yaklaşımında iki tuzak var: Birincisi, tasarrufların daima bakiye olduğunu varsaymaya, tasarruf kararının yalnızca kültürel olarak zorunlu tüketim talepleri karşılandıktan sonra alınabileceği inancına yönelmiş olmasıdır. Charlotte M. Yonge'un erdemli kadın kahramanlarından biri, evlendiği hovardayı, kendisi

için bir ev bütçesi hazırlamaya ikna etmişti. Kocasının bunu yaparken, hayır işlerine hiçbir şey ayırmadığını üzüntüyle fark etti. Ona göre yardımseverlik öncelikli bir kategoriyken, kocasına göre, böyle bir şey olsa bile öncelikli değil, tali bir meseleydi. Aynı şekilde, Duesenberry tasarrufun kültürel olarak standartlaştırılan ve dayatılan bir öncelik olabileceğini fark etmelidir. İkinci tuzak, rekabetin, tüketim davranışına egemen olan evrensel ilke olduğu varsayımdır. Bu iki eksiklik birbiriyle bağlantılıdır, çünkü Duesenberry'ye göre evrensel rekabetçilik, tasarrufun neden bakiye(ye ait) olduğunu açıklar. Tüketim gözlenebilirken, tasarrufların gizlendiği yanıtını vermekle yetinir. Sonuç olarak, cemaat, bugün harcama yapılması yönünde uygulanan baskıların etkili olup olmadığını görebilmesine karşılık, tasarrufun etkili olup olmadığını göremeyeceği için, bugün harcama yapılması yönünde uygulanan toplumsal baskılar, gelecek için hazırlık yapılmasına yönelik baskılarından daha avantajlı olacaktır. Gelgelelim, Max Weber'i bir yana bıraksak bile, birçok etnografi çalışması, birçok kültürün, rekabeti azaltma etkisine sahip olduğunu gösterir. Rekabet insani evrensel bir ilke değilse, Duesenberry'nin teorisi, Alor'un ve modern Massachusetts'in paylaştıkları kültürel bir kaçamağa dayanmaktadır.

FRIEDMAN'A GÖRE İHTİYAT

İktisadi antropoloji, Duesenberry'nin yazdığı dönemde bu türden bir eleştiri yapabilirdi pekâlâ. Ama antropologlar, Duesenberry ateşe başladığında buna dikkat etmediler. Sıralarını kaybettiler ve yeni bir atış, 1957'de Milton Friedman'dan geldi.⁴⁸ Friedman'ın sürekli gelir teorisi, tüketim ve tasarruf arasındaki tercihin rasyonel biçimde yapıldığını iddia etmesi anlamında, katı bir iktisadi yaklaşımdır. Bu yaklaşım, rekabet ve sahip olma arzusunun psikolojik bir şey varsaymaya, tüketimin zorunlu ve tamamen yararsız kategorileri arasında ahlaki yargılara varmaya gerek duymaz. Ayrıca, acınası bir halde, standart bir tarzda tüketim yapılması yönünde kültürden türeyen baskıları içinde taşıyan kültürel açıdan farklı topluluklar

48) Friedman, Milton. *A Theory of the Consumption Function*. Princeton, N. J.: Princeton University Press, 1957.

kavramına da yer vermez. Bunun yerine dikkatini, gelirin sürekli ve geçici bileşenlerine ve sermayenin insani ve insani olmayan bileşenlerine yöneltir. Friedman, gelirin oluşma biçimini analiz ederek, tüketim \ tasarruf oranındaki Duesenberry'nin açıkladığı değişiklikleri ve Duesenberry'nin açıklayamadığı başka değişiklikleri açıklayabilir. Friedman, tasarrufun geleceğe yönelik bir önlem olduğunu, bakiyeye ait bir kategori olmadığını varsayar. Onun büyük katkısı, konu üzerinde çalışan önceki tüm düşünürlere göre önemli bir ilerleme olan, insan ömrünün tamamını tüketici seçimleri izahına dahil etmektir. Tüketici açısından rasyonel bir hedefin, tüketimi ömür süresince dengelemek olduğunu varsayar: Eğer hesap iyi yapılmışsa, biriktirdikleri, emeklilikten mezara kadar ona gelir sağlayacaktır; eğer hayat beklentisini göz ardı etmişse ve daha çabuk ölürse, varislerine hesapta olmayan bir miras kalacaktır. Çok uzun yaşarsa da, biriktirdikleri bitecek ve fakirlik içinde ölecektir. Bu, bir sigorta uzmanının tasarruf ve gelir kavrayışıdır. Sürekli gelir hipotezi, bireyin günlük bütçe kararlarını aldığı, hayatına göre ayarladığı bir tüketim programı olduğunu varsayar. Bireyin hayat planı, deneyim kazandıkça ya da meşru beklentileri değiştikçe, her zaman değişir. Bu nedenle, ortada anlaşılmayı bekleyen sürekli gelir ve sürekli tüketim var olur. Her biri tüketicinin zihninde yalnızca belirsiz yönlendiriciler olarak vardır. Tüketicinin kararlarını, bazı mal kategorileri için daha uzun, diğerleri için daha kısa bir zaman ufkuna göre aldığı varsayılır.

Burada durmak ve bu yaklaşımın tüketim antropolojisine doğru ne kadar işe yarar bir adım attığını düşünmek önemlidir. Zira tüketicinin, geçmiş ve geleceği göz önünde bulundurmadan tercih etmek yerine, tüm ömrüne şamil bir amaca sahip olduğuna inanılmaktadır. Teori, cemaatlerin, kendi mensuplarına farklı beklenti kalıpları dayatmasına izin verecek kadar esnektir: Bir cemaat, her mensubunun, yaşlılığı ve emekliliği için, havai fişekleri ve ziyafetiyle görkemli bir cenazeyi de düşünerek, yeterli bir geliri kenara koymasını ancak varislerine bir şey bırakmamasını isteyebilir. Bir diğeri, her mensubunun, hayatının büyük mirasını çocuklarına ya da bir manastırda köşeye çekilmeden önce Kilise'ye aktarmasını bekleyebilir. Zorunlu olarak varsayılan tek şey, herhangi bir tür hayat planı olduğu ve tasarrufların gelir üzerinden yıldan yıla, bu planı yerine getirme

düşüncesiyle yapıldığıdır. Friedman'ın getirdiği bir sonraki önemli yenilik, sürekli tüketim fikridir. Tüketicimin, yalnızca bir gemi geç geldiği ya da hasat kötü olduğu için kısa sürede iptal edilemeyecek bağlılıkları (commitment) içerdiği fikri örtük olarak bulunmaktadır. Bu teoriye göre birey toplumun parçasıdır ve bu nedenle borçlanma olanağı her zaman vardır. Gelir, "bir tüketim biriminin, serveti dokunulmadan kalırken, tüketebileceğine inandığı miktar"⁴⁹ olarak tanımlandığından, sürekli gelir, servete kısa yoldan bir gönderme içeren bir terimdir. Gelir, sabit servetten elde edilen kazanç ve getirileri içerir. Friedman'a göre en temel ayrım, servetin insani ve insani olmayan biçimleri arasındadır. İnsani servet, bugün için önceden düşülülen gelecekte umulan kazanç akışıdır, gelecekteki kazançların sermayeleştirilmiş değeridir. İnsan sermayesinden ödünç alınırken gündeme gelen faiz oranı muhtemelen gayri insani servet için ödenecek faiz oranından daha yüksek olacaktır; bu yüzden servetin büyük kısmının gayri insani sermayeden oluşan bir toplulukta tasarruf oranı çok farklı olacaktır.

Sürekli gelir aynı zamanda gelirdeki geçici kalemlerin sürekli kalemlere oranına ve onların sürekli gelir üzerinde beklenen etkisine bağlıdır. Birçok düzensiz ve öngörülemeyen geçici kalemlerden oluşan bir gelir akışı, sürekli öğelerin oransal olarak yüksek olduğu bir akışa göre, daha düşük bir tüketim düzeyinde ve daha büyük bir tasarruf rezerviyle denkleştirilmek zorunda kalınacaktır. Bu nedenle, sürekli tüketimi tahmin etmek için, insani ve insani olmayan servet tahminleri arasındaki dengeyi, geçici ve sürekli gelirin oranlarını ve insani olmayan servetin sürekli gelire oranını analiz etmek zorundayız.

1935-36 ve 1941 yılları arasında Amerika'daki çiftçi ve çiftçi olmayan aileleri karşılaştıran Friedman, çiftçi ailelerin normal tüketimlerini, ortalama gelirin daha küçük bir kısmında belirlediklerinin ve tüketimlerini, gelirdeki artış hızından daha düşük bir hızla arttırdıklarının farkına varır. Çiftçi ailelerin gelirlerinden öbür ailelere göre daha yüksek bir oranda tasarruf etmelerini, iyi ve kötü yılları dengelemeye ihtiyaç duymaları ve geçici gelir etkenlerinin çiftçi olmayan ailelere göre daha ağır basması olgusuyla açıklar. Bu aileler

hava durumu ve benzeri şeylerdeki değişiklikler nedeniyle daha çok iniş ve çıkış yaşarlar. Ücretlerden elde edilen gelir daha güvenilir olur; bu yüzden çiftçi olmayan aileler, yıllar arasında denkleştirme yapmaya daha az gereksinim duymaya meyyaldirler ve gelirden yaptıkları olağan tüketime normal düzeyini daha yüksek tutabilirler. Aynı şey, serbest meslek sahibi sınıflarla sabit ücretli sınıflar arasındaki karşılaştırmada da geçerlidir. Friedman, serbest meslek sahibi grupların daha yüksek bir tasarruf oranına sahip olacaklarını öngörür ve bunu saptar. Bu sonuçlar, sürekli gelir teorisinin, Duesenberry'nin hakkında söyleyecek bir şeyi bulunmadığı öbür şeylere ek olarak, Duesenberry'nin teorisinin açıkladığı verilerin aynısını açıkladığını gösterir. Beyazlarla karşılaştırıldığında siyahların, açık biçimde daha fazla tutumlu olduğunu gösteren (görece gelir teorisinin değerini gösterme açısından önemli olan) rakamlar artık şöyle açıklanabilir: Siyah Amerikalılar, genellikle beyazlardan daha az maddi değere sahipler ve bu yüzden, insani sermayeye beyazlardan daha çok bağımlıdır. Aynı zamanda, beyazlardan daha az insani sermayeye sahipler. İnsani sermayeye borçlanmanın büyük zorluğu, daha fazla ihtiyatı ve daha düşük bir tüketim düzeyini gerektirir. Siyahların, toplam servete ya da sürekli gelire ilişkin hayat beklentileri çok daha düşüktür. Siyahların ölçülen cari gelirin aynı düzeyinde beyazlardan daha az harcamaları sürekli gelir teorisince öngörülebilir; çünkü bu teori cari harcama ve cari tasarrufu, cari gelirle değil, hayat boyu beklenen gelirle ilişkilendirir. Beyazların gelir dağılımındaki, siyahların gelir dağılımındaki bir noktaya denk düşen herhangi bir noktada, beyazların sonraki yıllarda çok daha iyi bir gelir bekleyecekleri ve bunun sonucunda bu uzun vadeli beklentileri doğrultusunda cari harcama yapacakları beklenebilir.

Sürekli gelir teorisi, tüm gelir akışının yapısal bir analizini gerektirir: geçici bileşenler-geçici olmayan bileşenler, insani sermaye-insani olmayan sermaye boyutlarında ve tüm ömür göz önünde bulundurulur. Bu durumda, bireylerin umulmadık gelirleri biriktirdikleri mi yoksa harcadıkları mı sorusu boş bir soru haline gelir; ıpkı bir kelimenin ya da mitolojideki bir temanın anlamı üzerine eski soruların, bu kelime ve temaların boy gösterdikleri tüm karşıt durumların sıralanma ve yapılanmasının analizi lehine artık rafa kaldırılması gibi. Dolayısıyla sinama amacıyla kullanılan bazı ünlü

vakalar, Friedman tarafından kendi varsayımını sınamak, kanıtlamak veya reddetmek amacıyla benimsenmemiştir.⁵⁰ Freidman'ı eleştirenler, bir kişi beklenmedik bir prim ya da sigorta ödemesi gibi umulmadık büyük bir gelir edindiğinde ve hemen harcamaya kalktığı takdirde, tüketimin geçici gelirden etkilenmeyeceğini öngördüğü için teorisinin çürütüleceğini düşünmüşlerdir. Ama bu tümüyle, söz konusu geliri gerçekten geçici bir gelir olarak mı yoksa servete kalıcı bir katkı olarak mı gördüklerine bağlıdır. Friedman böyle bir vakayı tartışırken, teorisinin zengin demografik ve sosyolojik içerimlerini gösterir. Teorisi, yakından incelendiğinde başka yollardan öngörülmüş olduğu ya da gelecekteki gelirlerin ilk bölümü olarak görüldüğü ya da alıcının sürekli gelir algısına dahil ettiği ortaya çıkan, umulmadık gelir örnekleriyle çürütülemez.

Bir teori yalıtık örnek olaylarla ne kanıtlanabilir ne de çürütülebilir; sadece güçlü ya da cılız bir örgütlenme gücüne sahip olduğu gösterilebilir. Antropologların tasvir edebildikleri ekonomilerin genişliği göz önüne alınırsa, tüketim teorisinin bazı sınırları olduğunu ileri sürmek ilginçtir. Şebeke ve grup grafiğimizde (bkz. Şekil 2.1) yer alan toplumsal ortam dizisine yeniden döndüğümüzde, hem Duesenberry hem Friedman sol alt karenin dikey şebeke çizgisine yakın düşen bir insan toplumu kavramı ile çalışıyor görünürler. Duesenberry'nin, kendine yakın tüketicilerle açık ticari işlemlere giren yarışmacı insanı daha aşağıdadır, daha bireyci ve rekabetçi bir topluma aittir. Friedman'ın ihtiyatlı, uzak görüşlü ve sürekli tüketim bağılıklarından –ipoteke, sigorta primi, belki çocuklarının eğitimi, belki ebeveynin bakımı– rahatsız insanı, (kaynaklarını bir yıldan öbürüne bu bağılıklardan aniden çekemez bu insan) daha yukarıda, güçlü şebekeye yakın bir yerde durur. Doğal olarak, her iki iktisatçı da toplum görüşlerini piyasa iktisadının genel varsayımları içerisine yerleştirir. İktisat teorisinin altında yatan rasyonellik teorisini, yani Max Weber'in, Avrupa ahlak bilincinin yü-

50) Bodkin, Ronald. "Windfall Income and Consumption," s. 175; Duesenberry, J. S. "Comments on Bodkin," s. 188-191; Friedman, M. "Comments on Bodkin," s. 191-206. Bodkin, R. "Rejoinder to Friedman," s. 206-207. In *Study of Consumer Expenditure, Incomes and Savings* part 4, *General Savings Relations Permanent Income and Other Theories* (Proceedings of the Conference on Consumption and Saving, 2. cilt), I. Friend ve K. Jones (der.). Philadelphia, Penn.: Wharton School of Finance, 1960.

zeyine çıkışını tasvir etmeye giriştiği rasyonellik teorisini kabul ederler.

Ama ikisi için de, teorilerinin açıklayamadığı bir durum söz konusu. Duesenberry, gelirleri içinde yaşadıkları toplumun ortalamasının üzerinde olan bireylerin daha çok tasarruf etmesini bekler: Ama en müsriflerin en zengin olanlar arasında görüldüğünde, önerceği bir açıklaması yoktur. Dolayısıyla, Yüzyıl Savaşlarındaki büyük Bordeaux soylularının, iflas etmelerine yol açan harcamaları hakkında bir şey söyleyemez. Friedman, geliri en yüksek oranda geçici bileşenlerden oluşan tüketim birimlerinden en yüksek tasarruf oranını bekler. Teorisi, geçici gelirini biraya akıtan emekçinin, sosyal yardım görevlilerini umutsuzluğa sevk eden savurganlığını, 'yarına Allah kerim', haydan gelen huya gider tavrını açıklayamaz (bkz. 8. Bölüm). Her birinin kafasındaki toplum tipi, şebeke ve grup grafiğine, birbirine yakın olarak yerleştirilebilir, ne var ki uç noktalar, yani çok güçlü grup, çok zayıf şebeke vakaları, bu teorilerin elinden kayıverir.

Toplumsal ortamlardaki farklılığı vurgulamanın bir nedeni iktisatçılara, insan toplumuna gözleri kör edecek kadar aydınlık bir noktadan baktıklarını anımsatmaktır. Aydınlatıcıları, kendilerini bir konuma oturtan analitik araçlar ve grafiğin sol tarafında gördükleri dünyadır. Ama analitik ilkelerle birey hakkındaki görüşleri arasındaki uygunluk o kadar eksiksizdir ki, manzarada neyin eksik olduğunu göremezler. Biz, tüketicinin tüm hedeflerini içeren, daha iyi bir rasyonellik açıklamasına gereksinim duyuyoruz. Tüketim mallarının, bireylerin hedeflerinin gerçekleştirilmesine nasıl dahil olduğunu göstermek zorundayız. Daha sonra, fakirliğin karşılaştırılması için nesnel bir temel kurmak amacıyla, tüketim davranışının kendi teknolojik temeline demirlenmesi gerekmektedir. Son olarak, fakirlik ve tasarruf hakkındaki soruların, toplumsal boyut bütünüyle hesaba katıldığında en iyi şekilde yanıtlanabileceğini göstermeyi de umuyoruz. Eğer sanayi ekonomisinin doğasında yatan koşullardan dolayı zayıf-şebeke / zayıf-grup ortamının bireyciliğine bağlanırsak, zenginlerin kendi malları ve zamanlarıyla ne yaptıklarını daha iyi anladığımızda, bolluğun ortasında fakirlik görüngüsü daha az paradoksal ve daha az esrarengiz olacaktır. Zenginlerin tüketim davranışlarıyla ne tür bir toplumsal ortam oluşturdıklarını bilmenin önemli olduğunu göreceğiz.

NORMATİF TÜKETİM

Tüketim teorisinin sadece Duesenberry ve Friedman'a dikkati çeken bu sunumu, sürekli gelir kavramının tarihini ve ders kitapları ile eleştiri makalelerinde kullanımını özetlemenin alışıldık biçimidir.⁵¹ İkisi de ekonometristlerin hesaplamalarına teknik bir ilerleme kattı. Ama dar bir cephedeki bu metodolojik ilerlemenin altında, daha geniş bir bağlamda sürdürülen soruşturma ve araştırma tarihi yatar. Bu denemenin kendisi, olağan ya da sürekli bir tüketim kavramından ve sunduğu sosyolojik meydan okumadan ilham aldığından, Friedman'ın *Tüketim Fonksiyonu Teorisi* kitabındaki pek çok zengin fikrin asla cebirleştirilmemiş olması, bunun yerine küçük baskı ve dipnotlarda paranteze alınması hayıflanası bir durumdur; bu fikirler henüz sonuna dek kullanılmamıştır.

Tüm bu sürekli tüketim teorisi hikayesi, gerçekte, 1934'de Margaret Reid'in *Hanehalkı Üretiminin İktisadı* kitabıyla başladı.⁵² Usta bir etnoğraftı ve hanehalkı düzeyinde iktisadi davranışla ilgili gözlemleri, bir kez kabul edildi mi çabucak bir yana bırakılamayan bağılıklardan oluşan ve bunun sonucunda gelirdeki kısa vadeli artış ve düşüşlere göre ayarlanamayan bir olağan tüketim kavramını ortaya atmıştı. Her hanehalkını bir girişim bir faaliyeti, bir şirket gibi gördü. Kitabının başlığında görülen, tüketim denilen şeyin bir üretim süreci olarak anlaşılabilirliği fikri, bunun sonucudur. Arkasından, *Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerine İnceleme* (1935-36) ve *Savaş Döneminde Harcama ve Tasarruf Üzerine İnceleme* (1941-42) yayımlandı. Doroth Bredy ve R.D. Friedman'ın Milli İktisadi Araştırma Dairesi *Tasarruflar ve Gelir Dağılımı*⁵³ çalışmasına yaptıkları katkıdan, paralel sonuçların o dönemde (1947) araştırıldığı ve tartışıldığı ve hanehalkı tasarruf kararlarının, cari yıl ya da daha uzun bir zaman dilimi tarafından etkilenmesinin koşullarına dair bir merakın ortaya çıktığı açıkça bellidir. Aynı mutlak gelir düzeyinde çiftçi ailelerin köylü ailelerden daha çok tasarruf yaptıklarını

51) Brown, A. ve Deaton, A. "Surveys in Applied Economics: Models of Consumer Behaviour." *The Economic Journal*, s. 1145-1236, 1972.

52) Reid, Margaret. *Economics of Household Production*. New York, 1934.

53) Brady, D. ve Friedman, R. D. *Savings and the Income Distribution*, 10. cilt, s. 247 ve devamı New York: National Bureau of Economic Research, 1947.

göstermekte ve çiftçilerin daha çok girişimci gibi davrandıkları sonucuna varmaktadırlar. Aynı kitapta yorum yapan Dr. Klein, Brady ve Friedman'ın "tasarruf oranının, bir grup dahilindeki dağıtımda gelirin sıra konumunun bir fonksiyonu olduğu yönünde bir hipotez ve kanıt" sunmuş oldukları sonucunu çıkartır; bu bizi Duesenberry'nin *Görece Gelir Teorisi*'nin iki yıl sonra yayımlanmasına hazırlayan bir nabız yoklamasıdır. Ama zaten 1945'de, sürekli gelir teorisi Milton Friedman'ın ve Simon Kuznet'in sosyolojik içgörü yönünden zengin bir kitap olan birleşik devletlerdeki doktor ve dış hekimlerinin tasarruf alışkanlıklarıyla ilgili çalışmalarında dile getirilmişti.⁵⁴ Kısaca, o dönemde tüketim davranışı hakkında çok miktarda tartışma ve görgül araştırma vardı; bu, tüketim toplumuna ilişkin bugünlerde çok yaygın olan önemsiz kaygılarla etkileyici bir tezat sunar.

54) Friedman, Milton ve Kuznets, Simon. *Income from Independent Professional Practice*. New York: National Bureau of Economic Research, 1945.

TÜKETİMİ YENİDEN TANIMLAMAK

Konuya taze bir başlangıç yapmak için, tüketimin antropolojik bir tanımını yararlı olabilir. Tüketimden burada, yani sanayi toplumunda, ticareti pek yaşamamış, kapitalizmi daha da az yaşamış olan uzak kabile toplumlarına da zorlamadan uygun düşecek biçimde söz etmek gerçekten zor bir iş. Ama bunu yapmaya çabalamadığımız sürece bir tüketim antropolojisi de olamaz. Potansiyel olarak yanıltıcı yerel etkileri göz ardı ederken, terimin özüne bir şekilde ulaşmalıyız. İktisat teorisi açısından özsel olan bir fikir sayesinde bir sınır çizilebilir: Bu fikir tüketimin zorlama olmadığını, tüketicinin yaptığı seçimin özgür olduğunu belirtir. Tüketici irrasyonel, hurafeci, gelenekçi ya da deneyci olabilir; iktisatçının tüketici birey kavramının özü, tüketicinin egemen bir tercih ortaya koyduğudur. Başka bir sınır milli bütçe hesaplamaları açısından merkezi olan, pazarın bittiği yerde tüketim başlar fikriyle çizilebilir. Satış yerlerini terkedip nihai alıcının ellerine ulaşınca maddi nesnelere ne olduğu, tüketim sürecinin parçasıdır. Bu iki sınır, iktisadın önüne değişik sorunlar ve

sınır belirleyen vakalar çıkarır ve tümüyle doyurucu bir tanım oluşturmaz. Bu iki sınır bir arada, tüketimin kişisel bir iş olduğunu varsayar. İşleyişinin bir parçası olarak hükümetçe sağlanan tüketim, asıl anlamıyla tüketimin parçası değildir. Merkezi ısıtma ya da devlet dairelerinde içilen fincan fincan çay, yönetim giderininin bir parçası sayılır; tıpkı özel işyerlerinde sağlanan çay ya da merkezi ısıtmanın, gelir vergisi iadesinde kullanılırken, ürün değil üretim gideri sayılması gibi. Tüketimin zorlanmış olmamasına gelince, bu da apaçık bir konu değildir. Kanun bir şehri dumansız bölge ilan etmişse, hane halkı mensupları sırf bu yönde seçim yaptılar diye odun ateşi yakmakta özgür değildir; ne de otomobil satın alanlar, güvenlik, gürültü vb. ile ilgili resmi düzenlemeleri görmezden gelebilir. Ne var ki, bu iki sınırın yardımıyla meselenin özünün kavranması ve ayrıntılı biçimde düzene koyulması bir uzlaşım sorunudur. Böylece, eğer tüketimi, ticaretin ötesinde ve kanun çerçevesinde serbest olan maddi malların kullanımı diye tanımlarsak, son derece esnek bir kavramımız olur, çünkü bu, ticarete yer vermeyen tüm kabile toplumlarındaki paralel kullanımlara da uyar.

Bu yönüyle bakıldığında, tüketim kararları verili dönemin kültürünün hayati kaynağı haline gelir. Belli bir kültürde yetişen insanlar, bu kültürün kendi hayatları süresince değiştiğini görürler: yeni kelimeler, yeni fikirler, yeni tarzlar. Kültür evrilir ve insanlar değişimde rol oynar. Tüketim tam da kültürün kavgasının verildiği ve biçimlendiği yerdir. Ev hanımı alışveriş sepetiyle eve gelir: Sepetteki bazı şeyleri ev için ayırır; bazıları baba için, bazıları çocuklar için, diğerleri konukların özel biçimde ağırlanması içindir. Eve kimi davet ettiği, yabancılara evin hangi bölümlerini açtığı, bunu ne sıklıkla yaptığı, onlara müzik, yiyecek, içecek ve sohbet olarak ne sunduğu... bu tercihler genel anlamıyla kültürü dışavurur ve oluşturur. Benzer şekilde, kocasının, maaşının ne kadarını ona tahsis ettiği, ne kadarını arkadaşlarıyla harcamak için elinde tuttuğu vs. kararları, kaynakların belli yönlerde kaydırılmasıyla sonuçlanır. Bu kararlar şu ya da bu faaliyete hayat verir. Eğer kültür yaşıyor ve evriliyorsa, faaliyetler kısıtlanmayacaktır. Bu faaliyetler nihai olarak, bir erkeğin ne olduğu, bir kadının ne olduğu, bir erkeğin yaşlı ebeveynine nasıl davranması gerektiği, oğul ve kızlarına nasıl bir hayat başlangıcı sağlaması gerektiği, onuruyla mı yoksa hayasızca mı yaşlanacağına dair ahlaki

yargılardır. Teyzeleri, amcaları ve öksüz yeğenlerinden kaçını desteklemesi gerekir? Ailevi sorumluluklar onu göç etmekten caydırır mı? Sendikasına katkıda bulunmalı mıdır? Hastalık sigortası yaptırmalı mıdır? Ya kendi cenazesi? Tüm bunlar ağır masraflar da içerebilecek tüketim tercihleridir ve yapıldıklarında kültürün evrimini belirleyebilirler.

Dünyada bilinen kültürlerin çoğunda, satılamayan ve alınamayan bazı şeyler vardır. Bizim için açık bir örnek (satın alınmaması gereken) siyasal başarıdır; satmaya gelince, onurunu ya da büyükannesini bile satabilecek bir insan kendiliğinden kınanır. Her yerde en azından, engellenmemiş bir bireysel seçim alanı nosyonu vardır. Eğer yerel bir zorba evinize gelip arkadaşlarınızı dışarı atabilir ya da sizi ziyaret listenize belirli isimler eklemeye zorlayabilir, size kiminle görüşebileceğinizi ve kimi görmezden geleceğinizi söyleyebilirse, o zaman kişisel özgürlük ve onur kaybedilmiş olur. Eğer bunu kanunlar çıkararak, silah tehdidiyle, canınıza kastetme tehdidiyle yaparsa, muhtemelen desteğinizi satın almaya çalışabilecek olan zenginlerden daha ahlak dışı davrandığı yargısına varılır. Aslında, bu noktada tüketimi, ticaretin ya da kuvvetin özgür bir ilişkiye doğrudan uygulanmadığını açık biçimde gösteren kurallar tarafından kuşatılmış bir davranış alanı olarak tanımlamış bulunuyoruz.

Toplumumuzda nakit ve armağan arasındaki çizginin bu kadar dikkatli çizilmiş olmasının nedeni de budur kuşkusuz. Hastanedeki teyzenize çiçek göndermeniz de bir sorun yoktur, ama çiçeklerin tutarı kadar bir parayı “kendine çiçek al” diyen bir mesajla göndermek asla kabul görmez; birisine yemek ya da içecek ısmarlamanızda bir sorun yoktur, ama bir yemeğin ya da içeceğin parasını önermek hoş karşılanmaz. Mihmandarlar konukları çekmek ve memnun etmek için çok ileri gidebilirler –partiye gelmeleri için para önermek dışında. Toplumsal yaptırımlar bu sınırı korur. Söylendiğine göre, 1890’larda meşhur bir New York’lu mihmandar, her konuğuna zengin bir takı hediye eden rakibesini geçmek için kaygılanırken, kendi sırası gelince, her peçetenin içine buruşuk bir yüz dolarlık banknot sıkıştırması üzerine konukların kendisiyle alay etmeleriyle daha da çok üzülmüştür. Para verme hakkı aile mahremiyetine mahsustur. Burada da düzenlenebilecek ayrıntılar var. Ne var ki genel olarak, tüketim alanının etrafında, iki türden hizmet, biri profesyonel, ücret

karşılığı ve ticaret kategorisine dahil edilebilir hizmet; öbürü kişisel, yalnızca nezaketle karşılanan hizmet arasında kendiliğinden ve işleyen bir sınır olduğunu söylemek doğru olur. Özgürce sunulan ve karşılığı alınan kişisel hizmetler alanında, kişilerin ve şeylerin değerine manevi olarak karar verilir. Bu, kültürel bir tüketim teorisindeki ilk adımı oluşturur.

METALARDAN İNŞA EDİLMİŞ BİR EVREN

Mallara öncelikle hayatı sürdürmek ve rekabet amaçlı gösteriş için ihtiyaç duyulduğunu varsaymak yerine, kültür kategorilerini görünür ve istikrarlı kılmak için ihtiyaç duyulduğunu varsayalım. Etnoğrafik çalışmada, tüm maddi malların toplumsal anlamlar taşıdığını varsaymak ve kültürel analizin temel bir bölümünü bunların iletişim aracı olarak kullanımları üzerinde yoğunlaştırmak adettir.

Kabile incelemelerinin hepsinde kültürün maddi yanlarına dair bir açıklama getirilir. Bir kabilenin mensuplarının, bizim gibi, araç-gereçleri, evleri, bahçeleri, ahırları vardır; bizim gibi, dayanıklı ve dayanıklı olmayan eşyalara sahiptirler. Antropolog genellikle, örneğin sığır yetiştiriciliğinin verimli, çiftçinin toprakları ve mevsimler hakkında bilgisinin doğru, sağlık önlemlerinin ve alınan gıda miktarının yeterli olup olmadığı konusunda, bizim teknolojimiz açısından karar vermek için kanıtları düzene koymaya da yer ayırır. Maddi mallar yiyecek ve giyecek sağlar ve antropoloğun bunu anlaması gerekir. Ama malların aynı zamanda başka bir önemli işlevi vardır: Toplumsal ilişkileri oluşturur ve devamını sağlarlar. Bu, varoluşun maddi tarafına yönelik, uzun süredir denenmiş verimli bir yaklaşımdır ve salt bireysel rekabetçiliğe göre çok daha zengin bir toplumsal anlamlar fikrini doğurur.

Meşhur bir örnek, Evans-Pritchard'ın Nuerlerin hayatında sığırın yerine ilişkin yaptığı izahtır:

Yerel cemaatlerin mensuplarını bağlayan akrabalık bağları ağı, genellikle sığır cinsinden belirlenen, dış evlilik kurallarının işlemeyle kurulur. Evlilik birliği sığırlarla yapılan ödeme yoluyla kurulur ve törenin her safhası sığırların nakli ya da kesilmesiyle belirlenir. Çiftin kanuni statüsü sığırlar üzerindeki haklar ve yükümlülüklerle tanımlanır.

Sığırların sahipleri ailelerdir. Aile reisi hayattayken sürü üzerinde tümüyle tassaruf hakkına sahip olmakla birlikte, karıları ineklerin kullanım hakkına ve oğulları da bazı buzağılara sahiptir. Her oğul, yaş sırasına göre, evlilik çağına geldiğinde sürüden ineklerle evlenir. Bir sonraki oğul, kendi sırasının gelip evlenebilmesi için, sürünün eski gücüne kavuşmasını beklemek zorundadır... Kardeşler arasındaki sığır bağı her biri kendi ev ve çocuklarına sahip olduktan çok sonra da sürer, zira içlerinden birinin kızı evlenince diğerleri çeyizin önemli bölümünü elde ederler. Kızın büyük ebeveyni, dayıları, halaları ve teyzeleri, hatta daha uzak akrabaları bundan pay alırlar. Akrabalık geleneksel olarak, bu ödemelere nazaran tanımlanır; bu duruma en çok, sığırların ağıldan ağıla hareketinin soy ağacındaki satırlara denk olduğu evlilikte açıkça işaret edilir. Kurban etinin baba ve ana tarafından akrabalar arasında bölüşülmesi de bunu vurgular...Nuer tüm toplumsal süreçleri ve ilişkileri sığır cinsinden tanımlama eğilimindedir. Toplumsal tabirleri büyükbaş hayvanlara dayalıdır.⁵⁵

Hayatın devamını sağlamak ve toplumsal ilişkilerin sınırlarını çizmek bakımından malların çifte rolünü vurgulayan bu yaklaşım, insanların mallara neden ihtiyaç duyduklarına dair daha doğru bir anlayışa götüren yol olarak kabul görmüş ve pratikte antropologlar arasında belit haline gelmiştir. Fakat bu içgörüyü kendi etnoğrafyamıza aktarırken bazı sorunlarla karşılaşırız.

Toplum bilimlerinin her branşı, kendi tekniklerinin analiz etmek amacıyla uyarlandığı insan davranışı düzeyiyle, diğer tüm düzeyler arasında ayırd edici bir hat çizene kadar başarısızlığa uğramıştır. Örneğin Durkheim, “toplumsal olgular”ın kendi yöntem kurallarıyla tanımlanmasını zorunlu görüyordu.⁵⁶ Toplumsal sürecin bir parçasının ya da tabakasının böyle yalıtılması, cevaplanamayan sorular sormamayı öğrenmek hatırına yerine getirilen kendi kendini yadsıyan bir kuraldır, bir formalitedir. Düşüncede varılan netliğin mazur göstermesi gerektiği bir zenginlik kaybı her zaman söz konusudur elbet. Durkheim’den çok önce iktisatçılar, insan faaliyetinin amaçlarını göz ardı ederek ve bireysel seçim sorunlarına yoğunlaşarak, bir “iktisadi olgular” alanı açmışlardı. Antropolojinin tarihi, teorik alanların, ortak duyunun istilacı varsayımlarından sürekli biçimde

55) Evans-Pritchard, E. E. “The Nuer.” In *The Political Institutions of a Nilotic People*, s. 17-19, Oxford: Clarendon Press, 1940.

56) Durkheim, E. *The Rules of Sociological Method*, E. G. Catlin (der.). Chicago, Ill.: University of Chicago Press, 1950.

uzaklaşmasının tarihidir. Her durumda aydınlanma, araştırılan davranışı tahkim eden varoluşun fizyolojik düzeylerini göz ardı etmeye yönelik bir karardan sonra gelmiştir. Garip akrabalık terminolojisini yorumlamak için, başlangıçta, “Baba” ve “Anne” terimlerinin kullanılmasının anahtarının, uzun zaman önce bırakılan bazı evlilik ve doğum düzenlemelerinde yattığı sanılıyordu. Akrabalık terimleri açık biyolojik anlamlarından kopartılıncaya ve toplumsal ilişkileri örgütlemeye yarayan bir sistem –doğurmak ve büyütme mecazlarına dayanan bir sistem– oluşturduğu düşünülünceye kadar herhangi bir ilerleme kaydedilmedi. Ardından, Lévi-Strauss, totemciliğin kökeninin en leziz yiyecekleri imtiyazlı kişilere ayıran bir tür gastronomik ölçüt olduğu fikriyle dalga geçerken buna benzer bir konuma yerleşti. Tabulaştırılan hayvanlar, diyordu, damak zevki açısından iyi olduklarından değil, düşünmenin iyi bir yolu oldukları için seçilir. Böylece, ilkel düşüncenin tipik temeli olarak doğal ve insani türler arasında kurulan sistematik bir bağıntının olduğunu açığa çıkarabildi.⁵⁷ Başka bir örnek vermek gerekirse, on dokuzuncu yüzyıl karşılaştırmalı din incelemelerinde, tıbbi maddecilik büyüünün bulaşıcılığı konusundaki fikirlerin yorumunu engellemiştir. Arınma ayinlerini takiben zaman zaman tıbbi sonuçların görülmesi, akademisyenlerin hat değiştirmesini sağladı. Fakat bu ayinlerin, dar tıbbi anlamda hastalığın nedenleriyle değil, öğrenme kategorileri arasındaki sınırları daha görünür kılmaya ilgili olarak düşünüldüğünde daha iyi anlaşıldığı iddia edilebilir.⁵⁸ Biz de şu anda aynı alıştırmayı tüketim malları için yapıyoruz (pratik kullanımlarını şimdilik bir kenara koyarak.) Dilin asıl işlevinin şiire yatkınlığı olduğu söyleniyorsa, biz de tüketimin asıl işlevinin bir şey anlatmaya yatkınlığı olduğunu varsaymalıyız. Tüketicinin irrasyonel olduğunu varsayan fikri unuttun. Malların yemeye, giyinmeye ve barınmaya yaradığını unutun; kullarındaki faydalarını unutun ve onun yerine metaların düşünmeye yaradığı fikrini deneyin; metaları insanın yaratma yetisinin sözel olmayan bir kanalı olarak ele alın.

57) Levi-Strauss, C. *Totemism*. Londra: Merlin Press, 1962; *The Savage Mind* Londra: Weidenfield & Nicolson, 1966.

58) Douglas, Mary. *Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. Londra: Routledge & Kegan Paul, 1966.

TEORİK BİREYCİLİK

Bu yeni yaklaşımın zamanı geldi çattı. Bireyci bilgi ve davranış kuramları belli bir süre rağbet gördü ve hüküm sürdü. Bu kuramlar bazı bağlamlarda hâlâ öne çıkıyor. Peter Blau (iktisadın bir bütün olarak mirasçısı olduğu) on sekizinci yüzyıl geleneğinin belki de en güçlü izleyicisidir. Benthamcı insan psikolojisi görüşü bireyle başlar ve bireyle biter. Başka insanlar sadece bireyin hayat tasarımını kolaylaştırdıkları ya da engelledikleri ölçüde ortaya çıkarlar. Birey başkalarını kullanabilir ya da başkaları tarafından kullanılabilir, ne var ki diğer insanlar bireyin benmerkezci farkındalığının oluşturduğu bir gölgede saklanırlar. Blau'nun toplumsal yapı teorisi, toplumu bireyler arasındaki en basit ilişkilerden hareketle inşa etmeye çalışır: "Temel hazlarını bu şekilde yiyecek ve içecekten alan kişiyle ilgili dokunaklı bir şey vardır, çünkü bu, ya aşırı ihtiyacı ya da aşırı açgözlülüğü gösterir, fakir... [ve] obur."⁵⁹ Her neyse, esasen bireyler arası ilişkilerde basit süreçler yoktur. Bu basitleştirmeler ancak keyfi olarak koyutlanabilirler ve bu nedenle de bizzat Blau'nun iktidara odaklanması keyfi ve önyargılı bir kısıtlamadır:

Bir insanın başkaları üzerinde iktidara sahip olmaktan aldığı tatmin, başkalarının bu iktidara tabi olmanın doğurduğu mahrumiyete katlanmalarını gerektirir;... bireyler birbirleriyle, ortak çıkarları olduğu için ahbablık ederler. Ama, ille de hepsi eşit fayda sağlamaz, ne de fayda sağlamanın maliyetini eşit paylaşırlar...

Ve buradan da bireyci bir toplumsal mübadele teorisine varılır. Blau, dünyanın bireyler arasında rekabetçi, iktidar amaçlı bir oyun olarak örgütlendiğini düşünen bir görüşün *a priori* bir doğruluğa sahip olduğu yanlış bir başlangıç konumunda durmaktadır. Çalışması, akisleri benzer bir konumu paylaşan öbür düşünürleri de otomatik olarak çekecek olan bir yaklaşımı kurtarmaya yöneliktir. Ne ki antropolog, bizzat yaklaşımın, kökü belirli bir tür toplumsal deneyimde yatan bir kültürel önyargının örneği olarak görebilir. Öbür kültürel önyargılar öbür toplumsal biçimlerden doğar. Nihai görevimiz, her yanlışlığının örtüsünü kaldıracak ve evrensellik iddialarını çürütecek yo-

59) Blau, Peter. *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley, 1964.

rumlayıcı prosedürler bulmaktır. Bu yapıldığında onsekizinci yüzyıl resmen kapanabilir ve uzun zamandır burada olan yeni bir çağ resmen tanınabilir.

İnsanlığından soyundurulmuş birey, insan toplumunun resminin çekileceği kavramsal bir temel olarak yararsızdır. İçinde bulunduğu zamanın ve yerin kültürüne bulanmamış bir insan yoktur. Bir hata olan soyutlanmış birey, Batı siyasal düşüncesini yazık ki yanlış yönlere sürüklemiştir.⁶⁰ Fakat şimdi biz, belli başlı düşünce akımlarının, öbür uçta, kültürün oluşumunda birbirlerine yaklaştığı bir noktadan tekrar başlayabiliriz. Kültür analizi, bireysel ipliklerle meşgul olmadan önce, halının tamamını, manzarayı ve dokuma sürecini bir bütün olarak görür.

Bugün geliştirilmiş olan en az üç düşünsel konum böyle bir yaklaşımı cesaretlendiriyor. İlk olarak, Görüngübilim denilen felsefi hareket, başka insanlara ilişkin bilimizi bir sorun olarak görüp ciddiye alarak başladı. Görünüğübilim bilgiyi ortaklaşa inşa edilen bir girişim olarak görüp, bireyi açıkça toplumsal bir bağlam içerisine yerleştirir. Bilgi asla dışsal bir gerçeklik hakkında salt bireysel öğrenmeyle ilgili bir konu değildir. Birbirleriyle etkileşen bireyler kurgularını hep birlikte gerçekliğe dayatırlar: dünya toplumsal olarak kurulmuştur.⁶¹

Yapısalcılık, örtük bilgi teorisi düşünür tekinin çabalarını aşan ve bilginin barındırdığı toplumsal süreçlere odaklanan buna yakın bir harekettir. Elektronik bilgisayarın çocuğu olan modern yapısal analiz pek çok biçimiyle, kültürü yorumlama ve kültürel ve toplumsal biçimleri ilişkilendirme olanakları sunar; ısrarla bireyden başlayan tüm yaklaşımları yaya bırakan olanaklardır bunlar.⁶²

Ve son olarak, önümüzdeki göreve en yakını, sosyolojideki "toplumsal muhasebe" ya da etnometodoloji denen Kaliforniya'lı harekettir. Bu, gerçeğin toplumsal olarak kurulduğunu ve ancak kullanım halindeki mantıksal yapılar olarak analiz edilebileceğini verili

60) Dumont, Louis. "The Modern Concept of the Individual: Notes on Its Genesis and That of Concomitant Institutions." *Contributions to Indian Sociology* 8: 13-61, 1965.

61) Berger, P. ve Luckman, T. The Social Construction of Reality; *A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, N.Y.: Doubleday, 1966.

62) Levi-Strauss, C. *Anthropologie Structurale*. Paris: 1958. (İngilizce çeviri: *Structural Anthropology*. Londra: Allen Lane, 1968.)

kabul eder. Yorumlayıcı prosedürlere –dinleyicilerce kullanılan doğrulama yöntemleri, konuşmacıların kullandığı ikna yöntemleri, günlük hayatta iş gören bütün bir sorumluluk sistemi– odaklanır.⁶³ Bilginin sınanıp onaylanmasına yönelik yaklaşımları, anlamın gömülü olduğu, bir iletişimin yüzeyinden hiç bir zaman kolayca çekilip alınamadığı fikrinden başlar. Konuşma yalnızca kanallardan biridir ve konuşma, dinleyici tarafından konuşmacının fiziksel tavrından ve çevresinden –mekan, zamanlama, yönelim, giysi, yiyecek vs– edinilen bilgiye denk düşmezse bir anlam ifade etmez. Ve tabii ki, bu, malları da içermelidir. Bu yaklaşım şimdilik yorumlama prosedürleri üzerinde yoğunlaşsa da, daha ileri gidebilmesi için mutlaka kültürel analize dönmeye ihtiyaç duyacaktır. Zira kültür, yakın geçmişten miras kalan bir olanaklı anlamlar modelidir, bugünkü yorumlama ihtiyaçlarını karşılayan bir kubbedir.

KAMUSAL ANLAMLARIN SABİTLENMESİ

Peki anlam nedir? Anlam akar ve sürüklenir; kavranması zordur. Bir işaretler dizisine iliştirilen anlam kendini dönüştürür. Farklı kişiler aynı olaylarda birbirinden çok farklı örüntüler teşhis eder; yine aynı olaylar bir yıl sonra değerlendirildiğinde farklı bir boyut edinir. Toplumsal hayatın temel sorunu, kısa bir süre aynı kalmalarını sağlayabilmek için anlamlara zorunluluk katmaktır. Üzerinde anlaşılan anlamları seçmenin ve sabitlemenin uzlaşımsal yolları olmaksızın, toplumun minimum konsensüse dayanan temeli elimizden kayar. Kabile toplumu için geçerli olan, bizim için de geçerlidir: Törenler, anlamın sürüklenişini kısıtlamaya yarar. Törenler, görünür kamusal tanımlar kuran geleneklerdir. Sünnetten önce oğlan çocuğu varken, sonra erkek olur; evlilik töreninden önce iki özgür insan varken, törenden sonra ikisi bir olurlar. Doktorun hastalığı birdirilmesiyle kişi hasta kabul edilir ve hastaneye kabul edilir; ölümün resmen ilanından önce, ölü hayatta sayılır; ceset bulunmadan cinayet suçlaması yapılmaz; resmi şahitlik olmadan suçlama, suçlama sayılmaz; şahitli bir imza olmadan merhumun son arzusu geçerli değildir. Törenler olmaksızın yaşamak, net anlamlar ve muhtemelen anılar ol-

63) Cicourel, A. *Cognitive Sociology*. Harmondsworth, England: Penguin Books, 1973.

maksızın yaşamaktır. Bazıları yalnızca dile getirilen, kaydedilmeyen sözlü törenlerdir; bunlar sönüp gider ve yorum alanının sınırlandırılmasına pek yardım etmez. Daha etkili törenler maddi şeyler kullanır; tören süsleri daha masraflı oldukça, anlamları tesbit etme niyetinin daha güçlü olduğunu varsayabiliriz. Bu perspektiften bakıldığında mallar törenlere eşlik eder; tüketim, birincil amacı olayların tamamlanmamış akışına anlam vermek olan bir tören sürecidir.

Buradan küçük bir adımla, rasyonel varlıkların tanım gereği kendilerini oluşturdıklarını varsayabileceğimiz kapsamlı amacın tanımlanmasına geçebiliriz. Kendi rasyonellikleri, insanları bulundukları ortamdaki anlam çıkarmaya zorluyor olsa gerektir. Tüketicinin en genel amacı sadece, seçtiği mallarla kavranılabilir bir evren inşa etmek olabilir. Bu öğrenme süreci nasıl gerçekleşir? Başlangıç olarak, toplumsal bir evren bir zaman boyutunun işaretlenmesini gerektirir. Takvim, yıllık, üç aylık, aylık, haftalık, günlük ve daha kısa aralıklar halinde çentiklenmelidir. Bu durumda zamanın geçişine anlam yüklenebilir. Takvim, görevlerin dönüşümü, kıdemin belirlenmesi, gözden geçirme ve yenileme için bir ilke sağlar. Bir yıl daha geçti, yeni bir başlangıç; 25 yıl, gümüş yıldönümü; 100, 200 yıl, yüzüncü yada iki yüzüncü yıl kutlaması; yaşamının ve ölmenin bir zamanı vardır, sevmenin bir zamanı vardır. Tüketim malları bu aralıklara çentik atmak için kullanılır: nitelik farklılıkları, takvim yılı ve hayat döngüsünü farklılaştırma ihtiyacından doğar.

Bu sav, kişisel haz diye bir şey olduğunu inkâr etmiyor. Hazzın nasıl yapılandığının ve toplumsal standartlaşmaya ne denli borçlu olduğunun görülebilmesi için tam anlamıyla analitik bir ihtiyaç olduğunu ortaya koymak için geliştirildi bu sav. Mütevazı bir geçinme için yetecek kadar mala sahip olunan basit bir hayattan yana olanlar, standartlaştırılmış bir öğünün, kahvaltı diyelim, hafta içinde tüm yemek aralarında, haftanın tüm öğünlerinde, Noel ve Şükran Günü dahil tüm yıl boyunca sunulduğunu tahayyül etmeye çalışmalılar. Yiyecek, değerlerin ayrıştırılması için bir araçtır ve ayrıştırılma seviyeleri artıkça, daha çok yiyecek çeşidine ihtiyaç olacaktır. Mekan için de öyledir. Kültürel sürecin hizmetine koşulan mekanın bölümleri anlamla yüklüdür: konut, boyutlar, sokak cephesi, öbür merkezlerden uzaklık, özel sınırlar; bunların hepsi kavramsal kategorilere dayanak olurlar. Giyim, ulaşım ve sağlık için de öyle: mekansal ve

zamansal çerçeve içinde ayırdedici damga öbekleri sunarlar. Malların seçimi sürekli olarak öbürlerini kaplayan ya da perçinleyen belirli ayrıştırma örüntüleri yaratır. Öyleyse mallar, kültürün görünür kısmıdır. İnsan aklının muktedir olduğu tüm ayrımlar silsilesine can verebilen görüntüler ve hiyerarşiler halinde düzenlenmiştir. Bu görüntüler sabit değildir; ne de bir kaleyskopta rastgele sıraya dizilmiştir. Yapıları nihai olarak insanın toplumsal amaçlarına demirlemiştir.

Bunu duyan iktisatçı genellikle şunu sorar: peki, tek başına duran tüketiciye ne diyeceksiniz? Kendi kendine yaşayıp giden insanın bir anlam evrenini sürdürdüğünü söylemek zordur; yalnız başına kitap okuyan ya da müzik dinleyen, yürüyüşe yalnız çıkan insan, onun kitap ve ayakkabı tüketimi ne olacak? Buna üç bölüm halinde cevap verilebilir. Kabul edilmelidir ki, kişinin muhtemelen üstünde paltosuyla buzdolabının önünde dururken yemeğini tıktığı ya da atıştırdığı bir yalnız yaşam tarzı vardır; bu, böyle bir kişinin sabun ve diş fırçası kullanımında olduğu gibi, kişisel hijyenin parçası olarak alınmalıdır. Kişisel hijyen, muhtemelen, tüketim malları toplamında küçük bir kalemdir. Ama öyle olsa bile, eğer bir kişi normal olarak sabununu tümüyle toplum dışı nedenlerle seçiyor ya da tırnaklarını törpülüyorsa, reklamcılık sanayii feci bir yanılgı içinde demektir. Yalnız yapılan yürüyüşler de, yürüyüşçü deneyimini konuşarak veya yazarak paylaşmadıkça, kişisel hijyenin parçası sayılabilir. Ama müzik başka bir mesele. Müzik tutkunu, müzik hakkında muhtemelen çok şey biliyor ve müziğin tarihini oluşturan ince ayrımları ve değişimleri gözlemliyordur; kişisel olsa da, bir çalışmanın öbüründen daha iyi olup olmadığına dair bir yargısı bile olabilir. Yoğun biçimde kültürel, toplumsal bir süreci paylaşıyordur. Toplumun sıraya koyma konusundaki kural ve kategorilerini düşünmeden kabul eden ve tek başına yemek yiyen kişi de öyle; örneğin, akşam yemeği için giyinmemişse bile, yalnızken yağ bıçağı kullanan insan, puddingle başlayıp çorbayla bitirerek ya da kuzu etiyle hardal, sığır etiyle nane yiyerek geleneksel sırayı bozmaya kalkmayacaktır asla. Onun öbür tüketicilerce izlenen kurallara uymasını, ayakta durmasının bir yolu ya da belki bir törenin anısı addedebiliriz. Eğer mide sıvıları en iyi, yemek iyi hazırlanıp, iyi servis yapıp dostlar arasında yendiğinde iş görüyorsa, yalnız tüketici de toplumsal ölçütleri kabul ederek kendi sindirimini kolaylaştırıyor olabilir. Ama mutlaka, toplumsal

ölçütlerin onaylanmasını kolaylaştırıyordu. Genel olarak, yalnız tüketicinin durumu, tüketim faaliyetinin, öbür tüketicilerle birlikte bir değerler evreninin üretilmesi olduğunu söyleyen sava zayıf bir itirazdır. Tüketim, kişilerin ve olayların sınıflandırıldıkları akışkan süreçlerde ortaya çıkan belli bir yargı öbeğini sağlamlaştırmak ve görünür kılmak için malları kullanır. Böylece, tüketimi törensel bir faaliyet olarak tanımlamış oluyoruz.

Ne var ki birey, kamusal kategorileri değiştirmek, düzensizliklerini gidermek ve evreni daha anlaşılır kılmakta başarılı olacaksa, itaatkâr dostlara ihtiyaç duyar. Bireyin kavranılabilir bir evren yaratma projesi büyük ölçüde onlara bağlıdır. Birey kendi uyguladığı törenlere dostlarının katılacağını ve onların da kendisini davet edeceğini sağlama almak zorundadır. Onların serbestçe gerçekleşen katılımlarıyla, belirli vesilelerde kutlama yapmak için tüketim mallarından yaptığı seçimin uygunluğu hakkında ve kendisinin bir yargıç olarak göreceli konumu hakkında bir yargıya varmanın yanı sıra, kutlama yapılacak vesilenin uygunluğu hakkında da bir yargıya varır. Birey, tüketimi, mümkün olan zaman ve mekanda, şehirde ya da kırdan olsun, işte ya da evde olsun, kendisi, ailesi ve toplumsal çevresi hakkında bir şeyler söylemek için kullanır. Vardığı yargılar, olumlu ya da olumsuz, belki de rekabetçi –ama ille rekabetçi olması gerekmez–, içinde bulunduğu evrenin türüne ilişkindir. Tüketim faaliyetleri yoluyla, daha önce önemsiz sayılan bazı olaylara önem atfederek yeniden tanımlamak ve başka olayları da tümüyle unutulmaya bırakmak için, birlikte tüketim yaptığı kimselerden onay almaya girişebilir. İngiltere’de, eskiden Cadılar Bayramı önemliyken şimdi Guy Fawkes Günü önemlidir. Noel, İngiltere’de Yeni Yıl’ı gölgede bırakırken İskoçya’da böyle olmaz ve Anneler Günü hâlâ tanınmanın kenarında sallantıdadır. Aynı durum evin döşenmesi ve hatta öğünün birleşimi için de geçerlidir. Tüketim, tüm toplumsal kategorilerin sürekli yeniden tanımlandığı aktif bir süreçtir.

Antropologlara göre, armağan (potlatch) sözcüğü kutlamaların, konukları ağırlamanın ve konukseverlikte yarışmanın bu karakteristiğini özetler. Amerikan Kuzeybatı Sahili etnoğrafyasında armağanın pek çok türü betimlenmektedir. Bir Skagit yerlisi, armağanı “maddi biçimde el sıkışmak” olarak tanımlamıştır. Puget Sound’lu bu yerliler için,

tek bir yılın yiyecek düzenine ve toplumsal sezonuna ilişkin faaliyetler, sosyodinsel teoride yer alır. Pek çok yılın toplam başarısı ya da başarısızlığı kış merasimleriyle ifade edilmiştir. Genelde varlıklı olan bir köy fakir bir yaz geçirdiğinden, köyün reisi gelecek kış çok az gereksiz harcama yapabilse de, her şeye rağmen geçmiş kışlardaki başarıları, kötü talihinin sadece geçici olduğu ve bir başka sezonda borçlarından kurtulacağı düşünülerek, armağan festivallerinde anılacaktır. Yalnızca bir kaç yıl birbirini izleyen talihsizlikler reise yönelik tavır değiştirecek kadar sarsıcı olabilir. Bu durumda reis, festivali erteleyecek ve yükümlülüklerini herkesin önünde tekrarlayarak itibar kaybını engellemeyi ümit edecektir. Tavırları değilse de, kötü talihi hakkındaki özür, neredeyse yaltaklanırcasına kendini suçlu hisseden bir yaklaşımı dile getiren sözleri, mahcubiyetini ya da tevazusunu yansıtır. Kendisi ya da daha çok bir sözcü, şaşıla bir dille, konukların cömertliğini göklere çıkarır ve bu cömertliği, cömert olmaya yönelik kendi iyi niyetli ama zayıf çabalarıyla karşılaştırır. Kötü talihin kaynağı değişmez surette kötü davranış olduğundan ve iyi insanlar dürüst insanlar olduğundan, alenen itiraf etmesi ve yenilik yapmaya söz vermesi şarttır. Ne ki, bir festival liderinin itirafları ve çözüm önerileri genellemelerle maskelenmiştir. Yalnızca, ne düşündüğünün dinleyicilerce bilinebileceği yanılgısını zikreder. Kimin ne yaptığını ve bir şef olarak kendisinin mesele hakkında tam olarak ne yapacağını söylemez. Mütevazı sözlerinin arasına, kendisinin ve atalarının geçmişlerinin hep parlak olduğunu hatırlatan daha da gelişkin bir hitabet sıkıştırır. Böyle bir gösteri, felaket karşısında üst sınıf haysiyetinin nihai dışı vurumudur. İyi bir şöhret, yalnızca lütfkâr sözler ve savunmacı bir tavır, sendeleyeen bir kariyerin bile Skagit yerlileri arasında birkaç yıl sürmesini sağlayabilir.

Üst sınıftan gelen kişiler bir dizi ekonomik başarısızlığın sonucu olarak aşama aşama statü yitirirken, yeni oluşturulan köylerin sıradan insanların çocukları olan şefleri, şu ya da bu başka festival düzenine davetli önemli konuklar olarak, gönülsüzce kabul edilir. Özellikle birden zenginleşmişlerse, böyle bir talihe hakkı olmayan komplocu görgüsüzler olarak görülürler. Onları hakir görerek eski sıradan halleriyle kabul eden eski şefin mihmandarları tarafından yürütülen yüze vurmalarla, yeni edindikleri servetlerine tepeden bakılacaktır. Ve *türediler* gösterişli biçimde festivale katıldığında, onlardan daha iyi durumda olanlar, durumdan rahatsızlık duyan seçkinler, davetlere karşılık vermeyeceklerdir. Bu türden bir festival fiyaskodur. Armağan festivali yaftası, yüksek mevkilerin denenmemiş talipleri için Skagit mavi kanlarının toplumu parçalamayı neredeyse imkansız kılmıştır. Yeni bir köy, bir ya da iki kuşak boyunca, istikrarlı biçimde nüfus ve refah açısından büyümedikçe ve önderleri bu süre zarfında kamuya açık yerlerde sahte bir kibirsizliği sürdürmedikçe, eski, nüfuzlu köylerce asla değerli bir rakip olarak kabul edilmez. Skagitler'in öbür aileler ve cemaatler için alenen saygı ifade

etme yollarından biri, onların da aynı temelde rekabet etmesine izin vermektir. Kanıtlanmış ve kabul edilmiş nesep bağından gelen kişilere karşı güven duymanın ve çaylakları küçümsemenin ve onlardan korkmanın, toplumsal sınıf davranışına ilişkin Skagit yargılarına göre sağlam bir pratik temeli vardır. *Sonradan görme* festivalciler, servetin kullanımı için gereken eğitime sahip değildir ve isteyerek ya da istemeyerek, sıkıntı verici durumları yaratmaya meyyaldir. Yani, muhterem konuklarının gururunu incitebilirler ve bunun öcünün alınması da toplumsal ya da iktisadi olarak kimsenin işine gelmez. Genel ilkeler konusunda onlara güvenilmeyecektir. Çoğunun ataya hürmetsizlik konusunda şöhreti vardır, çünkü önderliklerinin kökeni yenidir ve (birkaç kuşak önceki) bir atanın sadakatsizliğinin ve yeni bir köy kurmak için babasının köyünü terk etmesinin sonucudur.⁶⁴

Burada, bizim kamusal anlamları sabitleme ya da sorgulama biçimimizle bir paralellik olduğunu görebiliriz kuşkusuz.

64) Snyder, Sally. "Quest for the Sacred in Northern Puget Sound: An Interpretation of Potlatch." *Ethnology* 14(2): 154-156.

MADDİ KÜLTÜR OLARAK MALLAR

Rasyonel bireyin, akıl sağlığını koruyabilmek için, tanım gereği, ömrü boyunca gütmesi gereken asgari bir amaç vardır. İktisadi rasyonalite kavramı, hiçbir yerde, bireyin genel amacı hakkında bir şey söylemez. Temelsiz psikolojinin talep teorisine çekidüzen vermek için çok şey yapan Hicks, bu boşluğa dikkati çekmiştir:

az çok girişimcinin yaptığı gibi tüketicinin de bu amaçlara erişmenin alternatif yolları arasında karar verirken, belirli amaçlar arasında tercihlerine göre seçim yaptığını düşünmeliyiz. Satın aldığı metalar çoğu zaman, amaçların kendisi değil, amaçların aracıdır.⁶⁵

Kavranılabilir bir dünyada rasyonel olarak seçim yapabilme ihtiyacı, iktisadi rasyonalite ilkesinin yalnızca bir uzantısıdır. Bu ihtiyaç olmadan, kavramın diğer tüm varsayımları pek az şey ifade eder. Öbür tüm canlı varlıkların deneyimleri, muhtemel mesajların ve cevapla-

65) Hicks, John. *A Revision of Demand Theory*, s. 166. Oxford: Oxford University Press, 1965.

rın faaliyet alanını sınırlayan, türe özgü örgütleyici bir çatıya boyun eğer. Ama insan rasyonalitesi böyle değildir. İnsan rasyonalitesi, örgütleyici yapıları tartışmaya açar. İnsan deneyimi, geniş bir muhtemel çatılar dizisine doğru akabilir, zira rasyonel insan, seçim yapmanın gerçekleşebileceği bir evreni sürekli olarak yeniden kurmaktan sorumludur. Dünyadan anlam çıkarmak, dünyanın anlamlı olduğunun düşünülmesini içerir. Bu bir kez teslim edildiğinde, insanların malları neden istedikleri sorusu, bir enformasyon yaklaşımı gibi bir şeye kayabilir. Fakat bu, bilgi maliyetini üretim maliyetinin parçası sayan iktisadi analizden daha farklı bir egzersizdir. İktisadi analizde, fiyatlar ve ücretler hakkındaki mesajların, sabit bir enformasyon sistemi içinde hareket ettiği düşünülür. Ne var ki, tüketim malları yalnızca mesaj değildir; onlar tam da sistemin kendisini oluşturur. Tüketim mallarını insanların etkisimlerinden dışladığınızda tüm yapıyı dağıtmış olursunuz. Tüketim malları sunulmaları, kabul ya da red edilmeleri esnasında, var olan sınırları ya güçlendirir ya sarsarlar. Mallar, ana kaygısı kendi performansını göstermek olan bir enformasyon sisteminin, diyelim, hem donanımı hem de yazılımıdır.

Bu hamle, fiziksel ve psişik deneyim arasındaki Kartezyen ikiliği çözer. Fiziksel ihtiyaçlara hizmet eden mallar –yiyecek ve içecek–, bale ve şiirden daha az anlam taşıyan şeyler değildir. Hayatı sürdüren ve sağlığı koruyan mallar ile zihin ve kalbe hizmet eden öbürleri –ruhsal mallar– arasındaki yaygın ve yanıltıcı ayırma, gelin bir son verelim. Bu yanlış ayırım, bir füzuli lüksler yığını, tüketici ahmaklığının ve kötücül reklamcılığın bir karışımıyla açıklanmaya bırakır.⁶⁶ Burada ileri sürülen karşı sav, tüm malların anlam taşıdıklarını, ama kendi başına hiçbirinin bir anlamı olmadığını belirtir. Tıpkı bir tasarruf hareketinin kendi başına yorumlanamayıp ancak hayat süresi boyunca algılanan tüm gelir akışının bir parçası olarak yorumlanabileceği ve bir şiirdeki bir kelimenin başka bir bağlamda kullanıldığında şiirsellik taşınamaması gibi, tek bir fiziksel nesnenin kendi başına bir anlamı yoktur; bu tekil nesneye neden değer atfedildiği sorusunun da bir anlamı yoktur. Müziğin tek bir notada değil, seslerce sınırları çizilen ilişkilerde olması gibi, anlam da tüm mallar arasındaki ilişkidir.

66) Galbraith, J. K. *The Affluent Society*, s. 123. Londra: Hamish Hamilton, 1958; *Economics and the Public Purpose*, s. 55-63. Londra: Andre Deutsch, 1974.

Brillat-Savarin şampanyayı, ilk etkileri itibariyle uyarıcı, daha sonraki aşamalarda ise sersemleştirici olarak değerlendirmişti. Roland Barthes bunun viskiye şampanyadan daha iyi uyduğunu düşünüyor.⁶⁷ Şampanya ya da viskinin ilk ve ikinci etkileri olması gibi, bazı konuşmalar da kelimelerin sesleri söndükten sonra anlam bildirmeye devam eder. Brillat-Savarin'e göre, yiyip içme zevkini yöneten ilkeler, çoklu ve birbirini izleyen deneyimler olduğunu kabul eder. Tat alma duyusu, damağın giriş, geri dönüş ve sapma deneyimlerinden bir örüntü oluşturur; ancak nihai yargıyla biten tüm bir duyumlama kontrpuanı vardır. Bu durumda, yiyeceğin fiziksel yönü nerede, zihinsel yönü nerede yatar? Ve ayrıca, metafizik boyutunun nerede yattığı da sorulabilir pekala. Görünüşte Baudelaire, Brillat-Savarin'i şarap hakkında doğru şeyleri söylememiş olmakla suçlar. Şarap, Baudelarie için, hatırlayış ve unutuştı, mutluluk ve melankoliydi; insanı kendinden alıp garip ve sapkın hallere götürebilecek bir maddeydi. Ama Brillat-Savarin şarabı hiçbir zaman bir kendinden geçme aracı olarak görmedi, şarap beslenmenin bir parçasıydı ve beslenme onun için mutlak surette keyifliydi. Öyleyse, şarabın kişisel bir deneyimi uyardığını düşünmek imkansızdır. İçme, yemenin parçasıdır ve yeme her zaman toplumsaldır; öğün, yemek sırasında bile cemaat kurallarına, sohbete tabidir. Sohbet, yemek pişirme zevklerini sağlıklı bir rasyonellik içerisinde düzenler. Yani, şaraba, beslenmeden başka amaçlara hizmet eden bir madde olarak özel bir ayrıcalık teslim etmekten uzak duran Brillat-Savarin, şarabı bir uyuşturucu madde panzehiri olarak nitelemiştir.⁶⁸ Derinlerde, şarabın kullanılması konusunda şair ve fizikçinin arasındakiler gibi, zevkler hakkında bir anlaşmazlık ve uzun erimli metafizik farklılıklar olduğu ortaya çıkarılabilir. Mutfak aletlerinin seçimi bile insan ve doğa hakkındaki derin ön-anlamalara bağlıdır. Roland Barthes'ın yaptığı tartışmadan biraz daha yararlanacak olursak, kahve hazırlama işlemini alalım: Bir tokmak ve dibek veya mekanik bir öğütücü kullanabilirsiniz. Brillat-Savarin kahve tanelerinin Türk usulü elde dövülmesini yeğliyordu ve bunun için birçok pratik ve teorik gerekçe sıralamıştı. Fakat bunların ötesinde, Barthes şiirsel bir önyargı sezer; öğütücü

67) Barthes, Roland. *Mythologies*. Annette Levers (çev.). Londra: Academic Press, 1973.

68) A.g.y., s. 12.

mekanik olarak çalışır, insan eli yalnızca kuvvet sağlar ve elektrik gücü kolayca bunun yerine geçebilir; öğütücünün ürünü bir tür tozdur –kaliteli, kuru ve gayr-ı şahsi. Oysa, tokmağın kullanılmasında bir sanat ögesi vardır. Bedensel yetenekler işin içine girer ve uygulandıkları madde sert metal değil, maddelerin en soylusu olan ahşaptır. Ayrıca dibekten çıkan yalnızca toz değil, doğrudan eskil simya ilimini ve onun tesirli içkilerini işaret eden kumlu bir pudradır. Öyleyse, dövme ve öğütme arasındaki seçim, insanlık durumu hakkında iki farklı görüş arasında ve sorunun yüzeyinin tam altında yatan metafizik yargılar arasında yapılan bir seçimdir.⁶⁹ Pazar araştırmacıları bu saklı alanı yeterince iyi bilir ve kendi sınırlı gayeleri için kullanırlar. Ne var ki, bu saklı alanı iktisadi teoriye aktarmak örtük bilginin daha zor bir kullanımıdır.

İŞARETLEME HİZMETLERİ

Bu saklı seçim yapma alanının bir bölümünün haritasını çıkarabilecek olan prosedür, malların fiziksel kullanımlarını gereksiz bir zihin karışıklığı olarak, kasten göz ardı edecektir. Bilim adamları günlük bilgilerimizi askıya alır ve kucak dolusu inançsızlık yaratırlar.⁷⁰ Biz de, malların bedensel ihtiyaçlara hizmet ettiği konusundaki bilgimizi askıya alabilir ve onun yerine malların iş gördükleri alanları sınıflandırma projesine odaklanabiliriz. Sonra da, toplumsal sürecin bütünü olan buzdağının görünür parçasına, mallara, birer işaretleyici olarak yaklaşın. Mallar, sınıflandırma yapmaya yarayan kategoriler anlamında, işaretleme için kullanılır. Burada işaretleme doğru kelimedir. Altın, gümüş ve kurşun-kalay alaşımına ayar damgası vurulması; okuması yazması olmayan kişilerin imza yerine damga kullanması; performansların alfa, beta ve gamayla değerlendirildiği derslikte yapılan işaretleme; kilometre taşları yerleştirerek muntika sınırlarını işaretleme; yağla meshetmek; ve her türden kül, damga ve ölçü işareti kullanılarak yapılan işaretleme. Kişisel işaretleme de olabilir, ama biz burada kamusal bir kullanıma gönderme yapıyoruz. Mallar, tüketimi birlikte yapanların anlaşmasıyla değer kazanırlar. Eski yar-

69) A.g.y., s. 13, 14.

70) Schutz, Alfred. *Collected Papers. 1: The Problem of Social Reality*, s. 3-47. The Hague: Nijhoff, 1971.

gıları koruyarak ya da tersine çevirerek, olayları derecelendirmek için bir araya gelirler. Herkes bir yargı kaynağıdır ve yargılara tabidir; her birey, ayrımlarının yerleşmesine yardım ettiği sınıflandırma şemasında yerini alır. Dostları, o bireyi ilgilendiren cenaze ve düğün törenlerinde yer alarak, doğum günlerine özen göstererek, hasta yatağındayken ziyaretine gelerek o bireye işaretleme hizmeti sunarlar. Birlikte yarattıkları türden dünya, uygun biçimde hazırlanmış bir cetveldeki olayları işaretlemedeki uygunlukları nedeniyle seçilen metallerden inşa edilmiştir. Mallar sarf edilir ya da tüketilir; ama bu, bütün bir tüketim sürecinin yalnızca küçük bir parçasıdır. Piyasa işlemlerinin tekil birer ticari kalem olarak ele aldığı malları bu işlemler uyarınca tanımlamak, bir bilgi yaklaşımı ışığında, keyfi gözüktüğüdür. Oysa, piyasa işlemlerine giren her ticari kalem yalnızca bir kısım, bir sınıflandırma sisteminin inşasına dahil olan işaretleme şeridinin ya da boyasının bir parçası olarak algılanabilir. Tüketilebilir mallar akışı, kültürün yapısını mercan adaları gibi bina eden bir tortu bırakır. Bu tortu, öğrenilmiş isim öbekleri ve öbek isimleridir, isimler üzerinde gerçekleştirilen işlemlerdir, bir düşünme aracıdır.

Fiziksel tüketimden haz alma, malların sunduğu hizmetin yalnızca bir bölümüdür; öbür bölümü isimleri paylaşmanın hazzıdır. Herhangi bir sporu, diyelim ki tenisi ele alın: Bazı insanlar tenis oynar, bazıları Wimbledon'a gider, bazıları da televizyonda seyrederek. Futbolu alın, ya da kriketi: Bu oyunların tutkunları, bir isimler yumağını kafalarında içselleştirir. Unutulmaz zaferleri, kepaze mağlubiyetleri ve bereberlikleri bilir; tarihi maçlar, iyi hakemler, büyük kalabalıklar, coşku verici kaptanlar, iyi ve kötü seneler, günümüz ve eski günler hakkında konuşmaya bayılır. Bir başka heveslinin, kendi aralarında mümkün olan büyük paylaşımı başlatmak için iki kelime mırıldanması yeterlidir. İsimleri paylaşmanın bu hazzı, uzun süren bir zaman, ilgi ve para yatırımının ödülüdür. Yeni isimlerin koleksiyona girmesini sağlayan halihazırdaki fiziksel harcama, "kanıtlama" olarak adlandırılabilir. Bir pudingin kanıtı yenmesinde yatar. Eğer kimse hiçbir zaman puding yememiş ya da futbol maçı izlememişse, bir kanının öbüründen daha doğru olduğuna hükmetmenin bir yolu olmayacaktır. Fiziksel tüketim söz konusu deneyimin gerçekleştirilebilir olduğunu kanıtlamayı, test etmeyi ya da göstermeyi sağlar. Ama antropolojik sav, faydanın çok büyük bir bölümünün

kanıtlamayla değil, öğrenilen ve derecelendirilen isimlerin paylaşılmasıyla ortaya çıktığında ısrarlıdır. Bu kültürdür.

İsimlendirmeyi, tüketim konusundaki görüşü mallardan kültüre kaydırmak ve mallar arasında yapılan herhangi bir seçimin kültürün sonucu olduğu ve kültüre katkı yaptığına ısrar etmek için yararlı bir hile olarak kullandık. Sonunda, sanki isimler hiç gündeme gelmemiş gibi, fiyatları ve gelirleri incelemek zorunda kalacağız. İsimler, tüketicinin, sosyolojik araştırmanın ham araçlarına teslim edilemeyecek kadar zihinsel ve soyut bir yönüdür. Ama, gelirlerdeki ve malların fiyatlarındaki değişimlere gösterilen tepkiler olarak inceleyeceğimiz sorular, yeni sorular olacak. Zira, rasyonel eylemin doğru biçimde ele alınması sayesinde, bireyin kavranılabilir bir dünyaya bağlı olduğunu belirten fikir, talep teorisini berraklaştıracaktır.

SENTEZ SORUNLARI

Son analizde, kültür hakkındaki hüküm iki ölçüte dayanır. Biri ölçeğe, hüküm verilen bilginin geniş ya da dar oluşuna bağlıdır; öbür ölçütse bilginin bütünlenmesine bağlıdır. İkisi de önemlidir, ama nedense bilginin büyüklüğü, toplanan bilgi parçaları genel bir bakış noktasında bütünlenmedikçe etkili değildir. Bu çelişki bilginin pazarlanabilirliğini yansıtır. Avcunun içi gibi bildiği olguların menzili ne denli inanılmaz olursa olsun, Bay Bellek, bilgece bir kanaat sunamaz. Dilimizde kültürlü kişi, bildiklerinden öylesi eksiksiz bir senteze varmıştır ki, davranışları doğal bir ustalığı akla getirir. Bu konular üzerinde çok kafa yormuş olan Anthony Trollope, bu mevzu için şahane bir örnek kaynağıdır. Bir beyefendi olmanın “iyi bir aileden gelen” adam, mesleki itibar sahibi bir adam ya da tüketim meselelerinde iyi beğeni sahibi bir adam mı olmak anlamına geldiğini uzun uzadıya tartışır: Şık giyindiğine hükmedilen biri

her zaman eve bir şapka kutusu içerisinde gönderilmiş gibi gözükür...giyim kuşamı asla, hiçbir anda, –şehre girerken ya da ordan ayrılırken, evinde kitabının başında ya da danstan sonra– kusurlu değildir. Bunu sağlayan para ve zamandır, ama millet bunun, saçları ve tırnakları gibi onunla birlikte büyüdüğünü düşünür.⁷¹

71) Trollope, A. *The Prime Minister*, 1. bölüm. Oxford: Oxford University Press (World Classics), 1876.

Trollope için nihai test budur: Kültür insanın üstüne oturmalıdır, ama eldiven gibi değil, ten gibi. Sahte şey satın alınabilir, ama onun gözünde gerçek kültür doğallıkla büyümesi gereken bir sentezdir.

Bu doğal kültür izlenimi, geniş bir cephede yürütülen sürekli bir sentezin sonucu olacaktır. Geliştirdiğimiz teoriye göre, tüketim içsel bir sınıflandırma sürecini gösterirken, bireyin de hem kapsamlılık hem de sentez peşinde koşması gerekir. Sınıflandırmalarının deneyim teksirinin üstüne attığı ağ ne kadar genişse, değişik alanları anlamlı biçimde bağıntılandırma konusunda başlangıçta karşılaşılan sorunlar o kadar büyük olur –eldivene daha çok benzer, ten gibi durmaz. Ama eğer sınıflandırma sonlu bir evrende yürüyorsa, kapsamlılığın sağladığı avantajlar sonunda artacaktır. Şurada elde edilen anlamlar burada genişletilebilir, aynı sınıfa dahil olan insanların değişik bağlamlarda değişik işlevleri yerine getirdikleri düşünülebilir. Bu, bir dağın daha aşağı düzeyleri aşama aşama görüş alanına girdikten sonra doruklarına ulaşmaya benzeyecektir. Bir söylem alanının anlamları, öbürlerinden yararlanır. Güvenli biçimde sınırlandırılmış, sonlu toplumsal dünyada, anlamlar, yek diğerini bükler, yankılar ve güçlendirir: Ölçek ekonomisi gibi bir şey sayesinde, her ek alan rasyonel denetime daha kolay sokulur. Gerçekten dışı düşünür ölçek ekonomileri, tüketim hane içerisinde değil de haneler arasında işleyen bir bilgi sisteminin parçası olarak görüldüğünde ve tüketicinin temel amacı kendi rasyonel yorumlarını sağlama almak için enformasyon kaynaklarının denetimini kazanmak veya elde tutmak olduğunda apaçık hale gelir.

Talebin arkasındaki itici gücü şimdi anlamaya başlayabiliriz artık. Rasyonel birey, bildiklerinin sentezi için gerekli olacak kadar geniş bir işlem ölçeği aramalıdır. Sürekli olarak, sentezini korumaya ya da onu rakip görüşlerin ışığında uyarlamaya ihtiyaç duyar. Onun için risk, faaliyet alanı açısından kendisinininkinden daha kapsayıcı olan yabancı bir görüşten gelir. Böyle bakıldığında, rasyonel bireyin kaygıları, ekonominin üretim yakasındaki işbölümünün dolaysız bir yansımasıdır. Üreticiler üretim maliyetini düşürmek için ölçekten medet umdukça, enformasyon ufuklarını genişletirler ve tüketiciyi de öyle yapmaya zorlarlar. Bu bakış uyarınca, enformasyon arayışındaki rasyonel birey ile de öbür insanları denetleme peşinde değildir, ne de eğilimleri ile de toplu halde yaşama yanlısıdır. Daha

çok tersi geçerlidir; sınıflandırmaları onaylattırabilmek ve en az uygunsuz toplumsal ilişkiyle yeni isimler öğrenebilmek yüksek bir gelirin sağladığı avantajlardan biri olabilir. Bir örnek, çok zengin bir adam olan, Turner'ın muhteşem Petworth resimlerini borçlu olduğumuz Lord Egremont'dır:

Lord Egremont çevresinde, onu yolundan alıkoymayacaklarından emin olduğu, özellikle onun egzantirik alışkanlıklarına dahil olurken, sürekli hareketinin imkan verdiği tek şey olan bölük pörçük konuşmalara hazırlıklı ve yaşanan olaylar hakkında bilgi alabileceği insanlar olmasını severdi; onun hususiyetlerine uymak zorunluydu ve bu hususiyetler sohbetle ya da herhangi bir uzun tartışmayla tümüyle uyumsuzdu. Aynı yerde asla beş dakika kalmaz, sürekli olarak kütüphane ve yatak odası arasında gidip gelir ya da devasa evin içinde tüm yönlerde dolaşırdı: Bazen ilgisini çekmiş görünen bir konu üzerindeki bir sohbeti tam ortasında keser ve ortadan kaybolur ve bir saat sonra tesadüfi bir buluşmada, tam bıraktığı yerden devam ederdi.⁷²

Bu, büyük servetini, kendisini konuşmanın sonuna kadar aynı odada kalma zahmetine dahi sokmadan, "yaşanan olaylar hakkında bilgi" almak için kullanan bir kişinin bir örneğidir.

Bir enformasyon yaklaşımı, bireyin mümkün olan en iyi enformasyonu almak ve bunu daha güvenilir ve çabuk gerçekleştirmek için kaynaklarını yakın tutmakla rasyonel davrandığını ileri sürerdi. Kendi akli başındalığının öbür insanların muhalif yorumlarınca bunalıtılmasına mani olmanın daha emin bir yolu, enformasyondan bizzat sorumlu olmaktır; zira enformasyon, yakın insanlarca sürekli olarak geliştirilir ve dönüştürülür. Enformasyonu yorumlamak için, enformasyonun işlendiği yerde olmalı ve işlenmesine katkıda bulunmalıdır. Aksi takdirde, bireyin evreni anlamlandırma projesi, rakip yorumlar kendininkinden daha fazla geçerlilik kazandığında tehlikeye girer ve başkaları daha değişik bir set geliştirmiş ve dolaşıma sokmuş olduğundan, kendisinin başvurduğu sözler yararsız hale gelir.

David Knowles, on üçüncü yüzyıl İngilteresinde, gerileyen Black Monkları ve aynı dönemde itibar kazanan Friarları tam da böyle karşılaştırmıştır.⁷³ İlk büyük Veba'dan sonra, nüfusun azalması emek

72) Royal Academy Trustees. *Turner, 1775-1851*, published for the 1974-1975 exhibition.

73) Knowles, David. *The Religious Orders in England*. Cambridge: Cambridge University Press, 1948.

maliyetlerinde bir yükselişe yol açtı, ama mısır ve yünün fiyatında telafi edici bir artış getirmedi. Uzun süredir ve başarılı bir şekilde çiftçilik ve ticaretle uğraşan Augustinliler, Black Monklar, toprağın dolaysız kontrolünden ellerini çekip gelirlerini kiralardan sağlayarak yeni koşullara uyum sağlamayı başardılar. Şu ya da bu şekilde büyük servetlerini korudular, hatta artırdılar, ama onları ulus kültürünün en önünde tutan, ulusun hayatıyla olan bağlantılarını da kestiler. Daha önceleri edebi ve tarihi eserler yazmışlardı ve düşünce alanında önder konumundaydılar, ama on üçüncü yüzyılda yavaş yavaş çekildiler ve yerlerini Friarlar ve okullarda eğitilen seküler akademisyenler aldı. David Knowles'in analizine göre, çok uzak olmayan bir felaketi işaret eden diğer belirtilerin altında, enformasyon sisteminin kontrolünü kaybedişleri yatar.

Bunun tersine, Black Monklar servetlerini koruyup İngiliz entelektüel hayatının anadamarından çekilirken, son derece farklı bir dünya görüşüyle Friarlar içeri girdiler ve teslim aldılar. Kendilerini ortak mülkiyetten bile yoksun bırakarak maldan mülkten geri durdular, ama bilerek ve çok sistematik biçimde enformasyon kanallarını teslim aldılar.

Dokuz pejmürde kılıklı fakir 1224'de Dover'a vardı. Altı ay içerisinde, İngiliz hayatının dini, medeni ve entelektüel merkezlerini seçerek, Canterbury, Londra ve Oxford'a sürekli olarak yerleştiler. Sonraki on iki yıl içerisinde, İngiltere'yi güneyden kuzeye kateden bir hatta tüm önde gelen kasabalara yerleştiler. Gelişlerinden yirmi yıl sonra, İngiltere'nin iki üniversite kasabasında, on dokuz katedral şehrinin on beşinde ve sonunda katedral şehri haline gelen yirmi beş kasabada ikamet eden Friarlar vardı. Buralardan dönemin entelektüel ve dinsel hayatına hakim oldular.

Bu kuramsal deneyimleri tekil tüketicilerin deneyimlerine aktarmak biraz düşünmeyi gerektiriyor. Black Monklar'ın durumunda değinilen kararlar, kirayla geçinen toprak sahipleri haline gelme kararları, hayatlarının gelir kazanma tarafıyla ilgili kararlardır. Friarlar'ın durumundaki ana merkezlerde yerleşme kararları, aynı şekilde ve tüketime ilişkin kararlar sayılabilir. İş seçimi ya da ikametgah seçimiyle ilgili olsun, bazı bireysel seçimler, seçicinin toplumun sürekli değişen anadamarına daha iyi tutunmasını ya da oradan kopmasını getirir. Gabriel Tarde bu yaklaşıma sempatik bakan bir sosyo-

logtu, zira siyasal iktidarın, yaratıcılığa ve icatlar ortaya atıp onların yaygın kabul görmesini sağlama kabiliyetine bağlı olduğunu iddia etmişti. "Gerçek, temel iktidar kaynaklarının keşiflerle ya da icatlarla yayıldığını gördük."⁷⁴ Bu noktada, ilerideki bölümlerde yardımını çok göreceğimiz, uluslararası ticarete yönelik, yenilik ve yeni teknolojiyi vurgulayan yaklaşımlara çok yaklaşıyoruz. Tarde, bir iktidar kaynağı olarak bilginin kontrolü ile gerilemeyi önlemenin bir yolu olarak bilginin kontrolü arasında herhangi bir ayırım yapmadı. Onu takip edersek, rasyonel tüketici bireyi tanımlamanın ötesinde birkaç adım ilerlemiş oluruz. İlkin, rasyonel bireyin, evrenini kavranılabilecek şekilde inşa etmesi gerektiğini varsaydık; sonra, evrenin anlaşılabilirliğini teyit etmek ve istikrarlılaştırmak için başka insanların hizmetlerine ihtiyaç duyduğunu ve malların o uzlaşmayı temin etmenin bir aracı olduğunu ileri sürdük. Artık bireyin, başka insanların işbirliğini sağlama ve sürdürme gücü sorununu, yani kontrol sorununu ortaya atmalıyız.

ZORLA GİRME STRATEJİLERİ

"İsimleri", tüketimi sentezleyen daha gizli öğrenme süreçlerini kavramak için vasıta olarak kullanırsak, malları ve isimlerini de bir bilgi sisteminin erişilebilen parçaları olarak görürsek, tüketicinin hayat projesinde başarılı olma sorunu daha açık hale gelir. Tüketici, işaretleme hizmetleri vermek ve işaretleme hizmetleri almak için mallara ihtiyaç duyar; yani, değişik günleri kutlamada kullanılan eşyaların uygunluğuna dair kendi yargılarını dolaşıma sokabilmek için, başka insanların tüketim törenlerinde bulunmalıdır. Ama iktisadi ve siyasal güçler konuk çevresini kısıtlayabilir. Trollope, insan doğasının tümüyle rekabet amaçlı gösteriş tarafından yönetildiğine inanan iktisatçıların yanıldığını söyler. Belirli koşullarda, hakiki rekabet başat bir güdüdür, ama Trollope'nin betimlediği diğerlerinde, tümüyle noksan- dır: Örneğin, toprak sahibi sınıfın, büyük mesleklerin ve arsitokrasinin güvenli toplumu. Bu istikrarlı servet adalarının kenarlarındaki insanlar için, zengin biriyle evlenmek dışında para, gelir ya da itibar olanağı yoktur; bunlar isimlerden son derece yoksun kişilerdir.

74) Tarde, Gabriel. *On Communication and Social Influence-Selected Papers*, 1899. T. W. Clarke (der. ve giriş yazısı). Chicago, Ill.: University of Chicago Press, 1900.

Bir insan açısından, eğer toplumun üst kesimlerine doğru ilerlemek için bir arzusu varsa, büyükbabalarının ve büyükannelerinin kim olduğunu bilmek ve onlardan, kendi devirlerinde isim yapmış kişiler olarak bahsedebilmek bir hizmettir.

Hiçbir reklam ajansı, Hittawayler'den daha fazla, doğru yerlerde görülmenin avantajının farkında olmazdı:

Bay Hittaway size kendininki kadar iyi, sürekli ve yetkili resmi makamlar işgal eden üç ya da dört kişinin adını sayabilirdi... ama onlar yalnızca başka tipti, daha fazla bir şey değil. Kimse onların herhangi bir şeyini bilmiyordu. Onlarla hiçbir yerde karşılaşmazdınız. Bakanlar onları hiç duymamıştı... bay ve Bayan Hittaway'ın isimleri sürekli gazetelerdeydi. "Nehir boyunca" yapılan akşam toplantılarına vs., davet edildiler, böylece İskoçya'ya da gittiler. "Pek çok insan sonbaharda İskoçya'ya gider. Bir sonbahar tatili yapma olanağınız varsa, İskoçya'ya gitmekten daha aristokratik bir şey yapamazsınız. Dükler orada, Pall Mall'da olduğundan daha boldur; her dağda bir kontla, en azından bir lordla karşılaşsınız. Elbette sadece handan hana seyahat ederseniz; kendinize ait bir avlağınız yoksa ya da zengin bir dostla birlikte değilseniz, tatilin keyfini pek de çıkaramazsınız."⁷⁵

Bu topraksız ve akrabasız, gölgeli simaların hayatlarında, bir nakarat gibi koşmak, onların konuk listeleriyle ilgili bir sorundur. Hırslı dul Lizzie Eustace, İskoçya'daki şatosunda konuk ağırlamaya karar vermişti, ama en iyi konuk bileşimini elde etmede bazı sorunlar vardı.

Kocasının rahip olan dayısına bile yazdı ve Portray'e inmesini istedi. Dayısı gelemedi ama sevecen bir cevap yolladı ve kendisini düşündüğü için teşekkür etti. Çağırdığı ve emin olduğu pek çok kişi gelmeyecekti –ve içlerinden bir ya da ikisi daveti kabul etti. John Eustace iki günlüğüne onunla olmaya söz verdi.

Kuzeninden özel bir ricada bulunmuştu: "Bana yalnızca bir haftalığına, konuklarım buradayken gel ki, yalnız bırakılmış gözükmeyeyim. Masamın öbür ucunda otur ve bana bir ağabeyin yapacağı gibi davran. Benim için bu kadarını olsun yapacağını umuyorum."⁷⁶ Kuzeni ve kayınbiraderinin yanı sıra, ancak her biri kârlı bir serüven ümit eden çok şüpheli konuklar toplamayı başarabildi.

75) Trollope, A. *The Eustace Diamonds*, 32. bölüm. Oxford: Oxford University Press (Worlds Classics), 1873.

76) Agy., s. 323.

Etkileyici bir konuk listesi hazırlamak hiçbir şekilde kolay değildi. Yaşlı zengin avukat, Bay Wharton, bir odaya, odayı ilk tarayışı ona ortamın iyi mi kötü mü olduğunu söylemeden evvel girmezdi: "Ne kadar bayağı bir insan grubu!" deme eğilimine girerdi.⁷⁷ Üstelik, Bayan Roby en üst çevrelerde dolaşan kişiler, Sör Damask ve Leydi Monogram, ve Lord Mongrober'ı ("bir lord –hakiki bir Parlamento asilzadesi!") bir araya getirdikten sonra. Bayan Roby temelde, yiyecek ve şarap bilgisi sayesinde başarılı olmuştur:

Mongrober arazilerinin geniş olduğu sanılmıyordu, ne de bu dönemdeki Mongreber nüfuzu büyüktü. Ne var ki bu soylu kişi, toplumda, akşam yemeklerinin yemeye değer oldukları düşünülüyordu, çok sık akla geliyordu...[Mongrober], pek az konuşan ve konuştuğunda da her zaman aksi görünen bir beyefendi idi. Her zaman, dostlarının şarapları hakkında, bir insan '48 kırmızı şarabıyla övüneceği sırada '68 olduğunu ileri sürmek gibi, ters sözler sarf ederdi –ve pahalı yiyecekler önüne serildiğinde böyle bir yiyeceğin yılın başka bir döneminde çok iyi olduğunu söylerdi. Böylece, masalarına özen gösteren hanımefendilerin ve şaraplarından gurur duyan evsahiplerinin, Lord Mongrober'in önünde neredeyse bacakları titrerdi. Ve asla mukabele amaçlı akşam yemekleriyle misilleme şansı vermediği söylenebilir. Lord Mongrober'in evinde akşam yemeği yiyen bir kadın ya da erkek hiç olmadı.⁷⁸

Lord Mongrober tüketim antropolojisi için çok ilginç bir vakadır. Öyle görünüyor ki, evsahiplerinin kutlamalarını paylaşmak için davet ederek kendisine sundukları işaretleme hizmetleri, salt onun varlığı dışında bir karşılık gerektirmiyordu. Kendisinden gördükleri kabalıklar, yiyecekleri tatması ve suratlarına geri fırlatmamasıyla ettiği lütufla dengelenmişti. Salt varlığı, davetin olağanüstü olduğunu herkese seziren sinyaldi; uzmanlığı onu, olumlu işaretlerine sıradan konuk grubununkilerden daha çok değer verilen bir tür süpertüketici yapmıştı. Bir Pazar gazetesindeki yakın tarihli bir röportajda, Londra'daki bir müzenin müdürü, her gece dışarı çıkmasına ve üç hafta önceden program yapmasına rağmen hiçbir zaman eğlenmediğini iddia ediyordu. O da, bir tür karşılıklı işaretleme hizmetleri

77) Trollope, A. *The Prime Minister*, s. 99. Oxford: Oxford University Press (Worlds Classics), 1876.

78) A.g.y., s. 89.

öneriyor olmalı. Ümit edelim ki, evsahiplerinin antikalarının özgünlüğüne ilişkin yorumları, Mongrober'in yemek sanatına ilişkin yaptıklarından daha cömert olsun.

Bu dünyanın Mongroberlerinin her türden toplumda ortaya çıkmaları çok muhtemel değildir. Sorunlu bir konuk listesi ille de olağan toplumsal sıkıntı değildir. Ne var ki, Aziz Matta'nın İncilinde, Tanrı'nın kendisi, seçilmiş konuklarını toplamada sorunu olan bir evsahibi olarak resmedilmiştir. Bazıları özür diler ve gelemmez, öbürleri mesihlerini rencide eder, böylece o da çok karışık bir topluluğu huzuruna toplar; sonra, biraz da haksız yere, yanlış giyinmiş olan birine sert davranır (Matta 22:1-14). Davetler hakkında böyle aşırı bir duyarlılık neden olsun? Daha garibi, bazı insanlar neden kaba ve sıkıcı Mongrober'e konukları olarak katlanıyor? Yeni Ahit'in Tanrısı, ilk başta tümüyle, konukları, tümü gelmişse dahi, kutlamanın ruhuna katılmış görünmeyen kaygılı evsahibine benzer gözükmüyor: "...pazar yerinde oyun arkadaşlarıyla bağrışıp çağrışan çocuklara seslendiğin gibi, de ki: Size kaval çaldık, ama sizler dans etmediniz; sizin için acı çektik, ama siz matem tutmadınız" (Matt. 11: 16-17). Öyle görünüyor ki, Tanrı, başka insanların tüketim ritüellerine meyledenlere karşıdır. Ama aynı zamanda, konukseverliğin bir dışlama aracı olarak kullanılmasına da karşıdır:

Bir akşam yemeği verdiğinizde dostlarınızı, kardeşlerinizi ya da akrabalarınızı ya da zengin komşularınızı çağırmayın; çünkü onlar da karşılık olarak sizi davet edecek ve bu davet de konukseverliğinizin ödülü olacaktır. Bundan uzak durun, Onun yerine, bir şölen verdiğinizde fakirleri, kötürümleri, saka-
katları, âmâları davet edin (Luke 14: 12-14).

AKRABALIK VE EVLİLİK

İncil bir yana, buraya kadar aktarılanların hepsi, sosyolog ve iktisatçıların çok benimsediği, kıskançlık ve rekabetin Tanrı'nın gazabına uğrayan insan doğasının temeli olduğu fikrini desteklemeye hizmet eder. Ne var ki, sofra arkadaşlığı çevresini genişletmek ve ilerletmek istemeyen bir başka tür toplum vardır. Trollope bu toplumu da eşit derecede iyi resmeder ve yakından bakıldığında, o da öbüründen daha sevimli değildir. Sürekli kendi aralarında evlilik yapan Herefordshire'ın kır kökenli aileleri ve yine kendi aralarında evlilik yapan

büyük aristokrat aileler, tanıdıklarını arttırmaya çalışmazlar. Kapalı, durağan ve imtiyazlı toplumsal gruplardır, imtiyazlarına sarılır ve kadınlarını kıskançça korurlar. Yiyecek ve şarap isimleriyle, coğrafi isimlerle ve konukların isimleriyle yarışan kenar dünyadakiler, ayrıcalıklı çevrelere dahil olmaya çalışırlar, ama tarihsel derinlik eksikliği ve deneyimlerindeki diğer boşluk ve süreksizlikler nedeniyle bildiklerini sentezleyemezler. Her iki sınıfın da en yüksek gelirlerle belirlenen aynı tüketim normlarına sahip olmasına rağmen, en fakir mensuplarının yaptığı tasarrufla ayrılırlar. Kapalı sınıflarda insanlar birbirlerini eskiden beri bildiğinden, dışa karşı gösteriş gereksizdir. Dullar ve kır eşrafından fakirleşmiş kişiler, para darlıklarını gizlemezler. Ama üst sınıftan biriyle evlenmeyi deneyenler için, iş öbür türdür: Trollope bu kişilerin kamusal bir gösterişi sürdürmeye ve özel alanda idareli davranmayı amaçladıklarını belirtir. Böylece Trollope'da, evlilik biçimine göre iki farklı tüketim modeli ayırd edilir: Kapalı gruplar iç evliliği ideal olarak uygular ve yabancılara karşı bir kapanma biçimi olarak kullanır; ten kadar doğal sayılan tüketim alışkanlıkları gruba mensubiyetin ölçütüdür ve dışlama silahı haline gelir. Öbür model, yani üst sınıftan biriyle evlilik yapmaya çalışmak, tüketim inceliğini bir gasp tekniği olarak kullanır. Güç kazanma, kişinin ilerleme kaydetmesinin başka yollarından çok daha dramatik bir biçimde evliliğe bağlı olduğundan, Trollope'un toplumu, bazı temel özelliklerinde ve benzer nedenlerle, kimi Güney Bantu dili konuşan kabilelerin modeline denk düşen ikili bir evlilik örüntüsü sergiler⁷⁹. Tswana, Kgatla, Shona, Venda ve diğerlerinde, siyasal sistem öyledir ki herkesin mümkün olduğunca iktidara yakın evlilik yapması sıkı sıkıya tavsiye edilmiştir. Tek başına bu düstur, başka herkes yakın akrabalık bağıyla kendilerini o çevreye bağlayarak bir evlilik yapmak isterken, üst elitin neden kendi çevresinden evlilik yapmak istediğini açıklamaya yeter. Elbette evlilik ve güç kazanma her zaman yanyana gitmez. Ama birinci ikinciye yönetiyorsa, ye gelir düzeylerinde büyük farklılıklar varsa, baskılar, malların ve evliliklerin akışını düzenli bir biçimde bağlantılandıran bir üst evlilik ve iç evlilik stratejileri kombinasyonuna yol açar.

79) Kuper, Adam. "Preferential Marriage and Polygamy among the Tswana." In *Essays in African Social Anthropology*, M. Fortes and S. Patterson (der.), s. 121-134. New York: Academic Press, 1975.

Tablo 4.1 1949'da Britanya'da tabaka esasına göre evlenme derecesi

	Dört toplumsal gruptan kadınlarla evlenme oranı			
	I	II	III	IV
Kocanın toplumsal grubu				
I Profesyonel ve idari	37	36	21	6
II Yetkili ve diğer el emeği gerektirmeyen işler	6	34	41	18
III Vasıflı el emeği	3	20	54	24
IV Vasıfsız ve yarı vasıflı	1	15	43	41
Tüm gruplar	6	24	46	25

Not: *Social Mobility in Britain*'den alınarak yayıncının izniyle yeniden basılmıştır. (David Glass, London: Routledge & Kegan Paul, 1966, s.331. © 1966 Routledge & Kegan Paul.)

Seçkin kadınların bu iç evlilik eğilimleri için Trollope'u ya da etnoğrafik kayıtları okumaya gerek yok. Tablo 4.1'de, İngiltere'deki toplumsal gruplar toplumsal statü ve gelir beklentilerine göre sıralanmıştır; değişik toplumsal gruplardan kadınlarla evlenen erkeklerin oranı da gösterilmiştir. Bu, fevkalade ilginç bir tablo. En üst sınıftan erkeklerin yüzde 73'ünün ya kendi sınıflarından ya da altlarındaki komşu sınıftan kadınlarla evlendiklerini gösteriyor. İlk bakışta erkeklerin alt evlilik, kadınların üst evlilik yapmak istedikleri apaçık bir durum, antropolojik terimlerle "hipergami" gibi gözüküyor. Eğer etnoğrafik kayıta rastlanan bu davranışın normal modeli geçerliyse, üste doğru hareketi gerçekleştiren kadınlar genel olarak insani olmayan sermayeyi daha fazla haiz olacaklardır. Peki ya en üst toplumsal sınıftaki kadınlar? Zaten en üstte olduklarından, evlenip daha üste çıkamazlar ve kendi erkekleri sınıflarının dışından eş edindiğinden, alt evlilik yapmak zorunda kalmaksızın bir koca bulma sorununu yaşarlar. Tabloya baktığımızda, bu üst sınıf kadınlarda öbür sınıflardan koca seçmeye yönelik paralel bir eğilim görmüyoruz: Sınıf I'deki erkeklerin karılarının yalnızca yüzde 6'sı sınıf II'den gelmekte; bu oran sınıf III için yüzde 3, sınıf IV için yüzde 1. Aynı kaynak, David Glass'ın araştırması, daha başka doğrulamalar da sunuyor. Toplumsal sınıf yükseldikçe, 40-49 yaş grubundan "evlenmiş" (yani, evli, dul ya da boşanmış) kadınların oranı düşüyor. Değişik toplumsal gruplardaki evlenmiş erkeklerin oranlarında belirgin bir eğilim yok. Ama kadınlar söz konusu olduğunda, evlenmişlerin

oranı, statü düştükçe düzenli olarak artıyor. En üst ve en alt toplumsal gruplar arasındaki fark yüzde 10 civarında.⁸⁰

Çeyiz ve ikametgah bulma, aksi taktirde üst sınıf kadınlarının evliliklerine hazırlanma sorunu dünya çapında yaygındır. Bu sorun sıklıkla, kız çocuklarının öldürülmesi yoluyla sayılarını azaltarak ya da zengin erkeklerin birden çok eş almasına izin vererek –çok karılılık– veya her ikisi uygulanarak çözülür. Kendi toplumumuzda, böyle çözümlerin yokluğu nedeniyle, bu kadınlar ya daha geç bir yaşta evlenirler ya da uygun kocalar uğrunda gerçekleşen sıkı rekabette zafer kazanamazlarsa hiç evlenmezler. Bunun tüketim standartlarının rekabetçi artışı açısından ne anlama geldiğini fark etmek için Victoria dönemi romanlarını okumaya gerek yok; ve popüler edebiyat ve sinemadaki oğlan kızla karşılaşır temasına dudak bükme oldukça hatalıdır: Toplumsal engellere çarpmak bir saçmalık değil, kendisini dışlanmış hisseden herkes için önemli bir kaygı konusudur.

Lévi-Strauss⁸¹ toplumsal hayatı oluşturan üç iletişim sistemi ayırt etmişti: malların iletişimi, kadınların iletişimi ve kelimelerin iletişimi. Bunların nasıl ilişkilendirilebileceğine dair değişik öneriler ileri sürmüş olsa da, kendi başlarına genel bir akrabalık ve mitoloji teorisini sentezlemekte başarılı olamamıştır. Bu kitaptaki savunumuz, bu ikisinin bir tüketim teorisinin parçaları haline gelmeden asla sentezlenemeyeceklerini belirtiyor. Mallar kanalı boyunca taşınan anlamlar, akrabalık ve mitoloji kanallarındaki anlamların parçasıdır ve üçü birlikte, bilgiyi kontrol etme genel kaygısının parçalarıdır. Ancak birlikte taranmaları kaydıyla, anlamlarını kültürel antropolojiye teslim edeceklerdir.

Malları paylaşma ve konuksever sofraya ve evlilik yatağına kabul edilme, dışlamanın siyasal sınırların tehlikede olmasından çok önce kendiliğinden işlediği noktada, içerilmenin ilk ve en yakın alanlarıdır. Bir kültürün yapısında tüketim, sofrada arkadaşlığı ve birlikte yaşama, paylaşma biçimleridir; her birine kabul dereceleri genellikle birbirleriyle mukayese yoluyla tanımlanır. Eski İsrailoğulları,⁸² çağ-

80) Glass, David V, *Social Mobility in Britain*, s. 327-328. Londra: Routledge & Kegan Paul, 1966 (birinci baskı 1954).

81) Lévi-Strauss, C. *The Savage Mind*. Chicago, Ill.: University of Chicago Press, 1966.

82) Douglas, Mary. "Deciphering a Meal." *Daedalus*, Kış 1972, 17. bölüm.

daş Tayland köylüleri⁸³ ve Kongo'daki çağdaş Lele kabileleri üstünde yürütülen çalışmalar, dünyalarının nasıl yatağa, sofraya ve aine kabulle ilgili sürekli tekrarlanan bir mecazlar sistemi içerisinde örgütlendiğini gösterir.⁸⁴ Kimse bu üçünü paylaşma yetisinin toplumsal olarak verildiğini, hali hazırdaki kararların bir sonucu olduğunu ve doğanın kaçınılmaz bir olgusu olmadığını fark etmek istemez. Aksine, bir yabancılar kategorisi tanımlamak için dışlamaya başvurulduğunda, ayrılmış kategorinin farklı bir doğası olduğuna inanma eğilimine girilir; bu, Tanrı'yla yapılan ezeli bir ahite bağlı olarak ruhların hicretindeki mevcut bir evre, ya da Lele kabilelerinde olduğu gibi, doğurgan başarılarca açığa vurulan ilahi bir çağrıdır.

Böyle kategorileştirmelerle, paylaşılan kültür paylaşılan doğaya dönüştürülür. Eldiven bir ten gibi oturmaya başlar ve gerekli güvenilirlik özelliklerine sahip olmayanların önlerinde zor bir iş vardır. "Bir insan asilzade ve diğeri rençberse, bu bir kazadır. Rençberin hatası olduğu düşünülmez, ama akşam yemeğine de davet edilmez" diyor, ağabeyi, Trollope'un Herefordshire aile arazilerinden birinin varisi olan, üst düzey avukat Bay Wharton. Devamında ekliyor: "Bazı insanlar, ki ben de onlardan biri olduğumu itiraf ediyorum, eşitlerin birbirleriyle evlenmeleri gerektiğini düşünür", ve kızkardeşine de şöyle der: "Çok dikkatli olmaya mecburuz. Hakkında hiçbir şey bilmediğim bir adama seni nasıl verebilirim? Ya bir maceracıysa? Herefordshire'da ne derler?" Kızkardeşi şöyle cevaplar: "Neden bir şey söylemeleri gerektiğini bilmiyorum, ama eğer söylerlerse pek dikkate almayacağım"; ne ki, *Başbakan*'ın öyküsü ilerledikçe bu sözlerini geri almak için önemli gerekçeleri olacaktır.

Mallar hakkındaki savımızı bilgiye erişme açısından ortaya koymuş olduk. Bu erişimi kontrol edebilenler, tekel kurma avantajı peşinde olurlarsa rasyonel hareket etmiş olurlar. Öyleyse, rasyonel stratejileri girişe karşı önlemler dikmek, fırsatların kontrolünü sağlamlaştırmak ve dışlama teknikleri kullanmak olacaktır. Dışlananlar açısından mümkün olan iki strateji ise çekilmek ve kalan fırsatların

83) Tambiah, S. J. "Animals Are Good to Think, and Good to Prohibit." *Ethnology* 8(4): 423-59, 1969.

84) Douglas, Mary. "Self Evidence," Henry Myers Lecture, *Proceedings of the Royal Anthropological Institute*, 1972; yeniden basım Mary Douglas, *Implicit Meanings*. Londra: Routledge & Kegan Paul, 1975.

etrafında birleşmek ya da tekелci engelden içeri sızmaya çalışmaktır. Tüketim, özel bireylerce birbirlerine karşı dışlamanın uygulanabileceği, gaspın denenebileceği ya da çekilmenin dayatılabileceği bir alan olduğu için, antropolojik bir tüketim teorisi bu stratejileri ele almalıdır. Ama şimdiye kadar, iktidar ve imtiyaza erişme ya da bunları korumaya dönük bu zihin meşguliyetlerini görmezden gelerek mallara olan talebi yorumlama yönündeki tüm çabalar, ancak tüketicinin irrasyonelliğine başvurabildi. Raklamcının hilelerine av olan kukla bir tüketicii veya hiç bir akla uygun güdü olmadan kıskançça rekabet eden tüketicileri, ya da felakete koşan birer fare olarak tüketicileri varsayan tüketim teorileri saçmadır, hatta tehlikelidir. Bunun gibi irrasyonel tüketici davranışı açıklamaları, yalnızca, hiçbir ciddi tüketim teorisi toplumsal eleştiri sorumluluğundan kaçınmazken, iktisatçılar ahlaken tarafsız ve yargılardan arınmış bir teorileri olması gerektiğine inandıkları için geçerlilik kazanmıştır. Nihayet, tüketim iktidarla ilgilidir, ama iktidar değişik yollardan korunur ve icra edilir. Bir tüketim teorisi, toplumsal siyasaya odaklanmış bir ışık kümesi olmalıdır.

Bu noktada akıntı yönünde hareket ediyor gibi görünüyoruz, zira yakın zamandaki bir Kraliyet Gelir ve Servet Dağılımı Komisyonu şöyle diyor:

Gelir, bir toplumsal sisteme erişmek için bir araçtır. Düşük gelirin önemi, böyle bir erişimi kısıtlamasındadır. Belirli bir düzeyin altında kalan gelir, insanları mensubu oldukları cemaatin hayatına tümüyle katılmanın gerçekten dışında bırakabilir. O zaman bu insanların, o cemaatle bağıntılı olarak, fakirlik içinde oldukları söylenebilir.⁸⁵

RASYONEL DAVRANIŞIN TOPLUMSAL KOŞULLARI

Savımızın bütününden ayrılan bir noktayı tekrar işin içine dahil etmemiz gerekiyor. Tüketime kontrol den dışlamanın bir metodu olarak kullanıldığını gösterdik, fakat bu dışlamanın neden evrenin rasyonel yorumunu engellemeye meyyal olduğunu göstermedik. Bu bölümün sonuna kadar, toplumsal hiyerarşinin tepesindeki ailelerin

85) Memorandum submitted by the Supplementary Benefits Commission to the Royal Commission on the Distribution of Income and Wealth, Mayıs 1977.

birbirleriyle daha yakından ve alt sınıflara göre daha geniş bir toplumsal ağ içinde ilişkili olduklarını göstermeyi umuyoruz. Bu sav elbette, işçi sınıfı ailesinin kendi sokağında zengin bir toplumsal hayat yaşadığı yönündeki kabul görmüş fikre aykırıdır. Büyük Britanya'daki boş zaman faaliyetlerine ilişkin çok ilginç bir araştırma aslında tam tersinin doğru olduğunu gösterir. (Bkz. Tablo 4.2)

Tablo 4.2 Toplumsal sınıflara göre tüketim faaliyetleri

Tanım	Toplumsal sınıf			
	AB	C1	C2	DE
Toplam çalışma saati	2697	2477	2526	250
İşe giderken yolda geçen saatler	6.1	5.6	4.1	3.5
Ortalama çalışma saati	48.2	44.7	47.8	47.6
Ort. faaliyet sayısı*				
Ev temelli	5.7	5.9	5.2	4.2
Aktif & spor	5.0	4.4	3.9	3.1
TV izleme: saat/kişi	10.0	12.8	12.9	13.3
İş ve boş zaman arasında bağlantı (yüzde)	39	12	22	8
Kulüplerin aktif üyesi değil (yüzde)	31	49	51	64
Ort. boş zaman faaliyetleri sayısı				
Arabası olanlar	18.8	17.1	15.7	13.8
Arabası olmayanlar	14.1	13.2	12.6	10.3
Önceki haftada görüşülen ort. dost sayısı	13.6	7.4	10.2	10.8

* En çok 50.

Not: *The Symmetrical Family: A Study of Work and Leisure in the London Region*'dan alınarak yayıncının izniyle tekrar basılmıştır. (Micheal Young and Peter Wilmott, London: Routledge and Kegan Paul, 1973. © 1973 Routledge and Kegan Paul.)

Hangi noktadan bakılırsa bakılsın –coğrafi mesafe, faaliyetlerin sayısı, iş ve boş zaman arasında bağlantı, kulüplerin aktif üyeleri olma–, yarı vasıflı ve vasıfsız sınıf en kısa menzile sahipken, yönetici sınıfta bu en uzundur. Mesela, erkeklerin televizyon izleme saatleri toplumsal sınıf aşağıya gittikçe artmakta; ama kulüplerin aktif üyeliği, araştırmadan önceki haftada görülen ortalama dost sayısı ve ortalama faaliyet sayısı toplumsal sınıfla birlikte artıyor.⁸⁶

86) Young, Michael ve Willmott, Peter. *The Symmetrical Family; A Study of Work and Leisure in the Londra Region*. Londra: Routledge & Kegan Paul, 1973.

Ne var ki, sokağın toplumsal hayatı nostaljik hikayelerin sıkça ima ettiği gibi zengin olsaydı bile, türdeş işçi sınıfı toplumsal çevresi hiçbir zaman, orta sınıf ailesinin toplumsal temaslarıyla elde edebileceği türden bilgiyi sağlayamayacaktır. Kimilerinin, bazı şeyleri yalnızca kulak vererek ilgili, başka şeyleri de görmezden gelerek ilgisiz kılarak tarayabileceği ve katkı yapabileceği bir başka bilgi türü vardır. Bu tür bilginin kontrol edilmesi, yüksek bir kazanç potansiyelini elde etmek ve sürdürmek için hayati olabilir. Bu bilginin menzili-nin tümüyle dışında olmak, ne bilgiyi duyabilen ne de sesini duyurabilen birey için, ayaklar altında çığnayan ve bir kenara atılan bir taş parçası gibi muamele edilme riskine girmektir –gelecekteki seçme ve rasyonel seçimin icrası açısından bir sınır.

Sözlerimiz zorlama ve abartılı gibi görünebilir. Ama burada söylediklerimiz ancak dolaysız olarak, Rowntree'nin terimine, “kazançların yalnızca fiziksel yeterliliğin sürdürülmesi için yettiği, yararlı ya da müsrifçe olsun, bir miktarının diğer harcamalarca tüketilmediği”, “ikincil fakirlik”⁸⁷ terimine dayanıyor. Kendini bir çıkmaz sokakta bulan kişi açısından doğru prosedür nedir? Bazı durumlar bireyi fırsattan yalıtır; çıkmaz sokak gibi işler ve hareketsiz semtler vardır. Bir insanın gelecek onyılıda işten çıkarılmama şansı ve kesinlikle çocuklarını anadamara yöneltme yeteneği, büyük ölçüde, sürdürdüğü tüketimin ölçeğine bağlıdır. Babasının arkadaşları ve eski iş arkadaşlarıyla iyi geçinmeli, kardeşleri ve yeğenleriyle temasını sürdürmelidir. Geçici işsizlikten, çalışmak için gerekli vasıfların olmamasına kayıştan (ki bu kronik tecrite, çocukları açısından toplum dışılığı, hatta suç işlemeye yol açar) uzak durmanın bir yolu, insanlarla daha yakından ilişkiler kurmaktır. Bu da para ister.

Bu kitabın başka yerlerinde olduğu gibi, burada da zengin ve fakir arasında uluslararası düzeydeki karşılaştırma, konuyu izah etmenin en aydınlatıcı yoludur. Bu noktada, Aaron Wildawsky'nin farklı ülkelerdeki bütçe koşulları konusunda yaptığı karşılaştırmaya geçiyorum:

Toptan bir durgunluk dönemi hariç, belirsiz bir dünyada yaşıyoruz. Belirsizlikler bir dizi farklı nedenden kaynaklanır. Geçen yıl ne olduğunu tam olarak bulmak ve değerlendirmek ya da alınan bilginin (mevcutsa

87) Rowntree, B. Seebohm. *Poverty: A Study of Town Life*, s. 86. Londra: Macmillan, 1901.

dahi) değerini belirlemek bile çoğunlukla zordur. Genelde, halihazırdaki süreçlerin bilgisi daha da kabataslaktır, bu nedenle tahmin yapmak için geçerli bir temel asla bulunamaz. Buna bir de gelecekteki faaliyetlerin maliyetini hesaplamayla bağlantılı sorunları –fiyatların doğru biçimde tahmin edilemediği şartlarda ve maliyetleri bilinmeyen yeni faaliyetler– ekleyin, etkili bütçe hazırlama işinin, her şeyi bilme eksikliğini telafi edecek bir yol bulması gerektiği açık görünür.

Etkili bütçe yapma süreçlerine sahip ülkelerde gerçekleşen de aslında budur. Bu ülkeler, hatalara –eksik ya da fazla hesaplama– ve feci sonuçlara yol açmadan risk almayı kaldıracak kadar yeterli artık kaynaklardan yararlanırlar. Zengin olmanın özüdür bu... Bütçe yapma açısından, zengin ülkelerin yararlandığı bolluk çok önemlidir. Özellikle, teknik, yönetsel ya da örgütsel yenilik dönemlerinde, bolluk belirsizliği telafi eder. Bütçe sistemi tutum ve rasyonelleşme yerine, kopyalama, rekabet ve yedekleme sistemlerini içine alır. Kapsayıcı olma ve azami sorumluluk üstlenme yönünde çaba göstermek yerine, çapraz kontrollere, sürekli geri beslemeye ve güvene dayanır. Verimlilik yerine, bazen de verimlilik pahasına, güvenilirliği vurgular... belirsizlik, özellikle sürekli yenileşme alanlarında, bolluk öğeleri, bilgi eksikliği, karmaşıklık, bilinmeyen maliyetler ve öngörülemeyen olayları dengelemek için göreve çağırılır. Bunu yapma yeteneği, amaç için gerekli olduğu ortaya çıkan miktarın ötesinde ve üzerinde kaynak –sadece mali kaynak değil– gerektirir.⁸⁸

Wildavsky, bu çalışmasında, zengin ve fakir ülkeler arasındaki tezadı geliştirmeye devam eder. Fakir ülke daha çok belirsizlikle karşılaşır ve kararları daha fazla önem taşır; bir belirsizlik kaynağının etkileri geri kalan iç ve dış belirsizlik kaynaklarıyla dallanıp budaklanır. Wildavsky'nin, vahim belirsizlikler ve fakir kaynaklarla baş etmek için benimsenen farklı bütçe biçimleriyle ilgili tüm açıklaması, fakir bireylerin davranışlarını nasıl kavramamız gerektiğine ilişkin bir modeldir. Her şeyin ötesinde, başlangıçtaki belirsizlikleri kontrol etme başarısızlığının tüm kararlara nasıl aksettici konusunda yaptığı analizi, fakirliğin iktisadi davranış üzerindeki çoklu etkilerini anlamak isteyen herkesin dikkatle incelemesi gerekir.⁸⁹

Sonuç itibarıyla, zenginler kulübünden dışlanmak, aynı evrende daha mütevazı bir düzeyde rasyonel bir yaşantı sürdürmenin bir

88) Wildavsky, Aaron. *A Comparative Theory of Budgetary Processes*, s.138-139. Boston, Mass.: Little, Brown, 1975.

89) A.g.y., s. 139-165.

yolu olmadığı anlamına gelebilir. Çünkü işin başında olan zenginler bu evreni sürekli olarak değiştiriyorlar da. Ne zengin olan, ne kontrol eden, ne de kontrolü sorgulayacak bir konumda olmayanlar açısından düzen ve rasyonelliğin bedeli, bu evrenden geri çekilme-
 tir.⁹⁰ Bu insanlar, ancak özellikle zayıf ve daimi olarak zayıf bir perspektiften bakıldığında, değer biçmelerine kendi başlarına karar verebilir ve sınırlı iktisadi rasyonelliklerinin koşullarını yaratabilirler. İmtiyazlılar nezdinde irrasyonel olan, fakirlerin çocuklarını yüksek öğrenim yarışına sokmayı reddetmesi, muhtemel neticeye ilişkin yerinde bir görüşe dayanır. Fransa'da yapılan araştırmalar, işçi sınıfından annelerin, çocuklarının daha iyi iktisadi imkanları getiren eğitim görme ihtimalini ne kadar iyi değerlendirdiklerini göstermiştir.⁹¹ Bu değerlendirmeler elbette kendi kendini doğrulayan bir öngörüdür, ama irrasyonel değil.

90) Nankivell, Owen, *All Good Gifts: A Christian View of the Affluent Society*, s. 42. Londra: Epworth Press, 1978.

91) Bourdieu, Pierre. "Avenir de classe et causalite du probable." *Revue Francaise de Sociologie* 15: 3-42, 1974.

KARMA METALAR

İnsan toplumsal bir varlıktır. Talebi, malların sadece fiziksel özelliklerine bakarak asla anlayamayız. İnsan mallara, başkalarıyla iletişim kurmak ve etrafında olanları anlamlandırmak için ihtiyaç duyar. Bu iki ihtiyaç aslında birdir, zira iletişim ancak yapılaşmış bir anlamlar sistemi içerisinde oluşturulabilir. Bir tüketici olarak başlıca hedefi, en genel şekliyle, değişen kültürel sahneye ilişkin bilgi kaygısıdır. Bu yerince masum görünüyor, ama yalnızca bilgi alma kaygısında duramaz; bilgiyi kontrol etme kaygısı da olmak zorunda. Eğer herhangi bir kontrol konumunda değilse, başka insanlar santral kurcalayabilecek, böylece son sözü söyleme hakkını kaybedecek ve güültü, anlamı süpürecektir. Bu yüzden rasyonel bir tüketici olarak hedefi, aktarım merkezine yakın bir yerde olma çabasını ve aynı zamanda sistemin sınırlarına damgasını vurma çabasını da içerir. Merkeze yakın olmak, işaretleme hizmetleri mübadelesini, paylaşılan inceliklerden, içeceklerden, sofradan ve de muhtemel evlilik yatağından dışlanmayacak şekilde örgütlemeye dönük bir strateji gerektirir.

İşte bizi tümünden bağlayan, bizi makine yapımı ticari eşyamıza, kabile insanların yetiştirdikleri sürülere, ev yapımı çapalara ve el emeği sepetlere bağlayan bir tüketici davranışı yorumu. Ama iktisatçının hesaplamalarını geliştirmedeği sürece, değerli hiçbir şey vaad etmez. İktisatçı, yapacak bir işi olan bir profesyoneldir.

İnsanların neden mal istedikleri konusundaki bu fikirle iktisatçıyı gittikçe daha hevesli biçimde sıkıştırdığımızda, iktisatçıların çok meşgul insanlar olduklarını daha çok farketmeye başlarız. Kendi mesleki önyargıları ne siyasal kökenlidir, ne de tesadüfidir, aksine güçlü bir ölçme ve hesaplama teknolojisine dayanır. Çalışmalarının yüzeyinde oyalanmamız bir işe yaramayacaktır. Eğer antropoloji tüketim teorisi için faydalı bir içgörü sağlayacaksa, istekli antropolog tuzaklarla kaplı ormana, talep teorisinin en belirsiz alanına dalmalı ve orada iktisatçıları ilgilendiren sorunlardan herhangi birinin yeni bir yaklaşım doğurmaya meyyal olup olmadığını görmeye çalışmalıdır.

Umut dolu bir çalışmanın sonunda, en hassas görünen teorik alanların, iktisatçıların ana tüketim eğilimlerini yorumladıkları ve malları, gelirlerdeki ve fiyatlardaki değişikliklere aynı biçimde tepki veren karma sınıflarda birleştirmenin yollarını aradıkları alanlar olduğunu gördüm. Yiyecek, karma bir metanın en açık örneğidir. Her türden içeceği, çerezleri, sürekli tüketilenleri ve garnitürü içerir, yine de yiyeceğin ortalama maliyeti ya da ona olan talep hakkında anlamlı birşeyler söylenebilir. Gerçek hayatta başka büyük bölünmelerin olduğunu varsaymak, insanların ilkin harcamalarını genişçe kategoriler arasında paylaştırıp, sonra da, karar ve seçimin ileriki aşamalarında, bu kategoriler içinde altbölümler oluşturdıkları sezgisine uyar. Örneğin, belirli bir semtte belirli bir büyüklükte ev seçmekle ben, kendimi bir türden ısınma ve ev döşemeye hasretmiş olurum, fakat bundan sonra muhtemel ısınma biçimlerinin, halıların ya da tuğlaların seçimi gelir. Ne var ki, evin işyerimden uzaklığı ve bunun seçilmesi, ulaşım ile ilişkin bir dizi birbirine bağımlı kararı akla getirir. Tüketici bireylerin bu pratik gruplamaları yaparken dayandıkları temel hakkında daha fazla şey bilmek, iktisatçılar için fevkalade rahatlatıcı ve faydalı olurdu. Ne var ki, dallanıp budaklanmalar öyle yakın biçimde içiçe geçmiş ve öylesine birbirine bağımlıdır ki, malların gruplandırılmalarını hesaplamayı gerçekten basitleştirecek kapsayıcı bir ilke bulmak zordur. Bunu özellikle zor

kılansa, iktisatçıların insanların neden mal istedikleri konusunda yaslandıkları varsayımların zayıflığıdır. İşte burada, antropoloji, ihtiyaçların toplumsal boyutunu gündeme getirerek, iktisatçılara yardım edebilir. Eğer mallar, "bazı meta çiftlerinin marjinal ikame oranları, başka bazı metaların miktarlarından işlevsel olarak bağımsız"⁹² olacak biçimde geniş ayrılabilir gruplamalara denk düşüyorsa, o zaman bunun nedeni belirli tüketim faaliyetlerinin birlikte kümelenip öbürlerinden ayrılabilmesi olmalıdır. Tüketim faaliyetlerini her zaman toplumsal faaliyetler olarak aldık. O zaman, öyle görünüyor ki, mallar arasındaki gerçek bölünmeleri bulmanın anahtarı, toplumdaki temel bazı bölünmeleri izlemek olsa gerektir.

Şimdiye kadarki malları gruplama çabalarının en yaygını, gelir esnekliğine göre zorunlu malları lüks mallardan ayıran Engel eğrisidir.⁹³ Zorunlu mallar, fiyatlardaki veya gelirlerdeki değişikliklere bakılmadan aynı miktarlarda satın alınan mallar olarak tanımlanır. Tüketicinin hayat tarzı için öyle zaruridirler ki, gelir düşse de aynı miktarda satın alınırlar. Yiyecek, fakirlerin, gelirlerinin zenginlere göre daha büyük bir kısmını harcadıkları mal sınıfıdır. Bu oran tüm dünyada (hesaplama tarzında yapılan bazı uyarlamalarla) öyle iyi işler ki, Engel Kanunu olarak bilinir. Yiyecek, karma bir meta olarak aynı zamanda birincil zorunlu maldır. Lüks mallarsa, aksine, bireyin gelirdeki bir düşüşe tepki olarak hemen kısıntı yapacağı mallar olarak tanımlanan tümüyle heterojen bir sınıftır. Bu ayrım kültürel olarak nötr ve tümüyle tekniktir. Veterinerlikten alınan önyargıya (fakirin en çok istediği şey yiyecektir) kolaylıkla uyuvermesi, belki de analizin ek bir avantajı olarak görülmüştür. Lüks mallara harcama yapmanın biraz ahlak dışı olduğu da ima edilir. Bu her zaman akıl çelici olmakla birlikte, göreceğimiz gibi, yanıltıcıdır. İşimizin bir kısmı, iktisatçıların kalplerinde ve gözlerinde, lüks malların nötrlüğü fikrini düzeltmek olacak.

YENİ METALAR

İlginç ve merkezi bir sorun, yeni bir zorunlu malın, fiyat hareketlerinden ve sahip olma düzeylerinden gelen sinyalden önce nasıl fark

92) Muth, Richard F "Household Production and Consumer Demand Functions." *Econometrica* 24(3): 699-708, 1966.

93) Houthakker, H. S. "The Influence of Prices and Incomes on Household Expenditures." *Bulletin of International Institute of Statistics* 37, 1960.

edileceğidir. Mallar dükkanlara bugün gelir: Bazıları yarının zorunlu malları olacaktır. Statüsü değişen ürünler ve modern lüks mallar arasından seçim yapan, önceleri pek bilinmezken sonraları bilinen ama vazgeçilebilir, en sonunda da vazgeçilmez hale getiren yön ve güç nedir?

“Yirmi yıl önce arabam, televizyonum, buzdolabım, çamaşır makinem ve bahçem yoktu, o zaman nasıl mutlu olabilmişim Allah aşkına?”⁹⁴ Bahçe hariç bu şeylerin tümü, yeni metalar olarak sırayla ortaya çıktı; (bahçe dahil) onlara olan talep, halkın tümüne ya da hemen hemen tümüne yayıldı. Yavaş yükselen bir talep göstermeye başlayan eğri hızlandı ve dikleşti, sonra aşama aşama düzleşti, böylece zamanla, genellikle yeni malların özelliği olan S biçimi ortaya koydu. S’nin düz başı, az sayıda yeni piyasanın açılmakta olduğu noktayı, doyma noktasını gösterir. Ana satışlar yenileme ve geliştirilmiş sürümler içindir. Bu noktada piyasanın doyma noktasına geldiği belirtilir. Piyasa, talep aşağı yönelince, herhangi bir muhtemel sahip olma düzeyinde (hanelerin yüzde 90’ı ya da yüzde 30’u olabilir bu) doyabilir. İktisatçı artık malı isteyen herkesin ona sahip olduğunu düşünebilir. Doymanın, hanelerin yüzde 70’i dahi bu malla donanmadan önce uzun sürebilmesi, özel bir sorun yaratmaz. Beğeniler ve alışkanlıklar iktisatçının teknik uzmanlığına dahil değildir; bu konuları antropologlara bırakmaktan memnundurlar. Ama biz mutlaka, bazı mallara olan talebin tam kabulden çok uzak bir noktada durulurken, öbürleri için neden hanelerin yüzde 80’i o malı temel donanım sayana kadar talepteki yükselme eğiliminin sürdüğü sorunu sormakla ilgilenmeliyiz. Soru şudur: Dünün lüks mallarını bugünün zorunlu malları kılan nedir? –dünün lüks mallarının bazılarının tamamıyla bir yana bırakıldığını da unutmuyarak. Örneğin, kırk ya da elli yıl öncesinin, artık taşınmayan som gümüş sigara mahfazalarını düşünün; Kral George dönemi enfiye kutularının koleksiyon camkanlarında sergilenmesine henüz katılmamışlar, onun yerine değerlerine ilişkin bir kararı –antika ya da sadece gümüş ağırlıkları– bekleyerek tavan aralarında istiflenmiş halde bekliyorlar.

Uzun vadeyle ilişkili olarak, iktisatçının bir cevabı yok gibi görünüyor. Kısa vade için cevap, talep teorisi içerisinde, fiyatlar ve

94) Van Praag, B. S. *Individual Welfare and Consumer Behavior. A Theory of Rationality*, s. 129, 211-213. New York: Elsevier-North Holland Publishing Co., 1968.

Tablo 5.1 Televizyon ve Telefon Hizmetlerinin Dağılımı, 1958

Sınıf	Televizyon alıcısına sahip olma* (%)	Telefon bağlantısı† (%)
Üst (A,B)	57.3	67.8
Orta (C1)	53.4	25.3
Alt (C2, D,E)	51.1	5.0

* "Ev Aletlerine olan Talep", *Milli İktisatçılar Enstitüsü Dergisi*, s.21, 1960, s.27, Tablo 2, Toplumsal Sahiplik Modeli'nden veri.

† Posta İdaresi Genel Merkezi, İstatistik ve İş Araştırması Bölümü, "Evlere Telefon Girişinin Toplumsal Sektörler Tekniği Kullanılarak Tahmin Edilmesi, Gözden geçirilmiş tahminler."

gelirler açısından. Ne var ki teori, süregiden bir talebin, üreticileri o malın üretim maliyetlerini aşağıya çekme yollarını aramaya sevketmesini bekler: Fiyatlar sonunda kabul edilebilir bir düzeye gerileyecek ya da kredi kolaylıkları tüketicinin mali sorunlarını gidermeye yardımcı olacaktır.

Doymayı antropolojik bir perspektiften ele almak için, evlerimize geçtiğimiz yüzyılda giren iki yeniliğin tarihini göz önünde bulunduracağız: Biri, üzerinde evrensel olarak uzlaşmış bir zorunlu mal olan televizyondur; telefon ise üst sınıf evlerinde bir zorunlu maldır. Örneğin İngiltere'de, bu yenilik potansiyel kullanıcıların hepsine ulaşmamıştır. 1948'de telëvizyona sahip olan hanelerin yüzdesi 0.3'tü. 1958'de bu oran yüzde 52 olurken, 1877'de ortaya çıkan telefon, aynı tarihte hanelerin yalnızca yüzde 16.5'ine bağlanmıştı. Bu dağılımı toplumsal sınıflara göre bölersek, yoğun biçimde üstte toplanan telefonun aksine, televizyon son derece eşit biçimde dağılmıştır.

İki yıl sonra, televizyon sahibi hanelerin oranı yüzde 65'e çıkmıştı. Bunun tersine, telefon girişi, 1965 itibariyle yüzde 21.4'ün ötesine geçememişti. 1973 itibariyle bir yaklaşıma görüldü. Televizyon girişi oranları tüm toplumsal sınıflarda yüzde 90 civarındaydı, telefon içinse bu oran toplamda yüzde 45, A, B sınıfında yüzde 88, C1'de yüzde 67, C2'de yüzde 44 ve D,E'de yüzde 20 idi.

TV ve telefon görece yeni iletişim araçları olduğundan, güzergahlarını karşılaştırmak yol gösterici olacaktır. İktisatçıların alışıldık uygulaması, televizyonu bir başka dayanıklı beyaz eşya olarak ele almaktır. Bu rakamların alındığı *Milli İktisadi ve Toplumsal Araştırma*

Enstitüsü Dergisi televizyonu öbür beyaz eşyalarla, yani buzdolabı, çamaşır makinesi ve elektrikli süpürge ile karşılaştırdı. Graham Pyatt ise bunu, biri fırın, elektrikli süpürge, çamaşır makinesi ve buzdolabından oluşan bir mutfak, öbürü görünüşte bir eğlence seti, radyo, radyogram ve televizyon olmak üzere iki dayanıklı eşya seti şeklinde ayırarak geliştirdi,⁹⁵ ama telefonu görmezden geldi. Lancaster, tüm malları –erkek giyimi, otamobiller, sebzeler dahil–, özsel özellikleri temelinde gruplamayı denedi,⁹⁶ fakat telefona değinmedi. Tüketici davranışlarını karşılaştırma amacıyla uygun bir guruplandırmaya karar verme probleminin tümü, cesetlerle 'dolu bir çarpışma alanı gibidir ve genellikle bir yabancıнын yorumlarına elvermeyecek kadar fazla tekniktir.⁹⁷ Ne var ki biz, tüketici hedeflerine dair antropolojik bir anlayışın yeni guruplandırma yolları önereceğini göstermeyi umuyoruz. Ne yazık ki Birleşik Krallık'ta televizyon ve telefona olan talebin gelişme oranları hakkında yakın tarihte yapılmış bir karşılaştırmalı çalışma yoktur. Yine de, biri ağır ağır gelişirken öbürü çok süratli yayıldığından, bu karşılaştırmayı iktisatçıların halihazırdaki teorileri için bir test ortamı olarak kullanmak ilginçtir.

ENFEKSİYONUN YAYILMASI MODELİ

Televizyonun yayılması, bulaşıcı hastalık modelinin ya da yeniliğin yayılmasına ilişkin salgın hastalık modelinin iyi bir örneğidir. Her hanehalkı bir alıcı seti edindikçe bağışıklık kazanır, ama televizyonun varlığı mikrobu öbür hanehalklarına bulaştırmaya meyyaldir. İnsanlar genellikle, dostlarının kullanıp hoşlandıklarını gördükleri şeyleri satın alır. Toplumsal temaslar rastgele değildir. Bir TV sahibinin hiç karşılaşmadığı birini etkileme ihtimali düşüktür. Nüfusun bir TV sahibi haline gelen her mensubu, bir arkadaş çevresindeki televizyon sahibi olmamakla birlikte satın alma gücüne sahip televizyonsuzların sayısını azaltır. Yayılma oranı böylece, kişisel ilişkilerdeki

95) Pyatt F Graham. *Priority Patterns and the Demand for Household Durable Goods*. Cambridge: Cambridge University Press, 1966.

96) Lancaster, Kelvin. *Consumer Demand. A New Approach*. New York: Columbia University Press, 1971.

97) Strotz, "The Empirical Implication of a Utility Tree." *Econometrica* 25: 269-280, 1957; "The Utility Tree-A Correction and Further Appraisal." *Econometrica* 27: 482-88, 1959; Gorman, W. M. "Separable Utility and Aggregation." *Econometrica* 27: 469-81.

bölgesel ya da toplumsal, her türlü süreksizlikten etkilenir. Bain, TV yayılma hızının ailelerin büyüklüğünden etkilendiğini bulmuştu: Küçük aileler bu imkana, büyük ailelerden daha çabuk kavuşabiliyorlardı, bu argümanda küçük bir aile, hanehalkı bakımından kişi başına daha yüksek bir gelire denk düşüyordu.⁹⁸ Bundan başka, sınıflar arasında TV'nin yayılma oranı, her bir toplumsal sınıfın sayısına bağlıydı: Sayı arttıkça, sahip olma oranındaki artış daha ağır oluyordu. D sınıfında yüzde 50'ye ulaşılması, A sınıfındakinden iki kat, B sınıfından bir buçuk kat, C sınıfından da bir çeyrek kat fazla sürmüştür. Bain, sahip olmanın yayılmasını yavaşlatan ana sürecin hastalığa karşı bağışıklığın oluşmasının dengi olduğunu gösterdi. En sonunda herkes bir tane almıştır ve nüfus tümüyle bağışıktır. Gelecekteki satışlar için ilgi, eğer nüfus artmazsa, mevcut TV alıcılarının değiştirilmesine ya da geliştirme yoluyla, alıcı sahiplerini alıcılarının eskimiş olduğuna veya artık iki tür alıcıya veya belki de ailenin her bir bireyi için bir adet aynı tür alıcıya ihtiyaçları olduğuna ikna etmeye odaklanır. Salgın hastalık modeli televizyonun yayılması vakasına tam olarak uyar. Ama aynı dönemde telefonların yayılmamasını anlamamıza yardım edecek bir şey söylemez.

Saf iktisadi sebepler (telefon bağlamanın baştaki yüksek maliyeti açısından) bizi pek ileri götürmez. Eğer telefon abonesi olma ücreti çok yüksek idiyse, sürekli bir talep bunu aşağı çekmiş olurdu. 1959 itibarıyla *MİTAE Dergisi*'nde (1960) incelenen dört aletin hepsi, 1959'un tüketici fiyatları endeksinde olduğundan daha düşük bir fiyata satılıyordu. Açıktır ki, bağışıklık ilkesinin kendisi incelenmeye muhtaçtır. Aslında, yeni bir metanın teşhis edilebilir ve adı konabilir bir hastalıkla karşılaştırılması hatalıdır, çünkü her meta öbürlerine bağlıdır ve aralarındaki tamamlama ve ikame etme ilişkileri hep birlikte taranmalıdır. Her metayı ayrı ayrı ele almaktan, bir topluluğu verili bir yer ve zamanda takdim eden belirli bir teknoloji düzeyini düşünmeye doğru yönelmeliyiz.

Birçok iktisatçı, talebe tepki olan fiyatların, uzun vadede talebe ilişkin açıklamalar olarak kullanılamayacağını fark etmiştir. Yalnızca en kısa vadeli ve yüzeysel etkiler, fiyat değişiklikleriyle, hatta gelirlerle açıklanabilir. 1870-1958 döneminde (savaş yıllarını atlaya-

98) Bain, A. D. *The Growth of Television Ownership in the United Kingdom Since the War. A Log-normal Model*, s. 68 ve devamı: Cambridge: Cambridge University Press, 1964.

rak), çay, bira, sert içkiler ve tütün talebindeki değişiklikleri analiz etmeye çalışan Prest, fiyat ve gelirin çay ve tütün tüketimindeki dalgalanmaların yüzde 1'ini, sert içki tüketimindeki dalgalanmalarını yüzde 9'unu ve bira tüketimindeki dalgalanmaların yüzde 17.5'ini açıkladığı sonucuna varmıştı.⁹⁹ Farrell bu çalışmayı yorumlarken, katı iktisadi değişkenlerin talebi belirlemede oldukça önemsiz olduğunu kabul eder. Zamansal eğilimler ve süreksizlikler olarak bir araya getirdiği toplumsal değişkenler uzun vadede, fiyat ve gelir etkilerini süpürür.¹⁰⁰ Bu, daha az sağın toplum bilimlerinin tartışmaya katılması için başka bir davettir. Ironmonger meseleyi daha da çok üstünde durarak ele alır.¹⁰¹ Malları, 1920-1938 döneminde istikrarlı gidenler, talebi yukarı çıkanlar ve rağbetten düşenler olarak ayırır. Bunlar yerleşmiş, moda haline gelen ve modası geçmiş olarak da adlandırılabilirler. Bu önemli çalışmada modası geçmiş ürünler bir zamanlar lüks mal olan kurutulmuş meyve ve sebzeler ile bir zamanlar zorunlu mal olmakla birlikte önemleri aşama aşama azalmakta olan un ve kakaodur. Bu 19 yıl boyunca alışveriş listelerine, sırrını düz fiyat ve gelir incelemesine teslim etmeyen bir şey olmuştur. Prest ve Farrell gibi Ironmonger de bazı iktisat dışı faktörleri kabul etmeye hazırdır ve Bain'i izleyerek, bu faktörlere ulaşmak için yeniliklerin yayılmasına ilişkin enfeksiyon modelini geliştirir. Ama bu model talebin yukarı doğru salınımına odaklanır ve talebin, mala sahip olmayan herkesin sahip olmak istememesini açıklamak üzere beğenilere müracaat edilen yavaşlama evresinde bir gizemler yığını bırakır.

Bu beğeniler nelerdi? 1938'den yirmi yıl önce bir başka teknoloji altyapısı olan bir başka kültürdü. İşaretleme hizmetleri söz konusu olduğu kadarıyla, (tüketim faaliyetleri tarafından tanımlanan) teknolojik altyapıdaki değişikliklerin, artan sanayileşmeye bağlı olarak, insanlara açık olan faaliyetlerin ölçeğini ve bu faaliyetlerin peşine düşülürken başvuru amaçları nasıl etkilediğini gösterebilmemiz gerekir. Örneğin, modası geçmiş mallar, kurutulmuş meyveler,

99) Prest, A. R. "Some Experiments in Demand Analysis." *Review of Economics and Statistics* 13: 33-49, 1949.

100) Farrell, M. J. "Irreversible Demand Function." *Econometrica* 20: 171-186, 1952.

101) Ironmonger, D. S. *New Commodities and Consumer Behaviour*, s. 73-78, 100, 121-126. Cambridge: Cambridge University Press, 1972.

sebzeler, kakao ve un, bazıları edepsiz isimleri olan –benekli hafiye, bebek bacağı, bodur reçel, mor küf, çukolata şekil, nefis ıslak içyağı pudingi, bezelye pudingi vs.– leziz sıcak pudingleri paylaşmanın hazzı demektir. Tüm bu şeyler sadece, bir işaretleme hizmetleri mübadelesindeki kalemlerdir. Değişen beğenileri iktisadi terimlerle analiz edebilmek için, işaretleme hizmetleri alma ve verme koşullarına biraz daha yakından göz atmalıyız.

EDİNME SIRASI

Sanayileşme tüketici bakımından hayatı karmaşıklaştırdı. Maddi şeylere gelince, aslında pek çok şeyden daha çok bulunuyor. Ama mutluluk ve tutarlı, anlaşılabilir bir kültür için gerekli olan işaretleme servisleri mübadelesine yetişebilmek için, aynı yerde kalabilmek amacıyla daha sıkı koşmak zorundadır. Sınai büyüme, az çok, işlemlerin ölçeğini genişletmekten başka bir şey değildir. Kişi başına düşen üretim böyle arttırılır. Adam Smith'in gördüğü gibi, işbölümü, üreticileri karşı konulmaz surette ölçek getirileri bulmaya yöneltir, bu da onları ürünlerini çok daha ayırıştırırmaya ve daha geniş piyasalar arayışına girmeye yöneltir. Büyük ölçekli tesisler emek arzı için yoğun bir nüfusa ihtiyaç duyarlar, kırsal nüfusun şehirlere kayması da bundan dolayı olur. Şehirdeki hayat kamu sağlığı, su sağlanması gibi işlerin maliyetlerini yükseltir ve yiyeceği taşıma, dağıtma, paketlenme ve saklamada yeni maliyetler getirir. Kendileri de yeni mallar gerektiren yeni ticaret alanları ve meslekler ortaya çıkar. Toplumun yapısındaki değişime tepki veren hanehalkı, kendi üretim süreçlerini piyasaya nakleder ve kazanmış olduğu parayla gitgide daha fazla mal almaya başlar. Konserve yiyeceklerin ev yapımı konservele- rin yerini almış olmasına ve evlerdeki derin dondurucuların konserve yiyeceklerle rekabet etmekte oluşuna şaşmamalı. Üretici gibi hanehalkı da üretim süreçlerinde zaman ve enerji yönünden ölçek getirilerini arar.

Verimli bir tüketim fikri ancak teknoloji sabit kalsaydı başarıyla geliştirilebilirdi. Bu durumda hayatın değişik evrelerindeki toplumsal harcama talepleri göz önüne alınabilir ve hanehalkının genişliği ve mensuplarının yaşları hesaba katılabilirdi. Kabaca, bir delikanlının bir eş bulabilmek için paraya gereksindiği, evli bir çiftin herhangi

bir tür eve ihtiyacı olduğu, ihtiyaçların çocukların doğumuyla çoğalıp, ileri yaş ve emeklilikle birlikte azaldığı söylenebilirdi. Bu tam da antropoloğun verili bir anda bir kabilenin ekonomisini incelerken yaptığı şeydir. Kırsal Turkana kabilesinde, ortalama aile reisi, ailesini çoban ve sütçükız olarak yerleştirmek için, 100 ila 150 adet küçükbaş hayvana (koyun ve keçi), 25 ila 30 adet sığıra ve az sayıda deve ve maymuna ihtiyaç duyuyordu. Bu miktarlar insanların günlük geçimini, sürülerin yenilenmesini ve ayrıca arkadaşlara ödünç verme, bereketli olmayan yıllar vs. olumsuzlukları karşılayacaktı. Az sayıda zengin, 100 kadar sığır ve 300'ün üzerinde küçükbaş hayvan besliyordu. Çok az sayıda fakir, yabani meyveler ve zengin insanların hizmetinde geçici emeğe dayanarak kıt kanaat geçiniyordu.¹⁰² Kongo'daki ortalama Lele insanı, ilk karısının ailesini kurmadan önce, kabul harçları, cezalar ve armağanlar için 300 ila 400 rafya kumaşı harcamaya, ayrıca mil dirseği çubukları, baltalar ve sabanlara güvenmek zorunda kalacaktır.¹⁰³ Eğer bir nedenle (babasının erken ölümü gibi), kritik bir anda yeterince mal sahibi değilse, kızkardeşlerinden birini rehin bırakmaya ve medeni haklarında ciddi bir kısıtlamayla karşılaşmak zorunda kalırdı.

Eğer temel teknoloji modern dünyada olduğu gibi hızla değişiyorsa, ihtiyaçlar hakkında gerçek terimlerle hüküm verme işi çok daha karmaşılaşır. Ne var ki, değişimler daima kabaca aynı yöndedir, yani daha fazla sanayileşme yönünde ve iş bölümünde daha fazla uzmanlaşma yönünde. Sonuç olarak, tüketimin değişen teknolojik temelini en azından esas bakımından ortaya koymak ve ana donanım parçalarına sahip olma düzeylerini bir hayat standartı ölçümü olarak kullanmak mümkün olmalıdır.

Paroush tam da bunu yapmaya koyulmuştur. Aslında, bazı kilit kalemleri edinme sırasının tüm sanayileşmiş ülkelerde kabaca aynı olduğunu saptar.¹⁰⁴ Ortak edinme sırasını belirleme yöntemi hayli görgüldür. Malların haneler arasında dağılımını araştırırken, tüm tüketicilerin yüzde 90'ının aynı sırayla satın alacağı malları seçer.

102) Gulliver, P. H. *The Family Herds, a Study of Two Pastoral Tribes in East Africa: The Jie and the Turkana*, s. 38-39. Londra: Routledge & KeganPaul, 1955.

103) Douglas, Mary. *The Lele of the Kasai*. Oxford: Oxford University Press (for International African Institute), 1963.

104) Paroush, J. "The Order of Acquisition of Consumer Durables." *Econometrica* 33: 225-235, 1965.

Çalışmasını sıkı sıkıya bu mallarla sınırlar ve öbür malları dahil etmez. Yöntemi, açıkça, ihtiyaçlardaki demografik değişikliklerden kaynaklanan kaymaları açıklamak için tasarlanmıştır. Ailenin büyüklüğü arttıkça yararlılıkları artan, çamaşır makinesi gibi dayanıklı tüketim malları vardır. Bekâr bir erkeğin evlenene kadar fırını olmasına gerek yoktur, böylece fırından-önce-radyo sırası, bekâr erkeğin toplumsal tanımı nedeniyle geçerli olmaya meyyaldır. Ancak Paroush kişiye özgü ihtiyaçları dikkate almaz görünür, çünkü onlar için bir evrensel tercih sırası yok gibidir. Örneğin, özürlü olmayan birinin koltuk değneklerine olan ihtiyacını ve müziği sevmeyen birinin piyanoya olan ihtiyacını dile getirir: Bir piyano, "bir piyanist için gerçekten gereklidir, ama müzikten nefret eden biri için lüks bir mobilyadır."¹⁰⁵

Paroush haklı olarak, yönteminin muhtemel uygulamalarına büyük önem verir. Verili bir hanehalkının edinme aşaması, genel edinme modeli bir kez oluşturuldu mu, sıralı bir hayat standartı endeksi olmaya yarayabilir ve hayat standartındaki değişiklikler belirli malların sahip olunma yüzdeleri not edilerek izlenebilir. Hanehalkının, geçmişteki gelirin sonucu olan ve müstakbel gelir beklentisinden etkilenen meta kompozisyonu, olağan gelir için iyi bir endeks sağlamalıdır. Açıktır ki, bu yöntem, pek çok ilginç analizde kullanılabilir. Paroush, İsrail'in nüfusunu gelir düzeylerine bölerek ve ailelerin her düzeyde gelire göre dağılımını inceleyerek, "en fakirden en zengin düzeye doğru, gelir ve mal edinme arasında bariz bir ilişki" bulur. "Her harcama düzeyi için, veriliden daha az harcaması olan ailelerin yüzdesi, düzey zenginleştikçe azalır." Ama, çıkardığı sonuç hamdır. "Bir yan ürün olarak, farklı malların görece gerekliliği konusunda doğal bir tanım elde ediyoruz." Sahip olma düzeyi, tanımlanmış gelir düzeylerinin içerisinde ölçüldüğünden, yöntemi, görüldüğü gibi, ancak tek bir hanehalkının kendi gelir grubunda gerekli addedilen meta kompozisyonundan ne kadar saptığını söyleyebilir. Paroush, bugün ve bu çağda, her hanehalkının halihazırdaki teknolojik performansa erişebilmek için ulaşması gereken keyfi bir sahip olma düzeyi için ortaya atılmadıkça, verili bir gelir sınıfı hariç, gereklilikten bahsedemez.

105) Paroush, J. "Efficient Purchasing and Order Relations in Consumption" *Kyklos* 26: 91, 1963.



*Farmer Giles & his Wife showing off their daughter Betty
to their Neighbours on her return from School*

Şekil 5.1: Çiftlik sahibi Giles ve karısı kızlarını saygıdeğer müstakbel kocası için hazırlarken.

Kaynak: James Gillray'nin çiziminden (1809). Aslı Mannsell Koleksiyonu'ndadır.

Varsayımlarında iki tuzak var. Birincisi, verimlilik kavramı her gelir grubunun olağan performansına bağlanmıştır. Bu onu aynı sıkıntıya sokar, genelde fayda teorisini kuşatan da aynı tuzaktır. İkincisi, yöntemi, mutlak surette, kesin bir ölçek ve yapıda gruplanmaya uygun malları seçer. Beğenilerin sistematik olarak anlaşmazlığa düşeceği mallar Paroush'un ağının gözenekleri arasından kaçacaktır. Bu, yöntemini, aynı ekonomide iki ya da daha çok farklı tüketim teknolojisinin varlığını kavramak için asla kullanamayacağı anlamına gelir. Bu eksiklikler giderilebilir. Bu yöntemin, Graham Pyatt'ın belirli bir mal öbeğine sahip olma olasılığını değerlendirmek üzere geliştirdiği teknikle bir bileşimi, değişik modelleri bulup çıkarmak için tasarlanabilir. Pyatt'ın analiz ettiği araştırmada, "değişik toplumsal sınıflar için tahmini olasılık modelleri arasında hayli anlamlı farklılıklar bulundu."¹⁰⁶ Hal böyleyken, gereklilik ya da zorunluluk fikrine teknolojik bir temel verme işi, değişik bir yön alması zorunlu olabilecek olsa da, atlanmamalıdır.

Table 5.2 Rotterdam envanteri

	Doyma düzeyi (%)
Elektrikli süpürge	100
Dikiş makinesi	90
Piyano	85

Paroush'un müzikten nefret edenlerle ilgili yorumu yanıltıcı ve tutarsızdır. Edinme sırası söz konusu olduğunda radyo, teyp ve transistörün bekâr erkekler açısından fırınlardan daha gerekli olduğunu gösteren kendi keşfince yalanlanan pratik, teknolojik bir temel ima eder. Radyo ve transistörün faydalı bilgiler almak üzere istendiğinde ısrar etse bile, teyp, kesinlikle, müzik sevmeye açısından bir önceliği en azından akla getirir. Zira, bekâr erkek bazı toplumsal başarıları yoksa nasıl evlenecektir? Garaham Pyatt, beğenilerin değişmesi olarak tanımlanabilecek olan, dayanıklı tüketim mallarının yayılması eğiliminin öğrenme olarak daha eksiksiz anlaşılacağını belirtirken, antropolojik kulağa daha gerçekçi gelen şeyler söylemektedir: "Hakiki teknolojik gelişmenin uygulamaları, bir öğrenme sürecinin-

kilerle aynıdır.”¹⁰⁷ Bazı insanlar müziksever doğar, başkaları müziği öğrenmeye çalışır, ama öğrenmenin çok gerekli olduğuna inanılabilir. Gillray’ın insafsız karikatürü “Çiftçi Giles ve karısı, müstakbel bir damat için kızlarının yeteneğini ölçüyorlar”da¹⁰⁸, anlaşılan kız piyano çalmak zorundadır ya da düşük bir evliliğe ve fakir bir eve mahkum olacaktır. 1940 ve 1941’deki Rotterdam bombalamalarından sonra, orta ve üst sınıf aileler hükümetten tazminat istemek için kanehalkı envanterlerini kullandılar. O dönemde buzdolabı, çamaşır makinesi ve su ısıtıcısı, görece yakın tarihlerde çıkmış yeniliklerdi, bu aletlere sahip olanların sayısı çok azdı ve en üst gelir gruplarıyla sınırlıydı. Ama tüm geri kalanlar için, sahip olma sıklığı ve doyma düzeyleri Tablo 5.3’de olduğu gibi, Rotterdam envanterlerinde gösterilmişti.¹⁰⁹ Anlaşılan, piyano çalmayı öğrenmek belirli bir toplumsal sınıftan Hollandalı oğlanlar ve kızlar açısından zorunlu görülen bir beceriydi.

Paroush, verimlilik, gelişmiş hız ve fiziksel konfor teknolojisini yakalamakla ilgili bir meseleymiş gibi yazar. Havalandırma cihazları gibi üst piyasa mallarından söz eder ve tekniğinin, üst piyasa kavramı hakkında bir şeyler söylemesi gerektiğinin tümüyle farkındadır. Fakat işaretleme hizmetlerini ve toplumsal etkileşimin kültürel olarak standartlaşmış normlarını hesaba katmadıkça, keyfi olarak, sıralanmalarında yüzde 90 uzlaşmayla ölçülen az sayıdaki mallarla sınırlı kalır.

KİŞİSEL İTİBAR

Malları seçmenin muhtemel gerekçeleri konusunda çok fazla açık fikirlilik ve kibarlık; insan varlıklarının mükemmel bir karşılıklılık halinde yaşayabilmek için birbirleriyle aynı düzeyde kalmaya ihtiyaç duyabilecekleri fikri karşısında gösterilen çok fazla hassasiyet ve mahçubiyet –bu, tüketim hakkında en çok düşünülmüş olan iktisatçılara yöneltilen ana suçlamadır. Örneğin Kevin Lancaster, tüketici seçimini analiz etmek için iyi ayarlanmış bir makine üretir ve bu

107) A.g.y., s. 77.

108) Chamberlin, E. R. *The Awakening Giant: Britain in the Industrial Revolution*. Londra: Batsford, 1976.

109) Cramer, J. S. “Ownership Elasticities of Consumer Durables.” *Review of Economic Studies*, s. 87-96, 1958.

makinenin, son analizde akşam yemeği masalarındaki ışıklandırma ve yiyecek seçimine bile uygulanabileceğini bilir.¹¹⁰ Ama, toptan açık fikirliliği ve paylaşılan tüketimin hedefleri hakkında önkavramlaştırmadan yoksun oluşu, mahvına neden olur. Geleneksel talep teorisinin malların özelliklerini görmezden geldiği olgusuna hayıflanarak başlar:

Malların özelliklerinin başlangıçta tercihleri nasıl etkilediğine dair bir teori olmadan, geleneksel analiz, talebin, bir malın bir ya da daha çok özelliğindeki muayyen bir değişiklikten nasıl etkileneceğine ya da "yeni" bir malın, mevcut mallar üzerindeki tercih modeline nasıl oturacağına ilişkin hiçbir öngörü sağlayamaz. Herhangi bir malın herhangi bir özelliğindeki değişiklik, her birey için yeni bir tüketim modelimiz olduğunu akla getirir: Geçmiş durumdaki davranış hakkındaki gözlemden türetilen her türlü bilgiyi bir yana bırakmalı ve tekrar başlangıç noktasından işe başlamalıyız.¹¹¹

Lancaster, malların üzerinde uzlaşılan fiziksel özelliklerine ve toplumsal, psikolojik ya da beslenmeyle ilgili olsun, kullanımlarına yöneltir dikkatini. Bireylerin malların kendilerinden çok malların nitelikleriyle ilgilendiklerini iddia eder. Seçtiklerinde, belirli nitelik koleksiyonlarına yönelik dolaysız bir tercih sergiliyorlardır ve bu nitelikleri taşıyan mevcut mallara yönelik tercihleri türetilmiş veya dolaylıdır. Bütünlüklü bir tüketici talebi teorisi sağlama projesi, talebin evrensel olan ve evrensel ihtiyaçları gideren, üzerinde uzlaşılmış niteliklere bağlı özellikleriyle, bireylerin kişiye özgü tercihlerine bağlı özellikleri arasında ayırım yapma çabasıyla başlar. Tüketiciyi sistematik biçimde toplumsal bir varlık olarak düşünmedeki yetersizlik, çalışmasını aşırı derecede hantal kılar. Sonuçta, evrensel ihtiyaçları düşündüğünde, tekrar evrensel fiziksel ihtiyaçlara yönelmiş olur. Örnekleri, otomobil performansından, hızından, konforundan, gürültüsünden ya da yiyeceğe olan talebin altında yatan, yiyeceğin gerekli özellikleri olarak kaloriler ve proteinlerden çıkarılmıştır. İnsan ihtiyaçlarına maddeci yaklaşım, teorisinin uygulandığı sınırlı amaçlar için yeterince iyi işler. Fakat daha tutarlı sosyolojik

110) Lancaster, Kelvin, J. "A New Approach to Consumer Theory." *Journal of Political Economy* 174: 132-157, 1966.

111) Lancaster, Kelvin, J. *Consumer Demand: A New Approach*, s. 4-5. NewYork: Columbia University Press, 1971.

bir yaklaşım, bu teoriye ek güç ve gerçekten güçlü bir tüketim teknolojisi teorisi vaadi sağlayacaktır. Mevcut yaklaşımıyla Lancaster de, bugünün lüks mallarının hangi özelliklerinin başkalarını değil de bazı lüks malları yarının zorunlu malları kılacağını açıklamakta herkesten fazla başarılı olmuş değildir.

Teknoloji ve tüketim arasındaki ilişkiler hakkında teorik bir tutamak elde etmek için, malların hangi fiziksel özelliklerinin ilgili olduğuna dair önyargısız bir zihinle işe başlamak hiç de iyi olmadığı gibi, tüm muhtemel tüketici faaliyetlerindeki tüm muhtemel fiziksel özelliklerin tüm muhtemel değerlendirmelerini ele alabilecek analitik bir gerecin tasarlanmasıyla da kavrayışımızı geliştiremeyiz. Bazı basitleştirici varsayımlara ihtiyaç var. Antropoloji söz konusu olduğu kadarıyla, göz önünde bulundurulması gereken yalnızca bir tür fiziksel tüketim malı özelliği vardır: Malların kişisel itibarı arttırma kapasitesi.

İşaretleme hizmetlerine olan talep, kişisel itibara olan bir talebi akla getirir. Bir arkadaşın düğününde okunmak üzere bir telgraf göndermek, orada olmak üzere bin mil seyahat etmekle aynı nitelikte bir hizmet değildir. Hastenedeki bir dosta telgrafla çiçek göndermek, olağan ziyaret saatlerinde orada bulunmakla aynı nitelikte bir kişisel hizmet değildir. Ama ne kadar isterse istesin, insan yakın zaman aralıklarında iki uzak yerdeki iki dostun tüketim törenlerine, seyahat hızlandırılmadıkça, şahsen katılamaz. Ne de bir hanehalkı kendi tüketim törenlerine katılan dostların sayısını, büyük miktarlarla uğraşma gücünü arttırmadan çoğaltabilir. Teorimiz, öbür değişkenler aynı kalmak koşuluyla, reel gelirdeki bir artışa, büyük ölçekli kişisel toplumsal olayların sıklığındaki bir artışın eşlik edeceğini varsayar. Reel gelirdeki bir artışa, bireyleri, hanehalkı tüketimindeki sık tekrarlanan işlerden oluşan bir zincirden kurtaran donanım ve hizmetlere yönelik bir talep işaret edecektir. Antropolojik bir tanım, iki tür lüks malı hesaba katar –birincisi, aile vaftizi için en iyi porselen gibi, salt mertebe gösterenler; diğeri, mevcut zaman, mekan ve enerji üzerindeki baskıyı azaltan en yeni teknolojik kolaylıklar, yenilik yaratıcı sermaye donanımı. Bunlar, tüm tüketim faaliyetlerinin başladığı olağan teknolojik tabanın bir parçası haline gelmedikçe lüks mallar olarak kalırlar. Hangi yeni ölçek-kolaylaştırıcı donanımın mevcut maliyet yapısına denk gelip onu aşama aşama

dönüştüreceğini bilemesek de, yükselen gelirin, hanehalkı ölçek kolaylaştırıcıları için bir talep olarak ifade edildiğinden gayet emin olabiliriz.

Telefonun piyasada belirir belirmez bunlardan birinin cereyan ettiğini umabiliriz kuşkusuz. Telefonun, Birleşik Devletler'de olduğu gibi ve elektrik ışığının şimdi Birleşik Krallık'ta yapmış olduğu gibi, hızla teknoloji tabanının parçası haline gelmesi beklenebilirdi. Ama öyle olmadı. Salgın hastalık modeli telefonun İngiltere'de yavaş yayılması hakkında ne diyor? Edinmeden kaynaklanan enfeksiyon bağışıklığı dışında, başka bir bağışıklık ilkesi bulunmuş olmalı cevabı, boş bir cevaptır. Bu *cordon sanitaire*'i* statü sisteminde ve statü dağılımının tüketim teknolojisiyle kenetlenme tarzında aramalıyız. Muhtemel bir yaklaşım, statünün kişisel itibarla, itibarın da malların, tüketim "ölçeğini" akla getiren kullanımlarıyla ilişkilendirildiği bir sonraki bölümde sunulmaktadır.

*) fr. tampon bölgesi, tampon bağlantısı –yhn.

TÜKETİM OLAYLARINI KADEMELENDİRMEK

Yasama, isteyerek zenginlerden vergi alabilir ve fakirlere yardım sağlayabilir ve zenginler de yeniden dağıtımına razı olabilir. Ama teknik yeniliklerin zaten avantajlı olanların payına düşen avantajlar yarattığı amaçlanmamış bir süreç varsa, bu süreci teşhis etmek sosyal siyasa için önemli olsa gerektir. Tüketime dair çok fazla yasa olmadığından ve tüketimin, özgür ve kısıtlanmamış seçimin alanı olduğu varsayıldığından, antropolojik karşılaştırmalar dışında, tüketimi toplumsal dışlama için çalıştıran herhangi bir basit toplumsal mekanizma teşhis etmek zor olacaktır. Savımız, şu çizgiler doğrultusunda gelişecek.

İlk olarak, herhangi bir verili teknoloji ve üretim düzeyinin, belirli bir tüketim dönemsellikleri modelince karakterize edilebileceği ileri sürülecek (Tüketim dönemsellikleri kavramının açıklanması gerekecektir). Sonra tüketim dönemsellikleri ve mertebe arasında, yani belli bir örüntü izleyerek birlikte hareket etme eğilimi gösteren yüksek tüketim frekansı ve düşük mertebe arasında geçerli

olan geniş korelasyonu göstereceğiz. Daha sonra, belirli bir tüketim dönersellikleri örüntüsünün dolayımıldığı teknoloji ile işletleme hizmetlerine erişim arasında dolaysız bir ilişki bulunduğunu savunarak, bilginin mübadelesi ve kontrolüne yönelik bir sistem olarak tüketim görüşüne geri dönebileceğiz. Bu görüş uyarınca, tüketim teknolojisinde karşılaştırmalı dezavantaja sahip olanlar, bilgiyi kontrol altında tutma mücadelesinde kümülatif olarak kaybedecektir. Kendiliğinden ve görünüşte düzenlenmemiş bir toplumsal mekanizmanın, tüketim örüntülerindeki farklılıkları açıklayan statü engellerini dikmesi muhtemel görünüyor.

Aynı işletleme hizmetleri setinin cinsiyet, yaş, medeni hal ve ebeveynlik gibi evrensel ölçütlerde toplumun tüm mensuplarına sunulduğu hayali, istikrarlı bir toplumla başlayın. Kendilerini 1940'lar da Meyer Fortes'e tasvir ettikleri şekliyle Tallensi toplumu buna bir örnek olabilir.¹¹² Bir oğlan erkek değildir, ama öyle olmayı umabilir; evli bir erkek baba olmayı umabilir; ve bir kız kadınlığa geçmeyi, bir eş ve anne, en sonunda da kayınvalide olmayı bekler. Her statü için belirli bir tüketim mertebesinin uygun olduğuna hükmedilir; örneğin, bir bağ kurutulmuş Afrika tavuğu taşıyan bir erkeğin, onları karısının ebeveynine sunmak üzere olduğu varsayılabilir. Bize daha yakın hayali bir örnekte, malların kullanım sıklığı ile sundukları işletleme hizmetinin değeri arasında kabaca ters bir ilişki olduğunu gayet çabuk buluruz. Dahası, işletleme hizmetlerinin değeri, mevcut insanların sayısı ile birlikte doğrudan değişme eğilimindedir. O nedenle, bunların hepsi birbirine uymaktadır. Bu basit, istikrarlı kültürde her hane halkının günlük kullanım için bir bardak, fincan ve tabak takımına sahip olmayı umduğunu tahayyül edin; çok iyi bir takım Pazar günleri için saklanmakta ve çok çok iyi bir evladiye, Noel ya da Yılbaşı'nda yıllık sergilenişlerini en üst rafta ince kağıtlara sarılı halde beklemektedir. Bu suretle, tabaklar, olayları üç noktalı bir ölçek üzerinde ayrıştırmak için kullanılabilir. Yiyecek, bundan çok daha ince bir ayrımı çok daha kapsamlı bir dağılımla işletleyebilir. Yiyecek, günün değişik zamanlarını ve bir günü diğerinden ayrıştıracabilir; yıllık olayları olduğu gibi, cenaze ve düğün

112) Fortes, Meyer. *The Dynamics of Clanship Amongst the Tallensi*. Oxford: Oxford University Press, 1945; *The Web of Kinship Amongst the Tallensi*. Oxford: Oxford University Press, 1949.

benzeri hayat döngüsü olaylarını da ayırabilir. Bu basit kültürde giysiler konusunda da buna paralel bir seri geliştirildiğini ve bu yüzden, kendini kaplumbağa çorbası ve Porto şarabı yudumlarırken bulan her erkeğin kaçınılmaz olarak dantel fırfırlı gömleğini giydiğini ve aynı kılıktaki pek çok erkekle kuşatıldığını varsayalım. Bu ölçekteki, porselen, yiyecek ve giysi tarafından çentiklenen her daha üst nokta için, olayı paylaşan insanların sayısında ve olayla bağıntılandırılan işaretleme hizmetlerinin değerinde bir artış olacağı kolayca varsayılabilir. Her mal sınıfının mertebe değerinin, kullanım sıklığıyla ters orantılı olarak değiştiğini buluruz: Kahvaltı ayrı ayrı yapılır, Pazar yemeği için aileden ve dostlardan daha çok kişi bir araya gelir, daha büyük bir topluluk Noel için, daha da fazlası düğünler ve cenazeler için bir araya gelir. Bu basit durumda bile, toplumun her üyesi ömrü boyunca potensiyel olarak aynı alanda fırsatlara sahip olduğunda da, mallar arasındaki nitelik farkları, olayların ve aynı zamanda kişilerin mertebelerinin işaretleyicisidir. Zorunlu malların kültürel yanı, düşük kıymetli, yüksek olaylardaki hizmetleriyle açığa vurulurken, lüks mallar esasen yüksek kıymet verilen düşük olaylarda hizmet görme eğilimindedir.

NİTELİK

Mallarla olan bağıntımızda, tüketim kullanımındaki dönemsellik mertebeleri işaretler ve malların niteliğini yaratır. Her evde olağan olarak yatak bulunur, ama farklı nitelikte yataklar vardır; ekmek herkes için bir zorunlu maldır, ama gelir esneklikleri nedeniyle lüks ekmekler vardır –ve hatta lüks patatesler. Toplum tabakalara bölündüğünde, sıradan insanın lüks malları, üst sınıfların günlük zorunlu malları olabilir. Toplumsal sınıflar arasında olduğu gibi, kullanım dönemsellliği yalnızca üst sınıf malları ayrı bir konuma yerleştirmekle kalmaz, aynı zamanda halk sınıfları arasındaki farkları işaretlemeye de yarar. Dedikleri gibi, kralın sarayında her gün doğum günü ve Noel'dir. Nitelik, malların, mertebelerin işaretleyicileri olarak kullanılmalarından doğan özelliğidir. Ulusal Yiyecek Araştırması'ndan alınan aşağıdaki tablo yol gösterici olabilir. Bir nitelik endeksi, harcama esnekliğiyle miktar esnekliği arasındaki farkı ölçer. Tablo, sıklık ve nitelik arasındaki, bekleme yöneltildi-

Tablo 6.1 Nitelik esneklikleri*

	Mevsimsel fiyatlar
Krema	0.22
Sebzeler	0.16
Patates	0.11
İçecekler (çay,kahve)	0.11
Pastalar	0.08
Balık	0.07
Et	0.07
Süt	0.06
Ekmek	0.05
Yumurta	0.04
Meyve	0.03
Şeker	0.03
Peynir	0.03
Yağ	0.01

*nitelik esneklikleri, harcama esnekliği eksi miktar esnekliği olarak tanımlanır.
 Not: *Household Food Consumption and Expenditure*, Ek E, s.146 (HMSO, 1967)'den alınmıştır.

ğimiz ters orantıyı akla getiriyor. Yağ listenin en altında, nitelik endeksinin en sonunda ve tahminen, yerel etnoğrafyamız hakkında bildiklerimiz ve “ekmek ve yağ”ın soframızdaki yeri düşünüldüğünde, en sık kullanılanı; diyelim günde dört kere kullanılan, açıkça kültürel bir zorunlu mal. Nitelik endeksinin en üstündeki, diyelim pazar günleri kullanılan ve bir mertebe işaretleyicisi olan krema, lüks bir maldır. Bu listedeki tek sürpriz, fiyattaki mevsimsel değişikliklere tepkisi niteliğe yüksek bir saygı gösteren patatestir, ama patatesin İngiliz törensel yemeğindeki yeri dikkate alındığında,¹¹³ bu sadece savımızı onaylamaktadır. Eğer yeni patatesler olmasaydı ve patatesler arasında hiçbir nitelik farkı olmasaydı, patatesler ana servis, ana yemek mönüleri için uygunluklarını yitirebilirlerdi. 1972'deki fiyat artışından önce, patates üreticilerinin, bu sebzenin konumunun diğer beslenme kalemlerine oranla gerilemesinden kaygılanmakta haklıydılar. Dantel fırırlar ve iyi porselen gibi yüksek nitelikli mallar saf birer işaretleyicidir. Kıt bulunmaları genellikle

113) Douglas, Mary ve Nicod, Michael. "Taking the Biscuit: The Structure of British Meals." *New Society*, 19 Aralık 1974, s. 744-747.

nitelikli malları, dik eğimli gelir esneklikleri eğrisinde tutar; niteliğin kendisi kıttır. Sırf fiyatlardaki bir düşüş patatesi kuru incir ve bezelyeyle birlikte modası geçmiş metaların kaderini paylaşmak üzere alt sıralara yollamayacaktır, ama en iyi, iyi ve sıradan vesileler arasında hiç bir ayrıma izin vermeyen ölü bir yeknesaklık, patatesi nitelik endeksinde ekmekle aynı seviyeye getirecektir. Kesin olarak söyleyebileceğimiz bir şey, her zaman lüks malların var olacağıdır, zira mertebe işaretlenmek ister.

Bir ölçüde tüm mallar mertebe konusunda mesajlar gönderirler, mal öbekleri bunu daha da fazla yaparlar. Sırf mertebeleri işaretlemeye yarayan mal sınıfı başka bir amaca hizmet etmeyen, iyi porselen, aile yadigarları, ataların portreleri gibi yüksek nitelikli sürümler olabilir. Fakat sırf mertebenin işaretlenmesini pratik verimlilikten ayırmak her zaman kolay değildir. Prens Philip, Buckingham Sarayı'ndaki altın kaplama yemek takımına hayran olan Mareşal Toto'ya şöyle bir sır vermişti: "Karım bu takımlar kırılmaz olduğu için büyük bir tasarruf yaptığı kanısında." Altın kaplama trabzanlar belki de kromdan daha az kirlenir ve temizliğe ayrılan zamandan tasarruf edilmesini sağlar, tütsüyle kurutulmuş alabalık hafiftir ve beyne yararlıdır; Porto şarabı ses tellerini yumuşatır. Daha bariz saf işaretleyiciler arasında yolumuzu bulmaya çalışırken, bu malların tarziyecı sahiplerinin, bunların çoğunun incelikli birer pratik yararı olduğunu gösterecekleri kesindir. Ne var ki, dürüst olmak gerekirse, bunlar, haklarında Profesör Myint'in "Lüks ürünler alanında tüketicilerin talebi kesinlikle, 'gökyüzündeki ışık hüzmeleri gibi' istikrarsız ve anlaşılması zordur."¹⁴ dediği mal sınıfını oluştururlar. Bu nedenle, artık modanın hükmettiği bu lüks mallar hakkında daha fazla bir şey söylemeyelim ve onun yerine malların kişisel itibarı kolaylaştırma kapasitesi üzerine yoğunlaşalım. Kaçınılmaz olarak, bu özellikler de mertebeleri işaretler, zira mülkiyet düzeyleri saklanamaz. Toplumsal ölçekte üst sınıflarda yer almayı kolaylaştırıcı mallara sahip olma, havayolu yolculuğuna yapılan harcamanın mesafeyi göstermesi kadar kesin bir şekilde, toplumsal avantajı gösterir.

İŞBÖLÜMÜNDE BİR İLKE OLARAK DÖNEMSELLİK

Kullanım sıklığı ve mertbe arasındaki bu ters korelasyonun tüm etkilerini ele alalım. Herkes tümüyle kendi mallarından sorumlu olsaydı bile bu korelasyon yine aynı olurdu, ama işbölümü ilkesi toplumsal ölçek faydaları getirir. Bunun sonucunda, sık tekrarlanan işlerin tahsis edildiği bir uzmanlaşmış insanlar kategorisi oluşturmak anlamlıdır. Bu insanların işi, zorunlu sayılan o hizmetlerle ilgilenmektir. Bu bedensel işleve hizmet etmeyi de içerir, çünkü yaşayan organizmanın günlük ya da daha sık bakıma ihtiyacı vardır. Banyo temizleme, besleme, yatak yapma ve giysilerle ilgilenme haklı olarak gündelik iş sayılır; gündelik bir iş esasen ertelenemez, sık tekrarlanır. Bu işler bayağı işler olarak mertebelendirilme eğilimindedir ve ne kadar zorunlu ve mahrem olursa olsun, onlarla ilişkilendirilen mallar da düşük değerli sıradan eşyalar olarak derecelendirilir. Bu ilişkilendirme, en basit toplumda bile geçerlidir. Böylece sık tekrarlanma-düşük mertbe korelasyonu teknolojik etkenlerden türetilen toplumsal örgütlenmenin bir ilkesi haline gelir.

Sabit bir üretim faktörünü sonuna kadar kullanmak iktisadi açıdan doğrudur. Hanedeki sık tekrarlanan, ertelenemez bir işe tayin edilen herkes sabit bir üretim faktörüne benzer. Bunun sonucunda, kabaca aynı sıklığa sahip görevler marjinal maliyetleri arttırmadan aynı kişiye verilebilir. Dört saatlik aralıklarla bir bebeği beslemek, bir hastanın bakımı için iki saatlik bir programla kolayca birleştirilebilir, başka rutin işler de aynı programa sıkıştırılabilir. Böylelikle, cinsiyetler arası iş bölümü, tüm dünyada, mümkün olan en iyi ekonomik ilkelere şu biçimde düzenlenir: İş sıklıkları tamamlayıcı rol kategorilerinde toplanma eğilimi gösterir. Bunlar üste doğru farklılaşır: Statü yükseldikçe, daha az dönemsellik kısıtlaması olur; statü düştükçe dönemsellik kısıtlamaları artar. Etnoğrafik örneklerde, kadınların doğurma ve bakımdaki fizyolojik uzmanlaşması dışında, dünyanın her tarafında geçerli bir işbölümü ilkesi tesbit etmek zordur. Erkekler bazen yemek yapar, örer, dokur ve iğne kullanır. Kadınlar genellikle avlanmaz ya da savaşa gitmez, ama bazen bunları yaparlar; ağaçlara nadiren tırmanırlar, ama bazıları bunu yapar. Cinsiyetler arası işbölümü her yere uyan en genel izahı, küçük bebekler, hastalar ve ölüm döşeginde olanların ihtiyaç duyduğu tekrara dayalı

fiziksel hizmetlerden başlayarak, kadınların işlerinin dönemselliklerine dayanan bir izah olacaktır. Nüfuz ve statü sahibi herhangi bir kimsenin sık tekrarlanan bir sorumluluk üstlenmesi için budala olması gerekir. Diğer etkinliklere getirdiği kısıtlama bir yana, böyle bir iş genelde düşük statülü görülmeye mahkumdur. Sık tekrarlanma kendi başına, uzun bir coğrafi mesafeyi katetmeyi içeren işlerle, örneğin seyyar ayakkabı bağı ya da soğan satıcılığıyla uyumsuz değildir. Ama eğer uzun bir mesafeyi içeriyorsa, böyle bir iş, uyumlu sıklığa sahip diğer işlerle, büyük bir hanehalkının gerektirdiği (ya da milli) sorumluluklar sepetinde birleştirilemez. Bu nedenle, satıcı ya da seyyar satıcı, ne kadar uzağa yolculuk yaparsa yapsın, yalnızca bir satıcı ya da seyyar satıcıdır ve üstlenebileceği en iyi diğer işlev, söylentilerin taşıyıcılığını yapmaktır. Diğer sık tekrarlanan işler kişiyi kısa bir mesafeye sabitler. Fakat ister yerleştirilmiş isterse coğrafi olarak dağıtılmış olsun, sık tekrarlanan işler, ortaya çıkacağı tahmin edilemeyen önemli görevlerde hazır bulunmayla uyumlu değildir. Büyük bir görev, diğer sorumlulukların sonucunda aynı anda iki yerde olması gerekebilecek birine verilemez. Bu suretle, görevlerin değişik sıklıkları, bu görevleri daha çok ve daha az kıymet verilen kişi kategorileri arasında kutuplaştırır. Bu, geniş bir sık tekrarlanan işler dizisini içeren bir rolün kıymetten yoksun olması gerektiği anlamına gelmez. İsmi hak eden ve bir hayal gücü kıvılcımına sahip herhangi bir metafizik şema, kıymetin tamamlayıcı biçimlerini farklı rollere tahsis edebilir: Bir savaşçının rolü soyludur, ama başka bir soylu rolle, yani karılık ve annelik rolüyle dengelenir. Lütufkâr bedensel işlerin dinsel itibarı vardır, kadınların ev alanındaki rolleri toplumsal bir destek görür. Ama yine de, kadınların bu rolünün onları önemli bilgilerin yaratıldığı karar alma alanlarının dışında bıraktığı da doğrudur. Kadınlar ancak, olağan kadın rolünün dönemselliğinin kısıtlamalarına tabi olan bölümlerini birilerine havale edebildiklerinde ya da onlardan kurtulabildiklerinde yönetim kurullarına katılma eğilimi gösteriyorlar.

Tabakları günde dört kez masanın üstüne koymak ve günde bir kez kömür getirmek ya da haftada bir çimleri biçmek arasında, evdeki işbölümü bu modeli izler. Milli bir düzeyde de, işçinin işi, işyerindeyken, tekrarlanan dönemsellik kısıtlamasına patronunun işinden daha fazla tabidir. Farklı gelir düzeylerindeki hanehalkları

arasında, fakir olmak, hanehalkının yönetimi sürecinde dönemsellik kısıtlamasına tabi olmaktır. Zengin ev kadınının kocasının daha çok gömleği vardır ve kadın gömlekleri, kahvaltıdan sonra kocasının işe gitmek için gömleğinin ütülenmesini beklemesine gerek bırakmadan, istediği zaman yıkayabilir. Hanehalkı dönemselliklerinin ölçümü, ancak kullanımı daha pratik olsaydı herhangi bir düzenli faaliyet bakımından soyutlanabilir, nesnel bir karakteristik sağlardı. Bu, fakirlik konusunda teknoloji temelli bir betimlemeye işaret eder. Eğer şehirli fakirlerimiz her gün alışverişe gidiyor ve her tekrarlanan alışverişte çok küçük miktarda ekmek, çay ve şeker alıyorsa, perakende satış yüzünden maruz kaldıkları maliyet çektikleri zorluğu ancak kısmen yansıtır. Dönemsellik kısıtlamaları nakit kısıtlamalarını şiddetlendirir. Arkadaşlardan ve akrabadan yardım ve tavsiye almayı umabilecekleri çok önemli tüketim törenlerinde hazır bulunmayı başarmanın önünde gerçek teknik zorluklar vardır.

Bu teze göre, hayat tarzlarındaki bir değişikliğin, hanehalkı süreçlerindeki dönemsellik örüntüsünde ortaya çıkan bir değişiklikten fark edilebilmesi gerekir. Buna bağlı olarak, dönemsellik analizi, ekonometristlerin daha basit ama daha doğru tahminler yapmasını mümkün kılacak olan, mallar arasındaki ayrımı teşhis etmeye başlamanın vaatkâr bir yolu olsa gerektir. Dönemsellikler, zorunlu mallar ve lüks mallar arasındaki temel bir kullanım farkının kaba bir tahminini verir; mevcut lüks mallar sınıfındaki müstakbel zorunlu mallar, dönemseliği etkin olarak yumuşatan özelliklere sahip mallar dizisi olacaktır. Zamanlamanın kontrol edilmesine ve toplumsal olayların ertelenmesine izin veren telefon tam da böyle bir maldır. Ama en önemlisi, iç süreçleri, az tekrarlanan, kolayca ertelenebilir faaliyet örüntülerince karakterize edilen bir altkültüre erişim, üst sınıfa erişim demektir —o üst sınıfın neresi olduğu pek fark etmez. Toplumsal kategorileri, malları kullanımlarını yöneten dönemselliklere bakarak birbirinden ayırabildiğimiz takdirde, mal sınıflarını geniş karma metalar halinde gruplamak için bir gerecimiz olurdu.

Maalesef, dönemsellik analizi, ticaret ve imalat alanındaki titiz çalışma ve hareketlilik incelemeleri bakımından yararlı olsa da, buradaki genel amaçlarımız için yalnızca hantal bir gereç olmayı vaad ediyor. Burada dönemsellik analizinin üzerinde durmamızın

nedeni bu analize bağlanıp kalmamız ya da başkalarını böyle yapmaya zorlamak değildir; yalnızca daha sonra sunacağımız savununun geliştireceği, tüketim konusunda teknolojiye dayalı bir yaklaşımı kurmamızı olanaklı kıldığı için bu analizin üstünde duruyoruz.

Değişen teknolojimizde, malların moda olma ve gözden düşme süreçleri tüketici kaprisine değil, hanehalkı dahilinde ve ötesinde işbölümündeki kaymalara ve bir hizmetin fiyatındaki değişikliğin etkisiyle bir başka hizmete olan talebe bağlıdır. Gary Becker'in ısrar ettiği ve gösterdiği gibi,¹¹⁵ bunlar *par excellence** iktisadi konulardır ve ortodoks doğrultuda yapılan analizleri, tüketici beğenilerinin gizemlerini def eder ve yeni metaların yayılmasına ilişkin soruları gerisin geri iktisatçının kamplarına gönderir. Zira beğeniler, her bir verili tüketici teknolojisi düzeyinde hanehalkı üretimini kişisel itibarla senkronize eden genel dönemsellik örüntüsüne uyum sağlamak üzere belirgin biçimde değişecektir. Toplumsal ölçeğin en altında hanehalkının meşgul olduğu süreçlerdeki yüksek sıklık yer alacaktır; bu da az tekrarlanan yüksek değer atfedilen toplumsal olaylara katılımın gerektirdiği düşük bir kişisel hazır bulunma derecesiyle karşılıklı olarak bağlantılıdır. Toplumsal ölçeğin yukarısına doğru çıkıldıkça bu eğilim, hane işlemlerindeki esnek olmayan dönemsellikler tedricen kontrol altına alındığında tersine döner. Reel gelirdeki yükselişin anlamı budur. Dönemsellikler ve statü arasında bir ilişki aramak, bir yapısal analiz işlemidir. Malların anlamını ya da değerini, birer birer, kalem kalem ele alarak aramak hiçbir zaman faydalı olmamıştır. Örüntüsünü zamansal bir şemada açığa vuran bir ince ayar benzetisine başvuracak olursak, mallar yararlılıklarını, içinde iş gördükleri dönemsellikler şemasının bütünlüğünde açığa vururlar. Kullanımdaki dönemsellikler ve bir tüketim törenleri ölçeği arasında işleyen bir statü ilişkisi bulunarak, tüketim teknolojisi toplumsal olarak anlamlı özellikler halinde tasvir edilebilir. Böylece Kevin Lancaster'in yaklaşımı sosyolojik bir içerik edinebilir. Analitik tekniğini artık otomobiller ve çamaşır makinalarıyla sınırlamak zorunda değildir; başlangıçta amaçlandığı gibi, bu tekniği akşam yemeği toplantılarına da genişletebilir.

115) Becker, Gary. *Human Capital*. New York, 1948.

*) Her şeyden önce.

Madem tüketimin anlaşılması senkronizasyon olanaklarının analizini gereksiniyor gibi görünmektedir, bu durumda zaman-dizisel analiz teknikleri üretime uygulanabilir hale gelir.¹¹⁶ Bunun küçük bir fıncığı kırmak için çok güçlü bir makina olduğunu düşünebilirsiniz, ama aşırı derecede anlaşılmaz olmasına rağmen tüketim ürünlerinin izlenmesi, borsada fiyatların izlenmesi kadar önemlidir. Tüketicinin, bazı malların sahibi olduğunu düşünmek yerine, tüketim davranışında incelenebilir bir örüntüyü, bir dönemsellikler örüntüsünü işlettiğini düşünmek gerekir. Hanehalkının üretimindeki ertelenemez, sık tekrarlanan faaliyetlerin sayısı tarafından kısıtlanmıştır ve tüketim törenleri için hazır bulunması öbür ritüellerle bu temelde karşılaştırılabilir. Tüketim davranışı üzerindeki etkileri bakımından bir nakit kısıtlamasına benzer. Belki de bir dönemsellikler portföyü kavramı denenebilir. İyi dengelenmiş bir yatırım portföyü, borçlarını uygun bir miktar nakit varlıkla karşılar. Sık tekrarlanan, ertelenemez faaliyetlere bağlılığın büyük ölçüde karakterize ettiği bir tüketim portföyüne sahip olan bir hanehalkı, “‘beklenen’den daha iyi bir sonucun arzu edilmesinden daha fazla, ‘beklenen’den daha kötü bir sonuçtan korkulması gerektiği”¹¹⁷ bir durumda riskten kaçınıyor demektir. Hicks, bilançonun nakit kısmını yalıtılmış olarak ele almanın bir hata olacağını iddia ederek bunu söylemiştir. Bunu, Wildawsky'nin, beklenenden kötü herhangi bir sonucun feci olduğuna yer veren, fakirliğin sorunlarını tasvir edilişle birlikte alırsak, portföyü öbür türlü dengeleyebilmenin avantajları aynı şekilde belirginleşir.

EŞİT DÜZEYDE TÜKETME

Tüketim dönemsellikleri, iktisatçıların sürekli gelir kavramını hanehalkının gelirini işaretleme hizmetlerine ayırırken sergilediği akıllıca gerçekçilikle ilişkilendirmemizi sağlar. Karşılıklılık ilkesi, konuk ağırlama harcamaları mübadelelerinin denk olmasını gerektirir. Bu nedenle söz konusu denklik çok dikkatle kontrol edilir. 1930'larda, *Mass Observation* eşit düzeyde tüketme hakkında şunu bildirmişti:

116) Granger, C. W. J. "Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-spectral Methods." *Econometrica* 37: 424-438, 1969; Nerlove, Marc. "Spectral Analysis of Seasonal Adjustment Procedures." *Econometrica* 32: 241-286, 1964.

117) Hicks, J. "Liquidity" *Economic Journal*, s. 787-802, 1962.

Tüm gözlemlerimiz gösteriyor ki bara gidenlerin çoğunluğu, grup halinde içerken, eşit düzeyde içme eğilimindedir: Ve genelde bir grubun bardaklarındaki biranın derinliği arasında çeyrek inçlik fark dahi yok... bir gruptaki içme oranında en büyük bir örneklik eksikliği bardakların yarısı boşken görülüyor; hep birlikte başlayacaklardır ve hepsi için bir seferde, ya da herhangi bir oranda, hemen hemen eşzamanlı olarak bitirmek yönünde çok güçlü bir eğilim vardır. Bardakların eşzamanlı boşalması eşit düzeyde içmenin en sık rastlanan biçimidir.

Âmâ insanlar bile bu kurala uyar:

Âmâ ve diğer üç kişi bir masanın etrafına oturur ve (yarım litrelik) içkilerini söylerler. Bardaklar getirilir getirilmez onları ağır bir "sonuna kadar" hareketiyle ağızlarına götürür ve yaklaşık dört saniye öyle tutarlar, sonra da eşzamanlı olarak indirirler. Kör adam dahil olmak üzere hepsi, yaklaşık bardağın dörtte biri kadar, neredeyse eşit düzeyde içmişlerdir. Bundan sonra bazen âmâ adam bazen diğerleri başlayarak küçük yudumlar alırlar; özel bir başlama ya da bitirme sırası yoktur; ama yudum yudum baştan sona çeyrek inçlik bir marjinde eşit düzeyde içerler.¹¹⁸

Aynı düzeyde kalmak, içki ısmarlama töreni için zorunludur; bunu bar mikrokozmosunda çok kolayca anlayabiliriz. Antropoloji tüm tüketim türlerini etkileyen karşılıklılık törenlerini göz önüne almamızı ister. İnsanın dostlarıyla aynı düzeyde tüketmesi küçültücü anlam taşımamalı. Komşulara ayak uydurmanın dışında bir ilişki başka nasıl kurulur? Eşit düzeyde harcama, hangi senkronize edici yeni teknoloji ayarlamalarının mümkün ve hangilerinin mümkün olmayacağı konusunda yapılan sezgisel bir hesaptan kaynaklanacaktır. İyi denkleştirilmiş karşılıklılığın ele alınması, yaşın neden hanehalkının yeni teknolojiyi satın alması üzerinde kuvvetli etkileri olduğunu açıklar.

Belirli bir yaşa ulaşıldıktan sonra, bir birây genellikle, beklenen tüketim ölçeğinin ne olacağı hakkında kaba bir fikre sahiptir. Maaşları gelecekte kazanacaklarıyla karşılaştırıldığında görece düşük olan genç profesyoneller erkenden, kazanç potansiyellerini gerçekleştirmiş olan ve tüketim ölçeklerinin sınırlarını bilen aynı ya da daha yüksek gelire sahip daha az vasıflı ücretlilere göre, daha geniş bir tüketim ölçeği geliştireceklerdir. Değişik mesleki gruplar

118) "The Pub and the People," *Mass Observation*, quoted in *Food Connexions* by Richard Mabey, Penguin Education, s. 47. 1970.

arasındaki sahip olma düzeylerine dair Almanya'da yapılan bir araştırma,¹¹⁹ yaşın hanehalkının mevcut teknolojisi üzerinde kuvvetli etkileri olduğunu göstermiştir. Bu çalışmada üç gelir sınıfı hayat döngüsündeki aşamalara ayrıldı ve yaş ile donanım düzeyi arasında yakın bir ilişki saptandı. Gelir dilimleri ne olursa olsun, genç aileler önemli oranda daha yüksek sahip olma düzeyine sahiptiler ve ortalama üstü donanımlarına rağmen sahip olduklarıyla tatmin olmamışlardı. Daha çok donanım edinme arzuları, aynı ya da daha yüksek ortalama gelire sahip olan daha yaşlı ailelerinkini geride bırakıyordu. Bu anlamlıdır, zira evlilikten sonra ve özellikle de kariyerin yarısına gelindikten sonra bir çift, gelecekteki beklenen tüketim ölçeklerinin ne olabileceğini bilir ve zaman ve mekanı kontrol eden donanımları bakımından elde edecekleri yeni hiçbir şey onları daha geniş bir işlem ölçeğine yükseltmez. Aynı araştırma kas gücüyle çalışan işçilerin, karşılaştırıldıkları ve ortalama gelirleri halihazırda daha yüksek olan memurlara ve profesyonellere göre daha büyük bir bölümünün dayanıklı ev aletlerine (buzdolabı, dondurucu, çamaşır makinası, televizyon) sahip olduğunu göstermişti. Otomobil sahibi olma düzeyi iki sınıfta da aynıydı. Bunun tersine, memurlar ve profesyoneller evlerindeki mobilya için nispeten daha çok para harcıyorlardı. Bu, evin eğlence için daha yoğun bir toplumsal kullanımını ve bir başka karşılıklılık bağlamında eşit düzeyde içmeyle çakışan bir "eşit düzeyde mobilyaya sahip olma" çabasını akla getirir.

Tüketim konusundaki popüler yazın, aynı düzeyde donanımına sahip olma çabaları konusunda şaşırtıcı biçimde kibirlidir. "Gösterişçi tüketim", "araziye uyma", "Webben etkisi"¹²⁰ gibi terimler ve komşularla sidik yarıştırmayı kınayan bir hale, yazarların, dışlanmamaya çalışanların karşısında, dışlayıcıların yanında konumlanmalarına yol açar. Bu, telefonun Britanya'nın sıradan insanları arasında yavaş kabul görmesinin neden bu kadar az dikkat çektiğini açıklayabilir. Burada, sahip olanların onu çoğunlukla her halükârda sahip oldukları diğer zamandan tasarruf edilmesini sağlayan zorunlu mallar arasında dördüncü sıraya yerleştirdikleri bir aletle karşı karşıyayız.

119) Schmoelders, G. ve Biervert, B. "Level of Aspiration and Consumption Standard: Some General Findings." In *Human Behaviour in Economic Affairs*, B. Strumpel, (der.) s. 213-222, 1972.

120) Veblen, T. *Theory of the Leisure Class*, 1899.

İki tip ahali olduğunu gösteren kanıtlar var elimizde –birinin zamanı kısıtlıdır, zamandan tasarruf etmek için masraf yapar ve telefonla bağlantı kurduğu dostlarıyla birlikte gönüllü hayırsever ya da siyasal örgütler için zaman ve para harcar; diğerinin daha çok zamanı ve az donanımı var gibi gözükür. İki farklı dönemsellik kısıtlaması örüntüsü, tercih sıralamalarını ayrı yönlerle çeker. Bir ankete cevap veren telefon aboneleri telefonu elektrikli süpürge, çamaşır makinası ve buzdolabından sonra dördüncü sıraya yerleştirdiler, abone olmayanlar ise listeye televizyon ve otomobili ekleyerek telefonu altıncılığa yerleştirdiler.¹²¹ Telefonları yoktu, bu nedenle elbette telefona daha alt sıralarda yer verdiler; daha çok isteselerdi telefonları olurdu. Açığa vurulan tercihe bakarak konuşan geleneksel teorisyen böyle der. Ama ekonomik insan çoklukla, “sorunu çözmesi belirlenmiş ölçütler açısından en iyi alternatifleri bulmayı içeren bir ençoklaştıran hayvandan çok, belirli arzu düzeylerini karşılamaya yönelik araştırma faaliyetine dayanan [bir] tatmin olan hayvana”¹²² benzer. Arzuları karşılanabilir bir düzeyde tutmanın, rasyonelliğin bir parçası olduğu varsayılır. Günümü yönlendiren dönemsellikler, gelecekteki muhtemel tüketim ölçeğim ve beklenen sürekli gelirim gözönüne alındığında, bana telefon edecek, telefonu olan dostlara sahip olmam muhtemel değil, bu nedenle evime telefon almaya pek ihtiyacım yok. Dolayısıyla, benimkiyle benzer dönemsellik kısıtlamalarına tabi olan dostlarımla tüketim faaliyetlerimi senkronize etmeye çalışmalıyım.

121) Leibenstein. “Bandwagon, Snob and Vebien Effects in the Theory of the consumer demand.” *Quarterly Journal of Economics*, s. 183-207, 1950; GPO Research 3/73, s. 53, 1973.

122) Simon, Herbert A. “Decision-making in Economics.” In *Resource Allocation* (Surveys of Economic Theory, 3. cilt), s. 1-28. New York: St. Martin’s Press, 1966.

II

Sosyal Siyasaya Dönük İçerimler

EKONOMİK ALANLAR

Etnografya, toplumsal faaliyetlerdeki sıklık örüntülerinin kabile toplumunda yüksek ve düşük statülü faaliyetleri nasıl ayırdığını ve kullanılan nesnelere nasıl yüksek ve düşük değerler atfettiğini açık bir biçimde gösterebilir. Her şeyden öte, kabile örnekleri, lüks malların nasıl dışlayıcı silahlar olarak kullanıldığının açık kanıtlarını sunar. Bu aşamada, savımızdaki her şey iktisatçıların zorunlu malların lehine ve lüks malların aleyhine sofuca taraf tutuşlarını destekler görünmektedir. Zorunlu olmayan malların, birtakım eski ahlaki mevkilerini yeniden kazanmaları için savımızın bir sonraki aşamasını beklemleri gerekiyor.

Küçük adalardaki ya da yalıtık kabilelerdeki ayrık ve sınırlı ekonomik alan görünümü, uzun zamandır antropologların meraklarını uyandırmaktadır. Elizabeth Hoyt'un *İlkel Ticaret* ¹²³ adlı kitabı, bu alanlara ilk kez sistematik olarak dikkati çeken yapıttır. Hoyt,

123) Hoyt, Elizabeth E. *Primitive Trade: Its Psychology and Economics*. Londra: Kegan Paul, Trench Trubner, 1926.

aynı köyde bile, farklı ticari işlem sınıflarında, nakit yerine farklı türden kabuklara ihtiyaç duyan eski seyyahların hikayelerinden birçok örnek verir. Kanıtlar arttıkça, tartışılmaz para birimleri olan bu ayrık ekonomielerin, sadece ayrı değil, aynı zamanda mertebeli olduğu da görüldü. Böylece bir alanın diğerinden daha prestijli olduğu anlaşıldı. Bu nedenle, bir sürü yeni örnek içeren raporlar, ilkel ekonomideki mübadelenin ayrık ve mertebeli alanları konusunu antropologların¹²⁴ gözde sorunlarından biri haline getirdi ve karışıklık yumağı, insanları bu durumun ekonomik analizi boşa çıkartan bir sorun olduğunu ilan etmeye yöneltti.¹²⁵ Bir ticari işlem türü için sadece kendi akik taşından kolyelerini kullanabilen seyyahların karşılaştıkları zorlukları belirten Elizabeth Hoyt, bunu ilkel psikolojiyle ilgili hipoteze başvurarak açıkladı. Kroeber'in aktardığı Yurok hikayesi, teknoloji ve tüketim olaylarının sıklığına dayanan bir açıklama getirmeye hizmet edecektir. Yuroklar arasında sorumluluğun dağıtımında, ayrı uyumsuz dönemsellik dizileri, derecelendirilmiş mertebelere denk düşer. Algonkin balıkçıları ve avcılarının bu kabilesi, 1920'lerde 2500 kişi civarındaydı. Bu kişiler, aşağı Klamath ırmağı ve Kuzey Kaliforniya'daki Pasifik kıyıları boyunca kümelenmiş köylerde yaşadılar. Bugünün herhangi bir modern sanayi toplumunununkine benzeyen bir ticari kültürleri vardı. Kroeber onlar hakkında şöyle der:

"Kaliforniya'nın her yerinde para ödül olarak verilir ve nüfuzunu yerleştirir. Para kesinlikle, özel ve kamusal hayatta, ortalama Kaliforniya insanı arasında, ovalıklardaki kabileler arasında olduğundan daha çok hesaba katılır... Ama güney ve orta Kaliforniya'da para ne denli etkili olursa olsun, bu etki Yuroklar arasında daha da çoktur. Kan parası, gelinin satın alınması, bir dans düzenlemenden önce o yılın ağıtçılarına yapılacak ödemeler, bu çalışmada belirtilen neredeyse her grup tarafından bilinen kurumlardır. Kuzeybatılılar her erkeğin hayatının, karısının ya da acısının kesin değerini tek başlarına ölçmüşlerdir. Her haksızlık, imtiyaz, hata ya da tecavüz hesaplanır ve tazmin edilir. Tam olarak ayarlanmış ödeme olmadan, bir tarafın tümüyle kökünün kazanması haricinde kan davasının durması olanaksızdır; evlilik evlilik değil, o soy için açık bir rezalet olur ve dünya düzeninin korunması için gereken tören düzen-

124) Firth, Raymond, ed. *Themes in Economic Anthropology* (A.S.A. Monograph no. 6), s. 18-20. Londra: Tavistock, 1967; Barth, Fredrik. "Economic Spheres in Darfur" in *Themes in Economic Anthropology*, Firth (der.), s. 149-173.

125) Sahlins, M. *Stone-Age Economics*, s. 299-301. Londra: Tavistock, 1974.

lenmez. Sonuç olarak, Yuroklar hayatlarında her şeyden çok mülkiyetle ilgilenirler. Boş zamanlarında paraya kafa yorarlardı; yeri gelir, paranın üzerine yemin ederler. Alacaklarını tahsil etmek ve borçlarını vermemek için sürekli planlar yaparlardı. Onlara göre, hiçbir çare bu emellerini gerçekleştirmek için çok kaba ya da çok sapkın değildi.

Böylesi çabaların gerçekleştirilebilmesi için, kusursuz biçimde hesaplanabilir bir ekonomik değerlendirme şemasına ve ayrıntılı, eksiksiz bir haklar koduna ihtiyaç duyulur. Kuzeybatılılarda ikisi de vardır. Birkaç basit ve temel yasadaki hareketle en karışık inceliklere kadar uzanmışlardır ve bunların kapsamına girmeyen bir şeyin olması ihtimali yoktur.¹²⁶

Mülkiyet ve haklar birey alanına aittir ve Yuroklar hiçbir kamusal talep ve cemaat varlığını tanımazlar. Dünyaları tamamen bireylerin bir toplamıdır. Toplum diye bir şey olmadığından, toplumsal örgütlenme de yoktur. Yönetim eksik olduğundan, otorite yoktur ve otorite olmadan şef de olmaz. Erkek denilenler, serveti elinde bulundurma ve kullanma gücü olan bireylerdir. Bu bireyler, kendisine yardım ve koruma sağlayan erkek akrabalar, yandaşlar ve yarı bağımlılardan oluşan bir kitleyle çevrilmiştir. Hayat ve ölüm gücü zengin adamların elindedir; fakir adamın alacaklarını toplayabilmesinin tek yolu zengin bir adamın desteğini kazanmaktan geçer ve zengin adam da sadakat karşılığında onu destekler. Zengin bir adam öldürüldüğünde ödenecek olan kan parası, fakir bir adam için ödenenden %50 daha fazladır. Zengin bir adamın kızıyla evlenmek için gerekli masraf ve zengin bir adamın karısıyla yapılan zina nedeniyle ödenen para, fakir aileler için ödenen paralardan daima daha yüksektir.

Sanat ve kültüre gelince, Kroeber, parayı biraz daha az ciddiye alan çevredeki diğer kabilelerle kıyaslandığında Yuroklarda bunların hemen hemen hiç olmadığını söyler. Orada maskelerden, sunaklardan ve kutsal aletlerden hiç yoktur. "Kamu töreninde kullanılan teçhizat, yüksek bir mülkiyet değerine sahip nesnelerdir; etkili bir servet, ama bu yine de bayağı ve değeri tartışılır bir servettir. Danslar şarkı ve hareketlerden oluşan bir şey olduğu kadar bu zenginliğin bir göstergesidir de."¹²⁷

126) Kroeber, A. L. *Handbook of the Indians of California* (Bulletin 78). Washington, D.C.: Smithsonian, Bureau of American Ethnology 1925.

127) A.g.y., s. 4.

Etnoğrafın, incelendiği kabile hakkında yanılması söz konusu değildir. Kroeber, Kaliforniyalı Kızılderili kültürünü avucunun içi gibi biliyordu. Kroeber'in, Yurokların kuzey ve güneydeki komşularına benzeyen ve benzemeyen adalet anlayışını tarif edişi de kısa ve güvenilirdir.

En büyük beş yerleşim yerinde 600'den biraz fazla insanın yaşadığı ve en büyük köy grubunun 200 kişi toplayabildiği böyle küçük bir toplumda kısıtsız bir bireycilik ve devasa servet eşitsizlikleriyle karşılaşmaktayız. Bu kabile, ilkel insanların, bizim tersimize dayanışma içinde, bireysel arzuları cemaatin ihtiyaçlarının iradesine bırakarak yaşadığını varsayan anlayışa ters düşen çok iyi bir örnektir. Bu kabilenin hanehalkı tüketimi iki yöne ayrılmıştır. Biri, sıradan hizmetler, yiyecek, balık tutma aletleri, avlanma eşyaları, sağlık hizmetleri ve ev eşyaları gibi alışıldık hanehalkı talepleridir. Balık avlama yerleri de buraya dahil edilebilir. Bütün bunların kabuk para cinsinden bilinen bir fiyatı vardır, ama sağlık teçhizatı ve balık avlama yerleri dışında nadiren nakit olarak satın alınırlar, bunun yerine akrabalık ve komşuluk hakkı olarak elde edilirler. Bunlar, herkesin zorunlu gördüğü sık kullanılan tüketim malları sayılabilir. İkincisi yüksek risk içerdiği, neredeyse kumar olduğu için, bunların varlığı ayrı ve bağımsız bir alan olarak ele alınmıştır. Bu ikinciler, kabuk parayla değiştirilebilir değerli eşyalar, lav taşından bıçaklar, nadir hayvan derileri, kamusal toplantılardaki dans gereci olan renkli kuş tüyleri ve sandallardan oluşur. Yaklaşık 27 inç uzunluğundaki kabuk para ihtirasla peşinden koşulan ve tutkuyla biriktirilen bir şeydir. Kabuk para aracılığıyla, her insan bir diğeriyle, toplumda bir mevki edinmek, onurunun kırılması karşısında intikam almak, kızını saygıdeğer kimselerle evlendirmek ve kendine bağlı az miktarda yandaş kazanmak için mücadele eder. Bu, en önemli işaretleme hizmetlerini gerektiren siyasal alandır.¹²⁸ Müthiş dans gösterilerinde, zengin adam kendisini bu güderiler ve ağaçkakan derileriyle süsler ve lav taşından yapılmış bıçaklarını gösterir. Geçimini sağlayamadığı sürece hiç kimse siyasal arenaya giremez. Ama, diğer erkeklerle siyasal işlem yapabilmek için gerekli olan bu ikinci cins serveti olmayan

128) Dubois, Cora. "The Wealth Concept as an Integrative Factor in Tolowa-Tututni Culture." In *Essays in Anthropology Presented to A. L. Kroeber*, s. 49-65. Berkeley, Cal.: University of California Press, 1936.

birine, geçimini sağlamak tek başına anlamsızdır. Bu nedenle, her Yurok erkeği açısından, kendi refahı iki farklı dönemselliğe ve bununla ilgili mal gruplarına ayrılabilir. Ev işleriyle ilgili mal gruplarında, siyasal mal gruplarınıninkine benzer biçimde, ikame edilebilirlik ve tamamlanabilirlik vardır. Ama bu iki grup pratik olarak bağımsız ele alınabilirler. Som balığı açısından iyi bir dönem ya da kötü bir çilek hasadı, kabuk mübadelesiyle ilgili küme içerisinde kabuklar ve mallara olan talepte bir farklılık yaratmaz.

Tablo 7-1 Yurok hanehalkı tüketimi

Düzensiz ziyafetler para cezaları ve bahşişler	Bir diğerinin yerine, standart mübadele oranından ikame edilebilir siyasal mal alanı	Kabuklar Lav taşından Bıçaklar Geyik derileri Ağaçkakan Deriler Sandallar	Düşük sıklık, Geniş birimleri Kapsayan yüksek kademeli faaliyetler
Günlük ihtiyaçlar	Diğer mallarla serbestçe mübadele edilebilir ev mallar alanı	Ev Balık avlama siteleri ve oyun alanları Balıkçılık ve avcılık Takımları Yiyecek: Balık, Oyun Sebze Mamüller	Yüksek sıklık, Küçük birimleri kapsayan düşük kademeli faaliyetler

Tablo 7-1, Yuroklar için, iki mal kümesi arasındaki değer açısından bir sıçramayı gösterir. Yüksek sıklıkta kullanılan hane içi mallar, hiç bir dağıtım sorunu yaratmaz. Genel bir kıtlık olmadıktan sonra, hiç kimse yiyecek sıkıntısı çekmemiştir. Ağır borç yükü altında olan bir adam bir balık avlama yeri satmaya zorlanabilir. Ama bu sadece, kendisini satmak zorunda kalabileceği bir durumdan daha az vahim olan iflas nedeniyle olacaktır –aslında her ikisi de, genel bir destek ve itibar kaybından kaynaklanan sıra dışı durumlardır. Talep, çoğunlukla para kazandıracak araçlar olan düşük sıklıktaki siyasal mallara yoğunlaşmıştır. Toplumun en tepesinde, lider olan

en zengin adamlar vardır. Akli başında hiç kimse, hane içi mallar uğrunda siyasal mallardan vazgeçmeyecektir. Çünkü, siyasal malları ödünç vermenin getirdiği kâr oranı, hane içi mallardan beklenen kârdan çok daha büyük olacaktır. Cora Dubois'in buna benzer bir vaka için söylediği gibi, hane içi mallarda yakın akrabalar arasındaki işbirliği hüküm sürerken, siyasal mallarda hasımlar arasındaki rekabet hüküm sürer. Bu nedenle, burada belirtilen ayrı ekonomik alanlar hiçbir gizem taşımaz. Bunlar, ekonomik analiz tarafından kolaylıkla yorumlanabilirler. Ama, bu vakanın özel önemi, son bölümde ortaya konulan ilkelerin açık bir örneği olmasından kaynaklanır. Bu vaka, tüketim kullanımındaki dönemselleştirmelere dayandırıldığında, tümüyle bekleyeceğimiz gibi, iki mal sınıfı arasında kesin bir ayırım varmış gibi görünür. Öyle ki, bir gruptaki herhangi iki mal arasındaki ikame oranı, diğer gruptaki herhangi bir malın niceliğindeki değişiklikten yalıtılmıştır.

TÜKETİM ÖLÇEĞİ

Bu örnek, savımızı geliştirmek için kullanılabilir. Yüksek statülü mallar ve düşük sıklıkta kullanım ve bunun tersi arasındaki bağlantı belirtilmiş ve bütün ilgili dönemsellik modellerinin bir analizini yapmak için açık zorluklar olduğu gösterilmiş olsa da, Yurok örneği, tüketim faaliyetleri ölçeği kavramının bu tür bazı ilgili nitelikleri birleştirmek için uygun bir kısa yol olacağını göstermektedir. Geniş toplumsal birimlerle ilgili düşük sıklıkta ve yüksek mertebeli faaliyetler ve bunlara bağlı olan şeyleri iktidar ve etki merkezleriyle zorunlu olarak bağlantılandırmak, kolaylıkla geniş ölçekli bir tüketim örüntüsü olarak nitelenebilir ve bilgiyi elde etmek ve denetlemek için çok avantajlı olduğu varsayılabilir. Küçük toplumsal birimlerle ilgili yüksek sıklıkta ve düşük mertebeli faaliyetler, bilgiyi elde etmek ve denetlemek için dezavantaj olan küçük ölçekli bir tüketim örüntüsü yaratırlar. Rasyonellik varsayımlarının, bizi, bireyin geniş ölçekli bir tüketim örüntüsü türünü hedeflediğini ve Yurokların da böyle bir çabayı örneklediğini sanmaya götüreceğini daha önce ileri sürmüştük. Teorik olarak Yuroklar eşitlikçi bir toplumdur. Ne şefleri ne aristokratları vardı. İsteyen listeye girebiliyordu ve herkes de girmişti. Ancak bu, zenginliğin eşit biçimde paylaşıldığını

göstermez. Bir hızlandırma ilkesi, başlangıçtaki herhangi bir avantajın, işlem ölçeğinin büyümesine yol açmasını sağlamakta ve böylece, kümülatif olarak şanslı nimet sahibinin avantajına işlemektedir. Thomas Mayer bunu, iki piyanist örneğinden yola çıkarak açıklar. Mayer, doğuştan gelen yetenekleri ne olursa olsun, kazanılanların dağılımının yeteneklerin dağılımından daha çarpık olacağını söylemektedir. Çünkü yeteneklerin dağılımı işlem ölçeğindeki farklılıklar tarafından takviye edilir. İki piyanistten daha iyi olanı, iki çoğaltıcı etki nedeniyle daha yüksek bir gelire sahip olacaktır. Birinci etki, insanların bir bilet için daha çok para ödemeleri, ikinci etkiyse daha iyi piyanistin daha geniş bir salonda çalacak olmasıdır.¹²⁹ Zengin adamın daha çok yandaşı olduğu, daha çok yandaşı onun verdiği hizmetler için daha yüksek oranda para talep etmesine hak verdiği ve böylece daha zengin olarak daha çok yandaş çektiği için, Yuroklar arasında da zenginler daha zengin, fakirler daha fakir olmaktadır. Yurok insanı, imtiyaz sahibi olmayı önleyen engeller oluşturma ihtiyacı duymamıştır. Herkes rekabet edebilmekteydi ve piyasa ilkelere benzer biçimde, rekabetin kendi kuralları, avantajlı başlayanların karşılaştırmalı üstünlüklerinin çoğaltılmasına yarıyordu.

TİCARİ İŞLEMİN REDDİ

Kabile toplumundaki ayrıksı mübadele alanlarından verilecek diğer örnekler, bunların nasıl toplumsal gruplara dahil olmayı denetleyen tekeli engeller olarak biçimlendiğini göstermektedir.

Nijerya'daki Aşağı Benue ırmağında yaşayan Tivlerin, Avrupa'dan akan para sistemlerini yerle bir etmeden önce, bu türden üç tane ayrı alana sahip olduğu savunulmaktadır.¹³⁰ En üst kademe-deki alan, sadece kadınlar üzerindeki hakları içerir. Buna ulaşmak öyle sınırlandırılmıştı ki, bir kadını maddi servetle satın alma denemesinden kuşkulandırılması bile rezalet sayılırdı. O kadar da yaşlı olması gerekmeyen ama bir sülalenin başı olan Tiv "büyükleri", nüfuz sahibi adamlar, müttefik ağını genişletmek ve damat olarak kabul edilen herkesin uygun yeteneklere ve girişimciliğe sahip ol-

129) Mayer, Thomas. "Investment in Human Capital and Personal Income Distribution." *Journal of Political Economy* 66: 283, 1958.

130) Bohannan, P "Some Principles of Exchange and Investment Among the Tiv." *American Anthropologist* 57: 60-70, 1955.

masını sağlama almak için kadınlar üzerindeki haklarını kullanarak bir diğer nüfuz sahibiyle ticari işleme girer. Bir sonraki yüksek mertebeli alan, hepsi de savaş ya da ticaretle elde edilmiş metal asalar, giysi balyaları, silahlar ve köleleri kapsar. Etkin genç erkekler bu malları elde eder ve muhtemelen, kıdemliler arasında iyi bir itibar kazanmak ve evlilik ittifakı için elzem olan yardımı görmek için sülalenin hazinesine verirler. Ya da bunları piyasada doğrudan etki kurmak ve “büyükler”den biri olmak için kullanabilirler.¹³¹ En düşük mertebeli alan, yine hane içi eşyalar alanıydı. Burada tavuklar, çapalar, sepetler, kap-kacak ve hububat bir diğer hane maliyla mübadele edilebiliyordu.

Tablo 7-2 Tiv hanehalkı ticari işlemleri

a) Evlilik ittifakı-kadınlar üzerindeki haklar.	
b) İtibar kazandırıcı mallar	
Metal	}
Giysi	
Silahlar	
Esirler	
Sığır	
Geniş toplumsal birimleri kapsayan düşük sıklıktaki ticari işlemler, yüksek mertebeli.	
c) Ev eşyaları	
Sepetler	}
Kap-kacak	
Çapalar	
Hububat	
Tavuklar	
Küçük birimleri kapsayan yüksek sıklıktaki ticari işlemler, düşük mertebeli	

Yine bu örnekte, kadınlar ev işlerinde çalışsalar da, erkekler kadınlardan sorumluydu ve kendi çıkarlarını sağlamak için kadınlar üzerindeki haklarını kullanıyorlardı. İtibarlı alanlarda sadece erkekler çalışıyordu. Ev işleri, yüksek sıklıkta ve düşük statülü bir faaliyetken, öbür işler düşük sıklıkta ve yüksek statülüydü. Yurok örneğinde olduğu gibi, bir adam, itibarlı alandaki enerji ve çabayla, siyasal açıdan yararlı müttefiklerin yanı sıra kadınları da kazanıyordu. Bu nedenle, antropologları fazlasıyla uğraştıran ve bu alanlar arasında bulunan bir aktarılmazlık engelinden kaynaklandığı iddia edilen

131) Bohannan, Paul, ve Bohannan, Laura. *Tiv Economy*. Northwestern University Press, Evanston, Ill.: 1968.

sorun da yok olur. Bir Tiv adamının değerli silahlar ya da esirlerle yüzlerce sepet piliç ve hububatı mübadele etmeyi kabul etmesi ancak piliç ya da hububat işine girmesi kaydıyla iktisadi açıdan anlamlı olur; ama bu yolla da kâr elde etmek mümkün değildi. Böylesine eksik işleyen bir piyasada, doğrudan itibarlı mallara yatırım yapmak, düşük değerli piliçlere ya da hububata yatırım yapmaktan çok daha kârlıydı. Trollope'ın da kabul edebileceği gibi, evlenilebilir kızlara göz koymak, iktisadi açıdan daha avantajlıydı. Nihayetinde, piyasaya girişteki tekelci engellerden kaynaklanan iki büyük süreksizlik vardı. Yaşlılar, evlenilebilir kadınları sıkı kontrol altında tutabildiklerinden, kazanmak için her şeye sahiptiler ve haklı olarak maddi nedenlerle yerlerinden edilmeye karşı çıktılar. Siyasal avantajlar bilgi sistemini kontrol edebilmeleri anlamına geliyordu. Ayrıcalıklarını iki şeye borçluydular: Birincisi, kadınlar konusunda kendilerinden olmayanlarla ticari işlemlere girmeyi reddetmeleri; ikincisi, kadınlar üzerindeki kontrolü, ikinci alandaki zenginliği elde etmek ve sülalenin temsilcileri olarak bunları kontrol altına almak için kullanmaları. Bizim Tiv verileri üzerine yorumumuz budur. Bohannan ise bu ekonomik ve siyasal davranış analiziyle (toprak hukuku, piyasa kontrolü ve savaş), çalışması sırasında bir hayli değişmiş olan, kadınlar üzerindeki sülale kontrolü arasında bu kadar yalın bir bağlantı kurmaz. Bu sentez, Leleler arasında yapılan paralel çalışmalar tarafından da öne sürülmüştür.¹³²

Bir toplumsal sınırı devam ettirmenin bir yolu da kabul için çok yüksek bir giriş ücreti talep etmektir. Bir diğeri, iç ticari işlemlere katılım için gerekli olan normal oranları çok yüksek tutarak sadece çok zengin kişilerin oyuna katılmak için para verebilmesidir. Bir adamın dans topluluğuna girebilmesi için büyük bir kabuk servetine ve ender bulunan değerli şeylere sahip olması gerektiğinden, Yurok sistemi bu şekilde işliyordu. Üçüncü bir yol da dışardakilerle ticari işlem yapmayı açıkça reddetmektir. Ticari işlem yapmayı reddetmek, dünya çapında değilse bile öyle yaygın bir dışlama stratejisidir ki, tüketim nosyonunun yerine, kültürlerarası geçerli bir anlamda kullanabiliyoruz. Burada tüketim, ticari işlemlerin, hukuk ve ticaretin ötesinde kendi amaçları haricinde hiçbir şeyle sınırlanmayan tarafların özgür seçimi aracılığıyla serbestçe yapıldığı toplumsal ilişkiler

alanı olarak tanımlanmıştır. Tivler kadınların evlilikle devredilmesini ticaretin ötesine koyarlar. Kendi kızları için evlilik parasını kabul eden komşu kabileleri hor görürler. Aslında, öbür kabileler de evliliği ticaretin ötesine koyar ve damatlarının ailesinden bir çeyiz muadilini kabul etmekle gelin sattıklarını düşünmezler. Evlilikle ilgili ticari işlemler, kesinlikle sınırlandırılmıştır ve bu kabileler, evliliği hısımlık statüsüne kabul edilme hakkı kazandıran bir ortaklık olarak düşünürler. Ama, kadınları mal karşılığında mübadele etmenin tümüyle reddedilmesi sayesinde, Tivler, ihtiyarların bütün bu karışık sülale yapısını elinde tutmasına olanak vermişlerdir. Sömürge öncesi dönemlerde, sadece büyük savaşların getirdiği sıkıntı yüzünden genç savaşçıların kendi kuşaklarının önüne geçerek büyüklerin ve kontrol edenlerin mertebesine ulaşabildiği oluyordu. Bohannan, bütün ticari işlemlere nüfuz edebilme gücüne sahip olan Avrupa parasının girişiyle toplumsal sistemin çöktüğünü iddia etmektedir. Ancak Lele örneğinde, yaşlılar paranın içeri girişine karşı etkin bir biçimde direnebildiler. Eğer, daima mesken cinsinden ödemede ısrar ederek, evlilik ücreti olarak Belçika frankını kabul etmeyi reddetmemiş olsalardı, evlenilebilir kızlar üzerindeki kontrollerini kaybedeceklerdi. Çünkü gençler frank kazanabilirken kendileri kazanamıyordu. Hatta yaşlıların karşı çıkışı, frankın mübadele değerini yarıya indirmiş ve bütün borçlar için mesken cinsinden ödemelerde %10 indirim yapılmasını sağlamıştı.¹³³

KISITLI DOLAŞIM

Artık kısıtlı alanlar hakkında, açıklanamaz, gizemli ve geleneksel ekonomi teorilerine ters hiçbir şey yokmuş gibi görünüyor. İstenmeyen arbitrajlardan sınırları korumak için harcanan çaba, ne kadar şeyin tehlikede olduğunun anlaşılmasıyla ateşlenir –rekabetçi bir ortamda kişisel hayatta kalma ya da bütün gelenek ve değer sisteminde kolektif olarak hayatta kalma. Kısıtlı dolaşımın, bütün çalışma ve ödüllendirme sisteminin bir ögesi olma dışında gelişme olasılığı yoktur.

İbadan'ın Hausa mahallesinin zengin kadın tacirlerinin süslü ithal kap-kacak çılgınlığı, ilk bakışta akıl dışı bir arzu, tüketici

133) Douglas, Mary. "Raffia Cloth Distribution in the Lele Economy." *Africa* 28: 109-122, 1958.

beğenisinin bir tuhaflığı olarak görülebilir. Eğer böyleyse, kadınların beğenileri, bu süslü kaplar yerine herhangi başka bir şey üzerine de yoğunlaşabilirdi: Bir “para birimi” biçimi açısından, maddi bir şeyin seçimi tamamen keyfi de olabilir. Eğer bölünebilir, ölçülebilir, dayanabilir, saklanabilir ve taşınabilir kap-kacak kolleksiyonu, kısıtlı bir mübadele alanının para birimi olarak düşünülürse, bu kadınların doyumsuzca daha da çok kap-kacak satın almaları tamamen açıklanabilir hale gelir.

“Peçenin Berisindeki Ticaret” başlıklı bir bölümde Abner Cohen, İbadan’ın Müslüman Hausa’sının normal olarak kadınlarını tecrit ettiklerini açıklar.¹³⁴ Fahişe olup özel bir kariyer yapmak isteyen birisinin, istediği yere gitmeye hakkı vardır. Ama paradoksal olarak bu durum kendisine, saygın patronişelerin yaptıkları gibi servet biriktirme hakkı vermez. Hausa Bölgesi, 1960’larda, hepsi de doyurulmaya ihtiyacı olan bekârlar ve yabancıların doluşmasıyla gelişen bir ticaret merkeziydi. Evli kadın, yemek pişirerek ve satarak, kârlı bir yemek sanayiine girebiliyordu. Bunun için emeğe ve sermayeye ihtiyacı vardı. Kendi kızları, akrabalarının kızları ve hatta beslediği yabancıların çocukları bile onun ayak işlerine koşacak ve onun işlerini yapacaktı; karşılık olarak da onların münasip evlilikler yapmalarına yardım etmesi bekleniyordu. Sermaye için üç kaynağı vardı: Evlilikte verilen ilk hediye, kocası tarafından verilen ev harçlığından artırılanlar ve ticaretten gelen kâr. Bu evli kadın, işe, kocası kirayı verdiği ve onu doyurup giydirdiği için pratikte hiçbir sabit masraf yapmaksızın başlayacaktı. Eğer düzenli bir müşteri kitlesi oluştursa, çok büyük bir miktarda servete kavuşabilecekti. Ancak onun eve kapatılmasına karar veren toplumsal yapı, aynı zamanda, yemek sektörü erkeklerle rekabet etmediği tek yer olduğu için, servetini diğer iş kollarına yatırmasına engel olmaya karar verdi. Bu nedenle sadece evli kadın satıcılar tarafından paylaşılan özel bir tüketim örüntüsünün gelişmesi ve bu örüntünün, evli kadın satıcıların birbirlerinin iş alanındaki başarılarını ve itibarlarını sınarken başvurulmuş bir ölçüt haline gelmesi gayet anlaşılır bir durumdur. Kadınlar ev sahibi olabiliyor, nakit para ve mücevher biriktirebiliyorlardı.

134) Cohen, Abner. *Custom and Politics in Urban Africa: A study of Hausa Migrants in Yoruba Towns*, s. 59, 66-68. Berkeley, Cal., University of California Press: 1969.

Ama son zamanlarda, nerdeyse bütün ev kadınları arasında yayılan özel bir çılgınlık, daha çok sayıda Çekoslovak malı parlak renkle minelenmiş kâselerden satın alma çabası, bütün kârların erimesine yol açmıştır. Sabolu ev kadınlarının arasında, bu kâseler en önemli statü sembolü haline geldi ve kadınlar, sahip oldukları kâse sayısına göre statü kazanmaya başladı. Bölgedeki bazı ev kadınları, bu kâselerden yüzlercesini biriktirmeyi başardı ve bunları küçük, karanlık odalarında tavana kadar yükselen sütunlar halinde itinayla düzenledi. Ticaret yapan bir toprak ağası, karımı, iki karısını ziyaret etmesi için davet etmişti. Ancak bu kadınlar, kocalarından, değerli kâselerini yıkayabilmek ve yeniden düzenlemek için ziyaretin nerdeyse iki hafta sonrası için ayarlanmasını istediler. Sabo'da mekanlar dardır ve kocalar bu dağ gibi kâse yığınlarına aşırı derecede sinirlenmektedirler. Bölgenin evli erkekleri arasındaki yaygın bir alaycı şikayette, bir erkeğin kâselerden dolayı bugünlerde sabah namazı için bile boş bir alan bulamadığı söylenir.

Böylece, bir evkadını kâse biriktirir ve kendi kızı ya da beslemesi evlendiğinde, genellikle kızın ona hizmet ettiği zamanın uzunluğuna göre hazinesinin bir kısmını ona verir.¹³⁵

Bütün bunlar, çılgınca, irrasyonel ve komik bir tüketim gibi görünüyor. Ancak etnograflar, faydayı, kazanma yeteneğinden bağımsız olarak ele alma tuzağına düşmezler. "Bir evkadını, daha çok kâse biriktirdikçe akrabaları arasında daha çok sayıda evlilik namzeti kızı etkileyecek ve elinde tutacaktır. Bir kadın yaşlandıkça, evkadınlığında daha kıdemli olur ve daha çok kızı kendi hizmetine çeker." Tüketim ve üretim arasındaki bağlantı apaçık ortadadır.

EKONOMİ ÜZERİNDEKİ KONTROL

Bu vakalarda ve örnek verilebilecek daha birçoğunda, ticari işlem yapmayı reddetmek ya da özel nakitler dışında ödeme kabul etmeyi reddetmek, bir imtiyazı korumaktan öte bir şeydir. Fiilen korunmakta olan sınırlar bütün ekonomi, üretim ve tüketim yapısını kuşatır. Bütün sistemin denetimi tehlikede bulunabilir. Bu nokta tamamen anlaşıldığında, tüketim teorisi geri plana itilmekten kurtulur ve ekonominin analiziyle yeniden bağlantılandırılır.

Elde edilen bireysel lüks eşyalar, kendi başlarına, öbür tüketicilerin kavradıkları tutarlı bir debdebeden ya da en azından ekonomik

güvenilirlikten başka bir şeyin işareti değildir. Bu eşyalar, birbirine bağlı bir nesneler dizisi değilse, başka bir nesneler dizisi oluşturmaktadır.

Kap-kacak biriktiren Sabolu zengin kadın tacirler arasında itibar kolaylıkla kendi üretim sistemlerindeki mali bağlantıyla ilintilendirilebilir. Ama, antropolojik malzemeye en iyi uyan tüketim teorisinde izlenen yol, genellikle daha dolambaçlıdır. Bu yol, daha yaygın bir saygınlık, bir uygun vesile anlayışı, inceden inceye ayırım yapma ve işaretleme hizmetlerinin yer aldığı toplumsal manzarayı baştan aşağı bilme yeteneğinin işaretleri tarafından karakterize edilir ve herhangi bir büyük törenin dışında bırakılamayacak üstün tüketicileri tanımlar. Bu türden bir toplumsal itibar çok iyi bilinir ve bunun önemini belirtmeye bile gerek yoktur. Ama bunun bazı sonuçları daha az bilinir. Sabolu hanımların kendi başat çıkarları açıkça ticaridir: Toplumun başka taraflarından tecrit edilmeye zorlanmaları onların alanını daraltır ve böylece lüks eşya tercihleri sınırlanır. Daha özgür bireyler açısından lüks bir eşyanın ana niteliği, çok çeşitli bir eşya dizisinin bir parçasını oluşturmasıdır. Tek bir lüks eşyaya sahip olan kişi, fakir bir kişidir. Bir insan zenginleştikçe, gelir-bağımlı satın alma alışkanlıkları çeşitlenecektir ve eğer lüks eşyaların mahiyetini kavramak istiyorsak, bu eşyaların toplam yapısı göz önüne alınmalıdır. Görece zengin olmanın birçok avantajından biri de, gelirdeki bir düşüş ekonomiyi zorladığı zaman, bir diğerine çok zayıf biçimde bağlı olan ve kesinti yapmaya kolayca elveren tüm bir eşya dizisinin bulunmasıdır. Normal olarak iktisatçılar, bu çeşitliliğin, herhangi bir eşyanın artan birimlerinden tatmin olma olanağı o eşyanın elde edilme miktarıyla birlikte düştüğü için, arttığını kabul ederler. Ama ben, bu işin bir de bilgi boyutu olduğunu savunuyorum. Sabolu bayanlar, kâse koleksiyonları söz konusu olduğunda doyumsuzdular ve çok fazla biriktiremiyorlardı. Eğer çok zengin bir toplumsal hayatları olsaydı, makul olarak, ziyaretçilerine göstermek ve düğünlerde hediye vermek için kap-kacağın yanı sıra başka şeyler de isteyeceklerdi.

Bir bilgi sistemi içinde tüketim malları olarak lüks mallar hakkında iki noktanın belirtilmesi gerekiyor. İlk olarak, yüksek derecede çeşitlenmiş bir toplumda, lüks mallara olan talep de buna uygun olarak çeşitlenecektir: Her bir kalem kendi işaretini yollar ama

her biri aynı zamanda, uygun tüketim etkinliğiyle birlikte özel bir toplumsal ilişkiler alanını da temsil eder. Bilgi ulaştıkça, zengin birey daha ince ayarlanmış bir satın alma alışkanlığına ve kullanabileceği mallardan gelen işaretlemeye sahip olur. Tam da bu çeşitliliğin kendisi, lüks eşyalarla ilgili önemli bir olgudur; her biri fazlasıyla uzmanlaşmış bir faaliyette, konfor ve üslup açısından son sözdür. İkincisiyse, paradoksal bir biçimde, standartlaştırma eğilimleridir. Akşam yemeğine giden her hangi bir kişinin, genel yemek yeme adabına uyması bunu ispatlayacaktır: Aynı ordövr, mevsime göre aynı sülün kuşu ve somon balığı, aynı sebzeler ve yemek sonrası tatlıları izleyen konsantre sıcak ve soğuk içeceklerden aynı küçük yudumlar. Yüksek mertebeli vesileler için geçerli olan formül, yanlış işaretler verme tehlikesi nedeniyle değiştirilip bozulamaz.¹³⁶

Bu standartlaştırma eğiliminin anlamı nedir? Bu eğilim, yakın değer karşılaştırmalarının gerekli olduğu yerler dışında muhtemelen artmaz gibi görünmektedir. Sermaye devrinin daha yavaş olduğu, bilginin eksiksiz olmadığı, yüksek kârın daha riskli olduğu bir piyasa sisteminin marjinlerinde, standartlarda sapmalar görülebilir. Ancak rekabetin en hararetli olduğu yerlerde standartlaştırma ortaya çıkar. Sabolu hanımlar, tamamen yönlendirebildikleri bir alan olan Çekoslovak renkli kâselerini standartlaştırmıştır. Trobriandlarda, Kula nesnelerinin mübadelesi sıkı bir biçimde standartlaştırmıştır: Kırmızı kabuk taneler ve beyaz kabuk pazibentleri olmak üzere sadece iki madde türü kabul edilmektedir. Maddeler, bireysel olarak bilinir ve döngüdeki herkes uzman olduğu için, nispi değerleri oluşturulabilir.¹³⁷ Daha önce gördüğümüz gibi, Yuroklar arasında sadece belli eşya sınıfları eşdeğer sayılır ve ikame oranları tam olarak bilinir. Değerleri standartlaştırma eğilimi güçlü olduğu zaman toplumsal denetimin kritik bir biçimi uygulanır; bu, küçük farkların büyük sonuçlara yol açtığı rekabetçi bir sistemin hararetli merkezine yakın olduğumuzu gösteren bir işarettir.

Uzak kabilelerin etnografisi, okuyucuyu gönül rahatlığına sevebilir. Ancak bu kötü bir durum olurdu. Eğer üretim ve tüketim

136) Leymore, V. *Hidden Myth: Structure and Symbolism in Advertising*, s.125-127. Londra: Heinemann, 1975.

137) Malinowski, B. *The Argonauts of the Western Pacific*. Londra: Routledge & Kegan Paul, 1922.

döngüsel bir sürecin parçası olarak gösteriliyorsa, üretimi işaret eden suçlayıcı parmaklar aynı zamanda tüketim davranışını da işaret etmelidir. Ticari işlem yapmayı reddeden (ister düğün törenlerine katılmayarak, ister bira içmeyerek) bencil binlerce kişinin bu tavırları, servet biriktirmeyi ve bunun peşinden gelen ilerlemeyi etkileyeceği gibi, yeniden dağıtımaya yönelik yasaların etkilerini de sıfırlayabilir. Zira tüketim, katı biçimde hüküm verilen karşılıklılık ilkesine bağlı olduğu sürece, en az etkin üyelerinin en az enerji gerektiren ve en az ödül getiren mertebelere doğru sırayla itilebileceği bir piyasaya benzer.

AYRILABİLİR EŞYA TALEBİ

Son bölümden çıkarılan ders açık olsa da, bunun kendimize uygulanması henüz açık olmayabilir. Örnek verilen kabileler uzak, küçük ve egzotikti. Bizse tamamen farklı şeyleriz, yakın, geniş ve o kadar aşinayız ki, bu kabilelerde, eşyaların parçalara ayrılmış gruplamalarını vermek için ortaya çıkan ayrı ekonomik alanların buradakine benzer şekilde işlediğini görmek çok zordur.

Şimdiye kadar almış olduğumuz yolu bir özetleyelim. Tüketim teknolojisinin kişisel kullanım talebine nasıl yanıt verdiğini görerek, mertebelendirme ve tüketim kalıplarındaki belli sıklıklar arasındaki bağlantıyı dikkate alarak bir tüketim ölçeği kavramına sahip oluruz. Geniş ölçek ve yüksek mertebe, geliri sürdürmek için gerekli olan bilgiye ulaşmak ve onu kontrol etmek anlamına gelir. Geliştirmekte olduğumuz bilgi yaklaşımı, tüketicinin geniş ölçekli tüketime ulaşmak için rasyonel olacağını ima eder. Etnografik vakalar, başarılı giriş yapanlarda, bilgiyi kontrol ettikleri ortamın etrafına koruyucu engeller dikme eğilimi olduğunu göstermiştir. Eşyalar arasındaki

bölümle(n)me, açıkça toplumsal bölünmenin bir ifadesi olarak görünür ve tüketim ölçeğinde büyük oransızlıklara yol açar.

Eşyalar arasındaki bölümlemeleri araştırma çabasının toplumun yapısını tetkik etmeden gösterilmesi, bir zaman kaybı gibidir. Etnografik vakalardan çıkan son bir ders de, tabakalaşmış bir sistemdeki en üst mertebenin, çoğunlukla; maddi nesneler açısından sade olan çok seyrelmiş bir alan olduğudur. Tivler arasında, en üst mertebede, kadınlar üzerindeki haklar mübadele edilirken eşyalar kesinlikle kullanılmaz. Hausa kadınları arasında tüketim, değerli malları kapsamaz; işletme hizmetlerinin mübadelesi, dostları gelip bir göz atmaları için davet etmekten ibarettir. Değerli Kula nesnelerinin yüksek mertebeden erkekler arasında dolaşıma girdiği Trobriandlılar arasında en kıymetli nesneler, nakledilirken en fazla özen gösterilen ve pek sergilenmemiş olan en eskileridir. Bunların isimleri bilinir ve insanın isminin meşhur bir değerli malın ismiyle birlikte anılması bir şereftir. Aslında, en üst alanda ticari işleme giren şey, karşılıklı bir güven ağı hakkında paylaşılan bilgidir. Gerçek eşyalar, buzdağının görünen parçasıdır. Geri kalan, kişilerin, yerlerin, nesnelerin ve tarihlerin üstü örtük sınıflandırıldığı bir isimler katalogudur. Asıl faaliyet, bunların değerlerini olabildiğince kesin bir biçimde standartlaştırmaya yönelik sürekli bir çabadır.

En üst alanda tutulan ve olabildiğince bu alanla sınırlandırılan şey yaratıcılıktır. Alternatif yollar göze çarpabilir, alternatif bilgi türleri ima edilebilir, ancak burada, ayrıcalıklı en yüksek mertebeden üst tüketiciler çevresinde, kararlar himayeyle ilgili olarak alınır. Himaye etmek, kaynakların belli bir yere sevk edilmesini desteklemektir. Önemli bir maddi destek olmadan, başka olanakların imâ edilmesi ve göze çarpması, gerçekleşmeden kalacaktır. Burada, bilginin kontrol altında tutulduğu en üst mertebede, yeniden tahsis olanakları, doğal olarak kişisel çıkar açısından gözden geçirilir.

İktisatçıların malları gruplandırma ilkeleri ararken, malların fiziksel özelliklerine bakıyorlarsa yanlış yolda olduklarında ısrar etmek malumu ilam olacaktır. Sadece küçük ölçekli tüketim faaliyetleri üzerine yoğunlaştıkları takdirde de muhtemelen yanlış iz peşinde olacaklardır: Zenginleri anlamazsak fakirliğin nasıl ortaya çıktığını ya da bunun nasıl bir his olduğunu anlamak için pek ümit yoktur. İktisatçılar, eğer sadece tek başına hanehalkının içinde neler olduğu

üzerine yoğunlaşır ve ölçüm çubuklarını hanenin diğer hanehalklarıyla ilişkisini sistematik bir biçimde ayrıntılarıyla ortaya koymak için kullanmazlarsa yanlış yola sapabilirler. Hanehalkı üretim sürecinin bir parçası olarak tüketim üzerine çalışan iktisatçılar,¹³⁸ hanehalkını, zaman ve parayla satın alınan eşyaların birleşik girdisinden kendisi için hizmet ürettiğini düşünürler. İktisatçılar, diğer hanehalklarından gelen işaretleme hizmetlerini analizlerine dahil ederler. Ancak, uygulamanın sonuçları, işaretleme hizmetlerini¹³⁹ elde etmenin koşulları analiz edilmediği için hayal kırıklığı yaratmaya eğilimlidir.

İktisadi antropolojinin bizimle olan ilgisi meselesi, ayrı tüketim alanlarına benzer herhangi bir şeyin bu ülkede ve bugün, bu çağda bulunup bulunmadığına bağlıdır. Görece kısa vadeli piyasa davranışları incelenirken, doyurucu bir açıklamanın, gelir dağılımı, fiyatlar ve hanehalkının büyüklüğü ve niteliğine göre formüle edilebileceği ve tüm bunlar uygun bir biçimde hesaba katıldığında tüketici davranışı açıklamasının pratik olarak tamamlanmış olacağı öne sürülebilir.¹⁴⁰ Ortalama ulusal davranış çerçevesinde bu doğru olabilir – sınıfsal olarak tabakalanmış bir toplum olduğumuz sürece, farklılıklar, kazanç ve servetin dağılımını belirleyen, ekonominin üretim tarafında bulunmak zorundadır. Eğer bu farklılıklar yok olsaydı, sadece büyük ve küçük aileler arasında, işsiz ve iş sahibi arasında büyük tüketim farkları olacaktı ve bunun dışında pek bir fark olmayacaktı. Ancak, etnografiden gelen deliller, bütün değerli kaynakları kontrol etmek ve korumak için ortaya çıkan ve toplumda sürekli biçimde yeni

138) Reid, Margaret, G. *Economics of Household Production*. New York: John Wiley, 1934; Becker, G. S. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. New York 1954; Nerlove, Marc. "Household and Economy: Towards a New Theory of Population and Economic Growth." *Journal of Political Economy* 82, 1974; Nerlove, Marc, ve Schultz, T. W. "Love and Life Between the Censuses: Mode of the Family Decision Making in Puerto Rico, 1950-1960." Rand Corporation, RM 6322 Aid, 1970; Schultz, T. W. "The Value of Children: An Economic Perspective." *Journal of Political Economy* 81(1): 2-13, 1973.

139) Becker, G. S. "A Theory of Human Marriage." *Journal of Political Economy* 81(4): 813, 1973; Michael, R. T. ve Becker, Gary "On the New Theory of Consumer Behaviour." *Swedish Journal of Economics* 75(4): 378-396, 1973.

140) Muellbauer, John. "Household Composition, Engel Curves and Welfare Comparisons Between Households: A Duality Approach." *European Economic Review* 5: 103-122, 1974.

boyutlar yaratan etkili, kendiliğinden dışlama güçlerinin izini sürebileceğimizi gösteriyor. Kuşkusuz bir adım daha atıp etnografik benzerliğin, kendi tüketim davranışlarımızın iktisadi açıdan anlaşılmasında daha önce olmadığı kadar anlamlı olduğunu iddia edebiliriz. Zira, iktisadi düşünceler tarihinin daha önceki aşamalarında birinci olarak toprağın, ikinci olarak da emeğin servet ve gücün kaynağı olduğu savunuluyordu ki, bu iki varsayım da dikkatleri üretime yöneltmektedir. Ama artık dikkatler, teknik *know-how* üzerine yoğunlaştığı için, eğitimin yeri belirsizleşmiştir.¹⁴¹ Eğitimi tüketim olarak değil, insani sermayeye yatırım olarak ele almak gerekir. Teknolojik olarak önde olmak, uluslararası ticarette karşılaştırmalı avantaj sağlayan esas faktör olarak görülür.¹⁴² Dolambaçlı bir paradoks yüzünden, sürekli değişen bir sahnede içerden bilginin, kontrol etme yarışında liderliği almanın temel faktörü olduğu ilkel toplumların iktisadi durumuna döndük. Bir önceki bölüm, bu bağlamda tüketimin nötr olmaktan uzak olduğunu göstermektedir.

Kendisini tarafsız, arkadaş canlısı ve konuksever bir tüketim alanı olarak gizleyen şey, pratikte kontrolü elinde bulunduranlar ve dışlananlar arasına ayırım çizgileri çeker. Etnografi, Tiv ve Yuroklarda olduğu gibi burada da ayrı ve mertebelenmiş tüketim alanlarını fark edeceğimizi ve bunların, mallar arasındaki gruplamaları görmek açısından bir temel sağlaması gerektiğini öne sürer.

Bir önceki bölümün etnografisi ile bizim durumumuz arasında bir köprü hizmeti görmesi isteniyorsa bu şemanın bir parça açıklanması gerekir. Tablo 8.1'de, birinci sütundaki tüketim ölçeği, ikinci ve üçüncü sütunlarda tarif edilmiştir. Tivler arasında, küçük ve büyük ölçek arasındaki farklılık, en açık biçimde kadınlar ve erkekler arasındaki farklılığa denk düşer; yalnızca kadınların dönemsellik kısıtlamalarına tabi olduğu olgusu, tek başına, erkekleri savaş, ticaret ve siyaset için serbest bırakır. Üçüncü sütundaki geniş birimlere yapılan gönderme, ya törenin muazzam bir ölçekte olduğunu ya da, eğer tören seçkinse, her bir tüketicinin, bazı geniş toplumsal çıkarları, kendi sülalesini ve siyasal hizbini ya da Sabolu kadın tüccarlar

141) Schultz, T. W. *The Economic Value of Education*, s. 66 ve devamı: New York: Columbia University Press, 1963.

142) Vernon, R. (der.), *The Technology Factor in International Trade*. National Bureau of Economic Research, 1970.

Tablo 8.1 Tüketim Alanları

Tüketim Ölçeği	Hanehalkı süreçlerindeki dönemsellik sınırlamaları	Geniş birimleri kapsayan büyük tüketim törenlerinin sıklığı
Küçük	Ağır sınırlamalar, yüksek sıklıktaki hanehalkı rutin işleri	Nadir
Orta	Düşük dönemsellik sınırlamaları, gelişmiş teknoloji temelli tüketim.	Nadir ve daha geniş tüketim çevrelerindeki işaretleme hizmetlerinin dolaşımından dışlanmış.
Geniş	Gelişmiş teknoloji ya da ev emeğinin istihdamı sayesinde dönemsellik sınırlamalarına tabi olmama	Sık, geniş birimleri kapsama ve orta ve aşağı mertebelerin tekeli bir biçimde dışlanması

örneğinde olduğu gibi, evsahibesine potansiyel olarak çocuk emeği arz eden geniş bir kişisel ilişki ağını temsil ettiğini gösterir. Bu tür olaylarda gösteriş yoluyla mübadele edilen bilgi, sonuç olarak daha etkilidir, ekonomik ve siyasal *status quo* ile ilgilidir.

Modern sanayi toplumunda, bu türden toplumsal alanlar varsa, en yüksek alanın tekel uygulayabilmek amacıyla kasti ve bilinçli dışlamalara başvurup vurmadığı sorusuna peşin hükümle yaklaşılmaya gerek yoktur. Değişik dönemselliklere dayalı hayat tarzı bizzat, özgür toplumsal ilişkinin önünde, amaçlı olmasa da doğal bir engel oluşturur. Daha sonra, habis karşılıklılık kuralı gelir. Eski Ahit'deki en katı kural olan aynı "göze göz dişe diş" ilkesi, tüketimde katı bir ayırım ilkesi yaratır. Karşılıklılığın esas olduğu yerde (ki, adil bir muamele ilkesi olarak neredeyse evrensel bir biçimde kabul edilmiş gibidir), her alanda birbirinin benzeri eşyalar mübadele edilirler. Bu nedenle, karşılıklılık kendi başına bir dışlama ilkesidir. Sabolu kadınlar, bir başkasının mineli kâselerini hayranlıkla seyretmeye gittiklerinde, etnograflar, kâselerin hepsinin bu kadar benzer olduğundan hayrete düşerler. Aynı şekilde Malinowski, Trobriand Adalıları tarafından çok değer verilen Kula nesnelerinin çok sıkı bir biçimde standartlaştırıldığını belirtirken, bu mübadelenin, ticaretin alışıldık amaçlarını gerçekleştirmediğini ima ederek şaş-

kınlığını hissettirir. Malinowski, Kula mübadelesini adalıların uyguladığı takasın çeşitli biçimlerinden çok farklı bir şey olarak ele alırken basit bir ayrıma bakar. Takas yaparken, denize uzak köyler, kıyıda yaşayanlar tarafından sağlanan balık karşılığında yerelmelerini verirler ve adalılar kendi uzmanlaşmış becerilerinin ürünlerini veya bölgesel kaynaklarını mübadele ederler. Mübadele farklılığa dayanır, ama Kula nesneleri söz konusu olduğunda farklılığı anlamak için bir uzman gözüne ihtiyaç vardır. Bizim içinse, bir düğün pastası ya da gümüş bir çay tabağı ve bir başka şey arasındaki farklılığı görebilmek için eğitilmiş bir göz gerekmektedir.

Burada yine, iktisadi teorideki bir değişiklik, etnografik vakaları, eskisinden daha çok bize benzer hale getirir. Linder'in uluslararası ticaret modeli, bunu iki türe ayırır.¹⁴³ Gelişmiş ve teknolojik açıdan önde olan ülkeler arasında vuku bulan şey, ticaret yapan her ülkedeki talep yapısının benzerliğine dayanır. Bu ülkeler yüksek standartlı, çok küçük farklara sahip, aynı türde malları mübadele ederler. Linder böyle bir ticaretin dezavantajlarını ve çok farklı bir talep örüntüsüne sahip bir ülkenin maruz kaldığı o piyasaya girme zorluklarını anlamak için sağlam gerekçeler sunar. Linder'in savı, dönemsellikler ve teknolojideki farklılıklara dayalı olarak farklı tüketim alanlarının ortaya çıkışını açıklayabilmek için kullandığımız sava çok yakındır (ama çok daha başarılıdır). Linder tarafından tasvir edilen ikinci tür dış ticaret, mübadele temelinin farklılık olması yönüyle geleneksel teoriye uygundur. Bu genellikle, gelişmemiş bir ülkenin gelişmiş bir ülkeye hammadde ürünleri ihraç etmesi anlamına gelir. Antropolojik raporlardaki asimetrik mübadeleden kaynaklanan bütün eşitsizlik ve dezavantajlar¹⁴⁴ bu türden dış ticarete bulunur ve analiz edilir.

FAKİR BİREYLER VE FAKİR ÜLKELER

Uluslararası ticaret örneği, tüketimi anlamak açısından birkaç yönden yararlı görünmektedir. Hem güçlü hem de faydasız diye

143) Linder, Statien B. *Essay in Trade and Transformation*. New York: John Wiley, 1961.

144) Sahlins, Marshall D. "On the Sociology of Primitive Exchange." In *The Relevance of Models for Social Anthropology*, M. Banton (der.), (A.S.A. Monograph no. 1), s. 139-236. Londra: Tavistock, 1965.

eleştirilmiş olan faydacılık teorisi gibi bu konudaki eski teorik araçlar da aynı çıkmaza girmiştir. İktisatçılar teorisinin dışlılarının, gerçeklikle birleşmeden çalıştığını bizzat görmüşlerdir. Aynı zamanda, fazlasıyla ampirik bir araştırma ruhu, mübadele ve etkileri hakkında yeni düşünme yolları geliştirmektedir. Fakir bir hanehalkının durumu muhtemelen fakir bir ulusun fakirliğine çok benzerdir.

Ekonomik faaliyetlerin alışıldık sınıflamasını izleyerek başlayabiliriz. Bu sınıflama, üç büyük iş sektörünü tanımlamaktadır.

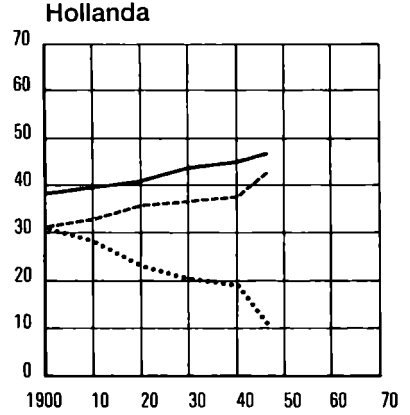
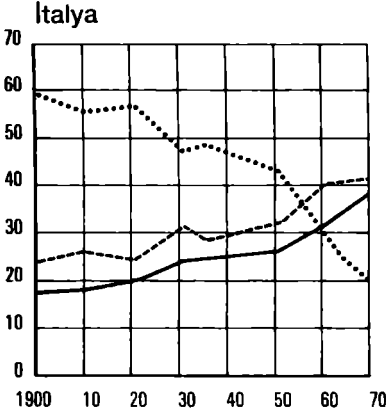
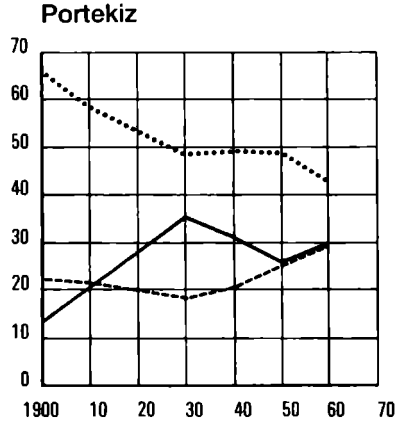
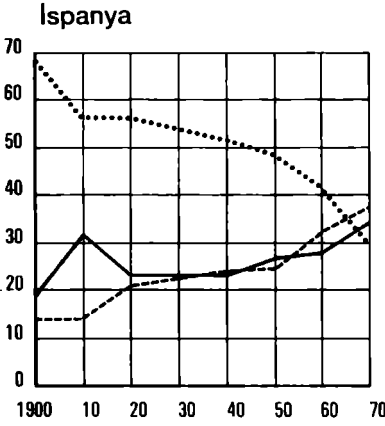
Birincil	: Tarım, avlanma, ormancılık ve balıkçılık
İkincil	: Madencilik ve taş ocağı, imalat, elektrik, gaz, su ve inşaat
Üçüncül	: Ticaret, nakliyat, depolama ve iletişim, finans, sigorta, emlak ve iş hizmetleri, cemaat, toplumsal ve kişisel hizmetler (diğer faaliyetler doyurucu biçimde tanımlanmamıştır.) ¹⁴⁵

Birincil sektör doğal kaynaklara dayanırken, öbür ikisi sermaye ve vasıflı emeğin çeşitli biresimlerine dayanır. İkincil sektörün çoğu, hem vasfın hem de sermayenin yoğun kullanımına dayanır. Üçüncül sektör, çoğunlukla özel vasıflara ihtiyaç duyar. Bu vasıflara, bizim kendi tüketim alanlarımızı karşılaştırırken özel bir ilgi göstereceğiz; zira büyük bir üçüncü sektörün gelişimi, bir bütün olarak ekonomik sistemin yanı sıra idari karar verme ve yönlendirme kapasitesini de içermektedir.

Ekonomik gelişmeyle ilgili değişiklikler, birincil sektördeki iş gücünü yavaş yavaş ikincil sektöre kaydırırlar. Gelişmiş bir ekonomide, üçüncül sektör en geniş iş kaynağı olmaya başlar. Az gelişmiş ülkelerle gelişmiş ülkeleri karşılaştırsak, bir ülkenin üç sektörü arasındaki emek dağılımının da aynı yapıda olduğunu görürüz. Belli bir ekonomik gelişme döneminden sonra birincil sektördeki düşüşü ve üçüncül sektördeki büyümeyi gösteren Şekil 8.1'de, kaymalar açık bir biçimde görülebilir. İspanya örneğinde üç çizgi sadece 1960'larda kesişmektedir; Portekiz'de aynı dönemde birincil sektör hâlâ en geniş sektördür; ve İtalya ile Hollanda arasındaki çarpıcı fark, birinin fakirliğini, öbürünün refahını göstermektedir.¹⁴⁶

145) From the *International Standard Industrial Classification of Economic Activities*. New York: Statistical Office of the United Nations: cited in *The Service Industries* by Yves Sabalo, s. 12, 21-22. Cenevre: ILO, 1975.

146) A.g.y.



- BI (Birincil sektördeki işgücü)
 ----- II (İkincil sektördeki işgücü)
 ————— ÜI (Üçüncül sektördeki işgücü)

Şekil 8.1: Birincil Sektörün Gerileyişi

Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Endüstriyel Sınıflaması'ndan. New York: Birleşmiş Milletler İstatistik Bürosu; Endüstri Hizmetleri'nden aktaran Yves Sabalo, s. 12, 21-22. Cenevre: ILO, 1975.

Aşağı yukarı aynı model, hanehalklarının ekonomik yapıları için de kullanılabilir. Fakir hanehalkları zamanlarının çoğunu yemek bulmaya ve hazırlamaya harcamak zorundadırlar. Bir sonraki düzeyde, halihazırdaki hanehalkının emekten tasarruf etmesini sağlayan bir teknoloji içeren araçlarla donanmış bir hanehalkı sınıfı vardır. Ama bu teknoloji, hanehalkları arasında uzun mesafeli ticari işlemlerin, sürekli bir işaretleme hizmetleri mübadelesi olarak korunduğu üçüncü düzeyde çok zayıftır. Bir analojiye başvurmak açıklayıcı olacaktır. Birinci ve üçüncü düzeyler arasında, Engel Kanunu'nu destekler biçimde, toplam masraflardan yiyeceğe ayrılan oranda düşüş görülmektedir. En üst düzeyde, Engel eğrileri ailesi, hanehalkının işlerini çamaşırhanelere ve temizleyicilere yüklemeye ve uzmanlaşmış bilgi taşıyan gazetecilik, eğitim, finans, danışmanlık, komisyonculuk, emlakçılık, sigorta ve avukatlık gibi hizmetlerin masraflarını çıkarmaya denk düşen kapsamlı bir üçüncül faaliyetlere meyleder. Şimdiki fakirlik incelemelerinde yanıtızsız kalan bazı sorular, uluslar arasındaki fakirlik analojisine başvurmaya devam ederek en azından daha farklı bir biçimde ortaya konulabilir. Örneğin, insanları fakirlikten kurtarma meselesi, yeterli yiyecek ve içeceğin nasıl sağlanacağıyla ilgili değildir; bu, insanların fakirliğinin devam etmesinin koşullarını yaratır. Genellikle, birincil sektörün tamamı gayet iyi temsil edilir; sorun, ikincinin ve özellikle de üçüncünün nasıl genişletileceğidir.

UÇURUM

İktisatçılar bu ülkede zenginle fakir arasındaki uçurumun arttığı mı, azaldığı mı, yoksa yerinde mi saydığı konusunda mutabık değildir. Reel gelirler açısından ele alındığında, herkesin daha iyi bir durumda olduğuna kuşku yok. 1938'deki ortalama işçi sınıfı ailesinin reel geliri 1913'dekinden %37 daha yüksekti.¹⁴⁷ Kazançlar açısından, son zamanlarda en yüksek ve en düşük kazançlar arasındaki oranda hafif bir düşüş gerçekleşmiştir.¹⁴⁸ Ama "gelir fakirliği" sürmektedir. Düşük ücretli iş, sürekli olarak, toplam emek gücünün büyük çoğunluğunun kaderidir. Herhangi bir kazanç dağılımında,

147) Abrams, Mark. *The Condition of the British People, 1911-1945*. Londra: Gollancz, 1946.

148) Department of Employment, *New Earnings Survey*, 1975. HMSO, 1976.

en altta onda birlik bir dilim vardır. Ama, bunların kazançları ve diğerlerinin kazançları arasındaki uçurum ne kadar büyüktür? Ulusal Ücret ve Gelir Kurulu¹⁴⁹ 1886 ve 1971 arasında Birleşik Krallık'ta kazanç dağılımının çok az değiştiğini rapor etti –ki bu dönemde para kazancı yirmi kat artmıştır. Tam gün ve kas gücüyle çalışan işçilerinin kazancının en alttaki onda birlik dilimi, hiç bir zaman ortanca dilimin %66.5'inden düşük olmadı. Bir başka olgu da, ülkenin geri kalanına göre toplumsal konumu ücretleriyle aynı seviyede kalan en alttaki kol gücüyle çalışan işçi tabakasını akla getirir.¹⁵⁰ Birleşik Devletlerde, kuşaklar arası statü hareketliliğinin boyutlarının yarım yüzyıldır değişip değişmediği tartışmalıdır. Uluslararası karşılaştırmalar bu sorunun, kapitalist ya da sosyalist olsun, görece zengin ülkeler arasında aynı olduğunu göstermektedir; kuşaklar arası hareketsizliğin boyutları her yerde az çok aynıdır ve modern çağın ileri ülkelerinde ortak olan süreçleri besler.¹⁵¹ Şüphesiz, fakirlik, gelişme maliyetinin her bükülmeyle birlikte fırladığı, düşen bir refah sarmalına yol açar. "Fakirlik kendi başına bir koşul değildir: Tercih yelpazesinin büzülmesi sürekli bir tarzda, gittikçe daha tahripkâr hale gelir.¹⁵² En düşük gelire sahip olanlar en fakir komşulara sahiptir, ölçek ekonomisini karşılamaya güçleri yetmez, alışverişleri yüksek sıklıkta ve satın aldıkları düşük miktarlar için daha yüksek perakende fiyatları öderler. Aldıkları borçlar onlara marjinal olarak daha fazla maliyet getirir.¹⁵³ Faydalanmaları için önerilen refah programları, işgücü sağladıkları orta sınıf ailelerinin çocuklarının işine daha çok yaramaya başlar.¹⁵⁴ Diğer sanayi ülkelerinin kazanç yapısı, Birleşik Devletlerinkine benzer istikrarlı bir model arz eder. Yeniden dağıtımaya yönelik yasalar, eğitim ve diğer çabalar, kazancı dağıtmakta pek az başarı sağlamış gibidir; dikkatler, doğal olarak, gelirler yerine servet koruma örüntüsüne yönelir. "En yüksek servet sahipleri

149) National Board of Prices and Incomes. *General Problems of Low Pay*. (Rapor no. 169), s. 7. HMSO, 1971.

150) Abel-Smith, B. ve Townsend, Peter. *The Poor and the Poorest*. Londra: Bell, 1965.

151) Bowles, Samuel. "Understanding Unequal Economic Opportunity." *American Economic Review* Mayıs 1972, s. 346.

152) Watts, Harold W. "An Economic Definition of Poverty." In *On Understanding Poverty*, 1968-69, D. P. Moynihan (der.), 2. bölüm. NewYork: Basic Books, 1969.

153) Coates, W., Silburn, R. ve Juster, F. Thomas. *Household Capital Formation and Financing*, 1897-1962, s. 88.

154) Moynihan, D. P. "Maximum Feasible Misunderstanding." In *On Understanding Poverty*, 1968-69, Moynihan (der.).

ve ortalama bir kişi (bırakınız ortalamanın altında servet sahibi olanları) arasındaki fark, kazançlar arasındaki farktan daha fazladır. Uçurumun büyüklüğü, aslında oldukça şaşırtıcıdır.”¹⁵⁵ Servet büyük avantajlar sağlar ve toplum yapısı üzerinde bir ölçüde kontrol gücü sunar. Sonuç olarak, Britanya ve diğer sanayi ülkeleri arasındaki bir servet dağılımı karşılaştırması, fakirliğin anlaşılmasında, bir kazanç dağılımı karşılaştırmasından daha kestirme bir yol vaadediyor gibi görünmektedir. Ama servet karşılaştırma istatistikleri maalesef muğlaktır ve bu istatistiklerin derlenme yöntemleri ülkeden ülkeye değişmektedir. Karşılaştırmaları hesaplamak için farklı ilkeler vardır. Bu anlaşmazlıkların kaynağında, hesaplamaların yapıldığı temel malzemelerin zayıflığı yatar. İnsanlar, tasarruflarını açıklamada bir parça gönülsüz davranırlar; çoğunlukla, kendi net servetlerini bile bilmezler. Net servet, çoğunlukla da bir sürpriz olarak, sadece ölümle açığa çıkar. Böylece, yıllık gelirden ziyade servet karşılaştırmaları standartlaştırılıp daha doğru hale getirilebildiği takdirde toplumsal yönelim daha çok açığa çıkacakken, verilerin ölçülmesi, dikkatsiz antropolog için tuzaklarla dolu olabilecek kadar zordur.

AZ GELİŞMİŞ TÜKETİM

Tek bir hanehalkını bir ulus ölçeğine büyütebilseydik, aynı sorunun bütünüyle neye benzediğini görebilirdik. En azından uluslararası ticaret konusunda, iktisatçılar arasında, zengin ve fakir uluslar arasındaki uçurum hakkında bir konsensüs var görünmektedir; kuşku ve muammâya yer bırakmadan, bu uçurum olgusal olarak genişlemiştir ve genişlemeye devam edecek gibidir (petrol üreten ülkelerin çizginin bir yanından diğer yanına geçişi haricinde).

İlk bakışta, hanehalkının özel geliri, bir ulusun kişi başına üretimine eşit görünmektedir. Ama, daha derin düşündüğümüzde, buradaki yanılsamayı görürüz. Hanehalkına gelir olarak akanlar, sadece tüketim olanaklarının taban ve tavan parçasını oluştururlar. Üretimin geri kalanı, zaman ve paranın çeşitli bireşimlerine ve iş, aile ya da diğer toplumsal değerlerin yüceltilmesine dayanır. Özel geliri, bir ulusun kişi başına üretiminin hanehalkındaki karşılığı olarak ele almak hatalı olacaktır. Parasal gelir, hanehalkının sadece nakit

girdisidir; her şeyden öte, ulusun ücret çizelgesine daha çok benzer. Hanehalkı tüketimini ulusal kişi başına üretimle doğru biçimde kıyaslayacak bir rakam bulmamız mümkün değildir. Tanımlanırken gördüğümüz gibi, işaretleme hizmetleri doğası gereği böyle bir hesaplanabilirliğe direnir. Daha sonraki karşılaştırmaları verimli kılmak için, bazı kaba aygıtlar icad etmek zorunda kalacağız. Fakat şu andaki durumun tersine, uluslararası karşılaştırmalardaki en merkezi kavram kişi başına üretim olmayacaktır. Zengin ve fakir uluslar arasındaki aralığı karşılaştırırken, temel yapısal farkı, parasal olarak kişi başına toplam üretim ya da gerçek heterojen ürünler yığını değil, işlem ölçeklerinin kendisi oluşturacaktır. Bu nedenle, tüketim ölçeği kavramını kullanma biçimimiz, muhtemelen, karşılaştırmayı sürdürmek için herhangi bir kaba aygıt kadar işe yarayacaktır.

Bireyler ve uluslar arasında kurulan paralelliğe hâlâ ihtiyatla yaklaşmak gerekir. Yine de, uluslar ve tek tek hanehalklarının teknolojik yapısında bir benzerliğin ve ekonomik örgütlenmenin dönersellikleri bakımından ve diğer bakımlardan dikkate değer bir paralelliğin var olduğunu göstermiş bulunuyoruz. Eğer ulusun bütün ekonomik performansı, hanehalkının tüketim kalıplarıyla titiz bir şekilde karşılaştırılırsa, bunlar çok açıklayıcı olacaktır. Karşılaştırma için yeterince geleneksel bir yöntem geliştirilebilir. Bu yöntem, bireyin iş zamanını nasıl geçirdiğini göz önüne almayacaktır; gelir bir kere hanehalkına girdiğinde, harcanmasının yönlendirilişi, ilgili ulusal ekonomik süreçlerle karşılaştırılır. Zengin ve fakir uluslar arasındaki uçurum, kişi başına üretime göre ölçülebilse de farkın anlamı yapısal, teknolojik ve bilişsel olarak daha iyi anlaşılır. Reel gelirdeki artışla birlikte hanehalkının geleneksel işini gittikçe daha fazla dış piyasaya açma yönündeki seküler eğilimi, gelişen bir ülkenin geçimlik üretim yapan sektörünü küçültmesi yönündeki eğilime benzemektedir. En zengin ülkeler, en çeşitlenmiş ticaret pazarlarına ve üretim örüntülerine ve (finansal, araştırma, eğitim, ve idari hizmetleri de içeren) en büyük hizmet sektörüne sahiptir. En fakir ülkeler, enerjilerini çoğunlukla tek bir ürüne (o da muhtemelen düşük verimli tarım ürünüdür) harcamaktadırlar. Başka faaliyetler için insan gücü elde etme olanağı, yüksek sıklıktaki süreçlere teslim olmuş bir hanehalkının mensuplarının başka insanların tüketim törenlerine kişisel olarak katılabilmesi kadar sınırlıdır. "Tarım sektö-

ründeki işçi başına üretim öyle acı verici şekilde düşüktür ki, nüfusun büyük bir bölümü düşük gelir seviyesinde toprağa bağlanmıştır ve tarım dışı sektörün gelişimi için çok az yer kalmıştır.”¹⁵⁶ Zengin uluslar, özellikle ekonomileri ve toplumlari, teknolojiyi modern ekonomik büyümenin potansiyeli olarak kullanmaya ayarlanmış olanlardır. Eğer zengin ulus gelişmiş ulus olarak, fakir ulus da gelişmemiş ulus olarak alınırsa, dikkatimizi mal ve hizmetler üzerindeki toplam kontrolde yoğunlaştırdığımız takdirde, zengin uluslar ile fakir uluslar arasındaki uçurum tam olarak anlaşılamaz. Esas ayırım, iki ekonomik yapı türü arasındadır: Bir yanda, sınai büyümeyi destekleyen ayırde-dici kurumlarıyla sanayileşmiş, kentlileşmiş ve mekanikleşmiş ekonomiler; öbür yanda, sanayileşmemiş, mekanize olmamış ve büyüme eğiliminde olmayan başkaları.

Simon Kuznets, önemli yapısal farkların kişi başına üretimin değerini belirlediğini belirterek, bu noktayı güzel bir biçimde göstermiştir. Üretim düzeyiyle sanayileşme derecesini birleştiren bir endeksten yararlanıp, gelişmiş ülkeleri niteleyerek (bunların arasında Japonya da vardır), 1965’de dünya nüfusunun %26’sının dünya üretiminin %76’sını gerçekleştirdiğini ve az gelişmiş ülkelerin de (dünya nüfusunun %53’ü), dünya üretiminin %7.9’unu gerçekleştirdiğini hesaplamıştır. Kuznets, son bir yüzyıldır, az gelişmiş ülkelerin kişi başına üretimi en fazla üçte-iki artmışken, gelişmiş saydığı ülkelerin kişi başına üretimlerinin beş kat arttığını gösterir. Yüzyıl içinde, uçurumun genişliği üçe katlandı. Bu zaman zarfında, az gelişmiş ülkeler de sabit değildi, ama kişi başına üretimlerini beş kat artırırsalardı bile, mutlak ve göreceli uçurum yine de genişleyecekti.¹⁵⁷

Zengin ve fakir ülkeler arasındaki uçurum ekonomik yapıya göre etkili bir biçimde tarif edilebildiği, bunlar tek tek hanehalklarının tüketim kalıplarını karşılaştırırken kullandığımız terimlere özellikle benzediği ve uluslararası karşılaştırmalardaki uçurum su götürmez biçimde genişlediği için, hanehalkının işleyişinde de bulunabilecek hangi süreçlerin ayırd edildiğini sormak faydalı olacaktır.

Savı ilerletip birtakım çitleri aştığımızda, zengin hanehalklarının, hayat tarzlarındaki yakın benzerliğin karşılıklılığa kolayca izin verdi-

156) Kuznets, Simon. *Six Lectures on Economic Growth*, s. 58-59. Londra: Frank Cass, 1966.

157) Kuznets, Simon. *Population, Capital and Economic Growth: Selected Essays*, s. 293. Londra: Heinemann, 1973.

ği ve karşılıklı mübadelelerin engelle karşılaşmaksızın döngüleri boyunca sürdüğü ve böylece her birinin bir diğeriyle sıkıca bağlantılı olduğu bir mübadele alanı oluşturduğu görülebilir. Zengin olmak, zengin bir toplulukla iyice bütünleşmiş olmak demektir. Meclisten emekli olan ya da bankada binlerce pound parayla ölürken yardım alan insanlarla ilgili vakaları bir kenara bırakıyoruz. Para kazandığı halde fakir olan kişiler olabilir ama bunlar tamamen farklı vakalardır. Zengin olmak itibara sahip olmak ve küçük kayıpları massede bilmek demektir ki, bu da yırtılması zor olan bir karşılıklı ilişkiler ağını ima eder. Fakir olmak, yalıtılmış olmaktır.

Çelişkili görünebilse de, bu görüş, işçi sınıfı mahallesinin samimi ve sıkı fıkı toplumsal hayatını Bethnal Green çalışmalarındaki sosyologların kutsallaştırdığını belirten popüler fikirle çelişmez.¹⁵⁸ Aynı şekilde, bu görüş, orta sınıf hayatının maddi olarak iyi donanımlı olsa da yerel topluluk bağları açısından fakirleşmiş olduğu şeklindeki eşit derecede önemli fikirle de çelişmez.¹⁵⁹ Her iki görüş de, temelde aile ilişkileriyle ilgilenmektedir ki, bunlar burada ana sorun değildir. Bethnal Green'in bir sonraki semti yabancı bölge olarak görmesi dışında, sokağın sıcacık bildiği bile buradaki konuyla ilgili değildir. Buradaki konu sokak topluluğuyla semtin geri kalanı, semtle kentin geri kalanı arasındaki toplumsal bağlantıdır. (Elbette, sokağa bile ait olmayan kişi, gerçekten de çok fakir birisidir.)

Toplumsal bütünleşme kavramının daha fazla geliştirilmeye ihtiyacı var. Zengin bir ülkenin üçüncül sektörü, kendi üzerine kurulmuş olan her faaliyetin etkili ölçeğini artırarak, finansal ve idari kanalların kurumsal destek sistemi olarak hareket edebilir. Bu sektör, geri kalanlara hizmet eden toplumsal başlangıç sermayesini sağlayabilir: Gelişmiş ekonomideki ögeler üçüncül sektör aracılığıyla bağlanırlar; ancak diğer sektörlerdeki belli sanayiler, bir diğeriyle, az gelişmiş ülkelerdekinden daha sıkı bir biçimde bağlanmışlardır. Hanehalkı düzeyine geri döndüğümüzde, fakir hanehalkının ekonomik yapısının sadece üçüncül sektörde değil, ikincil sektörde de zayıf olduğu ve harcamalarının, onu en geniş toplumsal sisteme neredeyse hiç bağlamadığı görülecektir.

158) Young, Michael ve Wilmott, Peter. *Family and Kinship in East Londra*. Londra: Tavistock, 1956.

159) Bott, Elizabeth. *Family and Social Network*. Londra: Tavistock, 1957.

BAĞLANTI

Daha önce de tasvir edildiği gibi, tüketicinin amacı işaretleme hizmetlerini kullanarak tutarlı bir bilgi sistemini işletmektir. Mallara duyduğu ihtiyaç, kendisine yakın tüketicilere anlamlı biçimde dahil olmak gibi daha doğrudan bir ihtiyaca hizmet eder. Fakirlikteki temel sorun, bireyler arasında işleyen karşılıklı dahil olmanın türüyle ilgilidir. Bu, "mal miktarını" fakirliğin bir ölçütü olarak kullanmanın neden yanlış yönlendirme olduğunu açıklar. Sadece sığır sürüsü olan Sudan kabile üyeleri, fakirliğe maruz kaldıklarını düşünmezler. Eğer fakirlik ilişki kurma biçimlerindeki başarısızlıktan türüyorsa, ilişkili olma ölçümlerinin geliştirildiği uluslararası ticaret çalışmalarına yeniden bakmak yararlı olabilir.

Sınai yapıda, anahtar bir sektör, öbür sektörlerle karşılıklı ilişkili olmanın derecesine göre tanımlanır. Anahtar bir sektördeki bir yenilik, daha az derecede karşılıklı ilişkisi olan bir sektördeki yenilikten daha çok yansımaya sahiptir.¹⁶⁰ Bu sektör, görüşlerine önem verilen, çevrede ne olup bittiğini duyabilen ve böylece işaretleme hizmeti gören mallarının yayılmasını sağlayan güçlü bir kişisel ağı olan birey fikriyle benzerliklere sahiptir.

Sanayinin sektörleri, öbür sektörlerle çeşitli şekillerde bağlantı kurar. "Geriye doğru bağlantı" terimi, belli bir sanayinin öbür sanayilere olan bağımlılığını işaret eder. Bu, bir ülkedeki üretim faktörlerinin doğrudan kullanımının bir ölçüsüdür. Örneğin, Malezya'da, birincil ürünlerin ihracı (kauçuk, kalay, hurma yağı), hafif bir mühendislik sanayisini doğurmuştur. Zaman içinde, kalay tarama binaları, hurmayacağı imalathanesi ve buna benzer şeyler, yerel olarak gelişti. Yabancı firmalar proje kolaylıkları sağladılarsa da, imalatçılığı yapanlar bizzat yerel üreticilerdi. Böylece, birincil ürünlerin ihracı, kendi başına bir sanayi olarak gelişen hafif mühendislikle olan "geriye doğru bağlantısıyla" desteklenmeye başlandı.¹⁶¹ Geriye doğru bağlantı, belli bir ürüne olan toplam talebin değerinin, satın

160) Hirschman, A. O. *The Strategy of Economic Development*. New Haven, Conn.: Yale University Press, 1958; Laumos, P. S. "Key Sectors in Some Undeveloped Countries." *Kyklos* 28(1): 62-79, 1975.

161) Thoburn, J. T. "Exports and the Malaysian Engineering Industry: A Case Study of Backward Linkage." *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 35(2): 1972.

alınan birimlere oranı hesaplanarak belirlenir. “İleriye doğru bağlantı” ise başka sanayilerin belli bir sanayie bağımlılığı anlamına gelir. Bu bağlantı, bir ürüne olan toplam talebin ara ürüne olan talep oranıyla hesaplanarak belirlenir. Dış ticaret, eğer gelişmekte olan bir ülkenin sadece çok kopuk bir sektöründe işliyorsa, o ülkeyi geliştirmek bir yana, zarar bile verebilir.

Bağlantı kavramı ve bu kavramın teorik sonuçları çok karmaşıktır. Bu analitik araçları köle gibi kopyalamanın anlamı yoktur. Ama bu araçlar, tüketicinin, ekonominin geri kalanıyla olan ilişkisini ölçme yolları önerirler. Üç tür tüketici bağlantısı inşa etmekle başlayabiliriz. Geriye doğru bağlantıya kabaca denk düşen şey, tüketicinin teknolojik bağlantısı –halihazırdaki teknolojik kaynaklara ulaşma ve onları kullanma– diyebileceğimiz şey olacaktır. Araştırma, çağdaş teknolojiye sahip olmadaki farkları göstermeyi amaçlamaktadır. Bunu değerlendirmek için, her birkaç yılda bir farklı bir hizmetler kümesinin seçilmesi gerekecektir. Örneğin, *Ministry of Power Statistical Digest*, 1948'den beri her yıl, Birleşik Krallık'taki elektrik tüketicilerinin sayısını verir. O zamanlar, tüm haneler arasında elektrik kullananların yüzdesi, kentli ve kırsal nüfus arasındaki ayrımı gösteriyordu. 1948'deki %76.67 oranı, 1970'de %97.28'e çıktı ve böylece bu oran kentli ve kırsal nüfus ayrımını temsil etmez oldu. 1948'de, Birleşik Krallıktaki evlerin %23'ü, elektriğe bağlı olan dönemsellik kontrolünü ve güç artırıcı araçları kullanamıyor ve böylece düşük bir teknolojik bağlantı oranında kalıyordu. Ama 1970'den sonra, elektriğe bağlanma teknolojik bağlantıyı ayırdeden bir etken olarak kullanılmamalıydı, çünkü neredeyse her eve elektrik bağlanmıştı. Kabul etmek gerekir ki, güçlü teknolojik bağlantı, hikayenin sadece küçük bir parçasını oluşturmaktadır. Aklımızın alabileceği her türlü yeni ürüne sahip olan bir hanehalkı, toplumsal olarak yine de çok yalıtılmış olabilir.

Uluslararası ticaretteki ileri doğru bağlantıya aşağı yukarı denk düşmek üzere, toplumsal etkileşimin büyüklüğüne dikkati çekmek istiyoruz. Tüketicinin toplumsal bağlantısı, başka evlerin, kendi tüketim törenleri için belli bir evde üretilen işaretleme hizmetlerine bağımlılığını gösteren birtakım harcamalara bakılarak belirlenebilir. Karşılıklı tüketim paylaşımını kanıtlayan ilgili harcamalar, özel seyahat bileti, telefon faturası, aşırı miktarda çatal bıçak takımı, tabak-

lar, çocuk yataklarıyla, eğlence, sadaka, klüp, kilise, çocukların arkadaşlarına ve arkadaşın çocuklarına oyuncak almak için yapılan harcamalar olacaktır. Bir aile toplumsal bağlantıyla yoğun bir biçimde bütünleşmişken, teknolojik bağlantıda –bağlantının derecesi farklı hayat tarzlarını gösterecektir– zayıf olabilir. Uluslararası ticaret analizi de, sanayilerin ve ticari ortakların yayılması ya da yoğunlaşmasının avantajları ve dezavantajlarının göz önüne alınmasından çok şey kazanmıştır. Tek bir hanehalkı için buna tekabül eden fikir, toplumsal bağlantının bir alt-dalı olacaktır. İşaretleme hizmetlerinin, küçük bir coğrafi bölgede mi (coğrafi yoğunlaşma), sadece bir aile üyeleri arasında mı (toplumsal yoğunlaşma) ya da kuşakların arasında veya kuşaklar boyunca mı (kuşak yoğunlaşması) işleyeceğini bilmek önemlidir. Bir önceki bölümde tasvir edilenlere paralel bir biçimde, Britanya'daki bölünmüş, mertebeli mübadele alanlarının varlığı oldukça bilinen bir şeydir. Evlilik ve akrabalık, işaretleme hizmetlerinin ve böylece tüketim mallarının mübadelesi için en güçlü kanallardır. Bölünmüş evlilik piyasası, mertebelendirilmiş ve kategorilere ayrılmış tüketim tipleri arasında çok ince ayrımların bölünmüş biçimde paylaşılmasına yol açacaktır. Bu şekilde kısmen bölünmüş olan evlilik piyasası, orta sınıfı ve işçi sınıfını ayırır.¹⁶² Ayrıca, işçi sınıfı, evlenmek için eş seçimini daha küçük bir yerel alanda yapar.¹⁶³ Coğrafi yakınlık, yüksek toplumsal sınıfların evlilikle ilgili seçimlerine çok daha önemsiz bir etkide bulunur.¹⁶⁴ Toplumsal bağlantının ölçümleri kolaylıkla standartlaştırılabilir ve yalıtılmışlık ile fakirlik için bir endeks olarak kullanılabilir.

Uluslararası ticaretten fikirler ödünç almaya devam ederek, tüketici bağlantısının başka bir ölçüsünü belirtebiliriz. Bu ölçüm, daha önce değinilen, ekonomi ne kadar gelişkinse hizmet sektörüyle birlikte mali ve idari yapılarının o kadar büyük olduğu olgusuna dayanır. Bu olgu, bir tüketicinin bilgi bağlantısı ölçülerek tek bir hanehalkının durumuna da uygulanabilir. Bununla ilgili olduğu varsayılan harcamalar, idari işleri uzmanlara bırakmak (profesyonel

162) Hope, K. "Marriage Markets in the Stratification System." In *The Analysis of Social Mobility, Methods and Approaches*, K. Hope (der.). Oxford: Clarendon Press, 1972.

163) Coleman, D. A. "Marriage Movement in British Cities." In *Genetic Variation in Britain*, D. K. Roberts ve E. Sunderland (der.). Londra: Taylor & Francis, 1973.

164) Coleman, D. A. "Assortative Mating in Britain." In *Equalities and Inequalities in Family Life*, R. Chester ve J. Peel (der.). Academic Press, 1977.

muhasebecilere, seyahat acentalarına, avukatlara, borsacılar ve emlakçılara başvurma) ve uzman tavsiyesi ve öğretimin doğrudan satın alınması (çocuk, meslek, evlilik, tıp danışmanlıkları, zeka testleri ve tüketim becerileri, çiçek düzenleme, paten, müzik ve yüzme dersleri) olacaktır. Hanehalkı düzeyinde, profesyonel bilgi harcamasının büyüklüğü, bir ulusun üçüncül sektöründeki istihdamın büyüklüğüyle yakından biçimde çakışır. Mesleki giriş engellerine (üçüncül sektörde mesleklerin korunması) tekabül eden ve toplumsal olarak uygulanan dışlama teknikleriyle de karşılaşılabiriz.

TÜKETİCİNİN TEKNOLOJİK BAĞLANTISI

İngilizlerin yaşamından verilecek birtakım örnekler, tüketicinin bağlantısı fikrini göstermeye yardımcı olabilir. Luton'daki fabrika işçilerinin belli grupları, 1962 yılında Goldthorpe ve Lockwood tarafından incelendi.¹⁶⁵ Sundukları rapor, Midlands'den oldukça yakın bir tarihte göç etmiş olan göçmenler hakkında bir toplumsal yalıtılmışlık hikayesi ortaya koyar. "Hali vakti yerinde işçilerimiz ve karılarının zamanlarının çoğunu, daha kapsamlı türden toplumsallıklar yerine genellikle evine ve aile hayatına adadıklarını gösteren bir dizi kanıt" vardı. En sık görüştükleri iki ya da üç dostlarının isimlerini vermeleri istendiğinde, koca ve karının birlikte ortalamasının üçten az olduğu ve örneklemdeki çiftlerin %36'sının aralarında sadece bir ya da ikisini paylaştığı görüldü. Akşamlarını ve hafta sonlarını nasıl geçirdikleri sorulduğunda, normal cevap, kadının bazı ev işleri yaptığı, kocanın garajın zemini için çimento almaya gittiği, kadının alışveriş yaptığı, bir raf yaptıkları ya da döşemelik serdikleri ve yakın bir akrabaları tarafından ziyaret edilmiş olabilecekleriydi. Yazarların bu ziyadesiyle özelleşmiş hayat tarzı hakkında sundukları açıklama, "henüz başlamakta olan orta sınıflılığın bir işareti" değil, "geçerli işçi sınıfı toplumsallık normlarının yeni ekonomik ve toplumsal koşullara –geniş ölçekli modern işletmelerde istihdam edilme, yüksek standartlarda bir ev hayatı olanağı ve akrabalarından ayrılma ve hareketlilik sayesinde yaratılan koşullar– uyarlanması" olduğu şeklindedir. Bu yazarlara göre özelleşme derecesi,

165) Goldthorpe, Hohn ve Lockwood, David. *The Affluent Worker in The Class Structure*, s. 124. Cambridge: Cambridge University Press, 1971.

“tamamen, onların zenginleşme arayışlarının istenmeyen ve beklenmeyen sonucu (değildi)... Üzerinde çalıştığımız çiftlerin belli bir bölümüne, akraba çevresinden ayrı olmak ya da akrabalık bağlarının çok az öneme sahip olduğu bir topluluk içinde yaşamak, getirili bulunmayan akrabalık ilişkilerini sınırlamayı ya da toptan kesmeyi kolaylaştırdığı için bir avantaj sağlamıştır.¹⁶⁶

Zayıf toplumsal bağlantı için bu kadarı yeter. Teknolojik bağlantıya gelince:

Bizim ilgilendiğimiz işçilerin çoğunluğu, Luton'a, esasen daha yüksek gelir ve daha iyi hayat koşulları için gelmiş. Ayrıca, yaptığımız mülakatlar, bir bütün olarak örneklemimiz arasında gelecek için en yaygın olarak sahip olunan isteklerin, istikrarlı biçimde yükselen tüketim kapasitesi ve daha yüksek maddi hayat standartlarıyla ilgili olanlar olduğunu da gösterir. En azından ev içi tüketim alanında, geleneksel işçi sınıfı normları tarafından yaratılan herhangi bir sınırlayıcı etki olduğu konusunda çok az delil vardı. Örneğin, buzdolabı ve arabayı – iki tane pahalı ve “orta sınıf”a özgü sayılan mal– düşündüğümüzde, bunlara sahip olma çokluğu, aşağı yukarı, kol gücüyle çalışan ve çalışmayan örneklemlerimiz arasında kıyaslama yapılabileceğini ispatlamıştır... Dahası, ev alımlarında hâlâ daha açıklayıcı bir mesele olarak görülebilecek husus hakkında konuşursak, hali vakti yerinde işçilerimizin %57'sinin –beyaz yakalıları örnekleminde %60'ı– oturdukları evi satın almış ya da almakta olduğu ortaya çıkmıştır.¹⁶⁷

Bunlar, güçlü teknoloji ile bağlantının ve zayıf toplumsal bağlantının bir örneği olup, ev ipoteği kolaylıklarının olası kullanımları açısından, üçüncül sektörün eşdeğeri olan bilgi ve diğer hizmetlerin birtakım kullanımlarının göstergesidir.

TÜKETİCİNİN TOPLUMSAL BAĞLANTISI

Zıt bir örüntü örneği olarak, Dennis, Henriques ve Slaughter'ın çalışmalarıyla sosyolojide ün kazanan maden işçileri topluluğunu ele alabiliriz.¹⁶⁸ Batı Yorkshire maden kömürü bölgesi sınırında bulunan bu kent, coğrafik olarak yalıtıldığı gibi, daha çok da ekonomisinin uzmanlaşmış mahiyeti nedeniyle tarihsel olarak yalıtılmıştır.

166) A.g.y., s. 104.

167) A.g.y., s. 39.

168) Dennis, N., Henriques, F. ve Slaughter C. *Coal is Our Life*, Londra: Tavistock, 1969.

Ashtonlu erkeklerin çoğu maden işçisiydi. Bu işçiler, maden sanayiinin tarihsel düşüş ve yükselişlerini yaşamaları ve bu sanayiin hayatları, elleri, kolları ve akciğerleri açısından doğurduğu vahim tehlikeler yüzünden, güçlü bir grup kimliğini paylaşıyorlardı. Yazarlar, o dönemde maden işçilerinin, ulusal sanayi ücretlerinin üzerinde bir ortalama ücret kazandıklarını sürekli vurgulamaktadırlar.¹⁶⁹

Sanayiın görece zenginliği dışı karşı konulan sınırları besledi, zira bu sınırlar, kendi çocuklarını sanayide tutmayı ve kızlarının kentteki madencilerle evlendiğini görmeyi sağlıyordu. Böylece, grup iyi zamanlarda kendi kendini ikmal ediyor ve istikrarını koruyordu. Ne zaman ücretler düşse, mensuplarını kaybetmeye başlıyorlardı. Ama, araştırmanın yapıldığı dönemde, tarihsel, fiziksel, ekonomik, demografik her anlamda kendi kendini ikmal eden, bütünleşmiş bir grup vardı. Hepsisi aynı ücret düzeyinde kazanmıyordu ve bildirilen harcama örüntüleri, hanehalkı tüketiminin en az kazananın standartında tutulduğunu gösteriyordu. Daha çok ücret alanların kazandığı artı para, eşleriyle gittikleri neşeli eğlencelerde, girdikleri bahislerde ve birçok hayır kuruluşuna yaptıkları bağışlarda ve toplumsal faaliyetlerde eritiliyordu. Bu, tam bir yüksek tüketim ve düşük tasarruf ekonomisiydi. Bu alışkanlık, yazarlar tarafından kısmen, bu işçileri “nahoş bir iş olarak tasarruftan vazgeçmeye, ne olursa olsun ‘bir şekilde idare edecekleri’ inancıyla, kazanır kazanmaz harcayarak günü gününe yaşamaya”¹⁷⁰ zorlayan büyük istihdam güvensizlikleri ve değişiklikleriyle açıklandı. Gelgelelim, Milton Friedman’a göre (bölüm 2’ye bakınız), gelirdeki düzensizlik, özel tasarruf için en iyi ortamı sağlar; bu vaka, güçlü bir ortak kimliğin, bir adamın öbürünün üzerine çıkmasına izin vermediğinden gerçekleşen bir istisnadır. Eğer bir işçinin cebinde diğerlerinden fazla para varsa, bu eşitsizliği düzlemenin ve geçicileştirmenin belli şemalara bağlanmış yolları vardır. Ashton’daki ücret yapısı, yevmiyeyle çalışan ve sabit, daha düşük bir ücret alan işçiyle, yeraltında farklı işler yapan ve daha fazla kazanan sözleşmeli işçiyi birbirinden ayırır. Bir erkek, yaşamının gidişatı içinde normal olarak yevmiyeyle işe başlar, yirmilerinin sonlarında kömür madeniyle tanışır ve ellilerinde emekli olur. Hane-

169) A.g.y., s. 36, 174, 176, 191.

170) A.g.y., s. 134.

halkı tüketim örüntüsü başlangıçta tesbit edildiği için, yevmiyenin dışında ve üstünde aldığı her şey, bir yere bağlanmayan ve dostlarıyla birlikte harcayabileceği serbest paradır. Eğer bu hayat örüntüsü herkesin kısımetiyse, yüksek ücret aldıkları yirmi küsürlü yaşlarda, topluluğun, neden yılların kaçınılmaz eğilimine karşı çıkarak evlerini yenilemelerini ve daha yüksek bir tüketim standardı için yatırım yapmalarını beklemediği, hâlâ bir sorun olarak ortada duracaktır. Ama, herkesin hayatında çok kazanılan bir dönem yoktur. 1953'de, üç yaş grubunda -25 altı, 26-50 arası ve 50 üstü- çok kazanan işçilerin oranları aşağıdaki gibiydi: %15, %49, %18.5. Bu anlamda, en iyi dönem olan 26-50 yaşları arasında bile, işçilerin yarıdan biraz fazlası, hâlâ düşük ücret standartlarına sahipti. Dayanışma taleplerinin yanı sıra bu durumun, herkesin neden her hafta bir mütevazı, temel "ev harçlığı" ayırdığına ve kalan ücreti toplumsal amaçlar için kullandığına açıklama getirdiğini savunuyoruz. "Hemen harca ve keyfine bak, yarına Allah kerim" gibi birtakım ahlaki yaklaşımlar olmadan, bu küçük topluluk ekonomik ve toplumsal sınıflara bölünmüdü. Bunun gibi, topluluk dışında başarılı olan biri için, "Neden havalara girdi ki? O da bizim gibi sadece bir maden işçisi, değil mi?" gibi aşağılayıcı sorular sorabiliyorlardı. Eğer topluluk bölünseydi, eğer çok kazananlar kendi çıkarlarını öbürlerinden tamamen farklı görselerdi ya da idareyle özel bir ilişki kurma olanağı olsaydı, kayıp genelleşecekti. (İş koşullarındaki birtakım değişiklikler, son zamanlarda sendika temsilcilerinde, yevmiye alan işçilere getireceği muhtemel kötü sonuçlarla birlikte, sözleşmeli ücret alan işçiler lehine bir tavır yarattı.) Ekonomik hayatlarının tüm örgütlenmesi, işveren ve maden işçisi arasındaki bilinen çıkar ayrımlarına dayanır ve işçiler, aralarındaki dayanışmayı, iyi bir ücret pazarlığı yapabilmek için tek güç olarak görürler. Bu koşullarda, özel başarıyı, gelecek nesildeki şanslı bir azınlığa taşınabilecek kalıcı, maddi avantajlarla ödüllendirmek topluluk için ölümcül olacaktır. İç tüketimi topluluk genelinde düşük tutmak ve artan parayı içkiye ve bahise yatırmak, istikrarlı bir grubun temel zorunluluklarını karşılamamanın bir yoludur. Bu maden işçileri, tüketim normlarında bir sapma olup olmadığını kontrol etmek için birbirlerini keskin bakışlarla gözetim altında tutmaktadırlar: "Biri oldukça pahalı bir marka tütün çıkardı. Çıglık hemen koptu: 'Hey, modayı takip ediyoruz', ve orta-yaşlı kömür

işçisi kutuyu şaşkınlıkla sakladı.”¹⁷¹ Artan para, özel zevkler için değil onaylanmış yerlerde bayramlarda harcanmak zorundaydı.

Gelgelelim, bu kitapta açık bir biçimde gözler önüne serilen bayramların bir başka tarafı da var. Bira içmek, daima arkadaşlarla paylaşılan bir içmedir; sıkı karşılıklılık kurallarına göre düzenlenmiştir. Bu nedenle, eğer bir kişi geçici olarak nakit para sıkıntısı çekiyorsa, geri ödemek kaydıyla arkadaşının içki ısmarlamasını kabul edecektir. Genellikle, herkes kendi sırasını yerine getirir. Diğerlerinin karşılayabileceğinin iki katından fazla içkiyi karşılayabilen bir azınlık olduğu için, basit karşılıklılık kuralı, içicileri büyük ve daha küçük gruplara böler. Bir zamanlar “iyi içici” olmuş olan bir adam, sözleşmeli çalışma ekibinden yevmiye alan ekibe indirildiğinde, çok içen grubu da terketmelidir; keza bir sonraki aşama için de böyledir. Emekliye ayrılıp emekli aylığına kaldığı zaman, sadece diğer yaşlı emeklilerle birlikte düzenli olarak içebilir. Büyük tatillerin bedava içkisini sağlamak (Noel’de, Paskalya’da, Whitsun’da ve August Bank Tatili’nde kişi başına sekiz *pint*) iyi kazanan kişilerin görevlerinden biri olduğu için, bu ayrımlar, maden işçilerini kaygılandırır. Çocuklara ve emeklilere ücretsiz yemek sağlamak ve onları gezintiye çıkarmak, kasabanın genel refahına katkı yapmak ve Gezici Hastaneye yardımda bulunmak diğer görevlerdir.

Bu tüketim açıklamasında şimdiye kadar söylenilen her şey, toplumsal ilişkilerin ağır masraflarının potansiyel getiriden çok da bağımsız olamayacağını göstermektedir. Bu çalışmanın başlangıcında benimsenen teorik konum, toplumsal bağlantı ve kazanç kapasitesi arasındaki birtakım ilişkilere dikkati çeker. Burada, sınırlanmış ya da daha az sınırlanmış bir içme grubuna ait olma şeklinde beliren toplumsal ayrımın, çok kazanan sözleşmeli ekip ve az kazanan bireyler arasındaki ayrıma yakın bir biçimde denk düştüğünü gözlemledik. İş başındaki ekipler, mensuplarını kendileri seçerler; onlara katılmak ve bunu sürdürmek için bir rekabet vardır. Eğer bir adam çalışma arkadaşlarını, özensiz çalışma, hastalık ya da işe gelmeme gibi nedenlerle hayal kırıklığına uğrattırsa, bu adamın yerini almak için bekleyen daha genç, daha istikrarlı ya da daha sağlam birileri bulunduğu için, ekip bu kişiyi yerinde tutamaz. Her bir ekibin çalış-

ması, öbürleriyle içiçe geçer. Mensubiyetleri rekabete dayalı olsa da, uzmanlaşmış görevleri olan ekipler birbirine bağımlıdır. Bu ekonomide çok güçlü bir rekabet yaşanır, ama bu rekabet, dayanışmacı grubun getirdiği kısıtlılık çerçevesi içinde gerçekleşir. Öyle görünüyor ki bu, sağlıklı ayyaşın tasvip görmesinin ve özel tasarrufa örtük olarak atfedilen düşük değerinin nedenidir. Kemerlerini ne kadar sıkamak zorunda kalırlarsa kalsınlar, grup, işaretleme hizmetlerinin verilmesini temin eder. Araştırmacılar, kadınların, yeni halı ya da daha iyi mobilya isteseler de bundan şikayet etmeye pek cüret edemedikleri izlenimine kapılmıştır:

Nişanlısını ya da karısını serbest bırakan bir erkek zayıftır. Grupla birlikteyken eli sıkı olan bir adam, grubun öbür mensuplarının gözünde önem ya da değer kazanamaz. Maden işçileri, düşündüğünü harbi biçimde söyleyen, kimseden korkmayan ve eli açık bir adamı severler.¹⁷²

Yazarların, kadınların bakış açısına duyarsızlığı ve kadınların bağımsızlığını değerlendirmedeki yetersizliği sonradan sorgulanmışsa da, erkeklerin, işle bağlantılı erkeksi toplumsal ilişkilere yatırım yaptığı genel vaka, hâlâ devam etmektedir.¹⁷³

Bu örnek, evin zayıf teknolojik bağlantısıyla birleşen, grup mensubiyeti yoluyla güçlü toplumsal bağlantıyı (ki, özel şenlik günlerindeki harcamalarda açığa çıkmaktadır) gösterir.

TÜKETİCİNİN BİLGİ BAĞLANTISI

Artık bize, harcamanın, tüketime katılanlarda bir bilgi artışı yaratacak olan paylaşılmış tüketime yapıldığı son vakayı göstermek kalıyor. Bu şekilde kazanılan bilgi, ister özelde onların kazanç kapasitesine eklensin ister genelde toplumsal evrenleri üzerindeki hakimiyetlerini arttırsın, bir tüketim çerçevesinde, iş arama masraflarına paraleldir. İktisatçılar, emek piyasasındaki bilgi arama maliyetlerini ancak yakın tarihlerde araştırmaya başladılar.¹⁷⁴ Tam rekabet teorisi,

172) A.g.y., s. 225.

173) Frankenberg, Ronald. "In the Production of Their Lives, Men(?)... Sex and Gender in British Community Studies" In *Sexual Divisions and Society*, D. L. Barker ve Sheila Allen (der.). Londra: Tavistock 1976.

174) Phelps, E. S. *Studies in Macroeconomic Theory*, Vol. 1, *Employment and Inflation Theory, Micro-economic Foundations*, Londra: Academic Press, 1979.

piyasanın tam olarak bilindiğini varsayar; ne var ki Stigler'in belirttiği gibi,¹⁷⁵ emek söz konusu olduğunda, alternatif ücretleri öğrenmek, bilginin sağlayacağı getiriden daha pahalıya patlar. Genellikle, muhtemel istihdam periodu ne kadar uzunsa, iş aramadan elde edilen kazançlar da o kadar büyük olur. Bu anlamda, emek gücünün kısa dönemli, giriş çıkışın yoğun olduğu işlere bağlanan kesimleri, bilginin peşine düşerken çok fazla harcamamakla rasyonel davranmış olur. Arama maliyeti arttıkça, belli bir ücret teklifi dağılımı düzeyinde, herhangi bir işçi, daha az iş arayacaktır. İş uzmanlaştıkça, iş arama da daha ekonomik hale gelir. Stigler, önemli makalesini, bilgiye yapılan yatırımın uzun vadeli toplumsal getirisinin, emek gücünün daha verimli tahsis edilmesi olduğunu göstererek bitirir. Emek piyasası daha iyi bilgilendikçe, her bir işçinin marjinal üretimi, herhangi bir anda maksimuma daha yakın olacaktır. Tersten söylersek, bilgi akışındaki engeller bir verimsizlik kaynağıdır. Bu alandaki çalışmaların çoğu, mecburen, aramadan elde edilen getirilerin değerlendirilen büyüklüğü ile arama sürecinde ücret alamamış olmanın maliyeti hesaplanarak ulaşılan arama masrafları arasındaki karşılaştırma üzerine yoğunlaşmıştır. Ama, aynı büyütücü, bira ısmarlamaya, piknik ve parti davetlerine, yiyecek, içecek, araba, ev ve buzdolabı gibi gündelik tüketime de –çoğul ve geniş toplumsal hedeflere hasredilen ve aynı zamanda emek piyasası hakkında elzem bilgiler sağlayan tüketime– yöneltmemiz gerekiyor.

John Barnes, bir Norveç kırsal topluluğu üzerine yaptığı çalışmada,¹⁷⁶ yerli çiftçiler ve balıkçıların bilgi ihtiyaçlarını karşılaştırmıştır. Çiftçiler kısa bir toplumsal ağla idare edebiliyordu ve bu bakımdan, balıkçı teknesi olanlara oranla çok daha az endişeleri vardı. Balıkçılar, yüksek rekabet içeren sanayilerinde, hemen haberdar olmak ve uzak yerlerden çabucak getirmek zorunda oldukları son model tekne ve teçhizat kullanıyordu. Bu balıkçılar, aynı zamanda, mürettebatı oluşturmak için, çoğunlukla yüzlerce mil ötelede bulunan en iyi insan gücünü elemek ve seçmek zorundaydı. Bilgilerinin çoğunu, kendilerine çiftçilerinkinden çok farklı bir hayat tarzı sağla-

175) Stigler, George J. "Information in the Labour Market." *Journal of Political Economy* (Supplement 5.2); 94-105, 1962.

176) Barnes, John. "Class and Committees in a Norwegian Island Parish." *Human Relations* 7: 39-58, 1954.

yan, deniz kenarındaki düzenli piknikler ve balık avlama partilerinde gayri resmi olarak toplanıyorlardı.

Liman işçileri, bilgi toplama değil de, tersine, doğru yerlerde kendileri hakkında bilgi yayma anlamında, bilginin önemi konusunda bir başka örnek oluşturlar. Toplanma ve işten salıverilme günlerinden önce, bir liman işçisi işe alınmama ve bundan doğan ağır kayıplara maruz kalma riskini göze almak zorundaydı. David Wilson, işçilerin, bir adamı ya da grubunu öbürlerinin karşısında avantajlı bir konuma getirmeyi amaçlayan gayri-resmi bir sadakat yaratmak için bir dizi yöntemi kabul etmeye zorlandıklarını söylemektedir.¹⁷⁷ Himaye edilenler ustabaşı tarafından işe çağrılmayı umabilirlerdi, diğerlerininse, eğer bir gruba ait değillerse, çok az şansları vardı. Yine de, şahsi çıkarın açıkça sergilenmesi tedbirsizlikti:

İşe çağırılma için yapılan lobi faaliyetleri, liman işçileri topluluğunun gayri-resmi ilişkiler ağında, yeraltında sürdürülüyordu. Şanslarını artırmak için, ustabaşının önünde manevra yapmaktan çok, kişisel ayarlamalara güveniyorlardı. Bu, bir barda doğrudan ustabaşına yaklaşmak ya da bir yer boşaldığı zaman kendini ekibine alacağı umuduyla, oturmuş bir işçi grubunun liderini tanımaya çalışmak anlamına gelebiliyordu; genellikle, en çok akrababalığa güveniliyordu.

Bir kez daha, aileler arasında kız alıp verme olanakları, tüketim ve istihdam arasındaki ana bağlantıyı oluşturmaktadır. (bkz. 4. Bölüm)

Manchester limanlarında, birbirleriyle rekabet eden işçi gruplarının oluşmasının sorumlusu, işin rastlantısal doğası, işe çağırılmak için her gün piyango düzenlenmesi değildi. Bu durum daha çok liman işinin örgütlenmesinden kaynaklanıyordu:

Tecrübeli bir işçi grubu lideri, uygun teçhizatla gemi ambarının ne kadar zamanda boşaltılacağını ve işin ne kadar hasılat getireceğini çabucak hesaplayabilirdi. Hasılatın yetersiz olacağını gördüğü takdirde grubuna danışıyor ve ustabaşından ekstra ücret isteyip istememeye karar veriyordu.

İşçiler teklif edilen miktarı reddettiklerinde, öbür liman işçilerinin o gemi ambarında çalışmayacağından emin olabiliyordu. Talep ettikleri para miktarı hiçbir zaman geminin çalışmamasının maliyetine

177) Wilson, David F. *Dockers: The Impact of Industrial Change*. Londra: Fontana, 1972.

ulaşmadığı için anlaşmalar çabucak sağlanıyordu. İşte iş örgütlenmesinin, arkadaşlık, boş zaman ve tüketim örüntüsü örgütlenmesini nasıl yapılandığına bir başka örneği. Hem liman işçilerinde hem de maden işçileri vakasında, iş arkadaşlarıyla bara gitme ve beklenen içkileri ısmarlama gereği önemlidir ve kişinin işçi grubundaki yerini korumasının maliyetlerinden biridir. Böyle bir topluluktaki düşük (çoğunlukla da negatif) seviyedeki tasarruf ve Tawney'in insanoğlunun servetini içkiye yatırma ihtiyacı hakkındaki vecizesi, grubun gücüyle ilgili analize aktarılabilir.

Genel bir tüketim antropolojisi bağlamı açısından, bilgi maliyetini emek piyasasıyla katı bir biçimde ilgili olarak ele almak, fazlasıyla dar fikirlilik olacaktır. Bireyin gelecekteki alan ve etkisini daha hayati bir biçimde geliştirecek olan siyasal bilgi ihtiyaçları vardır. Elbette, hükümetlerin rakipleri hakkında bilgiye ihtiyacı vardır ve bunun için para harcarlar. Yükselen bir siyasetçi de, liman işçisinininkiyle aynı ötsel amaç uğruna içkiye, daha lüks bir düzeyde, para harcamak zorunda kalabilir. Fena halde borca batmış olan genç Walpole, önde gelen Whiglerle katıldığı haftalık toplantıları kaçırmayı göze alamazdı:

Walpole, cümbüslü siyaset sanatını bu haftalık toplantılarda öğrendi –tabii, öğrenmeye ihtiyacı vardysa; zira hiç kimsenin mizacı, içkinin zayıf düşürmesiyle ortaya çıkan tüm olanakları kullanmaya onun kadar yatkın değildi. Ancak bu adamların yanında ne doğuştan ne de servetinden gelen hiçbir doğal üstünlüğe sahip değildi. Onların üzerinde hakimiyet kurabilmek için, fazlasıyla göze batan hırsını dizginlemeyi, ağzından çıkan paylayıcı sözleri kontrol etmeyi, iğneleyici sözleri söylememeyi öğrenmek ve aslında böylece mizacını bastırmayı öğrenmek zorundaydı... Ama Walpole için, nadide yiyeceklerin ve pahalı içkilerin bolca bulunduğu bu şamatalı, müsrif akşamlar, Avam Kamarasında geçirdiği uzun günler kadar değerliydi.¹⁷⁸

Siyasal bilgi bu yolla, tüketim törenlerindeki kişisel temaslarla birlikte gelme eğilimindedir. Böylelikle içirme ve dışlamanın kritik kural-ları ortaya çıkar. Ama, azimli ve hırslı bir siyasal bilgi öğrencisinin en yükseğe ulaşmaması mümkün değildir. Çok farklı bir iklim ve koşulda, Nijerya'daki Tiv kabilesinin işlerini, nasıl bir soykütüksel bağ tabiri içinde düzenlediklerini öğreniyoruz.

Soykütüklerini ve başka meseleleri, günlük kaygı alanının ötesinde bir genişlikte öğrenebilecek pek az Tiv –siyasetçiler ve az sayıda bilgin– vardır. Bu kesimin ilgi ve imkanları yaygın Tiv ilgilerinden ve soykütüğü kullanımından farklıdır. Bütün Tivler yaşarlar, nefes alırlar ve soykütüğünden söz ederler ama bunu, ancak birtakım nokta ve ilişkileri gösterebildikleri sürece yapabilirler. Soykütüklerinin öğrenilmesi ve kullanılması arasında yapılacak herhangi bir ayırım yapaydır... Yetişkin bir Tiv, babasının ölmüş akrabalarıyla ilgili ek bilgilerin çoğunu, meclisler, soruşturmalar, cenazeler ve buna benzer vesilelerle, yaşlıların tartışmalarından kazanır. Bu tür olaylarda, orta yaşa yakın hırslı erkekler, aile çevresindeki konuşmalara dinleyici olarak yakından katılırlar. Bir sonraki gün, bu kişilerin, olayın ince noktalarını tartışmak için daha bilgili yaşlılarla bir yere kapandıklarını görebilirsiniz... çeşitli yorumlar sayesinde, [sülaleler] arasındaki bölünme düzeni, mekansal konum ve ilişkinin türüne dair bir anlayış kazanır[lar].

Ama toplumsal ve coğrafi mekanda ne kadar uzaklaşılsa, yani yerel siyasetten ulusal siyasete bir kayma olursa, bir Tiv, kendinin-kine karşıt olabilecek daha büyük kesimlerin bölünme düzeninden daha az emin olur.

Daha kesin bilgilere ulaşan Tivler, bunu ilgi ve faaliyet sahalarının daha geniş olması sayesinde yapar. Bu suretle, otuzundaki genç bir adam, yönetimin şefi olan babası tarafından, mevcut entrikaları araştırmak için özel talimatlarla toplumsal ve mekansal olarak uzak bir sülaleye gönderilmişti. Gönderildiği sülalenin iç bölünmesinin iki farklı biçimiyle –ziyaretinin temel amacı olan, halihazırdaki siyasal durumu tam olarak anlayabilmek için gerekli olan bilgiyle– geri döndü.¹⁷⁹

Bilgi, ister resmi ister gayri resmi kaynaklarda araştırılsın, iş arama masraflarıyla paralellik taşır. Elde edilen bilginin getirileri arttıkça, bilgi elde ediş sürecinde daha çok zaman ve kaynak sarfiyatı haklı görülür. Ama bu kural, ölçek getirilerine ulaşabilenlerin yararlandığı birikimsel şok mekanizmasının sadece başka bir örneğidir. Bir sonraki bölümde, toplam nüfusu tüketim sınıflarına böldüğümüzde, “eşyalar hakkında bilgi seti”ne en fazla para harcayanların en avantajlı konumlarda olduğunu göreceğiz.

179) Bohannan, Laura. "A Genealogical Charter." *Africa*, 22(4): 301-315, 1952.

GRUPLAMA

Az gelişmiş ülkelerin toplumsal yapılarında, farklı tüketim tarzlarını tanımak zor değildir. Bu tarzlar genelde, çok farklı gelir düzeylerine ve çok açık bir toplumsal tabakalaşmaya –büyük toprak sahipleri ve yönetici sınıflar, ardından küçük toprak sahibi köylüler ve en altta topraksız köylüler– denk gelir ve her grup ya da tabaka kendine uyan malları kullanır. İktisatçıların çok sayıda malı, fiziksel özelliklerinden bağımsız olarak, karma metalar olarak bir araya getirmeyi başarmaları için, gelişmiş ülkelerin toplumsal yapılarındaki benzer büyük çatlaklara bakmaları gerektiği oldukça açık görünmektedir. Ama burada farklılıkların sosyolojik algılanışı daha muğlaktır. Eğer ayırt edilebilirse, açık seçik sınıflararası evlilik ve farklı sınıflardan insanların birlikte yemek yeme örüntüleri talepte kesintilere yol açabilir. Ama sosyolojik analiz bu tür açık seçik örüntüler açığa çıkaramamakta ve karmaşık durum devam etmektedir.

Piyasa araştırmacıları reklam müşterileri için çok önemli olan bu zorlukla, toplumsal sınıfları harcama alışkanlıklarına göre tanım-

layarak ve bu tüketim temelli tanımı meslek ve gelir gruplarına az çok bağlayarak başa çıkarlar. Tüketim, gelir ve mesleğe dayalı ortak bir hayat tarzı kavramı, bir ömür süresince umulan gelir düzeyinin sezgisel bir değerlendirilişine hizmet eder ve bu değerlendirme de piyasa araştırmacılarının genel amaçları bakımından oldukça işe yaramaktadır. Servetin kendisinin değerlendirilmesi olağanüstü zordur. Meslek kategorileri emin bir rehberlik hizmeti görmez, çünkü dikkatli incelenince, yine bir ömür süresince umulan gelir düzeyine işaret eden kaleydoskopik bir bileşenler listesine çözümler.¹⁸⁰ Herhangi bir yılın ölçülmüş geliri, açıktır ki, tüketim örüntülerinin önemli bir belirleyicisi değildir. Kötü bir sezonda insanlar işaretleme hizmetleri alma ve verme şeklindeki karşılıklı yükümlülüklerini ihmal etmeyecek ve hayat standartlarını korumak için borçlanacaklardır ya da eğer iyi bir yılın istisnai ve devamı gelmeyecek bir durum olduğunu düşünürlerse, normal olarak bunun tüketim rutinlerini büyük ölçüde değiştirmesine izin vermeyeceklerdir. Modern sanayi toplumunda tüketim örüntülerini keşfetmenin tek güvenilir yolu, bir şekilde malların toplumsal amaçlı kullanımına odaklanmaktan geçer. Piyasa araştırmacılarınca kullanılan tüketim ölçütleri, sistematik olarak kullanıldıkları taktirde, toplumsal sınıfın neye benzediğine dair iyi bir fikir verebilirler. Fakat sonuç olarak bu ölçütler toplumsal sınıfı tanımlayabilseler de, böyle bir toplumsal sınıf tanımı tüketim davranışını açıklamakta kullanılamaz. Yine de böyle döngüsel bir tüketim davranışı açıklamalarıyla sık sık karşılaşırız.

Şimdiye dek tüketicinin değişen beğenilerini ve etkinliklerini tek bir kavramsal şemada ilişkilendirebilecek bir tüketim kuramı oluşturulamamıştır. Ama belki de tüketim davranışının bağlantısının (bkz.8. Bölüm) analizi, kuramsal ihtiyaçların bazılarına cevap verebilir. Bu analiz, burada öne sürüldüğü gibi, tüketicinin rasyonel amacının anlaşılabilir bir dünyada rasyonel seçimlerini sürdürmek olduğunu ve tüketim ölçeğini büyütmenin genişleyen bir bilgilendirme sistemini denetlemenin rasyonel bir yolu olduğunu doğrulayabilir. Aynı zamanda bu analiz, toplumun sınıfsal yapısının ürettiği ama diğer yollardan ortaya çıkarılması zor olan tüketimdeki süre-

180) Hope, Keith, ve Goldthorpe, John. *The Social Grading of Occupations: A New Approach and Scale*. Oxford: Oxford University Press, 1974.

sizlikleri de açığa çıkarabilir. En azından burada bağlantı analizinin tüketicilere nasıl uygulanabileceğini gözden geçirebiliriz.

Öncelikle, farklı tüketim örüntülerini temsil eden, öğretici olabilecek seçilmiş bir mal grubunun neleri içerebileceğine bakalım. Uluslararası ticaret modelini izleyecek olursak, üç farklı mal grubunu tüketmelerine göre tanımlanan üç toplumsal kategoriyi araştırarak işe başlayabiliriz: Birincisi, ana üretim sektörüne denk gelen temel ürünler grubu; ikincisi, ikincil üretim sektörüne denk gelen bir teknoloji grubu; ve üçüncüsü, üçüncül üretime denk gelen bilgi grubu malları. Bu terimleri seçmek, bizi, ihtiyaç malları ve lüks mallar arasındaki tezatın sınırlarından kurtarabilir. Bu da, her bir toplumsal sınıf bakımından, tanımlayıcı olan uygun tüketim tiplerine eğilerek, zorunlu ihtiyaç mallarının (gelirdeki değişikliklere verdikleri tepkilere göre tanımlanan) ötesine bakmamızı sağlar. İlk durumda, temel ürünler dizisiyle tanımlanan toplumsal sınıf açısından yiyeceğin tanımlayıcı harcama olduğu açıktır. Bu hanehalkları, toplam harcamanın büyük bölümünün başka mallardansa yiyeceğe gittiğini söyleyen Engel Kanunu'na göre tanımlanacaklardır. Diğer iki toplumsal sınıf ise yiyeceğin toplam harcamalar içinde daha az bir yer kaplamasıyla zaten tanımlanmışlardır. Ancak bu diğer iki sınıfın tüketimini tanımlamak için, yiyeceğe yönelik talebe benzer bir talep hareketi sergileyen bir mal grubu aramak hata olurdu. Bir araya toplanacağını umduğumuz çeşitli mallara olan talepler birlikte hareket ettikleri sürece, bu malların tek bir karma meta olarak düşünülmesi makuldür. Yiyecek talebinin bir başka mal grubuna yönelik taleple aynı şekilde davranmasını beklemek içinse bir sebep yoktur. Tam tersine: Karmaşık bir toplumsal sistem içindeki ayrı bölünmeleri araştırdığımız için, bölünmeler organik olarak ilişkili olacaklar ve dolayısıyla birbirlerinin yapılarını kopyalamaları ihtimali çok az olacaktır. Bu yüzden seyahat ve tüketicinin sermaye donatımına yönelik yüksek bir gelir esnekliğince tanımlanan ikincil bir tüketim sınıfı düşünebiliriz. Temel ürünler sınıfının tanımını göz önünde bulundurursak, teknoloji grubunun tanımlayıcı malları için geriye, görece daha yüksek bir harcama olanağı kalacaktır.

“Lüks mallar” terimini bir yana bırakarak, ne mutlu ki, temel ürün dışı tüketim kavramındaki heterojenlikten ve ahlaki lekeden kurtulmuş olduk. Bir “bilgi” malları kategorisi anlamsız olmadığı

gibi, bu tür harcamalar uçarı ya da ahlak dışı da değildir. Tıpkı zararlı olmalarına karşın şekerli bisküvilerin yiyecek kategorisinde sayılmaları gibi tiyatro, konser biletleri ve pornografik yayınlar da bilgi sınıfına girerler. Eğitim kategorisi, her tür dersi –bronz dökümü, cazibe ya da İspanyol dansı gibi– içine almak zorunda olsa da, ciddi bir konudur. Karışık olsalar da, tamamını bilgi alma mantıksal şemsiyesi altında toplamak makuldür. (Daha sonra resmi ve gayr-ı resmi bilgi kaynakları ayırımına gitmemiz gerekecek). Tanım gereği –ve teknoloji grubu mallarıyla aynı sebepler yüzünden– bilgi grubu malları, yiyecek için düşük bir gelir esnekliği olan ve gelirin daha az bir bölümünün yiyeceğe harcandığı bir tüketim sınıfını tanımlayabilir. Bu sınıf teknoloji için yüksek bir gelir esnekliğine sahip olacaktır, ama gelirin daha büyük bir bölümünün teknoloji grubu mallara harcanması şart değildir. Hemen hemen her gelir grubunda yeni bir dayanıklı tüketim malıyla, hatta yeni bir evle, belli bir bilgi hizmeti standardını sürdürmek arasında bir çatışma çıkabilir. Bu çatışma bu toplumsal sınıfta, tanım gereği, bilginin teknolojiye yeğ tutulmasıyla çözülecektir. Bu sınıfın tanımlayıcı özelliği, bilgi satın almaya yönelen görece daha yüksek bir harcama oranıdır.

Burada üç ayrı tüketim örüntüsü öneriyoruz.

- 1 Küçük ölçekli, toplam harcamanın büyük bir oranının yiyeceğe ayrılmasıyla tanımlanan;
- 2 Orta ölçekli; toplam harcamanın görece büyük bir oranının ileri tüketim teknolojisini temsil eden mal grubuna ayrılması ve bu mallar bakımından yüksek bir gelir esnekliği, bunun yanı sıra yiyecek harcamalarının toplam harcama içinde görece azlığı ve daha düşük yiyecek giderleri esnekliği ile tanımlanan;
- 3 Büyük ölçekli; harcamanın görece büyük bir oranının teknoloji grubu mallara ayrılması, bunun yanı sıra bu mal grubu için yüksek bir gelir esnekliği ve daha düşük bir yiyecek giderleri esnekliği ve gelirin daha küçük bir oranının yiyeceğe harcanmasıyla tanımlanan tüketim örüntüleri.

EN ÜST SINIFA KABUL EDİLME

En küçük tüketim ölçeği bariz bir şekilde gelir yönünden sınırlı olduğundan ve harcamaların ne için yapıldığını tahmin etmek kolay olduğundan, ilginin diğer iki tüketim örüntüsüne yönelmesi

doğaldır. İncelenmesi gereken ilk şey bu örüntülerin ayrımlanabilir bir şekilde var olup olmadığıdır; ikinci önemli soru bu tüketim örüntülerinin gelir dağılımı tablosundaki farklı konumlarca tanımlanıp tanımlanmadığıdır. Eğer gelir ve ailenin hacmi tek başına tüketim örüntülerini belirliyorsa, o zaman Britanya'da gelir dağılımı çizelgesi çok düzgün olduğundan tüketim örüntülerinde keskin ayrımlar ve ortaya konabilecek ayırt edici tüketim örüntüleri olmaması gerekirdi. Küçük ölçekten büyük ölçeğe geçişin, ayırt edilemeyecek denli aşamalı ve bulanık olması gerekir. Aynı sav uyarınca, Britanya toplumu az çok sınıfsız olacaktır; tüketim örüntülerindeki belli başlı ayrımlar ailenin hacmine ya da hanehalkı reisinin çalışıyor ya da işsiz olmasından kaynaklanan farklılıklara yorulacaktır. Oysa, antropolojik sav farklı bir yönde ilerler: Her bir hanehalkının geniş ölçekli bir tüketim örüntüsüne yönelmesi rasyonel olsa da tamamı bunu elde edemez ve karşılaşılan engeller sadece gelirle ilgili değildir. Tüm toplumda bütün hanehalklarının bilgi ve hizmet mallarına, gelirlerinden aşağı yukarı aynı oranlarda harcama yapmamaları için özsel bir neden yokmuş gibi görünebilir. Ama bunun bir gerekçesi var: Etnografi, bilgi sınıfındaki malları elde etme rekabetinin yüksek kabul bariyerleri ve etkili dışlama teknikleri üreteceğini söyler. Etnografi, kendi hallerine bırakıldıklarında, fiziksel üretim araçları ne kadar eşit dağılmış olursa olsun ve serbest eğitim olanaklarına bakılmaksızın, tüketicilerin belli bir bilgi türüne erişimi denetleyen dışlayıcı iç gruplar yaratma eğiliminde olacağını söyler.

Daha önce üretimdeki üçüncül sektör hakkında yazarken olumlu bir yerden baktık ve idari, finansal ve komisyon hizmetlerinin bir tür toplumsal başlangıç harcaması, iktisadi gelişme bakımından kara ve demir yolları kadar zorunlu bir koşul ve üretim hacmini artırmanın araçları olduğunu ileri sürdük. Fakat elbette mesele daha karmaşıktır. Üçüncü sektör uluslararası ekonomide, lüks malların tüketim konusundaki yazılarda karşılaştığına benzer, küçümsemenin bir konumdur. Fakirlerin dürüst emekleriyle semiren asalak bir ruhban sınıf gibi, hizmet sektörü de küçümsemeyi hakikaten hak etmiş olabilir. Aynı şekilde, kelimenin gerçek olumsuz anlamıyla lüks mallar, içine kapalı elit bir sınıfın özel zevkleri için çoğunluğun emeğinin ürünü yutabilir; kaldı ki, bu elit sınıf aldıklarına karşın ekonomiye pek az şeyi geri verir ve asıl ilgilendiği konu kendi

hegomonyasını sürdürmektir. Bu tablo dikkatlice incelenmelidir. Şu anda tam olarak, bilginin kontrol edilmesinde tüketim mallarının kullanımı ile ilgiliyiz; savımızın genel çizgisi, bilgi grubu malların kullanımlarının her zaman nötr veya yararlı olduğunu ve hiçbir zaman zararlı olmadığını söylemez.

İki noktaya açıklık kazandırmak, en üst tüketim sınıfına kabul edilmenin neden önemli olduğunu gösterecektir. Birincisi, en üst sınıf öbürlerinden daha yüksek oranlarda gelire sahiptir ve ikincisi, bilgi malları ve hizmetlerini değerlendirme becerisi, bu daha çok gelir getiren sektörde iş bulmak için gereken bir vasıftır. Tüketimden istihdama bir geri beslemeyle sonuçlanan bu iki nokta, bir bütün olarak ekonomide tüketimi kazançlara bağlayan döngüsel süreci kurmaya kafidir. İlkinin üzerinde durmaya gerek olmadığı açıktır. Neredeyse totolojiktir. Tüketimlerini geniş bir bilgi grubu mallarına yayan insanların gelir potansiyeli nüfusun geri kalan kısmından daha iyidir. Bilgi grubuna fazla harcama yapanlar yine bilgi mallarının büyük üreticileridir. Bu, gelecek bölümde tekrar döneceğimiz canalcı öneme sahip bir konudur. Herkes hayatının bir döneminde bir avukatın ya da rahibin hizmetine ihtiyaç duyabilir, çünkü insanların çoğu evlenir, miras devralır, miras bırakır ve sonuçta herkes ölür. Çoğu doktora ya da hastaneye başvurmak zorunda kalmış ve maça, konsere ya da tiyatroya gitmiştir. Bilgi üreten sektörden halkın tamamı yararlanır. Ama her bir bilgi dalı içinde, verilen hizmete rekabetçi bir öge katacak olan yeni bilgi dalgalarını yakalamak için profesyonel bir görme ve işitme eğitimi sunan ve en iyi bilgi ihtiyacına cevap veren uzmanlaşmış bilgi simsarlığı yapan kurumlar vardır. Oyun yazarı olmak isteyen birisi, başka insanlardan daha fazla oyun görür, orkestra şefi olmak isteyen birisi daha fazla konsere gider ve daha fazla plak alır, bir yazar başka insanlardan daha fazla kitap satın alır. En üsttekiler kazançlarını büyük bir piyasadan çekip çıkarmalarına rağmen, kendilerini, fazlasıyla seçilmiş eğlencelerine verirler – tabii kazançları izin verdiği kadarıyla. Bunun ötesinde, yakın gelir dilimlerinde olduklarından, çeşitli bilgi hizmeti üreticileri arasında daha fazla evlilik olması ve bu insanların birbirleriyle daha sık yemeğe çıkmaları muhtemeldir. Willmott ve Young'ın Büyük Britanya'da yaptığı boş zaman etkinlikleriyle ilgili bir araştırma, en üst toplumsal sınıfta çalışma ve boş zaman arasında bir bağ olması

yönünde çok daha güçlü bir eğilimin varlığını gösterir – profesyonel ve yönetici sınıfın yüzde 39'u–; oysa bu bağlantı öbür toplumsal sınıflarda çok daha azdır.

En üst tüketim sınıfının boş zaman etkinliklerinde kendisini öbür sınıflardan ayırma eğiliminde olmasına rağmen, bu sınıfın manevi zevklere yönelik talebi ya da opera ve temiz hava gibi maddi olmayan şeylere olan arzusu bile opera binası ve yat limanları gibi maddi ilaveler için talebe yol açar. Zengin oldukları için talebi yönlendirirler ve bu yönlendirme, bu sınıfın amaçlarının tayin ettiği bir hiyerarşiye göre tüm diğer etkinliklere değer kazandırır. Modada yaptıkları tercihler fiyat yapısını tümüyle değiştirir ve bu tercihlerin kendini sürdürme gücü vardır. Bu bizi ikinci noktaya ulaştırır: Bilgi mallarını değerlendirme becerisi daha yüksek kazancın yolunu açan bir vasıftır.

Burada, öncelikle bilgi grubu malları tüketen toplumsal sınıfa girmenin, üretim sisteminin hizmet sektörüne girmeyi kolaylaştırdığını ileri sürüyoruz. Buysa, uluslararası ticarete üçüncü sektörün başka bir yönüne denk düşer. Bu sektör çok uzman kişilerle çalışsa da (örneğin mali ve hukuki uzmanlık), yurtiçi işlerinde veya komisyon hizmetlerinde vasıfsız işçileri de istihdam eder. Sabalo, bunun hizmet sektörüne, vasıfsız kırsal bir nüfusu bünyesine dahil etme ve görece iyi ücret verme kapasitesi kazandırdığını ve bunun da daha sermaye yoğun bir tarıma yol açtığını göstermiştir.¹⁸¹ Benzer şekilde, bilgi üretimi hizmetlerinde işe alınanların pek çoğunun uzun bir eğitime ya da uzmanlık vasıflarına ihtiyaçları yoktur. Ama bu çalışanların iyi eğitilmiş bir kulağa ya da iyi görme yeteneklerine veya damak zevki gibi başka bazı tüketim uzmanlıklarına sahip olmaları kendileri için faydalı olabilir. Linder¹⁸², en zengin ülkelerin en çok birbirleriyle ticaret yapma eğiliminde olduklarını ve en benzer talep yapılarına sahip olan ülkelerin birbirleriyle, başkalarıyla yaptıklarından daha fazla ticaret yaptıklarını gözlemlemiş ve göstermiştir. Linder bunu, aynı çeşit mallar için yurtiçi talebe dayanan bir piyasayı anlamadaki avantajlarla açıklamaktadır. Bu, çok para kazanmak isteyen, hizmet sektörünün kârlı olduğunu gören ve özel tüketim alışkanlıkları kendisini, değer gören bilgi malları ve hizmet-

181) Sabalo, Yves. *The Service Industries*. Cenevre: ILO, 1975.

182) Linder, Stafien B. *Essays on Trade and Transformation*. New York: Wiley, 1961.

leri dizisinin bir bölümündeki isimleri değerlendirebilecek biçimde eğitmiş olan bireyin bu sektörde iş bulma avantajları söz konusu olduğunda daha da kuvvetli biçimde söylenebilir.

Aşağıdaki analiz, ulustaki üçüncül istihdam sektörüyle hanehalkı içindeki bilgi grubu tüketim malları arasındaki bu ilginç benzerlikleri temellendirmek amacıyla, yukarıda öngörülen küçük ölçekli ve büyük ölçekli tüketim sınıfları arasındaki kopuşu bulmaya özel bir dikkat göstermektedir.

BAĞLANTI TESTLERİ

Aşağıda yer alan tablolar, biraz önce sıralanan tüketim sınıflarına dair 1973 yılı Aile Harcama Araştırması'ndan¹⁸³ bulgu elde etmeye çalışıyor. Tablolar hanehalkı reisinin mesleğine göre düzenlenmiştir; aile tüketiminin ve nüfusunun etkileri hesaba katılmıştır; haftalık gelir hakkında sunulan rakam, vergi çıkarıldıktan sonra kalan miktardır ve hanehalkının tüm üyelerinin kazancını içerir. Tablo 9.1A, örneklemdaki her bir karma meslek kategorisine ait sayıların nasıl farklı "eşit" gelir grupları arasında dağıldığını gösterir: En üst (profesyonel ve teknik işçiler, idare ve işletme çalışanları ve öğretmenler) sınıfta sadece 63 hanehalkı en düşük gelir grubunda yer alır, yani denk gelir dağılımının en düşük yüzde yirmisi çoğunluk en üst gelir grubundadır. Tabii ki bu grubun geliri en üst yüzde 20'nin (haftalık \$51) ötesine uzanır (en üst yüzde 20'nin ortalaması haftada \$80 kadar olmak kaydıyla). Kol gücüyle çalışan vasıfsız işçilere gelince, yığılma bunun tersi yönde işler, en üst gelir grubunda çok küçük bir azınlık yer alır. Aynı durum emekliler ve işsizler için de geçerlidir.

Bağlantı tiplerine makul bir biçimde denk düştüğü izlenimi uyandıran harcamalara işaret etmek için üç çeşit mal seçilmiştir. Gayr-ı resmi bilgi kaynakları, burada hanehalkının kendi telefon hesabından harcama yapıp yapmadığına göre değerlendirilen toplumsal bağlantıyı oluşturur; resmi bilgi bağlantısı hanehalkının bir banka hesabının getireceği avantaj için ödeme yapıp yapmayacağına bağlıdır; teknolojik bağlantı ise bir otomobili olup olmadığına ve böylece mazot ve benzin için harcama yapıp yapmayacağına bağlıdır.

183) Department of Employment. *Family Expenditure Survey*, 1973. HMSO, 1974.

Tablo 9.1 Tüketici bağlantısı testleri

Meslek İlk Yetişkin	Denk* normal† safi hanehalkı geliri (yüzde £)					
	En düşük 20	ikinci 20	orta 20	dördüncü 20	En üstü 20	Toplam
A. Hanehalklarının						
Profesyonel ve teknik çalışanlar, idare ve işletme çalışanları, öğretmenler	63	115	183	349	663	1373
Memurlar ve tezgahhtarlar	30	69	105	131	119	454
Kol işçileri-vasıflı ve yarı vasıflı	228	578	736	656	393	2651
Kol işçileri-vasıfsız	75	112	92	61	29	369
Emekliler ve işsizler	879	457	214	135	126	1811
Tüm hanehalkları**	1340	1339	1339	1339	1338	6695
B. Ortalama denk normal safi hanehalkı geliri (hafta başına £)						
Profesyonel ve teknik çalışanlar, idare ve işletme çalışanları, öğretmenler	18.34	28.06	35.27	45.00	80.67	58.29
Memurlar ve tezgahhtarlar	20.26	27.78	35.95	44.40	62.78	43.14
Kol işçileri-vasıflı ve yarı vasıflı	20.70	28.01	35.24	44.56	63.33	3855
Kol işçileri-vasıfsız	19.78	27.59	35.15	43.88	60.31	33.15
Emekliler ve işsizler	19.66	27.13	34.80	43.70	76.62	39.97
Tüm hanehalkları**	19.84	27.67	35.23	44.54	72.63	39.97

Tablo 9.1 Tüketici bağlantısı testleri

	Denk normal safi hanehalkı geliri (yüzde £)					
Meslek İlk Yetişkin	En düşük 20	ikinci 20	orta 20	dördüncü 20	En üstü 20	Toplam
C. Hanehalkı reisinin yaşı (yıl)						
Profesyonel ve teknik çalışanlar, idare ve işletme çalışanları, öğretmenler	39.6	39.7	38.8	41.1	44.5	42.2
Memurlar ve tezgahhtarlar	45.7	43.0	44.8	46.6	48.0	45.9
Kol işçileri-vasıflı ve yarı vasıflı	41.9	42.7	43.3	45.1	43.4	43.5
Kol işçileri-vasıfsız	49.7	47.8	51.3	50.8	49.9	49.7
Emekliler ve işsizler	67.7	69.1	67.5	68.1	66.3	67.9
Tüm hanehalkları**	59.2	51.8	47.1	46.8	46.6	50.3

Kaynak: İstihdam Dairesi'nin *Aile Harcama Araştırması*'ndan (1973; HMSO, 1974) alınan verilerin analiziyle derlenmiştir.

* Aile kompozisyonu denkleştirilmiştir.

** İlk yetişkini silahlı kuvvetlerde olan hanehalkları dahil

† Normal birkaç hafta geçerli

‡ Gelir vergisi ve sosyal sigorta kesintilerinden sonra kalan net.

§ Hanehalkındaki tüm bireylerin toplam geliri

Bu kalemler kültürün maddi temelini incelenmesinden sonra seçilmiştir. Benzer biçimde Derek Stenning, bir Fulani çobanının çocukları ve karısının süt ihtiyacını karşılamak için kaç tane koyun beslemesi gerektiğini hesaplamıştır; insan ve hayvan sayısı arasındaki doğru dengeyi kurmak için karılarından kaç tanesinin mandırada çalışması gerektiğini ve hayvanlarını otlatma hakkını ödemek, belli bazı öngörülebilir borçları ödemek, oğullarını evlendirmek ve bağimsiz bir insan olarak başını dik tutabilmek için vergi olarak yılda kaç

tane koyun vermesi gerektiğini hesaplamıştır.¹⁸⁴ Şimdiki örnekte bir otomobile sahip olmayı, hanehalkının teknolojik kapasitesini göstermek için ele alıyoruz. Daha zengin aileler kaliteli bir otomobil ya da çok sayıda otomobil alabilirler. Bu yüzden, otomobiller konusunda kentte ve taşrada yaşayanlar arasında bir farklılık olacaktır. Bir otomobilin yokluğu kendi başına önemli olmadığından, otomobil sahibi olmanın, bu amaç için ele alınabilecek en iyi kalem olmaması çok mümkündür. Bir otomobile sahip olmamanın tek başına hiçbir anlamı yoktur, ancak bu bağlantı testinin altını çizen varsayım, bir otomobil ve bir telefon ya da banka hesabına sahip olmamanın küçük ölçekli bir tüketim örüntüsüne işaret ettiğini belirtir. Otomobil sahibi olmanın çok genel bir şey, özel ulaşım teknolojisinin kontrolü hakkında bir şey göstermek için fazlasıyla genel olduğunu düşünebilecek okuyuculara, sanayi kenti Lancashire'da 1966 yılında yapılan nüfus sayımında, her yüz hanehalkına kırktan daha az, banliyö bölgesi Cheshire'de yetmiş beş, ve Hale, Bowden, Wilmslow, ve Macclesfield'da doksandan fazla otomobil düştüğünü söylemek gerekebilir. Banliyölerin "en iyisinde" ailelerin yüzde 20'sinin iki otomobili vardır.¹⁸⁵

Bir banka hesabına sahip olmak, profesyonel bilgi ve hizmetlere yapılan minimum bir ödemeyi göstermek için seçilmiştir. Daha zengin hanehalklarındaki güçlü bir bilgi bağlantısı (burada en az olarak banka masraflarıyla temsil edilmiştir), çok geniş bir özel danışmanlık ve yönetim hizmetleri dizisine yol açacaktır. Bunlardan hiçbirisini kullanmayan bir hanehalkı, idari ve finansal sektörler bakımından az gelişmiş bir ülkeye benzer. Birçok durumda kendi işinde çalışan insanlar tarafından ihtiyaç duyulsa bile, bir eve telefon bağlanması birtakım toplumsal bağlantıların varlığının göstergesidir. Bu dizi hakkında başka sorunlar da vardır: Maaşları çekle ödemek meslekle bağlantılı olduğundan, banka hesabı kendi başına o kadar önemli değildir, tek başına ele alınan bir otomobilden daha önemli değildir. Kendilerinden bahsedilmeyen, bu tür tüketim biçimlerinin bir ya da ikisini göstermekle birlikte üçünü birden göstermeyen hanehalkları da vardır. Tablo 9.2 çok zayıf tüketim bağlantısına sahip ve bu yüzden bizim terimlerimizle küçük ölçekli tüketim grubuna giren

184) Stenning, Derek. *Savannah Nomads*. Oxford: Oxford University Press, 1959.

185) Smith, David. *Industrial Britain, The North West*, s. 30. Devon: David & Charles, 1969.

Tablo 9.2 Mülkiyet sahipleri seviyeleri: Negatif (Kendi telefon hesabı, banka, yakıt ve benzin harcamaları olmayan hanehalkı yüzdesi)

Meslek İlk Yetişkin	Denk normal safi hanehalkı geliri (yüzde £)					Toplam yüzde
	En düşük 20	ikinci 20	orta 20	dördüncü 20	En üstü 20	
Profesyonel ve teknik çalışanlar, idare ve işletme çalışanları, öğretmenler	14.3	15.7	10.4	4.6	1.7	5.3
Memurlar ve tezgahhtarlar	40.0	31.9	22.9	13.0	6.7	18.3
Kol işçileri-vasıflı ve yarı vasıflı	47.2	35.3	27.0	16.9	11.7	26.3
Kol işçileri-vasıfsız	62.7	53.6	55.4	37.7	24.1	51.0
Emekliler ve işsizler	75.3	52.3	31.8	19.3	8.7	55.6
Tüm hanehalkları**	64.9	40.7	27.0	14.5	6.3	30.7

Kaynak: İstihdam Dairesi'nin *Aile Harcama Araştırması*'ndan (1973; HMSO, 1974) alınan verilerin analiziyle derlenmiştir.

hanehalklarını gösteriyor: Bu hanehalkları, ki tüm hanehalklarının yüzde 30'unu oluştururlar, teste dahil edilen bu kalemlerden hiçbirisi için harcama yapmazlar. Meslek grupları gelir gruplarına, bir başka deyişle, sürekli gelir beklentisine göre sıralanırlar. Bu sıralamanın alt kısımlarına bakarsak telefonu, banka hesabı ya da otomobili olmayan hanehalklarının sayısı giderek artar – profesyonel grup örneğindeki yüzde 5.3'ten emekliler ve işsizler için olan yüzde 55.6'ya yükselir.

Tablo 9.3 testte yer alan üç kaleme de harcama yapan tüm hanehalklarının oranını göstererek dikkatleri başka bir yöne çekiyor. Tüm nüfusun yüzde 12.4'ü şeklindeki rakam şaşırtıcı bir şekilde azdır ve testimizin arama amaçlı olduğunu akla getirir. Üç kalem

Tablo 9.3 Mülkiyet sahipleri seviyeleri: Pozitif (Kendi telefon hesabı, banka, yakıt ve benzin harcamaları olan hanehalkı yüzdesi)

Meslek İlk Yetişkin	Denk normal safi hanehalkı geliri (yüzde £)					Toplam yüzde
	En düşük 20	ikinci 20	orta 20	dördüncü 20	En üstü 20	
Profesyonel ve teknik çalışanlar, idare ve işletme çalışanları, öğretmenler	12.7	22.6	29.0	33.8	32.9	30.8
Memurlar ve tezgahhtarlar	6.7	11.6	15.2	22.1	29.4	19.8
Kol işçileri-vasıflı ve yarı vasıflı	4.2	5.0	7.1	12.4	15.5	8.9
Kol işçileri-vasıfsız	0	2.7	5.4	4.9	10.3	3.8
Emekliler ve işsizler	0.5	1.5	4.7	11.1	19.1	3.3
Tüm hanehalkları**	2.0	5.5	10.2	18.5	25.8	12.4

Kaynak: İstihdam Dairesi'nin *Aile Harcama Araştırması*'ndan (1973; HMSO, 1974) alınan verilerin analiziyle derlenmiştir.

için de harcama yapan kilise çalışanları kategorisiyle tezgahhtarlar kategorisi arasında büyük bir atlama olduğuna dikkat ediniz (yüzde 19.8) ve bunun ardından kalifiye ve yarı kalifiye el işçileri arasındaki farka bakınız (sadece yüzde 8.9). Burada görülen, meslekler açısından her bir gelir düzeyinde bulunan bir farklılıktır. Bunun yanında kilise çalışanları grubunun en üst gelire sahip bölümünde üç test kalemine yapılan harcama oranı bir bütün olarak ele alındığında, profesyonel gruptakilerin oranına eşittir. Anlaşılan kilise çalışanları, hedefledikleri tüketim tarzı hakkında öbürleriyle aynı fikre sahiptirler, onları engelleyen sadece gelir düzeyleridir. (Bu, tüketicilerin amaçlarının bu genel terimlerle formüle edilebileceğini söyleyen savımızı destekler.) Ama onların tüketim örüntüsünü, kalifiye kol

işçilerinden ayıran gelir değildir. Bir ömür süresince gelirin menzili çok benzerdir, bu yüzden ne servet ne de ölçülen gelir farkları bu ayrılığı açıklar. Bu noktada tüketim örüntüleri arasındaki ayrımın temelini görüyoruz; bu, geliştirmekte olduğumuz gibi, tüketim ölçeğine dayanan bir tüketimle tanımlanmış sınıf sistemini gösteren bir kanıttır.

Bu alanda araştırma yapmanın diğer pek çok yolu denenmeye değer. Örneğin, banka hesapları başka herhangi bir tür bilgi harcamasıyla, benzin ve yakıt harcaması özel ulaşımaya yapılan toplu harcamayla birleştirilebilseydi ve eğer sadece telefon faturasının ödendiği bilgisi yerine güncel özel telefon harcamaları kaydedilebilseydi, tüketimin iyi ölçeklendirilmiş örüntülere göre akışı daha berrak bir biçimde ortaya çıkabilirdi.

O zaman yine ilk test kalemlerinin üçünü de kullanan yüzde 12.4'ün içerisinde bir diğer, daha belirgin sınıfı ortaya çıkarabilecek üç grup için mallar seçmek ilginç olabilirdi. Belki de teknoloji için birden fazla eve sahip olmak açıklayıcı olabilir. Konut ve mobilyaya yapılan harcamaların kültürler arasında karşılaştırılması fazlasıyla zordur. Çünkü ev sahibi olma ve kirada oturma oranları gibi, sübvans edilen konut harcamaları da değişkendir; aynı şekilde ipotek etme, finansal kiralama vs. için de farklı olanaklar vardır. Genelde fakirler konut edinme ve kira üzerinde düşük bir gelir esnekliğine ve yüksek bir harcama oranına sahiptirler. Ama zenginler açısından konut, gelir esnekliği açısından bir zorunlu mal değildir. Bu konu teknik sorunlarla doludur, ama Dr. Margaret Reid, Birleşik Devletler'de konuta yapılan harcama rakamı düğümünü çözerek, hataların üzerinden giderek ve normal gelirin etkilerini de göz önünde tutarak, büyük bir istatistik dehası göstermiştir. Reid şunu söylemektedir: "ABD'de konutun normal gelire göre esnekliği 2 olacak kadar yüksek olabilir. Bu, bana, yüksek kaliteli konutların belki de bizim ekonomimizin önemli lüks mallarından biri, zenginleri fakirlerden ayıran öncelikli bir tüketim kalemi olduğunu düşündürüyor."¹⁸⁶ Böylece Reid, Marshall'ın "görece büyük ve iyi döşenmiş bir evin

186) Reid, Margaret. "Comments on Maisel and Winnick on Housing." In *Study of Consumer Expenditure, Incomes and Savings*, s. 50. Proceedings of Conference on Consumption and Saving, I. cilt, I. Friend ve R. Jones (der.). Wharton School of Finance and Commerce, Philadelphia, Penn.: University of Pennsylvania, 1973.

en düşük toplumsal tabakalarda dahi öncelikle 'verimlilik için bir zorunluluk' ve toplumsal ayrıcalıklılık için somut bir iddiada bulunmanın en uygun ve bariz yolu"¹⁸⁷ olduğu gözlemini destekliyor. Mevcut savda bunun sebebi, konutun toplumsal bağlantı amacıyla kullanıldığı ve zenginlerin bu maldan daha fazla, hatta alabildikleri kadar satın alma eğiliminde olduklarıdır. Eğer konutun sermaye ve teknolojiye ait olduğuna karar verirsek, en üst tüketim sınıfına ait toplumsal bağlantıyı ölçen test kalemine ne diyeceğiz?

Bu tüketim sınıfının tamamen özgün olduğunu kanıtladığımızdan, iyi bir test unsuru, öğrenilen güzel sanatlar, örneğin opera ya da resim, veya sıradan koleksiyonculuk –madeni para, eski kitaplar, eski plaklar ya da eski porselen, eski bardaklar ya da sadece bu işe kendini adayan uzmanların anlayabileceği fevkalade teknik ve bir-biri ardına sıralanmış isimler hiyerarşisini bereberinde getiren ve hiçbir özsel kullanışlılıkları olmayan diğer nesneler– için yapılan harcama üzerine olmalıdır. Ama bu özel bir araştırmanın konusudur, çünkü Aile Harcama Araştırması popülasyonunda bu sınıfın fazlasıyla az mensubu vardır. Bilgi bağlantısına gelince, özel eğitime yapılan harcama en üst tüketici sınıfındaki parantezleri yararlı bir biçimde kapatabilir.

Bu yollarla, telefon, banka ve otomobili içine alan bir tüketim bağlantısı paketine sahip olma düzeyleri bakımından toplumumuzun üst ve alt sınıfları arasında bir ayrım bulmayı bekleyebiliriz. Üst sınıf içerisinde bu ayrımın konut, güzel sanatlar ve eğitime yapılan harcama düzeylerine göre kendi içinde bir kez daha ayrılabilceğini umabiliriz. Gelgelelim, toplum içerisindeki gerçek ayrımları keşfetmek için bağlantı testleri her yıl yeniden gözden geçirilmelidir.

Bu en sonuncu üst sınıfı tanımlamanın bir başka yolu daha olabilir. Küçük ölçekliden büyük ölçekliye tüketim örüntülerinde, sınıfları tanımlayan mallara yapılan harcama görece artma eğilimindedir, ancak her bir mal kümesine yapılan harcamaların mutlak oranları muhtemelen daha benzer olma eğilimindedirler. Seçilmiş mal kategorileri için yapılan harcamaların mutlak oranları arasındaki farkın ölçülmesi ilginç bir toplumsal sınıf endeksi haline gelebilir. Bu belki de zorlama görünüyor. Ama büyük ölçekli tüketim örüntüsünün

187) Marshall, Alfred. *Principles of Economics*, 3. Kitap, 2. bölüm. Londra: Macmillan, 1890.

ayırıcı niteliğinin, etkinlik tiplerine çok geniş bir şekilde dağılma olduğunu varsaymak için bazı gerekçeler vardır. Beslenme alışkanlıklarıyla bir benzetme kurmak bu noktayı aydınlatılabilir. Fakir bir insanın masasında, ucuz bir karbonhidrat ürünü her yemekte hakim unsurdur. Daha yüksek bir gelir düzeyinde belli bir ana yemek olur, ama daha fazla çeşit bulunacaktır. Daha da yüksek bir gelir düzeyi açısından ana bir üründen bahsetmek zorlaşacaktır; ekmek, patates, fasulye, mercimek, yerlerini sürekli değişen et, balık ve baklagillere bırakacaklardır. Benzer biçimde, en üst tüketim sınıfında en büyük harcama kaleminin ne olduğunu söylemek bir ihtimal daha az kolay olacaktır.

Yapılan harcamalardaki farklılığın mutlak oranlarının ölçülmesi diğer istatistiksel verilerin yakalamakta başarısız olduğu, farklı hayat tarzları hakkında bilgi sunmanın bir yolu olabilir. Farklı hayat tarzları, reel gelirdeki artışla pratik olarak aynı anlama gelen, çeşitlilikteki o iyi bilinen artış üzerinde yükselir. Bu paralellik aşağıdaki alıntıda Jevons ve Marshall tarafından gösterilir:

kısa zaman sonra giyimde daha fazla çeşitlilik ve şıklık ortaya çıkar; ve bunu inşa etme, süsleme ve döşeme arzusu izler; bunlar uygarlıktaki her iyileşmeyle artıyor gibi görünen zevklerdir.¹⁸⁸

Geleneğin bir minimum olarak gerektirdiği ve bir maksimum olarak tahammül ettiği bu çeşitlilik ve pahalılıkta sürekli bir artış görülür ve kendini başkalarından giyim yoluyla ayırma çabaları İngiliz toplumunun alt tabakalarına kadar yaygınlaşır.¹⁸⁹

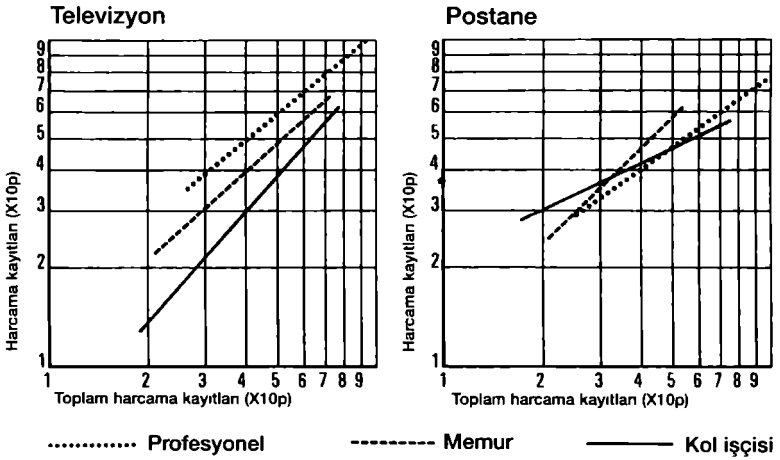
ZAMAN

Metalara dayanan bağlantı testinin gerçekten bir toplumsal katılım ölçüsü olduğu yine de gösterilmelidir; ve bu, paylaşılan tüketimin devam ettirdiği toplumsal ilişkilerin para kazanma kapasitesi üzerinde olumlu bir etki yaratacağı beklentisini onaylayacak derecede yapılmalıdır.

Özel bir telefonun tümüyle iş amaçlı ya da ev eşyası ismarlamak ve elektrikçi ya da su tesisatçısı çağırarak amacıyla kullanılmadığı

188) Jevons, W. S. *The Theory of Political Economy*, s. 45. Londra: Macmillan, 1879.

189) Marshall, *Principles of Economics*.



Şekil 9.1: İki Hizmet Unsuru için Engel Eğrileri

Kaynak: Aile Harcamaları Araştırması'ndan, HMSO, 1974.

yönünde güçlü bir varsayım vardır. Ama şunu kabul etmeliyiz ki, kişisel telefon ve posta hizmetlerinin kullanımı ille de işaretleme hizmetlerindeki tüm trafiği oluşturmaz. Telefon etme ve mektup yazma, daha çok, piyasadan tüketim malları aramak ve sipariş etmek, ayrıca bunlara ödeme yapmak amacıyla kullanılan zamandan tasarruf sağlayan araçlar olarak değerlendirilmelidir. Özel telefonun esas kullanımı buysa, zaman faktörünün bir tüketim grubu açısından, yiyecek, teknoloji ve bilgi elde etmek ve yakın tüketici ahablarla bağlantıyı sürdürmek için daha değerli olduğu söylenebilir.

Posta hizmeti ve telefon için yapılan harcamanın bir bölümü kesinlikle bilgi bağlantısı sayılmalıdır, idare maliyetinin hanehalkı tarafından dışarıya aktarılması için yapılan ödeme olarak görülmelidir; diğer bölüm ise hakiki işaretleme hizmetleri için kullanılır – arkadaşlara telefon etme, hasta olunca doktora gitme, davetler verme, kişisel haberler ve benzerleri. Britanya Posta Hizmetleri Kurumunun kendi yaptığı tüketici araştırmalarına göre,¹⁹⁰ Britanyalı telefon kullanıcıları genel olarak iyi eğitimlidirler, kazançları iyidir, halihazırda otomobil ve televizyonları vardır ve piyasanın henüz bu hizmet-

tin ulaşmadığı kesiminden daha gençtirler. Bu insanlar telefonu sadece iş amacıyla değil, aile bireyleri ve arkadaşlarla sohbet etmek, aile içi sorunlar ve gönüllü çalışmalar için de kullanırlar. Birleşik Krallık'ta telefonun televizyona oranla daha ağır yaygınlaşmasının açıklanmasına doğru ilerlemekteyiz. Telefon etme ve mektuplaşma için yapılan tüm bu masraflar eğitim üzerinde doğrudan bir etki yaratacaktır; ayrıca, bu harcamanın kendisi de geçimlik gelirin bir göstergesidir. Genç profesyoneller de tanıdıkları ve tanımayı umdukları herkesin telefonu olduğunu öğrenir öğrenmez hemen bir telefon almak için mutfak masraflarını kısımaya başlarlar. Ama bu grupların dışındaki başka insanlar neden zamandan tasarruf etmek istememektedirler ve neden bir telefonları olmadığında kendilerini arkadaşlarından kopmuş hissetmemektedirler? 1972 gibi geç bir tarihe kadar Birleşik Krallık'ta potansiyel telefonların toplam hanehalklarına oranı sadece yüzde 40'tı ve telefonun en eksiksiz yayıldığı bölge ekonomik ve toplumsal ölçeğin en üstüydü.

Şekil 9.1 telefon hizmeti için yapılan harcamayla televizyona yapılan harcama arasındaki zıtlığı göstermektedir. Televizyon, bilgi aktarsa da işletme hizmetleri mübadelesine girmez. Bu yüzden televizyona yapılan masraf sadece küçük ölçekli tüketim sayılır.

Her gelir düzeyinde profesyonel sınıflar, eğrideki eğimin gösterdiği gibi, gelir esneklikleri çok benzer olsa da, posta hizmetleri için diğer iki mesleki sınıftan daha fazla harcama yaparlar; kol emeği sınıfı posta hizmetleri için daha az harcama yapar ve biraz daha dik eğimli bir esnekliğe sahiptir. Ama iş televizyona geldiğinde, bu sınıfın gelir esnekliği eğrisi fark edilebilir surette yassıdır; televizyonsa bildiğimiz yaygın bir eşya haline gelmiştir.

Şekil 9.1 zamanın kullanımı ve zamanın farklı tüketim sınıflarındaki değerini özetlemektedir. Şekil, fakirlerin her zaman için ellerinde bol zamanları olduğunu ve zenginlere oranla, bu zamanı kullanabilecekleri pek az şeyleri olduğunu gösterir.

Belki de şimdi Maurice Halbwach'ın, zaman kullanımlarının toplumsal sınıfı tanımlayıcı kriterler sağlayabileceği fikri üzerinde durabiliriz. "*Belki de kapasite...*"¹⁹¹

Tüketim etkinliğinin farklı biçimleri ile ilintili farklılaşmış bir zaman fikrine doğru yol alan bu denemede, sorumlulukların dönerselliğinin ve eş zamanlılığının önemine dikkati çekmeye çalıştık. Halbwach'ın fakirlerin hayat şartlarının, gelecekleri için plan yapmalarının önüne geçtiği teorisi, Oscar Lewis'in kültür birliğine sahip kısa zaman ölçeğini fakirlikle ilişkilendirmesiyle tutarlık gösterir. Daha önce bir grupta katılımın, alınan kararların ömrünü ölçülemez bir şekilde uzattığını belirtmiştik, çünkü her grup sonsuza kadar yaşamayı umar. Grup tam da bu beklentiyle zaman ölçeğini geçerli kılar, çünkü bu sayede mali kaynakların uzak bir geleceğe akıtılmasını ve böylece beklentilerin gerçekleştirilmesini sağlar. Öyleyse, zamanı tartışırken, kısa ya da uzun vadeli bir bakışın kendi kendini

191) Halbwachs, M. "Classes économiques." *L'Année sociologique*: 751, 1909-12.

gerçekleştiren karakterini hesaba katmak zorundayız. Kısa vadeli bakış, daha uzun vadeli kararları önceden örtmek için bir belirsizlik perdesi bekler, ama herkesin kısa vadeli bakışa sahip olmasının bu belirsizliği yarattığı olgusu, uzun vadeli bakışın kaygılarını haklı çıkarır. Kaynaklar öngördüğü amaçlara aktarıldığı sürece uzun vadeli bakış da kısaya paralel olarak kendi kendini gerçekleştiricidir. Eğer farklı ölçekleri olan iki tüketim kalıbını ayıracak genel eğilimlerin bir listesini yaparsak, beklentilerin zaman konusunda kendi kendini gerçekleştirici karakteri en önemlilerden birisi olacaktır. Sonuç şudur; ana üretim sistemine sadece geçici ve seyrek olarak katılan bir toplumsal kesimin ortaya çıktığı yerde, zaman daima bu kesimin ellerinde asılı olacaktır. Belçika ve Peru'daki bürolarda, bir gün içinde dinlenmeye ayrılan zaman konusunda yapılan bir araştırma¹⁹², dinlenme ve eğitim arasında, tahmin edilebileceği gibi, zıt bir bağlantı olduğunu gösterdi. Ancak bu, daha çok eğitim görmüş olanların nelerle meşgul olabilecekleri hakkında en iyi fikirlere sahip olduklarını göstermez. Aynı kaynak Sicilya üzerine sosyolojik bir rapordan alıntı yapar: "Hayatları fakirlik, hastalık ve umutsuzlukla örülmüştür, ancak boş zamanlarının olmadığı da söylenemez"; Peru'daki yerli köylülerin hayat tarzları üzerine bir başka alıntıda da, "nitekim, zaman israfı bir mirastır" denir. Üretim sürecine bütünüyle katılmış olmama gerçeği, fakirlerin ellerinde bolca biriken zamanı açıklayan etkidir. Bu bolluk, zamanlarını aldığı düşünülebilecek tüm ev içi işlere karşın böyledir. Ama fakirlerin tüketim süreçlerinde çok fazla yer alamayışlarının da onlara daha fazla zaman sağladığı iddia edilebilir: Bunun nedeni, üretime yoğun biçimde katılmamanın bu insanların evlerini döşemeyi, mobilyalarını parlatmayı, giysilerini değiştirmeyi, yemeklerini hazırlamayı umdukları standartları düşürmesidir; ayrıca daha küçük bir toplumsal çevrenin daha az zaman tüketmesi de bunun bir nedenidir. Staffen Linder aylak sınıf denilen sınıfların hiç durmadan, hararetle bir biçimde, neredeyse sabit bir zaman dilimine gitgide çok reel tüketimi dahil etmeye çalıştıklarına işaret eder. Linder bunu, çalışma zamanının verimliliğinin çok büyük ölçüde artmasına karşın tüketim zamanının

192) Rezsöhazy, Rudolph. *The Use of Time: Daily Activities of Urban and Suburban Populations in Twelve Countries*, Alexander Szalai (der.), s. 449-460. The Hague: Mouton, 1972.

hemen hiç değişmediği olgusuyla açıklamakla yetinir.¹⁹³ Bu tür bir açıklama bir irrasyonel tüketici fikrine bağlıdır; böyle bir tüketiciye iktisatçı, kafasını değiştirmesini öğütlemekten kendini alamaz.

Konunun esasına çok daha yakın bir açıklama, Hirschman'dan gelir. Seyahat etmek, yiyecek tüketmek, içmek ve bir sempozyumda daha konuşmak için nasıl zaman bulabildiğine şaşırarak Hirschman, Linder'in açık sözlü olmadığı kanısındadır. Hobbes'dan şu alıntıyı yapar: "Tüm insanlar doğal olarak saygı görmek ve toplumsal hiyerarşi merdiveninde yükselmek için çabalarlar, ama bunun için gerekli çabayı öncelikle zorunlu ihtiyaçlarını karşılama konusunda en az endişelenmek zorunda olanlar gösterir", böylelikle Hirschman, toplumsal sınıflar arasındaki eşitsiz zaman tecrübesinin, "kişisel yaşam öyküsünü zenginleştirmeye yönelik etkinlikler" için gerekli evrensel bir yüksek gelir esnekliğinden kaynaklandığına inandığını gösterir.¹⁹⁴ Bilgi dalı ile diğer tüketim dalları arasında kurmaya çalıştığımız farklılık, saygı görme ve toplumsal hiyerarşide yükselme çabasının bilgi dalına dahil edilmesi gerekliliğinden kaynaklanır; bu değerler için girilen rekabet serbesttir. Bu, tüketicinin toplumsal sistemin bu yakasında çok daha gelişkin ve böylesine gerilimle dolu olmasının ve işaretleme hizmetlerine dikkat etmenin –standartlaştırılmış biçiminde onlara bu kadar bağlıken– kendi içinde zaman tüketici olmasının bir gerekçesi olabilir. Ama bu ayrıcalıklı sınıflarda görülen zaman üzerindeki basıncın başka gerekçeleri de vardır; bu gerekçeler, ilgili bilgiye daha yakından baktığımızda ve kontrolden nasıl kaçtığını gördüğümüzde ortaya çıkar.

Uluslararası ticaret analizinin sağladığı bir içgörü bir kez daha çok öğretici olabilir. Sermaye yatırıma görece az ihtiyaç duyması üçüncül sektörün ya da hizmet sektörünün bir özelliğidir. Bu sektörün görece eğitimsiz bir işgücünü istihdam etme olanağı vardır. Bu, güçlü ve gelişmiş bir hizmet sektörünün, potansiyel bir yenilik kaynağı olduğu anlamına gelir; çünkü radikal bir değişim tasarlandığı taktirde, iskonto edilmek zorunda olan sermaye teçhizatına büyük bir yatırım yapmak gerekmez. Bunun anlamı şudur: Bilgi piyasası hem rekabetçi hem de istikrarsız olacaktır. En cahil bürok-

193) Linder, Staffen B. *The Harried Leisure Class*. New York: Columbia University Press, 1970.

194) Hirschman, Albert O. "An Alternative Explanation of Contemporary Harriedness." *The Quarterly Journal of Economics* 87: 634-637, 1973.

raside bile, idare ve maliye bakımından, maliyet azaltıcı yeniliklere bir talep olması gerekir. Üçüncül sektör büyüdükçe, ister kopya etmeye, yetenek seçmeye, sanayi casusluğuna ya da isterse görünen belirli bir getirisi olmayan saf araştırmaya yönelmiş olsun, araştırmaların daha gelişkin olmasını bekleyebiliriz. Tüm ekonominin yeniden tahsis yeteneği bu sektörde teşhis edilebilir, çünkü yeni fikirlerin ana üretimi burada sürmektedir. Linder, yeniden tahsis yeteneğine, uluslararası ticaretteki karşılaştırmalı üstünlüğün en önemli kaynağı olmayı atfetmektedir. Ekonomik olma arayışından ve araştırmaların finansmanından ötürü bilgide sürekli bir kargaşa (birikim ve yıkım) söz konusudur.

Yaratıcı sanatlar da bu sektörün bir parçasıdır. Bu sanatların sağladığı işaretleme hizmetleri için çok rekabetçi bir piyasa olduğunda, orijinallik ve sanatsal yaratıcılık ödüllendirilir. Büyük paralar kazanmak isteyen herhangi bir genç sanatçı, bir oyun yazarı, balerin ya da yazar olarak kendi alanındaki yerleşik isimlerin üstünlüğüne meydan okumak ve bunların yerine yeni birşeyler koymak zorundadır. Toplum ve insan tipi konusunda sürekli yenilenen bir düşünüm var olacaktır; bu yenilenme herhangi bir insanın elinde tutabileceği ya da araştırabileceği toplam bilgi stokunun değerini bir kez daha değiştirir. Çoğu sanat eleştirmeni bu yargı değişimlerine karşı hassastır. Konuyu örneklemek gerekirse, Calvin Tomkins'in uygun biçimde "*Oyunun Ötesinde: Avangardın Dört Versiyonu*", diye adlandırdığı çalışma (bu çalışmada yeni olma, var olan engelleri aşma, bir döneme noktasını koyma kaygısı açıkça örneklenmiş ve bilim ile teknolojiye değişimlerle ilişkilendirilmiştir¹⁹⁵) üzerinde durulabilir. Sanayileşmemiş kültürlerin şebeke-grup analizi, moda değişiminin sadece sanayi toplumlarının bir niteliği olmadığını, düşük şebekeli toplumsal ortamlarla bağıntılı olduğunu söyler. Bu şartlar altında bilgiyi denetleme ve yayma sorunu, bilginin kendisinin stokundaki devamlı değişim yüzünden daha da zorlaşır. Bu ortamın tamamı yenilikçiliğin teşvik edildiği ve ödüllendirildiği bir yerse, zaman kıtlığı duygusu kendini kuvvetle hissettirecektir.¹⁹⁶ Bu sadece acele edip, özel bir iletişim türünü yakalama ve kullanma sorunu değildir. En üst tüketim sınıfında, bazılarının bilgi sahnesini kontrol etme girişimleri,

195) Tomkins, Calvin. *Ahead of the Game*. Londra: Penguin, 1962.

196) Douglas, Mary. *Cultural Bias*. Londra: Royal Anthropological Institute, 1978.

bu sahneyi değiştirmek isteyenlerce bozulur. Ama bu sınıf bilgiyi hem üreten hem de kullanan sınıf olduğundan, doğal olarak fiyat kızıştırmak ve oyunu hızlandırmaktan başka bir şey gelmez ellerinden; buysa toplumu giderek daha bireyci ve rekabetçi bir yapıya büründürür. Onlar böyle yaptıkça, o sınıfla en alttakiler arasındaki farkları arttıran, oldukça basit bir şey gerçekleşir.

Sorun, bilginin farklı sağlamlıktaki engellerden aşırılarak aktarılmasıyla ilgilidir. Simon ve Ando, dinamik sistemlerin konuyla ilgili bir niteliğini örneklemek için termodinamikten alınan bir örnek kullanırlar.¹⁹⁷ Dışarıdaki havadan tümüyle yalıtılmış, çeşitli bölmeleri olan bir evi ele alırlar. Her odada, merkezi bir yere yerleştirilmiş olan bir sobanın tüm odaları aynı sıcaklığa getirmesinin ne kadar zaman aldığını gösteren bir termometre vardır. Evi dışardan ayıran bölmelere ısının sızması için geçen zaman, evin içindeki yalıtım mekanizması hakkında da bir şeyler söyler. Zaman kaydının kendisi bölmelerin gücünü ölçmek için kullanılabilir. Bu, tüketime olan yaklaşımımızı etkilemiş olan bir çalışmadır. Bölmeleri ve onların yalıtım kuvvetlerini bulmak için, belli sayıda termometreyle bir ulusun tüketim davranışını inceledik. Hanehalkları arası iktisadi davranışı ele aldık ve onu uluslararası ekonominin alt sistemi olarak düşündük. Makro sistemin, eğer istikrarlıysa, istikrarlı bir alt sistemler dizisine ayrıştırılabileceğini rahatlıkla varsayarak, ulusal bir ekonominin başlıca üretim sektörlerinin bir şekilde başlıca tüketim sınıflarına denk düştüğünü varsaymayı çok kullanışlı bulduk. Üretim sisteminin nihai olarak hanehalklarınınca yapılan kaynak tahsisatı kararlarınınca yapılandırıldığı, iktisadın temel varsayımlarından birisidir. Bu kararların sistemli karakterinde, hanehalklarıyla daha büyük ulusal ekonomi arasında duran ortak bir yapı aramak daha makuldur. İşaretleme hizmetleri kavramı, işaretleme hizmetleri üretme ve mübadele etme ölçeği arasında sıkı bir bağlantı olduğunu gündeme getirir. Mevcut teknolojik durum, hanehalkı üretim sürecinde çeşitli etkinliklerin sıklığını inceleyerek ve bilgi arama ve denetleme sorunlarını dönersellikleri senkronize etme sorununa indirgeyerek, hanehalkı ve ulusal üretim süreçleri arasındaki doğru-dan ilişkiyi tanımlamaktaki asıl rolünü oynar. Birbirleriyle mübadeleye girmiş hanehalkları alt sistemi, ulus içerisinde bir bölmeli odalar

197) Simon, H. A. ve Ando, A. "Aggregation of Variables in Dynamic Systema" *Econometrica* 29(2): 111-128, 1961.

seti gibidir. Bölmelenme en üsttekini ortadakinden, ortadakini en alttakinden, yani nüfusun en büyük bölümünden ayıran farklı dönemsellikler tarafından yapılır ve açığa vurulur. Hanehalkı, ulus ve uluslararası ekonomi tek bir büyük kümede birleştirilebilirler çünkü en kapsamlı sistemin temel ilkeleri hanehalkı sistemini yöneten ilkelere aynıdır. Uluslararası ticaretin kendisi, tekil hanehalklarının daha büyük ölçek arayışından kaynaklanan talebe bir karşılıktır. Şu âna kadar Simon ve Ando'nun ev benzetmesi iyi işledi. Ama onların temel kaygıları, evlerinin dış dünyadan etkili bir biçimde yalıtıldığını varsaymalarını gerektiriyordu; buysa bizim tarif etmekte olduğumuz sistem açısından gayet yanlış olacaktır. Ev dışarıdan yalıtılmadığından, pek çok ilginç nedenden ötürü ısı kaybı hesaba katılmak zorundadır. Bu metaforu yalnızca bu bakımdan benimsersek, evin en üstü ve en altı arasındaki ısı farklılığının azaltılmasının niçin bu kadar zor olduğunu açıklayabiliriz.

Üç tüketim sınıfımızla başlarsak, birinin zemin kat, öbürünün orta kat ve üçüncüsünün de en üst kat olduğunu düşünelim. Bu katlar tabandan daha ince dikey bölmelerle pek çok odaya bölünmüş olan bir evde bulunsunlar. Bununla birlikte, Simon ve Ando'nun evinden farklı olarak, çatı yalıtımının kötü olduğunu ve ısı kaynağının en üst katta olduğunu varsayalım. Elbette ısının üst kattaki tüm odalar arasındaki ince bölmelerden geçmesi ve ardından kalın yatay bölmeyi aşarak orta katı ısıtması zaman alır. Isının en alt kata ulaşması daha da fazla zaman alır. Isının çatıdan uçup gitme oranı ve katların ısıya direnen kalınlıklarına göre, en alt kat belki de hiç ısınmayabilir. Örneği açıklarsak, ısı kaybı bazı bilgilerin sürekli tahrip oluşuna ve yeni bileşimlerin, yeni fikirlerin, merakların ve ilgi değişimlerinin gündeme gelmesine denk gelir. Bu, modern Britanya'da servetin dağılımı ile ilgili olarak A.B. Atkinson'un anlattığı duruma denk gelen sınırlı bir toplumsal istikrarsızlıktan kaynaklanmış olabilir. Atkinson'a göre servetin yoğunlaşma derecesi orada,

ABD gibi öbür sanayileşmiş ülkelerden daha yüksektir. Eşitsizliğin derecesinde yirminci yüzyıl boyunca bir düşüş olmuştur, ama bunun zenginler ve fakirler arasındaki dağılımdan ziyade aileler içindeki servetin yeniden düzenlenmesini yansıttığına inanmak için gerekçeler vardır.¹⁹⁸

198) Atkinson, A. B. *Unequal Shares: Wealth in Britain* (der.). Harmondsworth, England: Penguin Books, 1972.

Atkinson zenginlerin yararına işleyen çeşitli kümülatif avantajları aktarır ve onların kesin kontrolünü zayıflatabilecek yasalar üzerinde yoğunlaşır. Yasalar pek çok şey başarabilir, ama sorun çok daha geneldir. Eğer ev metaforumuzu uygularsak, açıktır ki en üst katta-kiler üşümektedirler ve hava akımlarının farkındadırlar. Gayretlerini kendi aileleri için sıcak bir köşe sağlamaya yoğunlaştırmışlarken, öbür aileler hava akımını, bir odada ısıyı arttırıp başka bir odada azaltarak yok etmeye çalışmaktadırlar. Asla yeterince ısınmış hisset-mediklerinden, zemini daha kalın halılarla kaplamak için daha fazla gayret sarfederler. Neden bu kadar çok üşüdüklerini biliyoruz. Termal metafor tümüyle yanlıştır. Aslında bu insanlar üşümemektedirler; metaya, insanlara, mekanlara ve zamana değer kazandırma güçleri konusunda kaygılıdırlar. Tanıdıkları haliyle dünyadan kaygılıdırlar ve kaygılanmak için de çok fazla gerekçeleri vardır. Bu, değişmeye mahkumdur.

Antropoloji sorunlara çözüm bulma disiplini değildir. Antropolojinin yalın sağduyusu nadiren rahatlatıcı olur. Değişik önceller iktidar ve onun tuzaklarından kaçmanın en iyi yolunun rekabetin dışında durmak olduğunu söylerler; bunun anlamı yalnız başına çöle gitmek ya da çevresinde kalın duvarları olan bir komün yaratmaktır – zor bir seçim. Ne var ki antropoloji belki de birtakım toplumsal sorunların en genel terimlerle ifade edilebildiği iyi bir disiplindir.

Antropolojiyi tüketime yönelik materyalist yaklaşımın reddedilmesine haklılık kazandırmak için kullandık, çünkü bu yaklaşım çözdüğünden daha fazla sorun çıkarmaktadır. Mallar artık kanal olarak, arzu nesneleri olmaktan çok toplumsal ilişkileri saklayan bir örtünün iplikleri olarak görülmelidir. Dikkatimiz artık mübadelelerin akışına yönelmiştir, mallar sadece tüketim örüntüsünün sınırlarını çizmektedir.

Tartışmanın bizi nereye götürdüğünü anlamak zor. Burada duraklamak, biraz kayba yol açsa da, uygun olacaktır. Fayda teorisinden uluslararası ticaret örüntülerinin ampirik analizine sıçramak, malların kullanımı hakkındaki sava çok daha ilginç bir ışık tutmuştur. Ama bizzat bu konuda çalışan iktisatçılar duraklamakta ve daha iyi teorik şemalar arayışıyla etraflarına bakınmaktadırlar.

İleri teknoloji kontrolündeki karşılaştırmalı üstünlük üzerinde yoğunlaşmak, kendi başına geleneksel uluslararası ticaret analizinin-

den bir kopuş değildir. Bu sadece, eski sermaye faktörleri listesine teknolojik *know-how*'ı eklemek anlamına gelir. Nathan Rosenberg, hızlı bir teknolojik değişimin gerçekleştiği bir dünyada, merkezi bir biçimde teknolojik değişim sürecine odaklanan analitik bir aygıtı ihtiyaç duyabileceğimizi ve artık teknolojik değişimi, denge durumlarının bozulmasına yol açan ve böylece yeni bir dengeyi getirecek olan bir ayarlanma sürecini harekete geçiren bir dış güç olarak düşünemeyeceğimizi ileri sürmüştür. Öyleyse bunun arkasından:

dinamik bir teknolojinin karşılaştırmalı üstünlük üzerindeki etkilerine, insanların kaynak zenginliğinde yalnızca üstü kapalı olarak bulunan fırsatların avantajlarından yararlanmalarını sağlayan teknikler geliştirme yönünde farklı ülkelerin sahip oldukları farklı kapasiteleri yansıtan insan dehası ve yaratıcılığının sürekli değişen sonuçlarına daha önemli bir rol (tanınamız gerekir)... bir ülkenin ekonomik fırsatları arasındaki açıklayıcı bir değişken olarak kaynak zenginliğinin önceliği önemini yitirmektedir.¹⁹⁹

Ülkelerin teknik değişim yaratma konusunda sahip oldukları bu farklılık arzeden yetenek, uluslararası ticaret hakkındaki teorilere dahil edilmemiştir. Rosenberg, teknolojik değişkenliğin nedenlerini araştırmalıyız diyor. Eğer belirli tür ekonomik etkinlik türlerinin yaratıcılık yeteneğinin, girişim ya da organizasyon becerilerinin gelişimine katkıda bulunmada diğerlerinden daha başarılı olduğu kanıtlanabilirse, bunun izlenecek siyasa açısından önemli içerimleri olacaktır.

Mevcut kaynakları nasıl düzenleyeceğimizi düşünmenin yanı sıra, modelimize şu anda mevcut olmasa da gelecekte ulusun kullanımına sunulacak olan kaynakları da dahil etmeliyiz. Bunların tamamını harekete geçirmek, insan yaratıcılığına tam anlamıyla fırsatlar yaratmak için bu eski, yalıtımı kötü, ısıtılması kötü olan evin yenilenmesi gerekecektir. Zengin ve fakir uluslar arasındaki gediğin daraldığı ve kapandığı bir uluslararası toplumda özgür ve eşit ticaret partnerleri olacağını öngören vizyon, her ulusun ezici çoğunluğu edilgin bir şekilde bilgi alıp "alternatif gelecek görüşlerine olasılıklar ve birtakım sonuçlar atfetme" işine etkin bir şekilde katılmadığı takdirde çöküntüye uğrar. En üst katın sakinlerine,

199) Rosenberg, Nathan. *The Technology Factor in International Trade*, R. Vernon (der.), 8. bölüm. Londra: National Bureau of Economic Research, 1970.

herkesin ısınabileceği bir yeri tekrar planlayacak olan yeni bir ısıtma mühendisi bulunacağına söz verilerek güvenleri tazelenmelidir ki, fazla halılara ve insanların şömineye yakın bir yer bulmak için itişip kakışmalarına bir son verilebilsin. Zira değişimin hızını denetleyen ve zenginlerle fakirler arasındaki farkı büyüten etken, en üst katta yaşayanların davranışlarıdır. Kendi rekabetçi huzursuzlukları uğruna herkesin zaman perspektifini kısaltmakta, çarçur ederken aynı zamanda hayıflanmaktadırlar. İhtiyaç duyulan şey en üst kattaki huzursuz ruh halini değiştirebilecek bir düzenlemedir. Böylece bu kattakiler, kendi kontrollerinden çıkan bir dünya hayalinden bile hoşlanabilirler. Bu tür bir düzenleme büyük dikkat gerektirecektir.

Bu savı izlemesi gereken adımlar felsefe, ekonometri ve sosyolojide yer alır. İktisat, bu alanların sorunlarını ilkin politik olarak ortaya çıktıklarında ele alır, ardından bu sorunları ortaya koymak ve onları çözmek için teknik araçları araştırır, onun da ardından kendi icat ettiği yeni teknik araçların doğasından hareketle yeni, özgül sorunlar geliştirir. Bir uzmanlık alanı olarak iktisat, kendi ana varsayımlarını diğer bilimlerden alır ve bu varsayımları öbür bilimlere birer sorun olarak iade eder. İktisadi rasyonalite kavramı felsefi bir sorundur. Ekonometrist, eğer kendisine rasyonel insanın hissettiği ilk ihtiyacı, yani dünyanın kavranılabilir olması ihtiyacını hesaba katan bir rasyonalite kavramı sağlanırsa, öngörülerini sınamak için farklı yollar bulacaktır. Bu kitapta biz bunun neden gerekli olduğunu ve bunun düşüncede ne tür değişimler içerebileceğini göstermeye çalıştık. Bunun yanında biraz biçimsiz olsa da yararlı olabilecek, tüm toplumsal sınıflar boyunca gelir dağılımının pürüzsüz bir şekilde derecelenmesinin iktisatçıdan sakladığı, toplumsal sınıflar arasındaki derin süreksizlikleri açığa çıkarabilecek bir aygıt üretmeye çalıştık. Bu düşünce çizgisine en önemli destek, ayrı evlilik piyasaları kavramını ve farklı ülkelerden insanların evliliklerinin özgün ayrılık örüntülerini ciddiye alan sosyologlardan gelebilir. Şüphesiz toplumsal katılımda bazı hanehalklarını dışarda bırakan ve ekonomik yönden kolayca zedelenebilir hale getiren gedikler vardır. Bu gedikler özel kapitalist üretim süreçlerinin sonucu değildir. Bu türden gedikleri başka tür toplumlarda da bulabiliriz. Bunlar tüketim alışkanlıklarını paylaşmama, farklı sınıflardan insanları eve davet etmeme kararlarından kaynaklanırlar. Bu gedikler paylaşma

ve misafirperverliğin sınırlarını çizerler. Sayısız özgür, kişisel dışlama kararları özgül tüketim örüntülerine ve ayrı öbekler haline gelen evlilik piyasalarına yol açar. Afrika'da ya da Hindistan'da ayrıcalıklı ve zengin sınıflardan insanlar birbirleriyle evlendiklerinde, bunu farketmek çok kolaydır. Ama ülkemizde böyle olduğunda, bunu algılayamayız. Sonuç olarak sınırlı bolluğun ortasında fakirlik sorunu sadece üretim sisteminin bir sonucu olarak ve yeniden dağıtımı sağlayan yasalar ve devlet kontrolüyle çözülecek bir sorun olarak görülür. Elinizdeki kitap bunu tamamlayan bir görüş sunmaktadır. Fakirler bizim akrabalarımız ve yakınlarımızdır. Tüm akrabalarımızın hali vakti yerinde insanlardan olması pek muhtemel değildir. Eğer fakirlerin nasıl yaşadıklarını bilmiyorsak, bunun nedeni yalnızca tüketim törenlerimizi onların aleyhlerinde oluşturmamız ve kutlalarına katılmamız için gönderdikleri davetiyeleri geri çevirmemiz olabilir. Katı bir aile sosyolojisi, antropolojinin muğlak eleştirilerine yoğunlaşmalı ve bu eleştirileri tüketim teorisine taşımalıdır.

İsim Dizini

- Ando, A. 205-206.
Atkinson, A. B. 166, 206-207.
- Bain, A. D. 114-115.
Barnes, J. 179.
Barthes, R. 88.
Baudelaire, C. 88.
Becker, G. 19, 38-39, 133, 158.
Bentham, J. 40-41, 78.
Bernstein, B. 56.
Blau, P. 78, 81.
Bohannon, P. 147-149, 157, 182.
Boltanski, L. 35.
Boutruche, R. 50, 52.
Brady, D. 70-71.
Brillat-Savarin, A. 88.
- Cohen, A. 17, 151.
- Dennis, N. 54, 174.
Dubois, C. 62, 144, 146.
- Duesenberry, J. S. 45, 60-65, 67-71.
Durkheim, E. 76.
- Egremont, Lord 93.
Engel, E. 110, 164, 185.
- Farrell, M. J. 115.
Fisher, I. 45.
Fortes M. 53, 99, 126.
Freidman, M. 68.
- Gillray, James 121.
Glass, David 100-101.
Goldthorpe, John H. 173, 184.
- Halbwachs, M. 201.
Henriques, F. 54, 174.
Hicks, J. 38, 86, 134.
Hirschman, A. O. 19, 36, 170, 203.
Hobbes, T. 203.
Hoyt, E. 141-142.

- Ironmonger, D. S. 115.
- James, Henry 9, 13-14, 20.
- Jevons, W. S. 40, 198.
- Keynes, J. M. 40, 43, 63.
- Knight, F. 40.
- Knowles, D. 93-94.
- Kroeber, A. L. 142-144.
- Kuznets, S. 40, 71, 168.
- Lancaster, K. 113, 129-130, 143.
- Leontieff, W. 29.
- Lévi-Strauss, C. 77, 101.
- Lewis, O. 45, 201.
- Linder, S. B. 161, 189, 202-204.
- Lockwood, D. 173.
- Malinowski, B. 154, 160-161.
- Marshall, A. 47, 161, 196-198.
- Mayer, T. 147.
- Michael, R. T. 38-39.
- Mishan, E. J. 39.
- Myint, H. C. 129.
- Nankivell, O. 27, 107.
- Paroush, J. 117-118, 120-121.
- Prest, A. R. 115.
- Pyatt, F. G. 113, 120.
- Reid, M. 19, 70, 158, 196.
- Rosenberg, N. 208.
- Rowntree, B. S. 105.
- Sabalo, Y. 162, 189.
- Schmutzer, M. 28.
- Simon, H. A. 137, 205-206.
- Slaughter, C. 54, 174.
- Smith, A. 36, 39, 41, 116, 165, 193.
- Sraffa, P. 41-42.
- Stenning, D. 192-193.
- Stigler, G. J. 19, 179, 182.
- Tarde, G. 94-95.
- Titmuss, R. M. 37.
- Tomkins, C. 204.
- Trollope, A. 91-92, 95-100, 102, 149.
- Turner, J. M. W. 93.
- Veblen, T. 8, 23, 136.
- Walpole, Sir R. 181.
- Weber, M. 45-47, 49-50, 55, 58-60, 64, 68.
- Wildavsky, A. 28, 106.
- Willmott, P. 104, 188.
- Yonge, C. M. 63.
- Young, M. 104-105, 169, 188.

TÜKETİMİN ANTROPOLOJİSİ

Mary Douglas-Baron Isherwood

Türkçesi: Erden Attila Aytekin

Önemli bir antropolog ve iktisatçının önsöz yazdığı ve yeniden gözden geçirilen bu baskı tüketim konusunda eşsiz bir eser, fakat ne tüketiciler için bir vaaz ne de tüketimci-liğe karşı bir ağıt. **Tüketimin Antropolojisi** nesnelerin neden arzu edildiği konusunda antropolojistlerin bildiğiyle, iktisatçı-ların tüketici davranışı dediği spesifik konu arasındaki boşluğu kapatıyor. Nesnelere duyulan tutkuyu iktisatçı psikolojik düz-lemde bireysel bir dürtü olarak irdeler; antropoloğa göre mallar toplumsal zorunlulukları yerine getirmek içindir. Malların dağıtımını tüketiciler tarafından kararlaştırılan etik ve toplumsal tutumun bir belirtisidir ve ekonominin ardında yatan tartışmaları canlandırır.

Tüketimin Antropolojisi, insanların neden para biriktirdiği, neden para harcadığı, neden satın aldığı, neden kalite konu-sunda bazen ince ayrımlar gözettiği, bazen de gözetmediği sorusunu yanıtlıyor. Artık iyi biliniyor ki, tüketim malları kimlik yaratır, iletişim ve ilişki kurar. Ancak malların kapsadığı kadar dışladığı ve artış örüntüsünün toplumun biçimine karşılık geldiği o kadar iyi bilinmez. Bu kitap antropoloji ve iktisat dalındaki öğrenciler ve eğitimciler için temel bir eser.

Kapak resmi; Communication Arts Kasım 1996 sayısının kapağı kullanılmıştır.

antropoloji

tüketim

