

# JANUS'UN İKİ YÜZÜ: YABANCILAŞMA VE GÖSTERİŞ TÜKETİMİ

Hacettepe Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi Dergisi,  
Cilt 35, Sayı 1, 2017,  
s. 1-18

**Derya GÜLER AYDIN**  
Doç.Dr., Hacettepe Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
İktisat Bölümü  
dgaydin@hacettepe.edu.tr

**Bahar ARAZ TAKAY**  
Doç.Dr., Başkent Üniversitesi  
Ticari Bilimler Fakültesi  
Uluslararası Ticaret Bölümü  
bahararaz@hotmail.com

*Bu çalışmanın uygulama kısmına vermiş olduğu destek dolayısıyla Hacettepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi'ne ve yüreğini ve düşüncelerini samimiyetle bizlere açan görüşme yaptığımız kadınlara teşekkür etmek istiyoruz. Kuşkusuz çalışmanın birincil aktörleri kendileridir.*

**Ö**z: Bu çalışma, son dönemlerde, özellikle kadınlar tarafından kişisel gelişim faaliyetlerine artan ilginin gerisinde ne olabileceği sorusunu temel almaktadır. Bu eğilimi gösteren kadın grubunun iyi eğitilmiş ve yüksek gelir elde ediyor olması, artan ilginin ve buna yol açan sorunun kişisel olmaktan ziyade sosyo-ekonomik olduğunu düşündürmektedir. Bu çerçevede, çalışma, mevcut iktisadi ve toplumsal yapıyı “yabancılaşma” ve “gösteriş tüketimi” kavramları temelinde analiz etmektedir. Çalışmada, iyi gelir elde eden, özel sektörde yönetici pozisyonunda çalışan kadın grubu örneklem olarak seçilmiştir. Bu bağlamda toplam onbir kadın ile derinlemesine mülakat yöntemi kullanılarak görüşülmüştür. Görüşme yapılan kadınlar, piyasada yoğun rekabet koşulları altında çalışmanın kendileri için yıkıcı etkisini vurgulamışlar ve böylece çalışmanın temel argümanını; kapitalizmin genelde bireyi özelde kadınları yabancılaştırdığını görüşünü desteklemişlerdir.

**Anahtar Sözcükler:** Yabancılaşma, gösteriş tüketimi, kişisel gelişim faaliyetleri, piyasa toplumu.

**TWO FACES OF JANUS:  
ALIENATION AND  
CONSPICUOUS  
CONSUMPTION**

*Hacettepe University  
Journal of Economics  
and Administrative  
Sciences  
Vol. 35, Issue 1, 2017,  
pp. 1-18*

**Derya GÜLER AYDIN**  
Assoc.Prof.Dr., Hacettepe University  
Faculty of Economics and Administrative  
Sciences  
Department of Economics  
dgaydin@hacettepe.edu.tr

**Bahar ARAZ TAKAY**  
Assoc.Prof.Dr., Başkent University  
Faculty of Commercial Sciences  
Department of International Trade  
bahararaz@hotmail.com

**A**bstract: This study focuses on the question of what lies behind the growing interest in “personal development activities” especially among women in recent years. In this context, the fact that the women who show this growing interest are usually well educated and employed in high-income that drives one to think that the incentive tendency may be rather socio-economic than personal. From this point of view, this study analyze the current economic and social structure on the basis of the concepts of alienation and conspicuous consumption. The selected sample group consists of women who are employed in high-ranking (mostly executive) positions in the private sector. Within the framework of this study, in-depth interviews were conducted with eleven women. The interviewed women who work under competitive conditions in the market emphasized the destructive effects on themselves and in this regard they supported our initial argument that capitalism alienates the individual in general and women in particular.

**Keywords:** *Aliention, conspicuous consumption, personal development activities, market society.*

## GİRİŞ

Yabancılaşma, kapitalizmin işleyişi sonucunda ortaya çıkan ve “birey” üzerinde yıkıcı etkileri olan bir süreçtir. Bu çerçevede çalışma, özel sektörde çalışan yüksek gelir elde eden kadınları, piyasa toplumunun yol açtığı yabancılaşma bağlamında ve gösteriş tüketimi temelinde araştırmayı amaçlamaktadır. Yazında, dar gelirliler ve eğitim seviyesi düşük kadınlar, kadın istihdamı, girişimci kadınlar, bölgesel farklılıklardan kaynaklanan kadın sorunları gibi konularda yapılmış pek çok önemli çalışma bulunmaktadır.<sup>1</sup> Bu çalışmalarda ele alınan sorunlara yönelik çözüm önerilerinin başında, iyi eğitim almış olmak, çalışma hayatına katılmak ve kadının bireysel kimliğine sahip çıkması ile toplumsal cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırmak gelmektedir. Kuşkusuz, bu ve benzeri önerilerin kadının içinde bulunduğu iktisadi ve toplumsal yaşamdaki sorunlarına önemli katkılar sunduğu tartışılmaz. Kadın çalışmalarının kadınların içinde bulunduğu iktisadi ve kurumsal yapı dikkate alınarak bütüncül bir yaklaşımla incelenmesi düşüncesini benimseyen bu çalışma, yazındaki diğer kadın çalışmalarına bu yönüyle katkı sunmayı hedeflemektedir.

Yüksek gelir elde eden ve iyi eğitim almış kadın grubunun içinde bulunduğunu düşündüğümüz “yabancılaşma” sorununun, kapitalist sistemin doğasındaki çelişkinin kaçınılmaz bir sonucu olduğu ileri sürülebilir. Bu sorun elbette her sosyo-ekonomik düzeydeki bireyin yaşadığı piyasa toplumuna özgü bir sorundur. Amaç, piyasada “en iyi” koşullarda (gelir, eğitim, statü vs. açısından) varolan bir grubun böylesi bir sorunu yaşadığını ortaya çıkararak sistemin işleyişinin kadınlar özelinde birey açısından yıkıcı etkisini daha çarpıcı biçimde sunmaktır. Bununla birlikte, çalışmanın K. Marx (1970, 1976, 1990) ve T.B. Veblen (1898, 1946, 1973)'in çalışmalarından oluşan *kuramsal çerçevesi*, çalışmayı, kadın çalışmaları konusunda yapılan diğer araştırmalardan ayıran bir özellik olarak ortaya konulabilir.

Yukarıda da belirtildiği gibi çalışmada, araştırma yöntemi olarak “derinlemesine mülakat yöntemi” kullanılmış ve İstanbul ile Ankara’da yapılan toplam onbir görüşmede, kadınların kendi ifadeleri doğrultusunda ve ilk ağızdan çalışmanın temel sorunsalı görünür kılınmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda çalışma, kapitalizmin rekabetçi iş ortamının, araştırma grubundaki kadınlar üzerinde yol açtığı yıkıcı etkiyi, temelde yabancılaşma ve gösteriş tüketimi kavramları çerçevesinde ortaya koymayı hedeflemiş ve yapılan görüşmeler bu savı desteklemiştir. Her ne kadar İstanbul ve Ankara’daki iş ortamı gözle görülür (çalışma saatleri ve yoğunluğu) farklar içerse de, birey üzerindeki yıkıcı etkisinin benzer olduğu ileri sürülebilir. Bu iddia, her iki kentte kadınların kendine ait zamanlarını kişisel gelişim kursları ile değerlendirmeleri, bir başka ifade ile, yoga, nörolingüistik programlama (NLP), çeşitli nefes terapileri, meditasyon v.b. faaliyetlere yönelik eğilimlerinin artması ile desteklenmektedir. Bu bağlamda, kişisel gelişime yönelik bu ve benzeri faaliyetler, çalışmada incelenen gösteriş tüketimi

kavramının bir başka biçimi olarak düşünülmektedir. Özetle, çalışmada Marx ve Veblen'in "yabancılaşma" konusundaki analizleri çalışmanın kuramsal çerçevesi olarak tercih edilmiş, "gösteriş tüketimi" kavramı, kavramı ortaya atan Veblen'in çalışmalarından yola çıkarak incelenmiş ve kapitalizmin bireyin yaşamında yol açtığı yıkıcı etkisi, seçilen kadın grubu üzerinden tartışılmıştır.

## 1. BU(DH) DA KADINLARI KURTARABİLİR Mİ?

Kadın konusu üzerine yapılacak çalışmalarda kadın, hangi statüye ve hangi gelir grubuna ait olursa olsun, sorun, sistemin işleyişinin yol açtığı yabancılaşmadan ayrı tutulamaz. Bu nedenle, kadını kapsayan bireysel sorunların bütüncül bir yaklaşım içinde incelenmesi gerekir. Bu amaç doğrultusunda, kapitalizmde araştırmaya konu olan kadın grubunun yabancılaşma olgusu, tek başına maddi temellere ve bireysel nedenlere indirgenemeyeceği için sorunun iktisadi boyutu ile birlikte toplumsal boyutunun da dikkate alınması gerekir.

Yabancılaşma, pek çok alanda ilgi gören bir kavram olma özelliğini taşımaktadır. Özellikle felsefe, politika ve iktisat alanlarında kendine yer bulan bu kavram, çok eski bir geçmişe sahip olmakla beraber, iktisat yazınında "yabancılaşma" denilince akla ilk olarak Karl Marx'ın 1844 El Yazmaları (1976), Alman İdeolojisi (1970) ve Kapital I (1990) isimli çalışmaları gelmektedir.

Latince bir kelime olan *alinea*dan çıkarılan *alienare*den türemiş olduğu görülür (Fromm, 2001: 31). Kavram, büyük ölçüde bireyin, "varoluşundan" uzaklaşması, "özüne" yabancılaşması olarak ifade edilmektedir. Eski Hintliler'in evreni, tanrıyı, ölümü, yaşamı açıklamaya çalıştıkları felsefi metinlerden oluşan ve M.Ö. 600 yıllarında ortaya çıkan *Upanishadlar* (2008), içinde yabancılaşma kelimesi kullanılsa bile, bireyin kendinden uzaklaşmasını, acı çekerek özüne dönmek için çabalamasını hikayeleştirir, yabancılaşma kavramının kökenlerinin ne kadar geriye gittiğini göstermesi açısından önemlidir. Ayrıca, bu kavram Doğu ve Batı felsefesinin birbirlerinden etkilendiklerini de açıkça göstermektedir (Araz Takay, 2011:156).

Marx'ın çalışması temelinde düşünüldüğünde, yabancılaşma, kapitalist toplum yapısının neden olduğu bir sorundur. Marx yabancılaşma konusuna, 1844 El Yazmaları (*1844 Manuscripts*) ve *Alman İdeolojisi (The German Ideology, 1845)* yer vermiş iki tür yabancılaşmanın üzerinde durmuştur. Bunlardan ilki doğadan kopuş anlamındaki yabancılaşma iken; ikinci tür yabancılaşma, özellikle Kapital I'de (*Capital I, 1867 (1990)*) yeralan kapitalist toplum yapısının yarattığı bir sorun olup özel mülkiyet ile ilişkilidir.

Veblen'in yabancılaşma kavramına yaklaşımı Marx'tan farklı olarak iktisat yazına yabancılaşmaya farklı bir pencereden bakış imkanı sunmaktadır. Veblen'in, Aylak Sınıf Kuramı (*The Theory of the Leisure Class*, (1899) 1973) ve Çalışma İçgüdüsü ve Endüstriyel Sanatlar (*The Instinct of Workmanship and the State of the Industrial Arts*, (1914) 1946) adlı çalışmalarında yabancılaşma kavramına yer verdiği görülür. Bununla birlikte, Mülkiyetin Başlangıcı (*The Beginning of Ownership*, 1898) makalesinde de yabancılaşma kavramının izlerini bulmak mümkündür. Veblen'in yukarıda sözü edilen çalışmalarında ele aldığı yabancılaşma, Marx'tan farklı olarak çalışma içgüdüsü ile ilişkilidir. Kısaca, Veblen toplumsal evrimin geçirdiği aşamalar ışığında, çalışma içgüdüsün yitirilmesine ya da bastırılmasına bağlı olarak bireyin özgür çalışma imkanı bulamamasını yabancılaşma olarak tanımlamaktadır (Veblen, (1899) 1973). Bir başka ifade ile Veblen'de çalışma içgüdüsünün kaybının bireyin yabancılaşmasının en temel göstergesi olduğu ileri sürülebilir.

Marx'ta özel mülkiyete Veblen'de çalışma içgüdüsüne dayanan yabancılaşma kavramı her ikisinde de piyasa toplumunun kendi dinamiklerinin yarattığı bir ortamda ortaya çıkmaktadır. Veblen'in toplumsal evrimin geçirdiği aşamalara bağlı olarak yabancılaşmanın ortaya çıkacağını belirtmesi ve günümüz piyasa toplumunda yabancılaşmanın ortaya çıktığı aşamalara benzer bir yapıya sahip olması, genelde bireyin, özelde *iyi eğitilmiş ve yüksek gelir grubuna dahil kadınların* yabancılaşmasının aslında toplumun temel dinamikleri ile ilgili olması bakımından önemlidir. Bu anlamda, hem Veblen hem de Marx yabancılaşma konusunda farklı çıkış noktalarına sahip olmakla birlikte, piyasa toplumunun yabancılaşmaya neden olduğu konusunda benzer görüşlere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Marx'ın analizinde, sermayenin tarihsel önkoşullarını belirlediği, kapitalizmle ilgili çözümlenmelerinde ise bireyin insanlıktan çıkma sürecini ya da yabancılaşma sürecini ortaya koyduğu ileri sürülebilir.<sup>2</sup> İnsanın özü değişik tarihsel dönemlerde aynı kalabilmekte, ancak varoluşu maddi koşullar tarafından belirlenmektedir. Bu anlamda, Marx'ın "Kapital I" adlı eserinde bu tarihsel koşullardan birisi olan kapitalizmde insanın varoluşunun özü ile olan çelişkisini ortaya koyduğu ileri sürülebilir (Özel, 2009: 197-198). Kapitalizmde insan sadece kendi ürettiği emeğine değil, kendi potansiyel eyleme gücünden de koparılmakta ve bu anlamda insanlıktan çıkmaktadır (Elliott, 1984: 385-386). Bir başka ifade ile kapitalist sistemde sermaye birikim süreci, bireyin doğasına ve ürettiğine yabancılaşmasına yol açmaktadır. Marx, yabancılaşma konusunu incelerken bireyin kapitalist toplumdaki varoluş biçimini ele almış ve kapitalist mülkiyet ilişkileri içinde emeğin bir meta haline gelerek nasıl nesneleştiğini (*reification*) göstermiştir. Kapitalist toplumda bireyin birbiri ile ilişkisi, piyasa ilişkileri sonucu değişime konu olan malların birbiri ile ilişkisi haline dönüşmekte ve birey bu yolla nesneleşmektedir.

Yabancılaşma konusu, Marx'ın *1844 Elyazmaları* (1844 (1976)) adlı eserinde iki farklı biçimde karşımıza çıkar. Bunlardan ilki, insanın, doğadan koparak kültürel-toplumsal alanda kendine ikinci bir doğa kurması anlamında doğaya yabancılaşmasıdır. Doğadan kopuş anlamındaki bu tip bir yabancılaşma insanın varoluşu ve gelişmesi anlamında olumlu düşünülebilecek bir yabancılaşmadır. İkinci tip yabancılaşma ise, kapitalist sistemin doğası gereği ve kapitalist sisteme özgü olan yabancılaşmadır (Marx, 1976: 173-222). Bunun sonucu olarak insan, yukarıda ortaya konulduğu biçimde, kendi doğasına/emeğine/ürettiğine yabancılaşır. Her ne kadar yabancılaşmanın gerisinde üretim araçları üzerindeki özel mülkiyet ilişkisi bulunsun ve mülkiyet kavramı sadece kapitalist toplum yapısına özgü olmasa da, yabancılaşma özellikle işgücünün bir meta haline gelmesi kapitalizme özgü bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

İnsanın kendi doğasına yabancılaşmasının maddi temelini Marx, *Kapital I* (1867 (1990)) adlı eserinde piyasa ilişkileri sonucu ortaya çıkan meta fetişizmi kavramı ile ilişkilendirerek açıklamıştır. Marx'a göre, birey herhangi bir biçimde başkaları için çalışmaya başladığı andan itibaren, bu bireyin emeği toplumsal bir biçim almaktadır. Emek toplumsal bir nitelik kazandığı anda, yani piyasa için mal üretilmeye başlandığı anda, mallar hem birbirini ile hem de emeğin kendisi ile ilişki içine girer. Marx, emeğin meta üretmeye başladığı anda ortaya çıkan, emeği de metalaştıran ve onun yaşamını tamamıyla metaların kontrolü altına sokan sürece "meta fetişizmi" adını vermektedir (Marx, 1990: 165). Diğer bir deyişle, meta fetişizminde, insanların maddi ve toplumsal varlıkları metalar arasındaki ilişki yoluyla üretilmekte ve bu nedenle, bireyler kendi maddi ve toplumsal varlıklarını yaşayamaz hale gelmektedirler. Bu çerçevede Marx'ın bir üretim tarzı olarak kapitalizme yönelttiği eleştirilerin başında "meta fetişizmi" geldiği ileri sürülebilir.

Veblen'de yabancılaşma, Marx'ta olduğu gibi temel bir araştırma odağı olmamakla birlikte, özgün yaklaşım olduğu söylenebilir. Veblen analizinde yabancılaşmayı birbirine bağlı iki farklı çerçevede incelemiştir. Bunlardan ilki, özel mülkiyet ve buna bağlı olarak çalışma içgüdüğü iken, diğeri aylak sınıf kuramı ve gösteriş tüketimidir.

Veblen, 'Aylak Sınıf Kuramı' (*The Theory of the Leisure Class*, (1899) 1973) adlı eserinde, toplumsal evrimin aşamaları ışığında insan topluluğunun barışçıl yabanıl dönemden<sup>3</sup> yağmacı yırtıcı bir yaşama evrildiğini ileri sürer (Veblen, (1899) 1973). Yağmacı dönem özgür çalışmanın bittiği dönem olup, Veblen'e göre bu dönemde özel mülkiyet başlamaktadır. Veblen'e göre, 'mülkiyetin en eski biçimi kabile şeflerinin kadınlara el koymasındır'<sup>4</sup> (Veblen, (1899) 1973: 33). Veblen'in analizinde mülkiyet önce esirlerin mülkiyeti ile başlar ve esirin ürettiği nesnelere el koyma ile derinleşir (Edgell, Townshend, 1993). Bu durum Veblen'de özel mülkiyetin, Marx'tan farklı olarak yabancılaşmış emekten değil, yağmacı toplumlarda, barbarların eylemlerinin sonucunda

ortaya çıkması anlamına gelir (Diggins, 1977: 123). Bu çerçevede, Marx'ta yabancılaşma, özel mülkiyet kavramı ile doğrudan bir ilişkiliyken, Veblen'de yabancılaşmanın koşullarının kesin olarak özel mülkiyet ile ilişkilendirmek mümkün değildir. Veblen'de mülkiyetin "öteki"lerden daha "güç"lü olma arzusunun kaynaklandığı söylenebilir. Bu durum, Veblen'de gösteriş tüketimi bağlamında bir yabancılaşmanın oluşmasına öncülük eder.

Veblen'in gösteriş tüketimi kavramı ve bu kavram çerçevesinde bireyin yabancılaşmasını vurgulaması, esas olarak yağmacı toplumun yarattığı üst sınıfın, çalışma içgüdüsünü kaybetmesi ile uyumsuzdur (Veblen, (1914) 1946: 288). Veblen'in kapitalizm eleştirisi bu yönüyle gösteriş tüketimi ile çalışma içgüdüsünü kaybeden bireyin yabancılaşmasında ortaya çıkmaktadır. Gösteriş tüketimi bireyin toplumda kendini sergilemesine hizmet etmesi açısından simgeseldir. Çalışma bu zenginliğin elde edilmesinde sadece bir araçtır (Veblen, (1914) 1946: 172-175). Gelişmiş kapitalist toplumlarda gösteriş tüketimi, ihtiyaçtan çok gücün gösterilmesine hizmet etmekte ve araçtan ziyade bireyin hayatının temel amacı olma özelliği taşımaktadır. Tüketimin gösteriş amacıyla yapılması bireyin daha üst bir sınıfa ait olmasına ve bu yolla daha çok itibar görmesine imkan sağlar. Bu yönüyle bir "şey"lere sahip olma arzusu ihtiyaçtan öte, diğer bireyleri kışkırtmak için kullanılan bir araca dönüşür. Bir başka deyişle tüketim, başkalarından üstün olmayı ifade etmekte, ihtiyaçtan bağımsız yapılan tüketim ise üretmenin önüne geçerek, çalışmayı ve çalışma duygusunu küçümser bir biçime sokmaktadır. Özetle, Veblen yabancılaşmayı gösteriş tüketimi ve çalışma içgüdüsünün kaybı temelinde açıklamakta ve mal edinme arzusunun hiç bir zaman yok olmayacağını belirtmektedir. Bu sav, Veblen'e göre, insan tabiatının karanlık ve inatçı bir yanını olduğu ile desteklenir. Çalışmanın ele aldığı kadın grubunun yabancılaşma sorunu, bu karanlık ve inatçı çerçeve üzerinde inşa edilmiş ve buna bağlı olarak hazırlanmış sorular üzerinden şekillendirilmiştir. Aşağıda, Marx ve Veblen özelinde incelenen kuramsal çerçeve ile uyum içinde olan görüşmeler, bulgular ve herbirinin değerlendirilmesi yer almaktadır.

## 2. KAPİTALİZMİN TANRIÇALARININ RUHSAL YOLCULUĞU

Son yıllarda özellikle kadınlar arasında kişisel gelişim faaliyetlerine (yoga, nefes terapileri, NLP<sup>5</sup>, ses terapileri gibi) yoğun bir ilgi artışı gözlenmekte ve piyasada bu tip faaliyetler her geçen gün farklı bir isim ve yöntemle karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, bu eğilimi gösteren kadın grubunun özellikle yüksek gelir düzeyine sahip işlerde istihdam ediliyor olması da, bu artan ilginin gerisindeki nedenin bireysel olabileceği kadar iktisadi ve toplumsal olabileceğini düşündürmektedir. Bir başka deyişle, çalışmada, kişisel gelişim faaliyetlerine artan ilgiden yola çıkarak, yabancılaşma ve gösteriş tüketimi kavramları üzerinden mevcut iktisadi ve toplumsal yapının sorgulaması yapılmaya çalışılmaktadır. Seçilen araştırma grubu, özel sektörde

çalışan üst düzey görevlerde (genelde yönetici pozisyonunda) istihdam edilen kadınlardan oluşmaktadır. Çalışmada daha önce de belirtildiği gibi 11 kadınlara derinlemesine mülakat yapılmış ve demografik ve sosyal kimlik tanımlamalarının yanında, özellikle bu çalışmanın konusu olan piyasa toplumu ve dolayısıyla kadının yabancılaşması ve bu bağlı olduğu düşünülen kişisel gelişim faaliyetlerine artan ilgiye ilişkin sorular sorulmuştur. İlâveten, gösteriş tüketiminin kişisel gelişimi de kapsayacak şekilde yabancılaşmayı yeniden nasıl ürettiği de sorgulanmıştır. Yapılan görüşmelerde kadınlar kendi ifadeleriyle kapitalizme ve piyasa toplumundaki rekabete ilişkin görüşlerini ifade etmişlerdir. Görüşülen kadın grubunun neredeyse tamamının sisteme ve çalışma hayatında bireyin konumuna ilişkin düşünceleri olumsuzluk içermektedir. Kapitalizmin kendileri için ne ifade ettiğine dair verilen cevaplar bu anlamda dikkat çekicidir.

*“valla kendimizi kaptırdığımız bir oyun aynı böyle sonu gelmeyen bir ruh...” (1. Görüşme, İstanbul).*

*“Bir pastan var...bundan pay almak gerekiyor...bir sürü el var oraya uzanan mücadeleye vermen lazım hiç yenilmemen lazım, hep ayakta olman lazım...hep güçlü olmak zorundasın” (2. Görüşme, İstanbul).*

*“yani paranın herşeyin üstünde olduğu bir sistem kapitalizm” (3. Görüşme İstanbul).*

*“...çok yorucu bir sistem çok rekabetçi ve sistemin içinde var olan herkes bunu kabul ediyor. Bazı mücadeleler iniş çıkışlar yaşasanız da, bu döngünün içinde kayboluyorsunuz” (4. Görüşme, İstanbul).*

*“Savaş rekabet yoğunluk kapitalizm” (5. Görüşme, İstanbul).*

*“kapitalizmi bireysellik, kar odaklı olmak ve kısa vadeli bakmak olarak tanımlayabiliriz” (7. Görüşme, İstanbul).*

*“...mücadele kesinlikle mücadele” (8. Görüşme, Ankara).*

*“...piyasa herşeyin kendi kendine yerine bulacağı devlet müdahalesinin olmadığı devletin ticaret yapmaya çalışırken ne kadar yanlış yaptığı 70 milyonun vergileriyle nasıl ödediğini yakinen gördüm” (9. Görüşme, Ankara).*

*“Kapitalizm özel şirkettir...”(10. Görüşme, Ankara).*

*“Kapitalizm doğal bir sistem..iş hayatı açısından insan hakları açısından herkes eşit ama yaratıcılığımız farklı...”(11. Görüşme, Ankara).*

Diğer sorulara geçmeden önce görüşme için seçilen kadınların demografik bilgileri (yaşı, eğitimi ve medeni durumu) aşağıdaki Tablo 1’de şu şekilde özetlenmiştir.



**Tablo 1. Kadınların Genel Görünümü**

Kadınlar	Yaş	Medeni Durum	Mezun Olduğu Üniversite	İl
1. Görüşme	48	Boşanmış	ODTÜ	İstanbul
2. Görüşme	40	Evli	ODTÜ	İstanbul
3. Görüşme	36	Evli	İTÜ	İstanbul
4. Görüşme	38	Evli	ODTÜ	İstanbul
5. Görüşme	40	Boşanmış	Amerika'da bir üniversite	İstanbul
6. Görüşme	33	Nişanlı	İTÜ	İstanbul
7. Görüşme	43	Ayrı yaşıyor	ODTÜ	İstanbul
8. Görüşme	41	Evli	İTÜ	Ankara
9. Görüşme	47	Evli	ODTÜ	Ankara
10. Görüşme	44	Evli	ANKARA Ü.	Ankara
11. Görüşme	48	Evli	ODTÜ	Ankara

**Kaynak:** Tablo 1 yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Daha önce de belirtildiği gibi toplam 11 görüşme yapılmış, bu görüşmelerin 7'si İstanbul'da, 4'ü Ankara'da çalışan kadınları içermektedir. Bu kadınların 3 tanesi, 33-40 ve 9'u 40-48 yaş grubundadır. Kadınların medeni durumlarına baktığımızda, 7'si evli 2'si boşanmış 1'i nişanlı 1 tanesi de ayrı yaşamaktadır. Nişanlı olan kadın hariç, görüşme yaptığımız diğer tüm kadınlar çocuk sahibidir. Seçilen kadınların tamamı Türkiye'nin önde gelen üniversitelerinden mezun olmuş hatta önemli bir kısmı lisansüstü eğitim almıştır. Kadınlar ağırlıklı olarak finansal yatırım, banka, sağlık ve inşaat sektörlerinde üst düzey yönetici pozisyonlarında çalışmaktadırlar. Buradan hareketle, görüşme yapılan kadınlar iyi eğitim almış ve üst düzey gelir grubuna dahil olup çoğu orta yaş üzeri evli ve iki çocuk sahibidir.

Çalışmada kadının yabancılaşması sorununa ilişkin sorulan temel sorulardan biri "günde kaç saat çalıştıklarına ve kendilerine gün içinde ne kadar zaman ayırdıklarına" ilişkindir. Neredeyse hepsinin çok yoğun (10 saat ve üzeri) çalıştığı ortaya çıkmış ve kendilerine gün içinde zaman ayıramadıkları gözlemlenmiştir.

*"Günde 10 saat çalışıyorum" (4. Görüşme, İstanbul).*

*"...9 saat çalışıyorum ama 10 saati aşmıyor bazen" (5. Görüşme, İstanbul).*

*"...Cumartesi çalıştığım için bir yandan yapılması gerekli zorunlu işler var, bir yandan da ev hayatından özel hayata çocuklar var vs..." (10. Görüşme, Ankara).*

*"...Gece 23.00'a kadar çalışılır. İşten çıktığım anda kafamdan işi çıkarmaya çalışıyorum ama evde mailler telefonlar beni bırakmıyor" (11. Görüşme Ankara).*

Buradan hareketle, yoğun çalışan kadınların kendilerine vakit ayıramadıkları vakitleri kalsa bile bunu aileleri ile özellikle çocukları ile geçirdikleri gözlenmiştir. Bu gözlem, çalışmada ileri sürülen kişisel gelişim faaliyetlerine artan ilgi ile yoğun çalışma

hayatı arasındaki ilişkiyi destekler niteliktedir. Bu çerçevede kadınlara yöneltilen bir başka soru “bedeninizi ve ruhunuzu dinlendirmek için ne yapıyorsunuz?” şeklindedir. Bu soruya verilen cevaplar içerisinde kişisel gelişim faaliyetleri ilk sırayı almaktadır. Özellikle, Yoga, meditasyon, NLP, nefes terapileri kadınlar arasında yoğun ilgi görmektedir. Hatta Ankara’da yapılan 10. Görüşmede iş yerinde bir yoga odası ve saatleri girişimi başlatıldığı öğrenilmiş ve görüşmeci mesai saatleri dışında, gün içi öğle arası böylesi bir uygulamanın özellikle kadınlar için çok faydalı olduğunu ifade etmiştir.

*“Beden ve ruh dinlenmiyor. Şirketin kurumsal işlerine de bakıyorum. Şirkette bir yoga başlattık. Bu arada kadın çalışanlarımız için...bu akşam mesala ben gidemiyorum çünkü işim var çıkamam buradan bu tür etkinlikleri arturabilsek çok iyi gelecek. Şirketin genelinde herkesin bir ihtiyacı bu...çok biriken bir yorgunluk var.” (10. Görüşme, Ankara).*

*“...nefes alamıyorsunuz. Dolayısıyla bence bu dönem olarak gitgide yükselecek ve insanlar çıkış yolu arıyor kimisi dini kimisi sporu kimisi doğayı çıkış yolu olarak görüyor. Ben ilk başta öyle başlamıştım. Mesala doğada vakit geçirerek meditasyon yapıyordum. Aynı şey. Sistem sertleştikçe nefes alacak alan gerekiyor.” (4. Görüşme, İstanbul).*

Bunun dışındaki görüşmeleri dikkate aldığımızda kendini dönüştürmek, sakinleştirmek ve dinlendirmenin neredeyse tek ortak aracı olarak kişisel gelişim faaliyetleri görülmekte ve piyasanın yüzyıllardan beri var olan Buddha felsefesini bile ticarileştirdiği gözlenmektedir. Piyasada yoğun rekabet altında çalışmanın neden olduğu “yorgunluk ve yoğunluktan” kurtulmak adına böylesi faaliyetlere katılan kadınlar, piyasaya bir başka ticari aracın sunulmasına hizmet ederek, kendileri “araçlaşmakta” bir nevi yabancılaşmaktadır.

*“spor yaparak her türlü şeyinizi vücudunuzdaki zehiri ya da ruhunuzu doyurarak nebileyim fuara (kitap) gidebilirsiniz. Sohbet edersin birşey yaparsın...ekonomi böyle diye düşünüyorum. Yani bir sektör yaratılıyor (kişisel gelişim kursları kastedilmekte) ben biraz sabun köpüğü olduğunu düşünüyorum. Önce bir ihtiyaç yaratılıyor ve sonra da bunun çaresi budur deniliyor.” (2. Görüşme, İstanbul).*

Başlangıçta doğrudan sormakta tereddüt edilmekle birlikte, kendilerine piyasanın/çalışma hayatının onları yabancılaştırıp yabancılaştırmadığı sorulduğunda ise tereddütsüz hepsi, yaşamlarına ve kendilerine özellikle kadın kimliklerine yabancılaştıklarını vurgulamışlardır. Kadın kimliklerini en yoğun yaşadıkları annelik rolleri bir yandan onlara nefes alacak bir alan açarken diğer yandan ne yazık ki yük olmaktadır. Çalışma hayatında aynı pozisyonda olan erkeklerden rekabet açısından daha dezavantajlı olduklarını (ki burada kastedilen evin, çocuğun ve eşin sorumlulukları) ve bu dezavantajı açmak için ekstra yükler aldıklarını ifade etmişlerdir.

*“Haaa iş yeri onun (erkek) için savaş alanı, onun doğasına aykırı birşey yok biz kendi doğamızın dışında varlık olma mücadelesi içindeyiz. Bu ne yapıyor bizi ne erkek ne kadın yapıyor” (1. Görüşme, İstanbul).*

*“Akşam yemekleri, öğlen yemekleri. Benim zaten vaktim yok. Oğluma ayırıyorum. İş bir yerde kesmek istiyorum. En az onun kadar da önemlisi mikroorganizam olarak herhangi bir yerde herhangi bir yemek yemek övünülecek birşey değil. Erkeklerin dünyasında erkek gibi bir yere kadar davranabiliyorsun” (7. Görüşme, İstanbul).*

*“Burada baba olan bir sürü arkadaşımız var ama hiçbirinin çocuğun hasta olması ya da toplantısı olması gibi mazeretleri olmaz çünkü bunlara anneler yetişmek zorunda...hakkaniyetli bir iş bölümü yok toplumumuzda, dolayısıyla kadın hem işte hem evde full performans göstermek zorunda yani bu kapitalizmin gereği gibi oluyor” (2. Görüşme İstanbul).*

Gerek kapitalizm, gerek çalışma saatleri, gerekse de iş yerindeki rekabete dair sorulara verilen cevapların İstanbul ve Ankara görüşmelerinde niteliksel farklar içerdiği gözlemiştir. Kuşkusuz iki kentin coğrafı, kültürel ve ticari yapısı; iktisadi ve toplumsal yapısının farklı olmasına yol açmaktadır. Bu durum, görüşme yaptığımız kadınların kapitalizm üzerine, İstanbul’da, Ankara’daki kadınlara göre daha sert ifadelerle dile gelmiş ve aynı sitemin aynı ülke içinde farklı coğrafyalarda, yıkıcı etkisi devam etmekle birlikte, farklılaşabildiği gözlemlenmiştir. Benzer gözlemin yabancılaşma ve gösteriş tüketimi ile ilgili sorularda da kendisini gösterdiğini söylemek mümkündür.

Daha önce de ileri sürüldüğü gibi, çalışmada, yabancılaşma konusu doğrudan sistem ile kavramsal olarak da, gösteriş tüketimi ile ilişkilendirilmiştir. İlk bölümde detaylı biçimde sunulan kavramsal çerçeve bu bölümde görüşülen kadınların kendi ifadelerinde anlam bulmaktadır. Kapitalist sisteminin bireyi doğasına ve özüne uzaklaştırması anlamındaki yabancılaşma, temelde işleyişinden kaynaklanmakta ve emeğin metalaşma süreci olarak görebileceğimiz bu kavram açık biçimde gördüğümüz kadınların sözlerine de yansımaktadır. Örneğin, ihtiyaçtan bağımsız olan gösteriş tüketiminin neden yapıldığı sorulduğunda, bir “güç aracı” olarak tanımlanmakta ve esasında bu güç, kadınlara yoğun çalışmanın güçsüz bıraktığı yerde bir sığınak olabilmektedir. Gösteriş tüketiminin bir başka biçimi şeklinde tanımlanabilecek olan kişisel gelişim faaliyetlerinin sistemde ikiyüzlü; metaforik olarak Roma’lı Tanrı Janus<sup>6</sup>’un rolüne benzer bir rol üstlendiği ileri sürülebilir. Gösteriş tüketimi bir yandan kapitalizmin neden olduğu yabancılaşmadan kurtulmanın, diğer yandan da sistemin yeniden üretilmesinin bir aracı olmaktadır.

*“Şöyle Hani diyorum ya biz kendi öz benliğimizden öz varlığımızda o kadar uzaklaşıyoruz ki uzaklaşan insan yabancılaşır. Kendine de yabancılaşır toplum içindeki pozisyonuna da yabancılaşır...” (1. Görüşme, İstanbul).*

“Evet sistem öyle kendini bulmak için...herşey paket pazarlanıyor ve satılıyor ve dolayısıyla insan kendine dönüp hani mutluluğu ya da rahatlamayı kendi içerisinde çözmesi gerekiyor...bir akım var buna sivrulup gidiyoruz gibi..”(3. Görüşme, İstanbul).

“kadını yabancılaştırıyor ve kadın kendini kaybediyor. ..Kapitalizmin kadınlar üzerindeki etkisi şimdi çok küçük yaşlarda başlıyor.” (4. Görüşme, İstanbul).

“...günümüzdeki sahte ilişkiler duygusuz düşünceler aslında insanlar özlerinde ne kadar hırslı rekabetçi olsalar bile duygusallık ve şeffalık arıyor.” (5. Görüşme, İstanbul).

“...kapitalizmin doğasında bir bireysiz başarı var. Başarı sizin içinizde yatıyor kendini keşfet, kendini gerçekleştirecek olanları bul sonra kendini kaybet...”(6. Görüşme, İstanbul).

“Kapitalizmde insanları kendinden uzaklaştırmasından dolayı kendin değil belki özünden uzaklaştırmasından dolayı eninde sonunda insanlar kendini bulmaya çalışır. Belli seviyede belli olgunluğa ulaşmış kişilerde daha çok bu boşluk...”(7. Görüşme, İstanbul).

“Mücadele etmem lazım, diğer taraftan da bunun bedeninde yarattığı ruhunda yarattığı ağırlığın bilemiyorum mümkün olduğunca iyi yönetmeye çalışıyorum. Şu andaki durumum bu...”(8. Görüşme, Ankara).

“Hayatımda çok büyük özveride bulunuyorum. Daha az tatile çıkıyorum tatilerim kalitesiz geçiyor. Para kazanmanın bana bir maliyeti var. Sağlık maliyeti var...”(10. Görüşme, Ankara).

“...yani dışarıdan baktığımız kişi ile o kişi aynı değil çünkü bir imajla yaşadığımızı görüyoruz...”(11. Görüşme, Ankara)

Yukarıda da ileri sürüldüğü gibi görüşülen kadınlar çalışma hayatlarındaki yoğunluktan kurtulmak, yabancılaşmadan kaçınmak adına kişisel gelişim faaliyetlerinde bulunuyorlar. Yoğun yaptıkları bir faaliyet (kavramsal olarak bilmeseler de) gösteriş için tüketmek. Gösteriş tüketiminden ne anlıyorsunuz sorumuza verdikleri yanıtlar çalışmada ileri sürülen savı destekler niteliktedir. İhtiyaçlarına yönelik olmayan harcamaların çoğu, yoğun çalışmanın ödülü gibi görülmekte, tüketim, zamansızlığın ve kendine vakit ayıramamanın ama buna rağmen birşeyler yapmanın, bir başka ifade ile, yabancılaşmadan kaçınırken yeniden yabancılaşmanın aracı olmaktadır. Bir başka deyişle, görüşülen kadınlar sistem içinde yok edilen varoluşlarını, maddi yollarla yeniden kazanma çabası nedeniyle gösteriş tüketimine yönelmektedirler. Gösteriş tüketimi bir kimlik, bir benlik ve ne yazık ki çoğu zaman da bir güç unsuru olarak görülmektedir. Görüşme yapılan kadınlardan birisi marka çantasını masaya bırakış şeklinin ona güç ve itibar sağladığını söylemiştir. Benzer şekilde, şoförünün olup olmamasının ve arabasının markasının, almayı düşündüğü işte baştan nasıl bir kazanım olduğu yönündeki ifadeler, gösteriş tüketimin yaygınlığı ve etkisini göstermesi

bakımından dikkat çekicidir. Görüşmelerde bu ve benzeri dikkat çekici başka örneklerle de karşılaşmak mümkündür.

*“Bu da güç ben tamamen güç olarak görüyorum. Bu da bir güç var olmamız tüketimle var olmak. Başka hiçbir şey değil. Ben güçlüyüm parayı nasıl kullanmalıyım. Tamamen para ve güç.” (1. Görüşme, İstanbul).*

*“Neden var bence insanlar tüketerek mutlu olmaya çalışıyorlar. Çünkü bir şekilde sizin ruhunuzu rahatlatmanız lazım....Ama şimdi bu çevrenize baktığınızda çalışan kadın çok uzun saatler çalışıyor kendine ayıracak çok fazla vakti yoksa ne yapabilir en fazla gidip en kolay ne? bir alışveriş merkezinden bir şey alıp çıkmak gibi o şekilde mutlu olduklarını düşünüyorum kendilerini tatmin ettiklerini düşünüyorum.” (2. Görüşme, İstanbul).*

*“ Bunun içinde yaratılmış bir kalıplar var. Belli markalar pazarlama stratejileri falan filan, bu da tamamen sistemin bir oyunu. Kazanıyorsun bunu sisteme geri ver. Nasıl veriyorsun moda falan iş hayatında belli standartta giyinmelisin, statüüne uygun giyinmelisin. Yoga medidasyon falan vereceğine kurtarabilirsin. Genel bir deneyim bunu herkes biliyor. Sistemin kendi içinde kurduğu döngülerden bir tanesi. Ama hani iki tane şey olabilir bir tanesi sistemin sana yüklediğini hafifletmek için yapılan bir alışveriş tüketim diye bakabilirsiniz ya da sistemin kendiliğinden verdiğini geri almak için yarattığı mekanizma olarak da bakabilirsiniz.” (4. Görüşme, İstanbul).*

*“birazcık da öyle galiba çünkü kadın çalışıyor kazanıyor kendine bir şey harcayarak kendini iyi hissediyor çünkü onu hak ettiğini düşünüyor belki bu ödül gibi bir şey...” (5. Görüşme, İstanbul).*

*“...Önce İş hayatı çalışan kadınlar. Ama çalışmıyor olsan bile tüketen kadınlar var ve bunun böyle duruyor çünkü sistemde böyle ayakta duruyor tüketim üzerine duruyor...” (6. Görüşme, İstanbul)*

*“... alışveriş de bir çeşit kadınlar için bir çeşit terapi olabiliyor. İki farktan ötürü. Bir de çocuklarına tabi çok fazla para harcıyor kadınlar onlarda gösteriş oluyor...” (7. Görüşme, İstanbul)*

*“... Güzel görünmeyi seviyorsun. hoşuna gidiyor. Kendini daha iyi hissediyorsun. Kendine güvenin artıyor. Kadının kadınla rekabeti var. Çünkü hani çok doğal bir şey...” (8. Görüşme, Ankara).*

*“Gösteriş tüketimi marka tutkusu demektir....bende de var mesela bende de çanta tutkusu vardır. (9. Görüşme, Ankara).*

*“Kadınlarda çok farkı. Biraz da şey diye düşünüyorum. Başka ülkeleri çok fazla gözlemleyemedim ama Türkiye’de benim gördüğüm genel olarak yani kendimde de aynı şeyi görüyorum. Hobimiz yok. Bi de bu şekilde bir hayat yaşadığımız zaman işten çıkıyorsunuz eve gidiyorsunuz orda koşturuyorsunuz falan yani biraz da bir şeyler yapma ihtiyacı duyuyor insanlar ben aslında belki zaman ayırsam daha çok sosyalleşsem işte eski programı yapsam falan daha rahat olsam belki o tip şeylere*

*ihtiyaç duymayacağım...tüketerek rahatlama diye bir şey var gerçekten yani. Yani bu kadar çalışıyorum...." (11. Görüşme, Ankara).*

Yüksek gelir düzeyi ve iyi eğitilmiş kadın grubunun kişisel gelişim faaliyetlerine gösterdiği ilginin nedenine olan meraktan doğan bu çalışmada, yapılan görüşmelerle aslında kişisel gelişimin de bir çeşit gösteriş tüketimi olduğu ve her ikisinin birden yabancılaşmadan kurtulmanın bir aracı olarak görülmesinin sistemin yeniden üretilmesine hizmet ettiği düşüncesi doğrulanmıştır. Bu çerçevede, kadınların çalışma hayatında yaşadığı “yabancılaşmanın” kapitalist sisteme özgü olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Örneğin, İstanbul’da yapılan ilk görüşmede, mülakatı yapılan kişi kapitalizmi sonu gelemeyen bir oyun olarak tanımlamakta ve kendi ifadesi ile bunu “...çok saçma buluyorum bu kadar çok çalışıyorum çalışmak durumunda değiliz kimse bizi zorlamıyor...” cümlesinde ortaya koymaktadır. Benzer biçimde, kişi yabancılaşmaya dair özünden (bireysel ve toplumsal varlık olma anlamında) uzaklaştığını belirtmiş ve Marx’ın yabancılaşma tanımıyla örtüşür biçimde, bireyin kendine, topluma ve doğasına yabancılaştığını açıkça ortaya koymuştur. Bu ve benzeri ifadeler dikkate alındığında, daha ilk görüşmede kadınların çalışma hayatında rekabetçi yapı içerisinde ne denli “yabancılaştığı” ortaya çıkmıştır. Buradan yola çıkıldığında, esas olarak kişisel gelişim, yabancılaşma ve kapitalist pazarlama sürecinin birbirini tamamladığı yapılan görüşmelerden çıkartılabilir. Başkalarının davranış biçiminin kişinin davranışında nasıl etkili olduğu ve kişisel gelişim eğitimlerinin nasıl yaygınlaştığına dair ipuçlarını da bir görüşmede geçen “*mutluluğun ve mutsuzluğun pazarlandığı*” yönündeki ifadelerde bulmak mümkündür. Benzer biçimde vurgu yapılan “*yorgunluk ve aşırı rekabet*” ifadeleri ile sistemin birey üzerindeki olumsuz etkilerinin kaçınılmaz olduğu belirtilmiştir. Görüşmelerde, kadının sömürüldüğü, nefes dahi alamadığı bir yapı olarak görülen kapitalizmin bu yönüne dair çözüm, manevi değerlere sarılmak biçiminde ortaya konulmuş kişisel gelişim sürecinin bilinçli bir tercihten ziyade “gösteriş tüketimi”nin bir başka uzantısı olduğu savı da desteklenmiştir.

## SONUÇ

Türkiye’de özel sektörde istihdam edilen, iyi eğitilmiş ve yüksek gelir grubuna dahil kadınlarının içinde bulunduğu yabancılaşma olgusunun incelendiği bu çalışmada, kadın konusunda incelenen her türlü sorunun kapitalist sistemin dinamiklerden/kurumsal çerçeveden ayrı incelenemeyeceği ortaya konulmaya çalışılmış ve yapılan görüşmeler temel savı desteklemiştir. İstanbul ve Ankara’da yapılan görüşmeler sonucunda kadınların yoğun iş hayatı içinde kendi kişisel yaşamlarına zaman ayıramaması noktasında birleştikleri ancak bu sorunun sistem açısından değerlendirilmesi noktasında farklılaştıkları görülmektedir. Bu farkın temel nedenlerini İstanbul ve Ankara’nın iş yoğunluğundan ve kentsel dinamiklerinden yola çıkarak

ortaya koymak mümkündür. Bu farka karşın, çalışmaya konu olan her iki kentteki kadın grubunun kapitalizmin çelişisini net bir biçimde sergilediği söylenebilir.

Türkiye’de büyük şehirde (İstanbul-Ankara) yaşayan, özel sektörde istihdam edilen, iyi eğitilmiş ve yüksek gelir grubuna dahil kadınlar piyasa toplumunun en rekabetçi ve yıkıcı kesiminde istihdam edilen bir gruptur ve maddi tatminlerin bireyin mutluluğu anlamına gelmediği yapılan görüşmelerde açıkça ortaya konulmuştur. Bunun en somut göstergesi, bu gruptaki kadınların elde ettikleri gelirin büyük bir kısmını manevi alanlara aktarma gereği duymaları ve özellikle kişisel gelişim faaliyetlerine yoğun ilgi duymalarıdır. Bu yolla görüşülen kadınlar bir yandan içinde buldukları tatminsizlikleri ortadan kaldırmaya çalışmakta; diğer yandan da, piyasa toplumunun kendini yeniden üretmesi noktasında önemli bir işlev görmektedirler. Bu kadın grubunun sosyo ekonomik durumunun analizi, esasında piyasa toplumunun çelişisini de ortaya koymaktadır. Bir tarafta kendi bütünsel varlığını (ruh/beden) parçalayan yoğun çalışma hayatı, diğer yanda bu parçalanmışlıkla mücadele etmek adına piyasanın sunduğu ticari başka alanlara yönelme: Gösteriş tüketimi ve/veya kişisel gelişim faaliyetleri.

İstanbul’da yapılan görüşmelerin temel vurgusu kapitalizmin yıkıcılığı üzerine olup, “*savaş, lobiler, diplomasi*” gibi kavramlar temelinde açıklanmıştır. Bununla birlikte görüşmelerde kapitalizmin dinamik doğası ve zenginlik vurgusu ifade edilirken, bunu elde etmek üzere katlanılan bedeller kişilerin birinci ağızdan dile getirdikleri çözümler olarak karşımıza çıkmıştır. Görüşmelerde sıkça karşımıza çıkan “*çok çalışmak ve kendine vakit ayıramamak ve sosyal hayattan yoksun olmak*” gibi ifadelerin piyasa toplumunda yabancılaşma düşüncesini destekleyici ifadeler olduğu söylenebilir. İstanbul’da doğrudan yabancılaşmayı destekleyen görüşmeler, Ankara sözkonusu olduğunda daha dolaylı biçimde karşımıza çıkmıştır. Bunun nedeninin ortaya koymak için Ankara’da yapılan görüşmelerin genel profilini gösteren bazı örneklere bakmak gerekir.

Ankara’da yapılan ilk görüşmede kişi, kapitalizmin kadın üzerindeki yıkıcı etkisini vurgulamakla beraber sistemin işleyişini doğal bulmakta, hatta devlet müdahalesine gerek olmadığını ifade etmektedir. Bürokraside yapılan yanlışlardan yola çıkarak devletin ticari hayatta yer almaması gerektiğini savunan kişi aynı zamanda kapitalizmin birey üzerinde olumsuz etkileri olduğunu da kabul etmektedir. Bir başka görüşme, özel sektörün çok rekabetçi bir yapısı olduğunu ve bireyin nasıl sömürüldüğünü “*para kazanmanın bana bir maliyeti var hayatımda çok az tatile çıkıyorum, tatillerim çok kalitesiz...*” şeklinde ifade etmiştir. Kişi, aynı zamanda gösteriş tüketimi yapmasa da gereksiz harcadığı parayı “*manevi boşluk yalnızlık*” ile ilişkilendirerek esasında yabancılaşmaya işaret etmektedir denilebilir.

Ankara’da yapılan bir başka görüşmede farklı ve dikkat çekici diyebileceğimiz nokta; sistemin sosyo-kültürel yapıdaki etkisinin ortaya konulmasıdır. Görüşmeyi yaptığımız kişi sistemin çalışma hayatının kadın üzerindeki olumsuz yıkıcı ve baskıcı yönünü kabul etmiş ve kültürel olarak “*hobi yoksunu*” bir toplum olmamızın birey üzerindeki bir başka yıkıcı etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Kapitalizm zaten bireyi tektipleştirmekte, yalnızlaştırmakta, ancak kültürel olarak hobi yoksunu olmak gösteriş tüketimine yönelmenin bir başka nedeni olarak kişi tarafından ileri sürülmektedir. Görüşülen kadınların büyük bir kısmı çok çalıştıkları için varlık duyurularını tüketerek, gereksiz tüketimi kendilerinde hak görerek rahatladıklarını söylerken, bu kişi hobi yoksunu olmayı da bir başka etken olarak sunmuştur. Tüm bu ifadelerden yola çıkıldığında Ankara’da yapılan görüşmeler de kadın, çalışma hayatı ve rekabet noktasında “yabancılaşma” savımızı ve “gösteriş tüketimi” konusunda başta belirttiğimiz biçimde Veblen’in öne sürdüğü argümanı destekler niteliktedir. Buna karşın İstanbul görüşmeleri kapitalizmin yıkıcılığı noktasında daha net ifadeler içermektedir. Kuşkusuz bu farkın nedenlerini, İstanbul ve Ankara’nın çalışma hayatından beklentileri ile her iki kentlerin dinamizminde aramak uygun olacaktır. Ankara İstanbul’a göre daha sakin, daha az rekabetçi ve özelden çok kamu sektörünün ağırlıklı olduğu bir kenttir. Kentlerin bu özellikleri çalışma hayatına ve dolayısıyla özel sektörde konuştuğumuz kadınların hayatına yansımış ve orada ifade bulmuştur. Ankara’da kapitalist sistem ve yabancılaşma daha “yumuşak” kavramlarla anlaşırsa da her iki kentte yapılan görüşmeler çalışmanın savını destekler niteliktedir.

Özetle, piyasada rekabet içinde çalışan kadınlar ilk ağızdan sistemin kendileri açısından yıkıcı özelliklerini dile getirmiş ve bu bağlamda çalışmanın başında ileri sürüldüğü gibi, kapitalizmin genelde bireyi, özelde kadınları yabancılaştırdığını ortaya koymuştur. Bu yönüyle yapılan derinlemesine mülakatlar, “gösteriş tüketimi”ni de bu yabancılaşmayı tamamlayan bir başka unsur olarak karşımıza çıkarmıştır. Esasında tüm bu bulgular, kapitalizmin doğal işleyişinin bireyi ve bu çalışmada ortaya konulduğu üzere “kadınları” nasıl yabancılaştırdığını gözler önüne sermektedir.

## NOTLAR

<sup>1</sup> Özkaplan N.,Serdaroğlu U., 2010; Ecevit, Y., 1993; Özkaplan, N., 2010; Toksöz, G., 2008; Koray, M., 2012 vb.

<sup>2</sup> Marx’ın kapitalizm analizi ve yabancılaşma konusunda daha detaylı bilgi için bkz: Güler Aydın, D., 2008, 2010.

<sup>3</sup> Bu dönem, insanların sadece alet kullandıkları ve birbirleriyle savaşmak yerine işbirliği yaptıkları ve çalışmaya yatkın oldukları bir dönemdir. Yabanıl dönemin en önemli özelliği çalışma içgüdüsünün değişimi sağlayan öge olmasıdır.

<sup>4</sup> Esirlerin çoğunun kadın olmasının cinsiyet açısından bir önemi yoktur. Kadınlar savaşmadıkları daha kolay elde edilirler ve daha çok iş yaparlar. Katkıları tükettiklerinden çoktur ve daha da önemlisi kabile şeflerine şeref getirir. Kadın yağmalanan ama el koyana organik olarak



bağlı olmayan, ortak olarak tüketilmeyen tek nesnedir. Yağmacı dönemde ilk maldır (Veblen, 1898).

<sup>5</sup> NLP (*Neuro-Linguistic Programming*) 1973 yıllarında Dr. Richard Bandler ile linguistik (Dilbilim) profesörü olan John Grinder, Milton Erickson, Virginia Satir Fritz Perls, Gregory Bateson gibi terapist ve dilbilimcilerinin zihin süreçlerinin modellenmesi yoluyla ortaya çıkmış bir tekniktir. İnsan algısının organizasyonu ve düşüncenin sistematik modeller yoluyla insan davranışları ve öznel gerçekliğin yaratımı ilişkisini keşfetmeye yönelik model ve ilkeler bütününi ifade eder (Ayrıntılı bilgi için bkz: Dilts, R. 1998).

<sup>6</sup> Janus, mitolojik bir figür olup bir yüzü sağa, bir yüzü sola bakan iki yüzlü Roma tanrısıdır. Ocak (*January*) ayında olduğu gibi hem geçen yıla hem de yeni yıla gönderme yaparak bütününi içindeki çelişkiyi anlatır. (<https://en.wikipedia.org/wiki/Janus>). Bu çalışmada Janus, kapitalizmin bir yandan gelişmeye açık bir sistem olması, diğer yandan da bu gelişme sürecinde bireyi yabancılaştırması noktasında bir "metafor" olarak kullanılmıştır.

## KAYNAKÇA

- Araz Takay, B. (2011), "Veblen'de Yabancılaşma Olgusu", *İktisadi Felsefeyle Düşünmek*, O. İşler, F. Yılmaz (der), İstanbul: İletişim, 155-170.
- Diggins, P.J. (1977), "Animism and the Origins of Alienation: The Anthropological Perspective of Thorstein Veblen", *History and Theory*, 16(2), 113-36.
- Dilts, R. (1998), *Modeling With NLP*, Capitola, CA: Meta Publications.
- Ecevit, Y. (1993), "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi", içinde *Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar*, Ankara: Devlet Bakanlığı Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi, 74, 15-34.
- Edgell, S., J. Townshend (1993), "Marx and Veblen on Human Nature, History, and Capitalism: Vive la Difference", *Journal of Economic Issues*, 27(3), 721-739.
- Elliot, J.E. (1984), "Karl Marx's Theory of Socio-Institutional Transformation in Late- Stage Capitalism", *Journal of Economic Issues*, 18(2), 383-391.
- Fromm, E. (2001), "Beyond the Chains of Illusion: My Encounter with Marx and Freud", The Continuum International Publishing Group, NY 10017, 2001 (1967).
- Güler Aydın, D. (2008), *Kapitalizmin İstikrarsız Doğası*, K. Marx, J.A. Schumpeter, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora tezi, Ankara.
- Güler Aydın, D. (2010), "Kapitalist Sistemde Bireyin Sorgulanması: Yabancılaşma ve Demir Kafes", *Amme İdaresi Dergisi*, 43(2), 17-32.
- Güler Aydın, D., B. Araz Takay (2012-2014), "Yabancılaşmış Kadınlar", Hacettepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birim.
- Koray, M., (2012), *Sosyal Politika*, İmge Kitapevi, 4. Basım.
- Marx, K. (1976), *1844 El Yazmaları*, Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, K. (1990), *Capital, Volume I*, London: Penguin Books.
- Marx, K., F. Engels (1970), *The German Ideology*, C.J. Arthur (Yay.), New York: International Publishers.
- Özel, H. (2009), *Piyasa Ütopyası*, Ankara: BilgeSu Yayıncılık.

- Özkaplan, N., (2010), “Duygusal Emek ve Kadın İşi/Erkek İşi”, İktisat ve Toplumsal Cinsiyet, Serdaroğlu U. (der.), Ankara: Efil Yayınevi, 38-48.
- Özkaplan, N., U. Sedaroğlu (2010), “Yönetici Kadınlar: Türkiye Savunma Sanayii Örneğinde Bir Analiz”, İktisat ve Toplumsal Cinsiyet”, Serdaroğlu U. (der.), Ankara: Efil Yayınevi, 244-269.
- Toksöz, G., (2008), “Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden İşgücü Piyasalarında Mevcut Durum ve Örgütlenme Sorunları”, *Emek Tartışmaları 1*, İstanbul: DİSK.
- Veblen, B.T. (1973), *The Theory of the Leisure Class*, Boston: Houghton Mifflin Company.
- Veblen, B.T. (1946), *The Instinct of Workmanship: And the State of the Industrial Arts*, New York: The Viking Press.
- Veblen, B.T. (1898), “The Beginning of Ownership”, *American Journal of Sociology*, 4(Kasım), 352-365.