



Makale Geliş | Received: 11.01.2022
Makale Kabul | Accepted: 02.03.2022
Yayın Tarihi | Publication Date: 30.03.2022
DOI: 10.20981/kaygi.1034173

Rıfat AYDIN

Dr. | Dr.
Türkiye Büyük Millet Meclisi, Ankara, TR
Grand National Assembly of Turkey, Ankara, TR
ORCID: 0000-0003-3168-6749
rifataydin7@hotmail.com

Kaygı ve Tüketim: Modern Toplumda Benliğin Onarımı

Öz: Üretim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerin üretkenlik, verimlilik, karlılık artışı gibi sonuçlarının ekonomik ve sosyal yapıda neden olduğu dönüşüm, bireyin toplumsal yapılardan, kurumlardan ve büyük anlatılardan görece bağımsızlaşmasına ve haz odaklı bir tüketim kültürü içerisinde yaşamasına neden olmuştur. Bu özgülleşmenin birey üzerindeki yan etkisi ise artan bir yalnızlaşma ile birlikte hayata dair sorumlulukların tamamıyla bireye yüklendiği yeni bir kültürel örüntü olmuştur. Bu yeni kültürel yapının bireyin benliğinde açtığı yaraların yansıması ise kaygı duygusunda somutlaşmıştır. Kitle iletişimindeki muazzam artış ile birlikte sanal ortamda artan iletişim, bireyin anlamlı ötekiler dünyasını genişletirken, aynı zamanda onu her an takip eden ve takip edilen bir etkileşimsel sürece de sürüklemiştir. Böylece birey ötekinin gözünü her an yanında taşımaya gönüllü olmuştur. Diğer bir ifadeyle toplumsal etkileşimin genişleyen uzamı ve artan tüketim baskısı ile birlikte birey, artık hiçbir mekân ve zamanda yalnız değildir. Bu kapsamda çalışma, tüketim toplumu kavramı çerçevesinde bireyin maruz kaldığı tüketim baskısının, modern toplumun kaygı yüklü pratiklerine karşı bir tepki olarak işlevselleştiği iddiası noktasında temellenmektedir. Çalışmanın diğer bir iddiası ise tüketimin kaygıyı bastırma açısından geçici bir tatmin sağladığı noktasındadır. Son tahlilde çalışma, sosyolojik ve psikolojik yaklaşımlar çerçevesinde kaygı duygusunu, tüketim tercihleri üzerinden incelemeyi hedeflemiştir.

Anahtar kelimeler: Kaygı, Benlik, Tüketim ve Medya.

Anxiety and Consumption: Repairing the Self in Modern Society

Abstract: The transformation of the economic and social structure caused by the results of the developments in production technologies such as productivity, efficiency and profitability has caused the individual to become relatively independent from social structures, institutions and grand narratives and to live in a pleasure-oriented consumption culture. The side effect of this emancipation on the individual has been a new cultural pattern in which the responsibilities of life are fully attributed to the individual, with an increasing isolation. The reflection of the wounds caused by this new cultural structure on the individual's self has become concrete in the feeling of anxiety. With the enormous increase in mass communication, the increasing communication in the virtual environment has expanded the world of meaningful others, while also dragging the

individual into an interactive process that is followed and followed at all times. Thus, the individual volunteered to carry the other's eye with him at all times. In this context, the study is based on the claim that the consumption pressure that the individual is exposed to within the framework of the concept of consumer society becomes functional as a reaction to the anxious practices of modern society.

Key words: Anxiety, Self, Consumption and Media.

Giriş

Modern toplumda birey, haz odaklı paradigması ile arkaik dönemden günümüze gelişen toplumsal ilişkiler bağlamında kendi konumunu ve öteki ile girdiği konumsal ilişkiyi korku ve haz arasında sıkışan bir tarihsellikte içselleştirmiştir. Endüstri Devrimiyle birlikte toplumsal dayanışma ve birey olgusunda gerçekleşen dönüşüm, tüketim toplumu ve bu toplumu besleyen internet devriminin etkisi altında ikinci bir aşamaya geçmiştir. Endüstrileşme dönemi hızlanmış bir bireyselliğe, akışkan bir mekânsızlığa, sınırsız bir etkileşime; emeğin ve tüketimin yapısal boyutundaki bir değişime evrilmiştir. Ancak bireyi sınırsız bir uzam ve zamanda ötekilerin dünyasına açan bu kültür, benliklerde onarılması güç yaralar açmıştır. Birey daha geniş bir ötekiler grubuyla etkileşime girerken, diğer taraftan kendi benliğini de kamusallaştırmıştır. Başta emek piyasası olmak üzere, zaman anlayışında ve nesnelere tüketim amaçlarında meydana gelen değişim ile birlikte büyük anlatıların hayatı anlamlandırma noktasında bireylerin referans noktası olma özelliğini kaybetmesi; bireyi kendi benliği ile baş başa bırakmıştır. Bu açıdan açılan yaranın onarımı ya da birey üstünde artan kaygının bastırılması; nesnelere dünyasına referans veren arzuların tatminini ile mümkün olur hale gelmiştir.

Hayatın her anında ve alanında eylem ve duygularını ötekiler grubuyla paylaşımına açma kaygısı, bireyin modern yaşamda karşı karşıya kaldığı yabancılaşmaya bir tepki olarak bireyi çevreleyen toplumsal yapıda sağlam bir zemin oluşturma arzusunu sembolize etmektedir. Bu çerçevede bireyin sanal bir alanda benliğini göstergeler üzerinden paylaşımına açması, benliği yarananmış

bireyin kaygısını yatıştırma çabasının dışavurumudur. Ancak paylaşım açılan benlikler, kaygıyı tıpkı tüketim gibi geçici olarak bastıran ilaçlardır, çünkü bireyin yalnızlığı, tükettikçe ve tüketileni (kendi bedeni de dâhil) kamusallaştırdıkça daha da derinleşmektedir. Bu açıdan ele alındığında *kaygı* modern topluma özgü bir duygudur (bu tanımlama kaygının tarihsel olarak bir zamansal fenomen olduğu anlamına gelmemekle birlikte, kaygının ötekinin gözünde filizlenen bir duygu olarak davranışların kontrolünün şekillendirilmesi açısından etkisini kabul etmektedir). On beşinci yüzyılda temellenen ve günümüzde her an davranışlara şekil vermeyi, rol yapmayı gerektiren ve ötekinin saygısını elde etmeyi hedefleyen davranışların otokontrolü, modern toplumda bireyi kaygıya sürükleyen bir baskı unsuruna dönüşmüştür.

Bu kapsamda çalışma öncelikli olarak kaygı kavramını netleştirmeye çalışacaktır. Kaygının varoluşsal (Kierkegaard ve Heidegger), psikolojik (Freud, Klein, Lacan, Chodorow) ve sosyolojik (Mead, Elias, Honneth, Fromm) boyutlarını açımlayacak olan çalışma, daha sonra kaygı ile benlik arasındaki çatışmayı tüketim toplumu üzerinden değerlendirecektir. Son tahlilde kaygı dolayısıyla benliklerde açılan yaranın onarımı açısından tüketimin ve sergileme istencinin işlevsel rolü üzerinde duracak olan çalışmanın temel amacı günümüzün akışkan ve hızlı toplumunda bireyin yaşadığı hayal kırıklıkları, emek piyasasının rekabetçi koşulları ve bireyin hayata dair sorumluluklarının neden olduğu kaygı duygusunun tüketim tercihleri üzerindeki etkisini incelemektir.

1) Kavramsal Açıdan Kaygı

Endüstri devrimi ile birlikte toplumsal dayanışma ve birey anlayışında meydana gelen köklü değişim, internet devrimi ve tüketim toplumu ile birlikte daha keskin bir dönüşüme evrilmiştir. Bu dönüşümün birey üzerindeki önemli bir yansıması ise kaygı duygusu üzerinde olmuştur. Varoluşsal bir duygu olarak kaygı toplumsallaşmış bir duygu olarak bireysel ilişkilerde eylemsel ve nesnel bir

yönelim kazanmıştır. Bu çerçevede kaygıya dair Kierkegaard'da filizlenen modern düşünce “*düşme mitosunda*” temellenmiştir. Kierkegaard kaygı kavramını psikolojik bir açıdan ele almakla birlikte Hristiyanlığın Mevrus Günah¹ dogmasını da sürekli olarak göz önünde bulundurmuştur. Bu açıdan kaygı, günah ile özgür irade arasında salınır ve böylece var olur. Kierkegaard korku, endişe ve umutsuzluk gibi duyguları ölüm duygusu ile birlikte ilintileyerek açıklarken, kaygı başta olmak üzere duyguları ölümden kök alan psikolojik dışa vurumlar olarak tanımlamıştır. Buna göre ruhun tüm sıkıntısı ve iç çekişmeleri hayatın içinde ve ölüm karşısında insanın yüz yüze kaldığı korkularda var olur. Modern dönemde ise birey eski dönemlerden farklı olarak kendisini bu korkulardan uzaklaştırmaya çalıştıkça kaygısını daha da arttırmıştır. Diğer bir ifadeyle modern dönemde birey neden korktuğunu bilmeden korkar ve korkusu kaygı şeklinde sürekli onu taciz eder. Kierkegaard benliğin bu umutsuzluk içinde var olduğunu düşünür. Yaşam, varlığını umutsuzluk içinde idame ettirir. Bu noktada modern dönemde anlamın kaybını erken bir aşamada kavrayan yazar; insanları birleştiren ortak bir kaderin, yazgının birey için anlamını şu şekilde tasvir eder: “*insanları birleştiren hiçbir kutsal kalmadığında... insan ırkı denize açılan sahipsiz bir gemi, çölde esen bir rüzgâr (gibi) daimî bir kayıtsızlıkla...arzunun peşinde iz sürer... (Bu) ne boş ve kasvetli bir yaşamdır*” (Kierkegaard,1990:15). Kierkegaard'a göre umutsuz düşen insan aslında kendi Ben'i ile bir mücadeleye girer. Kendi olma istencini umutsuz olmanın özel bir biçimi olarak ele alan Kierkegaard, acı çekmeyi insanın ayırt edici vasfı olarak kutsar (Kierkegaard,1997:27). Kaygı varlığın bedeli olarak vardır ve dışsal bir mesele değildir. Özgüvenin inşası olarak işleyen bu süreç bireyde öz değersel bir kendine dönük bakışa işaret ederken, diğer taraftan kabul görme stratejileri ile dışlanma kaygısını aşmaya yönelik bireysel deneyimlerin öğrenildiği dışa dönük olarak kendini gösteren bir sürece de denk düşer (Honneth,2018:321). Kierkegaard'ın estetik varoluş düzeyinde ele aldığı birey, asosyal bir *amoralist* olarak karşımıza çıkar. Kişinin çevresi ile olan ilişkisi tamamen kendi çıkarları ve

¹ Âdem'in ilk günahı, düşüşün müsebbibi olan günah.

arzularına göre değer kazanır. Dolayısıyla yaşadığı toplumla kurduğu bağ, esasında yabancıliktır. Arzu ve isteklerine göre yaşayan bu bireyin tüm dikkati kendisinde değil çevresindedir. İçindeki doymak bilmeyen haz arayışı onu dışarıya yönlendirmektedir. Varlığı dış koşullara bağlı olan bu kişinin hayatında bir süreklilik ve istikrar olduğunu söylemek de bu açıdan zordur. Kendisini seçmekten korkan birey, estetik olanın alanına mahkûm olmaktadır (Gödelek,2008:364).

Kaygı bireyin içinde kuluçkadadır ve ortaya çıkmayı bekler. *Ben* ise özgürlük ve zorunluluğun diyalektiğidir (Kierkegaard,1997:42). Bu çerçevede birey var olma mücadelesinde olmak istediği *Ben* ile olmak istemediği *Ben* arasında bir çatışma yaşar ve (Kierkegaard,1997:33) kaygı burada benliğe musallat olur. Ancak bu noktada devam etmeden önce şunu belirtmek gerekir ki; insanın doğumuyla başlayan umutsuzluk düşüncesi Kierkegaard için insanı var eden temel motivasyondur. Bu açıdan umutsuzluk ya da daha geniş anlamda kaygı insanın temel güdüleyicisi olarak iş görür. Diğer önemli nokta ise *Ben'in* olmak istediği ile olmak istemediği *Ben* arasında yaşadığı gerilimdir. Kierkegaard'ın *Ben'in* kurtulma yanılsaması olarak nitelendirdiği bu süreç, benliğin kendi özsel varlığını yanılsamaya tutarak tatmin ettiği bir duruma denk düşer. Bugün için bakıldığında bu çatışmanın tatminini tüketime dayalı hedonik kültürde görmekteyiz. *Ben* sınırlandıran sonlunun ve sınırsızlaştıran sonsuzun bir sentezidir. Bu sentezde özgürlüğün akışını tatmin eden ise modern dönemde tüketimdir.

Kierkegaard'da özgürlük olanakla ilintilidir. Bu yüzden de *Ben'in* kendini gerçekleştirme olanak ile umutsuzluk arasındadır. Kaygı, çevresinde her şeyin döndüğü bir eksen üzerinde sahnelenir. Bu açıdan kaygı hem pay almak istenen hem de karşısında durulan bir pathostur (Kierkegaard, 2006:35). Daha açık bir ifadeyle söylemek gerekirse kaygı; arzu, acı, masumiyet ve günah dolayısıyla hayata içkin hale gelir ve bu yüzden ki kaygı karmaşık bir özgürlüğün de anahtarıdır (Kierkegaard, 2006:43). Kierkegaard'a göre kaygı günah ile dünyaya düşmüştür- cinsellikte böylece var olmuştur- ama kaygı da cinsellikle ilintilidir.

Şehvet kaygının nesnel görünümünün tezahürüdür ve bu açıdan kadın erkeğe göre daha fazla kaygı ile doludur, kadında şehvet daha güçlüdür (Kierkegaard, 2006:61). Daha fazla şehvet ve arzu daha fazla kaygıya hizmet eder. Bu açıdan arzuya yönelik yaptığı güçlü yatırımıyla tüketim çağının reklamcılık kültürü, cinselliği tüketim ile ortak bir ekseninde ilintileyen söylem ve görselleriyle arzu -şehvet- kaygı bağlantısını inşa etmiştir.

Kierkegaard (Heidegger'den çok önce) korku üzerinden kaygının varoluşsal ve doğum ile başlayan sürecini şu şekilde tespit eder “... *Nasıl tam sağlıklı bir insan yoksa yakından bakıldığında içinde tedirginliğin, bozukluğun, uyumsuzluğun olmadığı; nereden kaynaklandığı bilinmeyen bir korkunun bulunmadığı, umutsuzluktan başışık tek bir insan da yoktur*” (Kierkegaard,1997:35). Bozukluklar ya da umutsuzluk insani olandır ve Ben'i olanaklı kılanda budur. Ancak insan umutsuzluktan kaçmaya hatta ölümü unutmaya meyil eder. Kötü şeyleri hayatından, zihninden uzaklaştırır ama daha sonra korktuğu başına gelir ve mahvolur. Bu durumdan kurtuluş ise Kierkegaard için mutlak kudrete imanla olur (Kierkegaard, 1997:53). Modern dönemde büyük anlatılardan bireyin yaşadığı kopuş hayatın acılarını karşılama hususunda bireyi yalnız bırakmıştır ve acı ile baş etme yöntemleri değişmiştir. Mutsuzluğun, acının ya da benlikte açılan yaraların onarımı haz ile doldurulmuştur.²

Heidegger'a göre herkes kamusal bir alanda ya da kendi kamusu içinde kaybolmuş durumdadır. Kendi olarak var olabilme olanağı ise öncelikle dünyaya düşmüşlük içindedir (Heidegger,2019:270). Dünyaya düşmüş olma fikri ya da duygusu bireyin kaygısının öteki öncesi kuruluşunun da temelidir. Dünyaya gelme durumu bu açıdan kaygının da doğumudur. Kaygının nedeni bizatihi dünya içinde

² Burada zikredilen haz sadece tüketim nesnelere elde etmeye yönelik bir içeriğe sahip değildir ve örneklendirme imkânın çok ötesinde bireysel tercihlere yönelebilir. Lars Von Trier'in Nemfomanyak filminde babasını kaybeden Joe'nin yaşadığı acıyı- acının benliğinde açtığı yarayı- cinsellik vasıtasıyla bastırmaya yönelik eylemliliği bu kapsamda haz-acı diyalektiğini kavramada önemli bir sahne sunar. Film boyunca cinsellik ilk kez salt acının bastırılmasına ya da ölümün (yok oluşun-artık olmayışın) karşısına yaşamsal olanı yerleştirmeye aracılık eden bir kurtuluş imkânı olarak araçsallaşır.

var olmaktır. Bu yüzden de kaygı neden kaygı duyduğunu anımsamaz. Kaygının mekânsızlık içinde var oluşu aslında onun hiçliğine değil bilakis özü itibarıyla onun temel duygusal var oluş noktası olduğuna işaret eder (Heidegger,2019:285). Kaygı böylece sadece bir oluş karşısında kaygı duymak ile sınırlı kalmaz. Dünya içinde var olmak, başlı başına kaygıdır (Heidegger,2019:287). Bu açıdan *Dasein* öncelikle ve çoğunlukla birey neyle ilgiliyse oradan hareketle var olur ve bu durumun tehlikeye düşmesi, bireyin varlığına ait bir kaygıya zemin oluşturur. Bu çerçevede kanımca kaygı açısından var oluşun temellendiği ilgilenim modern dönemde tüketim ile temellenmiştir. Başkalarıyla bir-hal-içinde bulunma durumunun benlikte yarattığı korku, kaygıdan da belirgin bir şekilde ayrışır. Korkunun birçok alt versiyonu (utanma, tedirginlik, çekingenlik) eksistensiye olarak kaygıyı temellendirmekle birlikte (Heidegger,2019:222), kaygı öteki ile aktif hale gelen ama ötekiden öncede benlikte bir öze sahip olan varoluşsal bir temele sahiptir. Ancak var olmaya yönelik varoluşsal iddia, kendisini ötekiye yönelik birlikte-varoluşa dayandırır (Heidegger,2019:230). Dünyaya düşmüşlük hali bireyde kaygı üzerinde temellenir ve kaygı korkuyu mümkün kılar (Heidegger,2019:285).

Modern toplumda herkesin yaşama değer ve gerçek bir hayatı idame ediyor olduğu düşüncesi, *Dasein*'a huzur verir. Böylece *Dasein* için her şey yolundadır ve dünya içinde var olma ayartıcı olduğu kadar kaygı giderici, huzur vericidir. Ancak bu konforun birey üstündeki maliyeti keskin bir yabancılaşmadır (Heidegger,2019:273). Bu sahte huzur sahicilikle gölgelenirse yani ayartıcı olanın gücü eksilirse birey kaygı ile baş başa kalır. Truman Show filminde tüm yaşamı kaygıdan uzak bir şekilde akan gerçek ve dolu bir hayata tutunan Truman için gerçeklik perdesi kalktığında hissedilen özgürlüğün kaygısı tam da modern toplumda sürekli kendisini dışarı atmaya çalışan özgürlüğün kaygısının iç sesine denk gelir. Aşinalığın çöküşü kaygıyı besler ve ontolojik bir güvensizlik benliğe yapışır. Düşmüşlük yeniden anımsanır. Etkin ekzistens olarak *Dasein* kendi varlığıyla, öteki *Dasein*'lerle ve şeylerle(nesnelerle) ilişki içindedir ve aslında onu geçmişin öznesinden ayıranda bu yönelimselliğidir. Kendisini anlama/yönelme

imkânına sahip olan tek canlı olarak insanın ilişkide olma durumu, kaygının var oluşuna zemin hazırlar. Var olmaya güdülenmiş özne için kaygı öteki ile girişilen ilişkide açığa çıkar ve özneyi oluş biçiminde tutan da odur. Bu nedenle kaygı bir faaliyet halinde olma durumudur. Bu açıdan kaygı etkin bir tarihsellikte varlığına soru yöneltebilen Dasein'dir. Kaygı Dasein'in zamansallığının farkına varması ile şekillenir (Heidegger,2019:49-50). Geçmiş, gelecek ve sahip olunan arasında bir devinim içinde var olma durumu Dasein'in motivasyonunu kaygı (angst) vasıtasıyla yüklenmektedir. Dasein modern toplumda sahip olmaya yönelmiştir. Bu noktada Heidegger kaygı ile isteme (arzulama) arasında özel bir bağ kurar. Buna göre istemenin olanağı tamamen kaygıya dayanır. Kaygı istemeyi önceler ve istemenin yoğunluğu kaygının yoğunluğu ile eş değerdir (Deveci,2019:74). Heidegger'in Dasein'i son tahlilde kendi ölümlülüğünde varlıksal konumunu sorgulayan bir canlı olarak, kaygı ile kendi iç dinamizmini tahkim eden ve var olmaya dönük bir arzuya içkin özneyi imlemektedir.

Kierkegaard ve Heidegger'e göre de ölüm hayatı anlamlandırmada merkezidir. Ancak modern birey, toplumsal ve bilimsel olanda yıkıcı ölümü dışlayarak, hayatın olağan akışında ölüme yabancılaşmıştır. Kierkegaard yanılısama ve kaygı ile dolu on dokuzuncu yüzyıl kültürünü sorgulamaya çekerken, henüz günümüzün tüketim toplumunun emekleme dönemi yaşanmaktaydı. Ancak o gelen fırtınayı önceleyen bir bakış ile insanın varoluşsal duruşuna ilişkin keskin tespitlerde bulunmuştur. Umutsuzluk ve endişe, içsel gerçekliğin içine işlemiş duygulardır ve bu duygular hayat tarzları arasında bireyi sürükler. Bu yüzden de kaygının nesnesi yoktur. Diğer bir ifadeyle ona varlığını kazandıracak bir nesne yoktur. Kaygı bu sebeple zapt edilemez (Deren,2019:111). Ölümü öldürmek modern kapitalizmin burjuva demokrasisinin özne tasavvurunun temel mottosudur. Birey aynı anda hem özgür hem de sınırlandırılmıştır. Bu çelişki ise onu sürekli kaygı sarmalı içinde ilk günah (cennetten kovulma) haline geri döndürür. Kierkegaard'a göre *Ben* bu sentezde inşa olur; "*varlık sonlu ile sonsuz, daimi olan ve kalıcı olmayan, özgür olan ve sonsuz olanın bir sentezidir*"

(Kierkegaard,1997:26). Burada Kierkegaard Heidegger'i önceler, *Ben* Kierkegaard'da oluş halindedir ve bir oluşa yönelmiştir. Ancak Heidegger'de kaygı kurtuluşu olmayan bir düşmüşlük, köklerinden kopma haline tekabül eder. Kierkegaard için kaygı psikolojik ve iyileştirilebilir bir durumdur. Son tahlilde her ikisinde de kaygı dünyanın hiçliğine karşı duyulan endişeye denk düşer. Kierkegaard'ın kaygı üzerine düşüncesi kapitalizmin ortaya çıkardığı toplumsal yapının beslediği kaygı unsurunu açıklamaktan uzak olsa da, tüketim toplumuna özgü seçim bolluğunun ve bu bolluğun birey üzerinde kaygıya neden olan etkisini çok önceden fark etmiştir (Salecl,2018:59).

Melanie Klein bebeğin çevresine ve kendisine öteki olan her şeye dönük ilgisini kaygının inşasında temel ve kurucu bir aşama olarak tarif eder. Bu açıdan nesne ile ilk ilişkisini anne memesi ile kuran bebek, kaygı duygusunu da bu ilk temas ile edinir. Ancak Klein kaygıyı sadece nesneyle kurulan bağlılıkta da ilintilemez ve kaygıyı nesneye dönük arzudan ziyade sevgi ve pişmanlık duyguları içindeki çatışmada arar. Duyguların inşası ile bu duyguların tatminini birlikte gerçekleştiren çocuğun nesne dolayımıyla ötekiyle girdiği etkileşim ve ilişki bu noktada nesnenin kaynağına ulaşmada belirir. Diğer bir ifadeyle nesneye ulaşmada karşılaşılabilecek her engel kaygı olarak bireye geri döner. Bu çerçevede Otto Kernberg nesnenin içselleştirilmesinde çocuğun anlamlandırdığı gerçekliğin nesne imgesinden öte kendilik ve öteki arasında bir etkileşim olduğunu savunur. Bireyin anne memesi ile başlayan ilk etkileşimi temsiller ve nesnelere aracılığıyla hayat boyu eklemlenen yeni ötekiler etrafında devam eder (Kısa, 2013:126). Çocuk aynalar ile temasına kadar anne ve onun memesi etrafında sesleri takip eden bir dünyada yaşar. Anne ve temel nesne olarak meme çocuğun kaygı ve tatmin eşliğine refakat eder. Ancak aynaların devreye girmesi ile çocuk ötekinin dünyasına adım atmış olur (Taburoğlu,2016:99). Klein'i takip eden Susanna Maiello anne memesinin doğum sonrası varoluşsal kaygıyı aşmada oynadığı rolü onaylamakla birlikte, memenin kurucu bir nesne olarak öteki düşüncesinin oluşmasının ilk örneği olduğunu söyler (Maiello, 1995: 25-27). Freud'da ise kaygı düşüncesi uzun

bir dönem libidonun tatmin edilemezliği üzerine inşa edilmiştir. Ancak 1925'e gelindiğinde Freud bizatihi bastırmanın nedeni olarak kaygıyı görmeye başlamıştır. Freud'a göre kaygının mekânı benliktir ve benlik görünen ya da görünmeyen tehlikelere karşı kaygı hisseder (Güleç,2018:73). Freud kaygıya yönelik ilk bakış açısında bastırmanın tüm duyguları kaygıya evireceğini vurgularken, revize ettiği yaklaşımı ile kaygı ile bastırma arasındaki ilişkiyi tersine çevirmiştir. Freud, nevrotik ve gerçekçi kaygı ayrışmasına giderek, kaygıyı idrak edilen ve idrak edilemeyen şeklinde yeniden tanımlamıştır. Bu kapsamda Freud, kaygının nesne ile ilgili olduğunu ve kaygının nesne kaybına yönelik bir tepki ile ortaya çıktığını savunmuştur.

Freud'a göre ben duygusu bozulmaya açıktır ve benin sınırları sabit değildir. Mutluluk arzusuna önem atfeden Freud insanın doğa karşısında bedensel zayıflığı ile var olduğunu ve insanın aile, toplum, devlet gibi kurumlar karşısında aciziyetinin acıya dönüşebileceğini düşünür. Birey Freud'un bakış açısında ötekiye yönelik sevgisinde de bu faktörler kurucu rol oynar ve dürtülerimiz ile kurallar arasında mutluluğu aradığımızı söyler (Freud,2019:45). Freud'a göre kaygı ötekinin varlığında ortaya çıkar ve kaygının tohumları bebeklik sürecinde bebeğin öteki (nesne) ile temas etmesiyle kurulur. Bebek önce kendini inceler, kendi bedenini tanımak ister. Benlik bu aşamada inşa olur. Bir sonraki adım ise dışarıya karşıdır ve bebek ötekini görmek ister. Görme arzusu nesneye yansıtılır ve görülme arzusu olarak bu yansıtma bebeğe geri döner (Habip,2019:186).

Ötekilerle girişilen etkileşime ayrıntılı olarak bakmadan; ilk manipüle edici nesne olarak emzik dikkate değer bir nesnedir. Bebeğin kaygısını dindirme ve onu sakinleştirme amacıyla sıklıkla kullanılan emzik bebeğin kaygıya yönelik bir bastırma aracı olarak kullandığı ilk tüketim nesnesidir. Bir diğer değişle bebek nesne ile duygusal açıdan ilk kez emzik ile tatmin edilir. Emzikle başlayan bu süreç bebek büyüdükçe çeşitli başka nesnelere desteklenir. Her bir nesne gerçekliği temsil eden etmenleri aşama aşama ikame ederek bebeğin nesnelere dünyasına dâhil

eder. Ötekilerin dünyasına geri dönersek baba ve diğerleri ayırımına ilaveten tüketim nesnelere de bu dönemde çocuğun dünyasında simgesel bir anlama sahip olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında ötekinin inşası aşamasında nesne ve insan çocuk için kaygı ile arzu arasındaki salınımın simgelerine dönüşür. Çocuk büyüdükçe diğer bir ifadeyle toplumsallaştıkça ötekinin sahası da genişler. Böylece bireyin dâhil olduğu habitus ile birlikte nesnenin yüklendiği anlam da değişmeye başlar. Okul çağına gelen çocuğun arzu nesnesi ötekilerin dünyasında şekillenmeye başlar. Sahip olma dürtüsü ebeveynlerle sınırlı kalmaz ve nesnelere tüketilmek için arzulanır. Simgesel değerlerin ötesinde artık nesnelere sembolik anlamlarla çocuğun arzu ve kaygısını aynı anda denetler.

Kierkegaard kaygıyı temsili olmayan, simgeleştirilemeyen ve imgesi olmayan bir kavram olarak ele almıştır (Özcan,2018:96). Bu açıdan bakıldığında temsili olmayan kaygının bastırılması simgeleştirilen nesnede aranır. Lacan bu durumu kayıp nesne kavramlaştırmasıyla yakalar³. Kaygı kaybetme-sahip olma çatışmasında dışarı vuran ve nesnenin eksikliğinde bireyi yıkan bir anlamlı öteki üzerinden işlerlik kazanır. Lacan'a göre öteki arzu ile kurulan ilişkide gösteren olarak var olur. *Ben* öteki için ne anlam ifade ettiğini öngöremediğinde ya da ötekinin *bende* nasıl konumlandığını bilemediğinde kaygı ortaya çıkar. Lacan bu durumu şu şekilde tarif eder: "*Kaygı bir sinyalse, bu sinyal ötekiden gelmiştir*". Bu açıdan kaygı *benin* aynadaki/ötekinin gözündeki imgesiyle ilişkilidir (Hekimoğlu ve Bilik, 2020:342). Lacan ötekinin benlik üzerindeki bu gücünü arzuyu yaratan öteki olarak kaygı ile temellendirir. Kaygının kaynağı Lacan'da ötekidir. Ben ötekinin arzusundaki yerini somut nesnelere temellendirir. Bu yüzden de kaygı nesne ile eklemlenir. Ötekinin arzusu nesnede simgeleşir (Özcan,2018:98-101). Böylece kaygı somutlaşırken; arzu, nesne ve kaygı arasındaki gerilim tüketim ile hafifletilir. Ancak bu geçici bir rahatlama değildir. Hem Freud hem de Lacan tüketerek

³ Yasaklama Lacan'a göre arzunun kurulumunda tek fail değildir ve eksiklik ya da tatmin edilemezlik ile birlikte arzu kurulur. Her dürtü imkansızlığın izini taşır ve her biri doygunluk noktasını bulamayan bir arzuya denk düşer (Bowie,2007:157).

hazrı önceleyen bir yaşamın son tahlilde ölüm dürtüsü ile sarsılacağını ve arzu nesnesinin hapsedilemeyen doğası karşında bireyin her defasında kendisini yeni bir kaygı duvarının önünde bulacağını tespit etmiştir. Bu noktada Freud'un *Narsizm Üzerine ve Schreber Vakası* eserindeki "ötekini arzularken arzuladığım benden başkası değildir" ifadesi önemli bir argüman olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü arzunun var olduğu *bene* dönük libidinal enerjisi, aynı zamanda kaygıya da eşlik eden duygulanımın temellendiği noktada teğetlenmektedir.

Freud ve Klein gibi nesnelere karşı *kateksis* bir yaklaşıma sahip olan Donald W. Winnicott ise bu noktada *geçiş nesnesi* kavramının altını çizer. Winnicott, bebeklerin 6-12 aylıkken nesnelere tutmaktan ve oynamaktan zevk almaya başladıklarını ve özellikle oyuncaklarıyla bir bağımlılık ilişkisine girdiğini söyler. Oyuncaklar dünyayı keşfetmeye yarayan potansiyel uzamları ile çocuklara nesnelere manipüle etme becerisi kazandırır. Böylece çocuk hayatı boyunca nesnelere çevresindekileri manipüle etmek için kullanabilmeyi keşfeder. Winnicott hem bebeğin fantezi yaşamından hem de iki kişili (anne-bebek) etkileşiminin gerçekliğinden yola çıkar. Bu iki kişili uzamın gelişimi, kişisel anlamın ve ötekinin mevcudiyetinin hesaba katılmasını gerektirir. Böylece yansıtılmalı anlamların kendiliğe, ötekiye ve nesneye anlam kattığını söyleyen Winnicott; bizatihi nesnenin ötekinin temsili üzerinden kendilik üzerinde nasıl rol oynadığı ile ilgili bir açıklama sunar (Chodorow, 2007:68).

Lacan ve Chodorow'un nesne üzerinden bireyin öteki ile kurduğu ilişkinin kaygı dolayımıyla birey üzerindeki etkisini kabul ederken, diğer taraftan modern dönemde nesnenin manipülatif rolünü de açığa çıkarırlar. Nesne bireyi üretilmiş bir gerçekliğe uyum sağlamasında araçsal bir rol üstlenir ve bireyi tüketerek haz alan bir yapaylığa tutsak eder. Cinsellik bu açıdan önemli bir örnektir. Modern bireyin anlam dünyasında cinsellik gerçekten de kurallar ve yapaylıklar ile doğallığından uzaklaştıkça aşk ve erotizm yerini pornografiye devretmiştir. Böylece bir söylemin veya bir endüstri parçası olarak kapitale eklenen

cinsellik, keyfiligi tüketime feda etmiştir. Cinsellik medya vasıtasıyla kurulan bir söylem üzerinden hiyerarşik bir zemine oturur. Benzer şekilde nesnelere üretiminde nitel olana değil de nicel olanın değer veren ekonomi-politik, metanın tinselliğini yok eder. Tinselliği ortadan kalkan meta ise salt tüketime koşulur. Hızlandıkça, taklit edildikçe nitel değeri kaybeden nesnenin bu hali tamda Guattari ve Deleuze'ün kapitalizmde gördükleri şizofreniye denk gelir (Taburoğlu,2019:179-180). Taklidin ve yayılımın kaynağı ise modadır. Moda saraydan halka zevklerin ve tercihlerin aktarılmasına denk düşen on beşinci yüzyıldan günümüze arzuyu tabana yayan bir kültürel iktidar aracı olarak toplumsallaşmanın araçsal rolünü üzerinde taşır. Ancak medyanın özellikle sesli ve görsel medyanın gündelik hayata içkin bir hal kazanması ile moda akışkan bir süreklilikle her toplum kesiminden bireye kanca atmayı başarmıştır.

Sosyolojik açıdan kaygıya yaklaştığımızda, kaygının birey ve onu sarmalayan ötekilerin (ya da daha geniş manada toplumun kültürel örüntüsü) arasındaki gerilimde hayat bulduğu görülmektedir (Taburoğlu,2016:201). Bu çerçevede Mead toplumsal bütünü zihinsel bütünden önce geldiğini düşünür. Bu yüzden de kaygı gibi duygular toplumsal benliklerdeki yansımasıdır. Benliği kuran ise iletişimdir. Benliği ortaya çıkaran diğer bir unsur da düşünümSELLİKTİR. Buna göre birey kendisini sürekli ötekinin gözünde hayal eder⁴. Mead bu durumu şu şekilde özetler “*sadece ötekilerin rollerini alarak kendimize dönebiliriz*” (Ritzer ve Stepnisky, 2014: 347). Mead ve diğer sembolik etkileşimci düşünürlerin perspektifinden bakıldığında toplumsal etkileşim benliklerin oluşumunda temel bir aşamaya denk düşmektedir. Benzer bir yaklaşımı Frankfurt okulunun son dönem temsilcilerinden Honneth'de de görmekteyiz. Honneth'e göre benliklerinin oluşumunda öznelarası tanınmayla şekillenen sosyal tepkiler önemli yer tutar. Bebeklikten yetişkinliğe devam eden bir süreç olarak *Benin* öteki ile ilişkisi, sosyal

⁴ Benzer bir yaklaşım Horton Cooley'de ifadesini *ayna benlik* kavramında bulur. Bu yaklaşıma göre birey hayal gücü içinde kendi Benliğini ötekilerin zihninde kurgular ve böylece ötekilerin beklentilerine göre şekil alır.

bütünlüğün *Bende* işlerlik kazanmasında etkin rol oynar (Honneth,2018:295). Honneth'e göre küçük çocuk adım adım onaylayıcı ya da yasaklayıcı değer ve eylemleri öğrenerek tanınma ve kabul görme süreçlerinin pratiklerini edinir. Kanaatleri ortak karar verme edimiyle bağlı olan öznenin bu kapsamda artan sosyalleşme ihtiyacı, çevresiyle girdiği etkileşimle birlikte saygı görme beklentisini de arttırmıştır (Honneth,2018:296).

Modern çağ, kendisini sürekli tekrar eden akışkan bir hız çağıdır ve bu çağın öznesi kapitalizmin özerk birey söylemine dayanır. Rekabet halinde bırakılan özneler bu kültürde kendi başlarına var olmaya çalışırlar. Bireysel ahlak bu yönüyle eskisinden farklı olarak bireyin kendi etik dünyasında kurgulanır. Bu sebeple de birey üstünden tanımlanan her şey bu kurgulamanın türevidir (Deren,2019:107). Ancak varlık unutulmuştur, teknolojinin yardımıyla yeni varlıklar üreten insan doğaya hükmettikçe kendi benliğinden uzaklaşmış, ölümü unutulmuştur. Böylece varoluş sadece görünen ile sınırlanmıştır (Deren,2019:109). Göstergeler, gerçekliği ikame eden varoluş alanlarında birey ile hakikat arasına nesnel sistemini dâhil etmiştir. Her şeyi bilen özne düşüncesi bireyin bilgiyle arasına mesafe koymasına neden olmuştur. Aydınlanmanın bireyi, özgüveninde kaybolmuş ve kaygıyı varlığını sürdürmesine yararlı bir enerji olmaktan uzaklaşarak ona boyun eğmiştir. Bu çerçevede Fromm modernleşme ile birlikte teknik ve maddi olanaklar açısından gelişen bireyin yalnızlığının kaygıyı besleyen bir ters etkiye sahip olduğunu tespit eder. Buna göre sorumlukların merkezi bir otorite tarafından sahiplenildiği toplumlarda, birey özgürlüğünden vazgeçişin mükâfatı olarak kaygılarından olabildiğince kurtulur (Dağ,2019:177). Ancak kurumların egemenliğinin zayıflaması ile toplumsal yapıların birey üzerindeki güven verici etkisinin kaybolması ile birlikte ekonomik ve sosyal problemler, tüketim ekonomisinin birey üzerindeki baskısı, tekinsiz bir dünya ile bireyi karşı karşıya bırakmıştır. Böylece kapalı alanlarda görece bir düzen içerisinde gündelik hayatını, geçmiş ve geleceğini garanti altına alan birey metropolde özgür olduğu kadar da yalnız kalmıştır (Weinstein ve Weinstein,2011:43).

Bireyin anlam dünyasında öteki her zaman model, nesne veya rakip olarak vardır ve bireyin kendisi olma yolunda kurucu bir güce sahiptir (Habip,2019:49). Öteki ile kurulan ilişkide varlık kazanan kaygının besleyici duyguları utanç ve acıdır. Bu iki duygunun dayanak kazandığı duygular ise saygınlık ve arzudur. Utanç toplumsal insanın anlamlı ötekiler içerisinde hissettiği kaygının dışavurumudur. Kişi kendini ötekinin gözündeki hayali üzerinden değerlendirirken baskın duygu utanç- saygınlık talebi diyalektiğinde temellenir. Ancak duyguların anlamları sabit değildir ve bu yüzden tarihsel ve kültürel olanla ilgilidir (Önderman,2020:21). Ötekinin belirleyiciliğinin tarihsel süreçte artan etkisi bireyi her daim kaygının yatağına yerleştiren bir süreklilik kazandırmıştır. Öteki modern toplumda her yerde ve zamanda bireyi takip eden bir ayna işlevine evrilmiştir. Standartlar çağı olarak modern sistem bireyi beklentiler ile ötekinin karşısında konumlandırır ve bu beklentilerin karşılanmaması utanç olarak bireye geri döner. Dışlanma korkusu ile birlikte utancın psikolojik tahribatı bireyi toplumsal yapı içinde kaygı ile donatır. Duyguların sosyal düzenlemesindeki artış ile birlikte, belirli duyguların sergilenmesi veya hissedilmesi, belirli toplumsal statülerle ilişkilendirilmiştir. Toplumsal roller ve beklentiler utanç üzerinden bir sosyal kontrol mekanizması olarak çalışır (Önderman,2020:37-39). Bu çerçevede beden sergilenmesiyle ilgili kaygılar estetik olmaktan ziyade sosyal değerlendirme beklentisinden kaynaklanır (Önderman,2020:54). Dışlanma korkusu ve saygınlık talebi beklentisi ile bedenin araçsallaştığı tüketim toplumunda beden, takıntılı bir nesne olarak bireysel kaygının bir ögesine dönüşmüştür. Bu açıdan kabul görme arzusundaki hayal kırıklığı olarak utanç salt psikolojik olmanın ötesinde kültürel bir durumdur. Modern toplumda artan toplumsal standartlar doğuştan sahip olduğumuz bedensel özelliklerin bireysel ve toplumsal etkileşimde etkin birer sembol olarak yüklenmesi eşitler arasındaki eşitsizlikleri utanç ve kaygı nedenine dönüştürmüştür.

Elias'a göre utanç standartlaşmanın toplumsal tabakalara yayılmasıyla yakından ilişkilidir. Tabana yönelik bu baskılama ve kuralların yaygın denetimi

utanç-saygı görme gerginliğinde bireyin kaygısını gündelik deneyimlerinde sürekli hissetmesine sebep olmuştur. İnsanların birbirlerini gözlemlenmesine/gözetlemesine yönelik bu saraylı tavır (Elias,2017:358-359), günümüzde toplumsal etkileşimin genişleyen uzamıyla birlikte her bir bireyin gözlemlendiği yeni bir sosyalleşme durumunu ortaya çıkarmıştır. Modernleşmeyle birlikte kendini ötekiye kabul ettirme biçimleri yerini daha insani biçimlere bırakmıştır. Ancak bu hayat da çok barışçıl değildir. Entrikalara, uzun vadeli planlara, ötekiye karşı benliğin sunumunda ortaya çıkan yeni teatral oyunlara dayanan ve bireyi sürekli kendisini bir öz denetime tabii kılmak zorunda bırakan bu sosyalleşme biçimi birey üzerinde yıkıcı bir kaygıyı miras bırakmıştır (Elias,2017:353). Uygarlaşma sürecinin bireyi sürüklediği bu biçim kendisini utanma ve mahcubiyet duygularıyla ya da dışlanma kaygısıyla dışa vurur. Elias bu durumu toplumsal yasakların çiğnenmesinden duyulan korkunun dış zorlamalar yoluyla artışı ile insan davranışını kuşatan kendini zorlama halkasının kapsamının genişlemesi olarak görür (Elias,2017:378).

Toplumsallaşma sürecinde dikkate almayı öğrenen bireyin tarihsel süreçte değer özelliklerinde meydana gelen büyük değişim ile birlikte tanınma ve kabul görme ilişkilerinin normatif seviyesi yükselmiştir (Honneth,2018:129). Kaygı her yerde olan ve etkisini her yerde gösterebilecek, somutlaştırılmayan, amorf üstün bir dış güç karşısında hissedilendir. Aynalanma ve başkalarınca kabul edilme bireyin benliği için bir test işlevi görür (Önderman,2020:121-122). Olumluluk toplumunda *like* ilkesi hüküm sürer. Olumsuzluğa imkân tanımayan bu ilke aslında görünürde kaygıyı işlevsiz kılarken onu canlı tutar. Öteki *like* ilkesini kazanmak için utançtan kaçınmak ya da saygınlığı elde edebilmek için hayatını kamusallaştırır. Hiçbir şeyi örtmeyen, gizlemeyen, her şeyi bakışa açık kılan müstehcenliği yeni tüketim kimlikleri olarak dolaşıma sokar. Sosyal medya vasıtasıyla etkileşime dâhil olan görseller nesneleşmiş bedenlerin estetize olmuş pornografik sunumlarına dönüşür (Chul Han,2018:43). Melchior Bonnet'in yansımalar toplumu kavramlaştırması güzel görünme takıntısının birey üzerindeki

yıkıcı etkisini açığa çıkarır. Modern dönemde iyi ve kötü yerini güzellik, çekicilik ile çirkinlik (talep edilmeme) ayırımına bırakmıştır.

2) Modern Toplumda Benlik ve Kaygı

Modernleşme süreciyle kurallar ve genişleyen anlamlı ötekiler ile doğal dürtüleri standardize edilen ve zaman ve mekân içinde ritüeller ile koşulan bireyin sınırlandırılmışlık duygusu, kaygıyı canlı tutan bir etmen olarak konumlanmıştır. Diğer taraftan büyük anlatıların kaybı ile hayata dair sorumluluklarını tek başına göğüslemek zorunda kalan birey kaygılarıyla yüzleşmede de yalnız kalmıştır. Andrey Tarkovski'nin *Ayna* filminin başında çitlerin üzerinde sigara içen kadının tanımadığı yabancıyla girdiği sohbet ve bu sohbetin içerdiği yansıma, kaygının kültürel ve psikolojik yönünü birlikte sunan iyi bir örnektir. Arzu ile yasak olanın, tekinsiz ile güvenilir olanın aynı duyguda kesiştiği bu sahnede kaygı, bireyin varoluşsal düşmüşlük durumuna her an sürüklenişini oldukça başarılı şekilde yansıtır. Kaygı içinde yaşanan dünyanın tekinsizlik ve arzu ile donanmış mekânında, bireyselliğin dışı vurumu ve kültürel normlar arasında var oluş mücadelesi çerçevesinde dünya mekânında sürdüren benliklerin eylem ile eylemsizlik arasındaki duruş tercihlerinin sıkışıklığında belirir. Böylece arzu ile değerler arasında beliren tatminsizlik duygusu bireyi sürekli ilk kaygı anına doğma/düşmüşlük geri gönderir. Burada kaygı fiziki bir tehdide karşı değil, zararsız bir duygulanıma, diğer bir ifadeyle duygusal olarak isimlendirilemeyen bir huzursuzluğa denk düşer. Bu yüzden bireyler hayata dair temel seçimlerin oluşturduğu baskıdan tüketerek kurtulma pratiğinde benliklerini huzura kavuştururlar. Yaşamını kuran, yükümlülük gerektiren kararlar veren ve bütün bu süreçlerin sorumluluğunu üstlenen birey, tüketim ile başkalarınca belirlenmiş tercihleri tüketmenin konforuna eklenir. David Riesman'a göre bu durum kaygı ile ilintilidir. Kaygıdan sıyrılmak seri halde üretilmiş kıyafetler, eğlence ve standartlık insana kendisi için hızla tüketilen kimlikleri elde etme fırsatı sunar.

Tüketim bu açıdan modern bireyin avuntusu, içinde bulunduğu güvensizlik halinden kaçışıdır (Bruckner,2006:74-75).

Üretim sürecinde insanın yaratıcılık yetisini soğurması ve dilsel iletişimin üretken akışkanlığın ögesi haline gelmesi, duyguları üretim alanının bir parçası haline dönüştürmüştür (Berardi,2012:69). Ancak serbest zamanın artışıyla birlikte birey tüketim ve serbest zaman aktiviteleri vasıtasıyla kendisine yabancılaşmıştır. Modern toplumda birey, tüketim araçlarını edinmeye ne kadar fazla zaman harcarsa, var olan dünyayla ilişkisi o derecede akamete uğrar ve tüketmeye yönelik istenç, hayata dair bireyin enerjisini tek bir odakta soğurur. Diğer bir ifadeyle nevrotik tüketim şeylerin, bedenlerin ve göstergelerin zaman içinde keyfini sürmeye değil, hızlanıp mübadeleye dönüşmesi ile neticelenir. Bu durum ise bireyin kaygısını daha da arttırır. Tüketim modern dönemde bireyin yetersizlik kaygısı üzerine inşa edilmiştir. Reklamcılık ideolojisi öncelikle yetersizliğini ya da eksikliğini bireyin anlam dünyasına bir kaygı olarak yerleştirir, daha sonra ise kaygıyı bastırarak devayı tüketici ile buluşturur (Berardi,2012:80-87). Kaygıyı besleyen diğer bir unsur da mutluluk mitosudur. Mutlu olma hakkı modern bireyin âdete amentüsüdür. Bu nedenledir ki depresyon aslına bakılırsa bu mutluluk arzusunun akamete uğraması ile filizlenen bir sorundur ve kendini gerçekleştirme ideolojisi ile kesişir (Berardi,2012:93). Doğanın mutlaklığı karşısında kendisini savunmasız hisseden bireyin siber uzamın genişlemesinin sonsuz hızı karşısında kaygısının uzamı da genişlemiştir. Narsistik bireyin arzu nesnesinin sürekli artan hızda bir akışta tüketilmesi bireyin dünyaya ilişkin anlamsal bağıntısında da yaralanmaya neden olmuştur. Berardi'ye göre; *"birey başka biri olmak ister, çünkü arzu sürekli olarak bir nesneden diğerine kayar"* (Berardi,2012:148). Kendisini yansıtmaya yönelik modern bireyin tutkusu aynalar, fotoğraflar ve kameralar dünyasının öteki ile kurulan sınırsız ve mekânsız düzleminde kaygıyı sürekli hissetmesini olanaklı kılmıştır (Taburoğlu,2016:95). Ayna evresini hayatın tüm alanlarında bireyi takip eden bir süreç olarak ele alan Zizek'in doğru tespiti çerçevesinde bakıldığında modern tüketim çağının göstergeler üzerinden kurduğu

toplumsal kültürü okumak, modern bireyin tüketim ile kurduğu ilişkiyi kavrama açısından önemlidir. Çünkü kaygının zaman ve uzamda bireye saklı bir alan tanımadan onu sürekli olarak takip etmesi, siber teknolojik tüketimin baskın karakterinin benlikler üzerindeki yoğun etkisi ile ilişkilidir. Kadınlar, erkekler, çocuklar hatta günümüzde yaşlılar ötekinin bakışında doğrudan ya da dolaylı bir öykünme, benzeşme ilişkisine girerler (Taburoğlu,2016:290). Bu ilişkide temel motivasyon kabul görme istenciyle şekillenen kaygıda temellenirken birey, bu kaygısını bastırmak için tüketime, estetiğe, moda ve nesnelere bağlanır. Ancak bu tek başına artık yeterli değildir, *sergileme kültüründe* tüketime yönelik eylemler anında siber bir alanda ötekinin arzusuyla kesiştirilmelidir. Kaygıyı bastırmaya yönelik bu eylem ironik olarak kaygıyı azalmak şöyle dursun onu daha da arttırır. Kaygı geçici bir süre de olsa ancak kişinin istediği/beklediği ölçüde *like* gelince bastırılır.

Modern dönemde sanayileşmenin toplumsal yapısı, kente özgü yaşam tarzını moda etrafında akan bir gündelik hayat deneyiminde bireyin hayatına dahil etmiştir. Bu açıdan bireyin ontolojik kaygıları ile modern toplumun beklentileri arasındaki çatışma ve gerilim kent hayatının renkli ütopyaları tarafından hafifletilmiştir. Çünkü nesnel kültürün birey üzerindeki baskısının sübvansede edilmesinde ve düzenin işlerlik kazanmasında renkli ütopyaların tüketilmesi ve hayat tarzları üzerinden alışkanlıklara işlenmesi rasyonel bir çözüm olarak değerlendirilmiştir (Bocock,1997:26). Tüketim arzuyu bir ideal haline dönüştürürken, büyük anlatıların erozyona uğradığı toplumsal dayanışmanın çözüldüğü ve son tahlilde büyüünün bozulduğu dünyada, bireyi toplumsala dâhil etmede bireysel olanın tatminine güdülenmiştir. Yabancılaşmanın işlevsel olduğu modern toplumlarda bu açıdan büyüü bozulmuş dünyayı yeniden büyüleyen araçlar modern insanın kaygılarını bastıran unsurlara dayanmıştır. Medya göstergeleri ve reklamcılık ile beraber tüketim kültürünü moda vasıtasıyla kitlelere açan tüketim ideolojisi böylece hazzı, arzuyu ve tutkuyu ön plana çekerek, bireyin kaygısını bastırmaya çalışmıştır (Berger,2014:63). Ancak yükümlülük

bitmemiştir. Aziz Tommaso'ya göre yoksulluk lüks yoksulluğu olduğu durumda aslında herkes yoksunluk içerisindedir (Bruckner,2006:51). Daha açık bir ifadeyle belirtmek gerekirse tüketici birey modern dönemde -tüm mal ve hizmet zenginliği içinde dahi- daha fazlasının varlığını bilerek içten içe bir huzursuzluk ile baş başa kalmıştır.

Birey etkileşimde olduğu anlamlı ötekilerce kendisine yönelik bir ilgisizlik durumu ile karşılaştığında kaygı saklandığı odadan dışarı fırlar. Birey bu durumun gerekçesini anlamaya çalışırken, diğer taraftan da bu durumu tersine çevirebilecek araçlar arar. Kaygı tatmin edilerek odasına geri çekilmelidir. Bireyi ötekisi karşısında saygın bir mertebeye yükselten ise gösterişçi tüketimdir. Beğeni üzerinden birey, saygınlık beklentisini korumak, utançtan korunmak ve kaygısını bastırmak için belirlenmiş tercihlere yönelir. Ötekiyle ilişki bu açıdan iyi veya kötü görünmekle ya da algılanmakla ilişkili bir durum sunar (Woodward, 2016:122). Kaygının biricik bir durum olarak dışavurumunu sergilediği saygınlık talebi, ötekinin içsel deneyimini hayal etme ile dışsal deneyimini gözlemleme arasında kurulur. Bu çerçevede bireyin öz değerlendirme süreci, uyum sağlama ve kabul görme istenci tatmin edildiğinde utanç duygusunun kaybolması ve gurur duygusunun temellenmesi mümkün olur (Ritzer ve Stepanisky, 2014: 371).

Beden ve nesnenin gösterge olarak dolayına girdiği ve doğrudan ya da dolaylı etkileşimin hızlı iletişim biçimleri etrafında kültürel ortamı dönüştürdüğü modern dönemde tüketim, bireyi fanteziler ve arzular etrafında ötekinin de arzusunu devreye sokarak harekete geçirmiştir. *"Başkalarının hayali sizin gerçeğiniz olsun..."* söylemi ile reklamlar bireyi ötekiyle etkileşime sokarken; nesneyi de ideal hale getirir. Böylece kaygı sahip olma arzusu ile perçinlenir (Aydın,2021:63). Beden imgesi tüm bedensel yapılara sızan görüngüsü ile bellekte karşılık bulur. Böylece beden anatomik, fizyolojik görünümünün ötesinde benliğin kurucu unsuru olur. Beden benliğin sunumunda imge olarak konumlanır (Taburoğlu,2016:297). Böylece güzellik ideali modern toplumda bireyler arası

ilişkilerde etkin bir benlik sunumu olarak ötekiye yönelen bir mesaj biçiminde ön plana çıkar. Günümüz toplumlarında anlamlı ötekinin uzamının teknolojik altyapı ve sosyal medya aygıtlarındaki artan yoğun etkileşim ile birlikte genişlemesi, modanın gündelik hayatı -bireyin her anında- etkileme imkânını elde ettiği bir düzlemi kurmuştur. Modanın ve tüketimin bireylerin bilincinde kutsal bir amaç olarak tevarüs ettirdiği güzel olma ideali bu etkiyle birlikte histerik bir ihtiyaca evrilmiştir. Diğer bir ifadeyle modern tüketim toplumunda beden, öteki ile kurulan ilişkide bireyin kendi *Ben*'ini sunuşunda en önemli nesne haline dönüşmüştür. Bu nedendir ki sağlık sektörü de aslında fiziksel olmaktan öte psikolojik sorunları tedavi etmeye yönelmiştir. Saç ekim merkezleri, burun estetiği, dudak dolgusu, diyet programları gibi estetik yönelimli tüm motivasyonlar, temelde daha sağlıklı olmayı söylemsel olarak odağa koysalar da aslında dolayımaya sokulan beden imgesinin semiyolojik göstergelerinin ifadeleri olan “seksi, güzel ve fark edilebilir” olma terimleriyle dayatılır. (Aydın,2021:84). Beden ölüm kaygısını da içten içe bilinçaltında canlı tutan yaşlanma gerçeği karşısında kaçıyı canlı, iyi görünen bedensellikler üzerinden telafi etmeye çalışır. Bruckner'in *kilo denetleme dini* olarak tanımladığı bu süreç (Bruckner,2006:189); bedenin zevk nesnesi olarak tüketilir hale dönüşmesinin arkasındaki kaygıyı temsil eder.

Sevgi görmek, ötekinin gözünde kendimize bir değer atfetmek, kaygımızı dindiren, başarısızlıklarımızı örten bir güven duygusuna kapı açar. Salt sevgi, kaygının en güçlü panzehirdir. Annenin karşılıksız sevgisinin özlemi arayışındaki beklenti karşısında varlığı kuşatan kaygı, son tahlilde sevilme arzusuna dayanır. Sevginin temsiliyeti statü arayışlarında somutlaşır. Statünün varlığı sevgiye ve saygınlığa hizmet ederken, yokluğu hiçliğe yol açar. Diğer bir deyişle sevgiye kavuşmak için birey ötekin gözünde hayal ettiği kendi imgesini arzular. Ötekinin ilgisi bireyin kendi değerini belirlemesindeki yegâne vasıta. Bu açıdan kimlik bilincimiz anlamlı ötekilerin yargılarına hapsolmüştür. Kibar olmak, okulda başarılı olmak, mevkii ve statü sahibi olmak, entelektüel olmak; öteki tarafından takdir görmeye, sevilmeye açılan kapılardır. Bir zamanlar sadece kendi şirin

varlığıyla emek vermeden sevgiye muhatap olan bebeğin, büyüdükçe karşılaştığı ötekilerde aradığı sevginin bedeli bu açıdan statü kaygısıdır (Botton,2018:17-28). Modernleşme sürecinin hızlı değişimi, yaşam standartlarındaki radikal dönüşüm ile duygusal travmalarla dolu tarihi içinde birey, kaygısını, ötekiyle arasına statü farkı koyabildiği lüks nesnelere tüketerek bastırmıştır (Botton,2018:40).

Modern tüketim çağında temel ihtiyaç hiyerarşisi temelden bozulmuş; kadercilik, fakirlik, aza kanaat gibi teolojik öğretiler yerini zenginlik, tüketimcilik ve hataya dair tatmin edilmez arzulara bırakmıştır. Bu durumu ilk kez fark eden ise on sekizinci yüzyılda Bernard Mandeville olmuştur. Mandeville zenginlerin toplum için fakirlerden daha kıymetli olduğunu söyleyerek lüks harcamalar yapan kesimi toplumun devamlılığı için elzem görmüştür. Zengin olmanın insanı korku ve kaygıdan kurtarmadığını aksine onu bu duygulara daha çok yaklaştırdığını kabul eden Adam Smith de zenginlerin ve onların lüks, hatta zaman zaman gereksiz harcamalarının toplumsal ekonominin devamlılığı noktasında Mandeville ile aynı fikirdedir (Botton,2018:87-88). Ancak William James bu noktada bir tehlikeyi dışa vurur; *“beklentilerimiz azla yetinmek yönündeyse, azla yetiniriz; yok eğer beklentimiz yüksek olması yönündeyse ya da bize öyle öğretiliyorsa, çok kazandığımızda bile fakirlik ve sefillik hissederiz”* (Botton,2018:73). Benzer şekilde daha erken bir dönemde Rousseau, paranın aynı anda nasıl bir fakirlik aracına dönüştüğünün altını çizmiştir. Rousseau'ya göre ne kadar kaynağa sahip olsa da elde edilemeyen bir arzu ile karşılaştığında birey kendisini yoksun hisseder. Bu durumun sonucu olarak birey biriktirdiği şeyler üzerinden mutlu olmaya ama kaybetme korkusuyla da kaygı duymaya başlamıştır (Rousseau,1968:137). Beklentilerdeki artış, kaygıyı artırmıştır. Normal ve kabul edilebilir olmak mutluluğun kaynağı olarak kodlanmıştır. Böylece yaşam tercihlerini tüketim tercihleriyle eklemlenir ve bireyin her tercihi doğal bir görünüm kazanmıştır (Salecl,2016:14).

Tüketim toplumunda medya vasıtasıyla daha fazlasının imgesi ile yüklenen birey aynı zamanda başarısızlıklarını da kendi üstüne almaya çağrılır. Bu tüketim

toplumunun ekonomik beklentilerinin sorumluluğunun kime yükleneceği üzerinden bireyin en baştan kabul etmek zorunda kaldığı bir durumdur. Diğer bir deyişle kapitalist ekonomide başarısızlık Tanrının buyruğu değil sekülerizasyon durumundaki bireyin kendi yetersizliğidir. Kapitalizmin bireysel ideolojisi bu açıdan zenginlik ile saygınlık arasında kurduğu doğrudan bağlantı ile bireyi mutlak bir servet tutkusuna, tüketim nesnelere parlak görünümünün imgesel arzusu ile yönlendirir. Başarı mutluluğun tek seçeneğidir ve mutsuzluk bireyin kendi suçudur. Ancak kapitalizm başarısız bireyi de sisteme küstürmemeye özen gösterir. Birey medya araçlarıyla her gün yeniden motive edilir ve doğuştan gelen engellerin, başarısızlıkların aşılabildiğine bireyi ikna eder, müşterisini kaybetmez. *Ümitsiz olma asla geç değil!* Gibi sloganlar bu amaçla bireye sahte bir öz güveni aşılar, bireyin sisteme sadakatini de perçinler. Böylece eskinin kanaatkâr bireyi, her şeye talip bir macerapereste dönüşmüştür. Tocqueville'in Amerika'da gözlemlediği tatminsizlik tam da bu noktadadır; *"Amerikan vatandaşları, sahip olmadıkları malları bir başkasında görünce deliye dönüyordu"* (Botton,2018:1). Tocqueville'e göre küçük farklılıklar modern toplumda derin yaralara sebep olmuştur, çünkü sadece benzeştığımız insanları, yani referans aldığımız ötekileri kıskanırız ve sahip olamadıklarımız, kendimize eşit gördüklerimizin sahip olduklarıdır. Kaygı eşitler arasındaki eşitsizlikte baskın hale gelir (Botton,2018:55).

Lacan'a göre kaygı nesnenin eksikliğinden değil eksikliğin eksilmesinden, yani eksikliğin yerinde bir nesnenin ortaya çıkmasında doğar. Arzu ile kaygı arasında doğrudan bir ilinti kuran Lacan'a göre kaygı arzulanan şeye yönelmeyle ortaya çıkar ve nesnenin her elde edilişi eksikliğin yarasını genişletir (Salecl,2018:57), çünkü Lacan'ın ifadesiyle *arzunun nesnesi firardadır*. Yine medyanın seçim bolluğu ekonomisi Lacan'a göre baskının unsurudur. Bu seçimler rasyonel yönelimlere değil, son derece travmatik ve ürkütücü benlik problemlerine dayanır. Medya olabilecek en iyi şekilde bireyin keyif almasına odaklanırken ona yeni görev ve sorumluluklar da (en iyi ebeveyn, eş, işçi vb.) yükler. Medyanın

bireye yönelik söylemi bu yüzden “*kendin ol değil; kendinin daha iyi bir versiyonu ol*” şeklindedir (Salecl,2018:67). Buradaki daha iyi söylemi ise ideolojik bir buyruktur. Modern toplumun tasarım dünyasında birey anlamlı ötekilerin uzam ve mekânda genişlemesi ile birlikte medyanın gösterge akını karşısında tam da kendi olamamak kaygısıyla karşı karşıya kalmıştır. Bu açıdan günümüz tüketim toplumu önce kaygıyı yaratıp sonrada onu bastırmaya yönelik çözüm üreten kısır bir döngüdür.

3) Kaygı(lı) Benliğin Onarımı Olarak “Tüketim”

Tüketim toplumunda kapitalizmin bireyden talep ettiği ile bireyin toplumsal hayattan talep ettiği şeyin mahiyeti değişmekle birlikte asıl radikal dönüşüm, tüketimin psikolojik doğası üzerinden gerçekleşmiştir. Endüstri toplumunun üretmeye dayalı pürüten etiği, bu dönemde hazza ve tüketime yönelen bireysel bir kültüre yerini bırakmıştır. Risklerle etrafı çevrilen modern bireyin psikolojik hoşnutsuzluğu da bu çerçevede tüketim tercihlerinde yansımaları bulmuştur. Freud’dan Lacan’a uzanan genişçe bir düzlemde bireyin kendi benliği ve öteki ile kurduğu ilişkide nesnelere ikonik rolüne ve arzusunun tatmininde öteki tarafından onanma istenci üzerinden yapılacak bir açıklama hiç kuşkusuz içinden geçtiğimiz toplumsal dünyada bizi tüketim üzerinde düşünmeye sevk etmektedir. Tüketime yönelik Baudrillard’ın *eksiklik teorisi* Colin Campbell’ın ve Grant McCracken’in çalışmaları bu çerçevede tüketimi psikolojik ve sosyal açıdan ele alan önemli yaklaşımlardır. Tüketime yönelik ilk psikolojik bakış ise kendini Freud’un öteki ile kurduğu ilişkide göstermiştir. Daha sonra Lacan ve Zizek’in katkılarıyla ayna evresinin bireyin toplumsallaşması sürecinde onu takip eden bir göz işlevi üstlenmesi bağlamında; öteki ile kurulan ilişkide tüketimin statü özelliği bilişsel çalışmalarda ön plana çıkmıştır. Freud’un anal kişilik tarifi üzerinden modern tüketiciler arasında bağlantı kuran Fromm ise esas yaşam enerjisinin şeylere sahip olma, biriktirme ve yığmaya yöneldiğini söyler. Bu durum ise toplumda maddiyatçılığı esas hedef haline getirmiştir. Kapitalizmin gücünü bu sahip olma

arzusunda gören Fromm; kapitalizmin tüm mal ve hizmet arzına rağmen sürekli canlı tuttuğu arzu ile insanları doyurulamaz bir açlıkta tuttuğunu savunmuştur (Woodward, 2016:65-67). Fromm maddesel şeylerin yanı sıra duygu ve sözcüklerin ve hatta jestlerin bile tüketildiği ve sahip olma güdüsünün fiziksel bir özlemden öte duygusal bir tatmin arayışı ile kesiştiği bir kapitalist dünyaya, diğer bir ifadeyle Freud'un nevrotik olarak ele aldığı anal karakterin baskın hale geldiği bir düzleme yaslanır (Fromm, 2019:111-112). Yani tüketme arzusu yani talep edilen şey kendini *arzu nesnesi* olarak gösterir. Bireyin kendi *Ben'i* dışındaki her nesne (tüketim nesnesi olarak) onun için bir öteki olarak algılanır ve elde etme arzusu bireyin elde edememesi üzerinden arzunun tatmin edilemezliğine neden olur. Bu durumu Lacan'ın ifadesiyle özetlersek "*Arzu nesnesi olarak istek tatmin edilebilecek; arzu tatmin edilemeyecek; o doyumsuz kalacak ve nesneleri sürekli firarda olacaktır.*" (Bowie, 2007:17).

Tüketim toplumunda bireylerin bilinçlerine yönelen en etkili araç televizyon ve reklamlar dünyasının mesajlarıdır. Medyanın, bireylerin karar alma süreçlerine ilişkin etkisi noktasında geleneksel düşünceden ayrılan Birgitta Höijer *bilişsel analizleri* köprü işlevi görececek bir yaklaşım içinde sunmuştur. Höijer'a göre bilişsel süreçler olmaksızın medyanın bireyler üzerindeki etkisini anlamak olanaksızdır. Sosyal ve ekonomik faktörler, toplumsallaşmış bireylerin bilişsel temsilleri aracılığıyla işler. Kimlikler ve bireysel tercihler bu karmaşık süreçlerin bilişsel etkisi altındadır. Höijer'e göre anlam veya istek mesaj/metin ile izleyici arasında oluşan etkileşimin sonucunda oluşur (Höijer, 1992:583-584). Söz konusu anlam veya isteğin aslında bir bakıma kendini ortaya koyma, belirginlik kazanma, varlığına dair ötekinde görünürlüğün sağlanması açısından medyayı araçsallaştırması olarak da değerlendirilmesi gerekir. Bu anlamda medyanın özellikle yıldızlar/idoller ya da film sanatçıları ile bireylere hayal ettirdiği farklı olma arzusunu Nietzsche'nin güç istenci kavramı bağlamında ele alan Geoffrey Miller ise sergileme istenci kavramını geliştirmiştir. Sergileme istencinin güç istencinden daha güçlü olduğunu söyleyen Miller, yeni teknolojilerin ve fikirlerin tüketim

çağında bireylere en çok benimsettiği değerin sergileme/sinyal verme arzusu olduğunu söylemiştir (Miller, 2012:313-314).

Tüketim toplumunda her toplumsal ilişki akışkan hale gelmiştir. Bireyler, haz odaklı ve kendine dönük tatmin arayışlarını, nesnelere veya nesneleştirdikleri ötekiler üzerinden sağlamaya sabitlenmişlerdir. Bu durum, en duygusal ilişki biçimlerini dahi öğrenilmiş ritüellere indirgeyecek seviyede bireylerin bilinçlerine işlemiştir. Kapitalist sistem bu öğrenilmiş ritüellere olası saldırılara karşı aşk gibi en hareketli duyguları bile belli bir sınırlılığa hapsedmeyi başarmıştır. Ancak aşk bu duruma meydan okuyan en güçlü duygudur. Aşk aşkınlığa yakındır, bu yüzden hızlı çareler, hemen ve sonsuza kadar elde edilen çözümler sunmaz. Tam ve nihai memnuniyet güvencesi veya tam ve katıksız bir memnuniyet elde edilmediğinde para iadesi de söz konusu değildir. Tüketim toplumunun bizi sakındırdığı tüm riskler aşk yolunda mayınlı bir tarlaya dönüşmüştür (Bauman,2017:79). Dolayısıyla tüketim toplumu aşk ilişkilerimizi de öngörülebilir kılmak üzere daha rasyonel bir aşkın inşasına yatırım yapar. Duyguların rasyonalize oluşu ve bastırılması kaygıya zemin hazırlarken, benlikte açılan yaraları da gölgeler. Benliğin onarımı metalaşır. Erkekler ve kadınlar benliklerinin sunumunda daha çok metalara yaslanır. Diğer bir değişle kadınların ve erkeklerin kıyafetleri ve tükettim tercihleri birer iletişim vasıtası olarak kendi benliğini inşa eden birer alete dönüşür. Aynı zamanda tüketim kültürü romantik otantikliği de kendi tüketim kalıbında hapseder. Bir kimsenin başkalarını değil de narsiste özgü bir şekilde kendisini hoşnut etmeye dönük arzularını tetikleyen medya, tüketim ile mutluluk arasındaki ilişkide metaları anlamlı sevgi sembollerine dönüştürür (Featherstone, 2013:61). Ancak insanın sonsuz bir tüketim-mutluluk-mutsuzluk (tatminsizlik) döngüsü içinde savrulduğunu düşünen Baudrillard nesnelere tüketiminin nihayetinde hayal kırıklığı ile sonuçlandığını da ifade eder. Diğer bir ifadeyle nesnelere bizi ilk başta onlara yönelten derin psikolojik ihtiyaçları asla karşılamaz. Kaygıyı bastırmaya hizmet eden sahip olduklarımız geçici bir tatmin sağlar ve kaygıyı tam anlamıyla dizginleyemez. Aslında olan işlevsel ve sosyo-

psikolojik bir rolü hem mekân içinde hem de mekânsızlık dolayısıyla bilinçaltına aktarmaktır.

Nesnelere sahip olmak sadece sahip olmak değildir, aynı zamanda var olmak anlamına da gelir (Fromm ve Baudrillard bu noktada hemfikirdir). Sahip olduğumuz nesnelere sonuna eklediğimiz sahiplik ekleri (*arabam*, *bilgisayarım*, *saatim* vb.) nesnelere yüklenen anlamı dışa vuran kelimelere dönüşür. Nesnelere artık bizim ve bizim gözümüzde ötekinin verdiği değeri temsil eden sembolik nesnelere dönüşmüştür (Woodward, 2016:197). Bu kapsamda McCracken *yer değiştirilmiş anlamlar teorisi* ile tüketim ile gündelik hayat arasında var olan boşluğa vurgu yapar (McCracken,1988:20-24). Gerçek ile insanlar arasında ideal düzlemde uzaklaşan boşluk, modern dönemde tüketim ile kapatılmıştır. Bu anlamda kaygı tüketimle bastırılmaya çalışılmaktadır. Tüketim toplumunda nesnelere peşinde koşan birey aslında düş ve fantezilerinin, yaşayamadığı idealleştirilmiş arzularının peşinden koşar. Campbell kapitalizmin araç rasyonel ve tekniğe ağırlık veren düşüncesinin zaman içinde bir değişim geçirdiğini ve tarihsel olarak güdüleyici başka etmenlerin bireyler üzerinde etkin hale geldiğini savunur. Modern bireyin içinde romantik, haz arayan, hedonist bir ruh vardır. Tüketici düş kuran bir zihindir ve düşlenen soyut arzular somut nesnelere fetiş hale gelir. Nesnelere bireylere statü, güç ve olgunluk kazandıran bir düş sunar. Dolayısıyla insanlar nesnelere değil düşleri satın alırlar. McCracken gibi Campbell da bu tüketim döngüsünün umutsuz bir düş kırıklığı ile sonuçlanacağını düşünür. Ancak kimliklerin onanması ve bireyin gündelik sıkıntılarını kısmi çözümler sunması açısından tüketim, az çok insanlara arzularını tatmin etme imkânı sunar (Woodward, 2016:198-199). Diğer bir ifadeyle tüketim gerçek dünya ile başa çıkmak için bireylerin geliştirdiği, kurumsallaşmış bir toplumsal savunma stratejisi olarak görülebilir. Tüketim yoluyla, dünyayla olan ilişkiden kaynaklanan kaygı ve korkulardan sakınma imkânı bulan birey, ölüm ve gerçeklik karşısında bir liman olarak tüketime yönelir (Robins, 2013:187).

Axel Honneth'a göre tanınma ilişkileri ile oluşturulmuş insan özne anlayışı (öteki ile beraber öznenin ahlaki gelişimi de dâhil) tarihsel mücadelenin başat faktörüdür. Honneth, Hegel'in benliğe ilişkin görüşlerini temel olan metafizik varsayımların artık savunulamaz olduğunu ve ampirik olarak bu varsayımların yeniden inşa edilmesi gerektiğini savunur. Honneth bu noktada Eleştirel Teori geleneğinden saparak Mead'in psikoloji ve psikanalitik teorilerine ağırlık verir. Honneth yeni sosyal ağlar ve bu ağların getirdiği yeni sosyolojik yapıyı anlama noktasında tanınma teorisini ileri sürer. Honneth'e göre tanınma önemlidir, çünkü etik kişilik oluşumu buna bağlıdır. İnsanlar etik olarak özne haline gelmezler, içsel gelişimin bazı monolojik süreçlerine girerek özne olurlar. Birey özne ancak başkalarıyla etkileşime girdiğinde ve onların bakışında kendisini keşfettiğinde kendisini görmeyi/tanımayı öğrenir (Mark,2016:5). Honneth, Winnicott ve Benjamin'in nesne ilişkileri teorilerini kullanarak ilk tanıma eksenini sevgiyi (love) ele alır. Sevgi, bireyleri yaşam boyunca başkaları tarafından tanınma yönündeki talep ile kendini ortaya koyma arzusu arasında uzlaşma oluşturma işine aracılık eder (Elliott, 2017:233). Bu tür bir tanınma bireyin kendi ihtiyaç ve isteklerine temel bir güven kazanmasına izin verir. Honneth'e göre, sevgi deneyimi hem kavramsal hem de pratik diğer karşılıklı tanıma şekillerinden önce genetik olarak öznenin içinde yer alır ve bu açıdan tanınmaya aracılık eden ilk duygudur. Kavramsal olarak öncelikle genetik olarak kendinde-benliğe içkin olan sevgi ilişkisinin paradigması, anne (birincil bakıcı) ile çocuk arasındaki ilişkide ortaya çıkar.

Honneth, tanıma ve kimlik geliştirme sürecini çocukluğu temel alarak üç ayrı bölümde analiz eder. Birinci eksen, kişinin kendisiyle olan pozitif ilişkisidir. İkinci aşama ise bireyin sosyalleşmesini takiben her yeni formda artan bireylerin kendilerine özne olarak başvurabileceklerini kabul etmesidir. Son aşama ise temel özgüven umudu olarak sevgi deneyiminde içkindir. Kendine saygı ve nihayet benlik saygısı deneyiminde Honneth'e göre çeşitli şekillerde "kendini gerçekleştirme" veya "bozulmamış kimlik gelişimi" olarak adlandırdığı şey oluşur.

Modern dünyada özerk bir etik özne olmak için, kişinin kendi kendinden zevk alması gerekir (Honneth, 1995:173). Sevgiden türeyen öz güven deneyiminin kimliğin diğer tanınma biçimlerinden önce geldiğini öne süren Honneth, tanınma yönündeki tüm taleplerin özünde, öznenin örselenmesi ya da kültürel olarak travmaya açık olması durumundan kaynaklandığını savunur. Sevgi ile temellenen saygı ve itibar duyguları tanınma süreçlerinde sekteye uğrayan modern birey ise tüketim toplumunda sevgiyi nesnelere ve tüketim tercihlerinde arar. Diğer bir ifadeyle kaybolan itibarını ve düş kırıklıklarını tüketerek onarmaya, ötekilerce tanınma mücadelesini sahip oldukları üzerinden sağlamaya çalışır.

Modern kapitalist sistemin öznesi kendini gerçekleştirme taleplerini benliğinde yoğun şekilde hisseden bir bireydir. Son otuz yılda kendini gerçekleştirmenin vücut bulduğu saha bu çerçevede tüketim (özellikle de lüks tüketim) olmuştur (Honneth,2018:238). Tüketim üzerinden hayat tarzlarının estetikleşmesi kimliklerin dışa vurumu ve ötekinin saygısını elde etme arayışı benliğin üzerine binen yükü taşınamaz hale getirmiştir. Öznenin kendi özgüvenini sürdürebilmesi ve gerektiğinde güçlendirebilmesi için özne, en özsel deneyimi olan sevgi ilişkilerinde yaşadığı düş kırıklıkları karşısında sürekli ve güvenilir ilgiyi ötekiden talep ederken, benliğini tüketim araçlarına sınırsızca açmıştır (Honneth,2018:297). Freud'un Oedipus Kompleksi tezine karşı *Anti Oedipus* tezini öne süren Gilles Deleuze ve Felix Guattari'ye göre bireyler çevrelerindeki belli nesnelere ötekiyle olan ilişkilerini ve dış çevrelerini geliştirmek, yönetmek ve dolaylı olarak için yönelirler. Nesneye yönelik bu yönelmeyi ve nesne birey ilişkisini Deleuze ve Guattari psikolojik açıdan Freud'un tam aksi istikametinde yer alan bir yaklaşımla açıklarlar. Deleuze ve Guattari insanların çocukluktan başlayarak birer arzu makinesi haline dönüştürüldüğünü ve kapitalizmle uyumlu hale geldiklerini söylerler. Kapitalizmde bebekler ve çocuklar, arzulayan tüketiciler olmaya alıştırılmıştır. Kapitalizm geleneksel duvarları aşındırarak toplumsal sembolik kodlarla bağı kesilen öznesiz birer makineye dönüşen bireyler inşa etmiştir. Lacan gibi Deleuze ve Guattari'de arzunun ele avuca sığmaz,

hapsedilemez olduğunu düşünür. Ancak farklı olarak saf tüketim yani daha fazla arzu üretmek için arzunun tüketimi, arzuyu şizoid bir hale dönüştürmüştür (Elliott, 2017:294-296).

Deleuze ve Guattari geleneksel arzu kuramının bastırıcı ve psişik özneye dönük yaklaşımına karşı çıkararak arzunun toplumsal yönünü ön plana çıkarmışlardır. Buna göre kapitalizm bir arzu yaratma makinesi olarak çalışır. Arzu üretimdir. Tüketim de arzuya dayandığı için özünde üretim sürecinin içindedir. Bu çerçevede babanın yasasının annenin bedeni üzerinden kurumsallaştığı Oedipus'un arzuyu aileye indirgeyen yönelimine karşı Deleuze ve Guattari, toplumsala dayanan bir arzu makinesine vurgu yaparlar. Eksiklik arzunun kaynağı değildir. Çünkü bu varsayım üretim ile edinim arasında bir tercihe yaslanır ve edinimi seçtiğimizde geriye sadece eksiklik kalır. Ancak bu arzuyu açıklamaz (Demirtaş,2017:14). Freud ve özellikle Lacan'da görünür olan eksiklik-arzu ilişkisi Deleuze ve Guattari'de tam ters bir istikamette hareket eder. *Kapitalizm ve Şizofreni*'de bu durum şöyle ifade edilir: "*Arzulama, toplumsal üretimden başka bir şey değildir. Arzuya psişik ya da varoluşsal bir anlam atfetmek doğru değildir. Arzulama-makineleri, arzuyu üretendir. Çünkü fantezi asla bireysel değildir, toplumsaldır*" (Deleuze ve Guattari,2012:48-49). Görüldüğü gibi yazarlar yasaklayıcı ve bastırıcı bir arzudan ziyade üretime dayalı bir arzuya olanak tanıyan ve her aşamada makineleşmiş bir kapitalist sistemde düşüncelerini temellendirir. Bu noktada üretim her türlü toplumsal ve bireysel sürece sirayet etmiştir ve yasaklama güdüleyici olan değildir, bizatihi üretim arzu edici olandır. Üretimlerin üretimi; bedensel hazların, kaygıların ve acıların üretim ve tüketimidir. Bu çerçevede dağıtım, üretim ve tüketim arzu makinasının kapitalist mantığının işlediği temel döngüyü temsil eder ve arzu esasen bu üretim sürecinin makineleşmiş akışında temellenir (Deleuze ve Guattari,2012:16). Diğer bir anlatımla, Deleuze ve Guattari'nin tanımlamasında geleneksel arzu felsefesindeki fantezinin yerini makine almıştır.

Bireyin doğumundan itibaren benliğiyle hem yan yana olan hem de onun için en sorunlu olan nesne bedenidir. Tüketim toplumunda en kusursuz beden bile kusurludur ya da en azından bir kusur göstergesi bulunabilir ya da oluşturulur. Hiçbir zaman ideal olana kavuşulamaz. Kavuşulsa bile bu zaferin ciddi bir maliyeti vardır (bu maliyet maddi olduğundan daha fazla psikolojik bir yüke tekabül eder). Modern çağda tıp ve teknoloji anatomiye kader olmaktan çıkartırken bedeni de hedonik hazzın hem bir sahası hem de benliği ötekinin zihnine açan en somut gösterge (nesne) olarak konumlandırmıştır. Bedenin şekillendirilecek bir nesneye dönüşmesi, diğer bir deyişle bedenin manipüle edilebilmesi, bireyin doğuştan gelen yazgısına karşı, olmayı arzuladığı bir ideale dönüşmesine imkân sunması açısından önemlidir. Ancak burada ideale kavuşma arzusunu besleyen bilişsel süreç asıl önemli noktadır. Birey bedenini değiştirdiğinde hayatını değiştireceğini, kimlik duygusunu onaracağını düşünür (Le Breton, 2016:28). Tıpkı nesnelere sahip olmak gibi en temel ve ilk nesnemiz olan bedenimizin de ötekiler tarafından kabul görmesi; her şeyden önce tanınma isteğimizi ve aynı şekilde gösterme/sergileme istencimizi destekleyerek utanç duygusundan gurur duygusuna benliğimizin sürüklenmesine aracılık edecektir. Bu sürüklenmenin temel bilişsel boyutu ise Hal Niedzviecki'nin ifadesiyle "*Ben özelim!*" sloganında karşılığını bulur. Birey önce kendisini daha sonra da *Ben'i* anlamlı kılan ötekinin zihnini kendi varoluşsal değerine ikna ederek benliğini olumlar. Böylece birey artık kendi hakikatini yine kendi bedenindeki arzuları ve duygularının yansıtıcısı olacak şekilde tüketimle ilişkilendirir.

Tüketimin benliklerde çok farklı yansımaları sahip olduğunu söyleyen Fromm'a göre; insanlar nesnelere aracılığıyla hayata dair kaygılarını hafifletir. Tüketim ile kaygı arasında varoluşsal bir ilişki gören Fromm, böylece kurulan bastırmanın birey için geçici bir tatmin olduğunu savunur. Tüketim çok geçmeden tatmin edici niteliğini yani arzu nesnesi vasfını kaybedecektir. Bu durum aslında tüketimin bireysel bilinçlerde harlanmasının da temel dayanağını teşkil etmektedir (Woodward,2016:65). Bu kapsamda görünür olma kaygısı üzerinden

değerlendirdiğimizde estetik operasyonların ve bu operasyonların tek biçimli suretlerinin benliğin onarımı açısından radikal örnekler olduğu görülmektedir. Benzer şekilde dövme, piercing gibi nesnelere de zedelenmiş benliklere geçici huzur sunan objeler olduğu ortadadır. Benliğin modern toplumlarda güzel ol, sağlıklı yaşa, farklı veya seksi görün gibi söylemlerle baskılanması karşısında birey, nesnelere ve değer yüklü anlamlar ile sahip olma arzusuna ve haz odaklı tüketime koşullanmıştır. Birey nesnelere ve yüzeysel hazlar etrafında metropol hayatının dinamikliği ve akışkanlığı içinde benliğini sürekli şekilde ayakta tutmaya çalışır. Bu mücadelenin tam bir yıkıma dönüşmesini engelleyen, insanı hiçlikten uzak tutan şey ise benliğin geçici hazlarla da olsa idame ettirilmesidir.⁵ Bu açıdan iyi görünme kaygısı insanın kendi narsist varlığına bir tapınmanın ötesinde, ötekinin bakışına hapsolmuş bir kaygının tatminine içkindir. Kaygı ötekinin arzusuyla bağlantılıdır. Diğer bir deyişle ötekinin arzusunun *Ben'i* tanımamasıdır. Bu kaygı ötekinin arzusuna dâhil olduğunda dahi eksiklik hissettiren bir yarılmaya sebep olmaktadır. Öteki *Ben'i* her daim şüpheye düşürür (Salecl,2018:32). Bu açıdan tüketim toplumu insanların öteki ile girdikleri etkileşimde yaralanan benliğin onarımında hissedilen eksiklik duygusunu bastırmaya aracılık eder. Moda dergileri ve medya hayatta kalma adına stratejileri izler ve kitleye aktarırken, bireyin modern toplumda hissettiği kaygıyı da perdeler. Belki kaygıyı tamamıyla yok etmez ama uyuşturur. Moda kaygıdan beslenir ve nesnelere sahip olmakta büyük nesnenin anlamının yerini işgal edemez. Ancak *Yap Gitsin!* ideolojisi kendimize hoş görüneceğimiz bir imaj yaratma özgürlüğümüz olduğu fikrini bireye aşılar. Bedeni sanat eserine dönüştürme kaygısını tetikleyen bu durumun sonucu ise estetik ameliyatlara, aşırı egzersiz, anoreksi ve benzeri takıntılardır (Salecl,2018:56).

⁵ Psikologlar, yaşam koçları, diyetisyenler hayata dair yalnızlaşan ve yabancılaşan bireyin, kültürel ve toplumsal baskılamalar karşısında yardım talep ettiği seküler vaizlerdir.

Sonuç

Modern toplumda nesnelere bireyler arası etkileşime aracılık yapan, saygınlık ve statü işlevini yüklenen dünyasında, görünme ihtiyacı var olma kaygısının iz düşümü olarak her yaşta bireyi etkisi altına almıştır. Ötekinin gözünde varlığın anlam kazandığı siber bir uzamda ve sınırsız sayıdaki anlamlı ötekinin bakışı altında birey, her gün “*görünüyorum ve böylece var oluyorum, hala canlıyım, hala işlevselim ve hala dikkate alınmaya değerim*” iddiasını ispat etme mükellefiyetini yerine getirme ve ötekinin talebine cevap verme durumu ile başa kalmıştır.

Basın ve kamuoyunun propagandasını yaptığı eşitlik fetişizmi bu çerçevede her bireye her bir makamı, statüyü ve zenginliği aynı oranda vaat eder. Ancak bu vaat sınırlı sayıda biletle sınırlıdır. Bu durum apaçık bilinse de ihtimali dahi bireyi motive etmeye yeter. Bu açıdan birey kendi statü endişesini kendisine denk gördüğü statüdeki insanları anlamlı ötekiler olarak kabul ederek inşa eder. Bu insanın anlam kazandığı odak ise üst sınıftır. Üst sınıfa öykünme ya da taklit etme aynı sınıf içinde ayrışmanın en kolay yoludur. Farklılaşma üst sınıfın taklidiyle mümkün olur. Moda ile eklemlenen sosyal medya bu açıdan farklı hayatları -miş gibi yapma imkânını her sınıftan bireye açmıştır. Böylece sınıfsal görünümün bulanıklaşırken, benliğin sunumu metanın sergilenmesi ile eşitlenmiştir.

Bu kapsamda modern toplumda büyük anlatıların ideolojik söyleminden azade olan bireyin tüketim toplumunun büyük söylemi içinde zamansal ve mekânsal sınırlamalardan ayrılmış internet dünyasında benliğinde yaşadığı yarılma, ona kaygı duygusu olarak dönmüştür. Birey ise bu kaygıyı tüketim, sergileme ve kabul görme arzularının tatmini ile bastırmaya yönelmiştir. Ancak bu durum kaygıyı geçici şekilde telafi ederken bireyi kaygının derin kutusuna tekrar tekrar atar. Çünkü tüketim aracılığıyla bastırılan kaygı, tekrar eden bir döngüye bireyi hapseder. Diğer bir ifadeyle birey sürekli kaçtığı şeyin esiri olur ve bu esareti gönüllü bir şekilde üstlenir. Son tahlilde modern bireyin özgürlüğünün

kefaleti; nesnelere kurduğu bağımlılık ilişkisi ile ötekinin gözündeki imgesinin hayali arasında kaygıyla yüklenen benliğı olmuştur.

Anxiety and Consumption: Repairing the Self in Modern Society

Summary

Rıfat AYDIN

Dr. | Dr.
Grand National Assembly of Turkey, Ankara, TR
ORCID: 0000-0003-3168-6749
rifataydin7@hotmail.com

Introduction

The sharp ideology of the individual, which prioritizes pleasure in modern society, has caused an important transformation in the forms of social communication and interaction in a continuum from the past to the present. In modern consumer society, the individual has faced the problem of functionalizing his existential position in an agency that is stuck between fear and pleasure within the framework of the role of the other, which is the basis for his position and position in the context of new networks. To put it more clearly, the social change that emerged with the Industrial Revolution (the transformation of solidarity and the individual phenomenon) has passed to a second stage under the influence of the consumer society and the internet revolution that feeds this society. Because the industrialization era has evolved strongly towards an accelerated individuality, a fluid placelessness, and an unlimited interaction in this new internet-based consumer society.

In this period, in addition to the structural change of labor, in a production-consumption dialectic that is intertwined with consumption, each gap is filled with an object based on the individual's desire. In this period, the traditional debates on the capitalist value of labor gradually began to be replaced by discussions taking place in the political and public sphere on the scale of preferences in which individual pleasures and hedonic passions are at the forefront. On the other hand, this culture, which opens the individual to the world of others in an unlimited space and time, has brought with it hard-to-repair wounds in the self. While the individual interacts with a larger group of others, he also publicized his own self. With this change in the understanding of time, especially in the labor market, and in the consumption purposes of objects, the great narratives lose their characteristic of being the reference point of the meaning of life; it has left the individual with his own self.

With the loss of the traditional social balancing role of ideologies and religion, in the modern consumer society, the individual has been compelled to determine his social position within the framework of the system of objects in the world of signs in

which pleasure and desire are included in processes such as a secular religion. In this respect, the repair of the wound opened in the self or the suppression of the increasing anxiety on the individual; it has become possible with the satisfaction of desires referring to the world of objects. The ontological relationship established by social media with the policies that mediate its existence through its interaction and the policies of appearance depending on this interaction; it triggered the anxiety of sharing his actions and emotions with the group of others in every moment and area of life. The alienation problem of the individual, which is visible in modern urban life with urbanization, expressed the desire for integration within the scope of these social networks. In this context, the individual's opening his / her self to sharing through indicators in a virtual space is a result of the effort of the individual whose self is injured to calm his anxiety. However, selves that are opened to sharing are drugs that temporarily suppress anxiety, just like consumption. Because the loneliness of the individual deepens as he consumes and publicizes what is consumed (including his own body).

Considered from this point of view, anxiety is a feeling specific to modern society (although this definition does not mean that anxiety is historically a temporal phenomenon, it acknowledges the effect of anxiety as a budding emotion in the eyes of the other in shaping control of behavior). The auto-control of behaviors, which were founded in the fifteenth century and which requires shaping behaviors, acting and gaining the respect of the other, has turned into an element of pressure that drives the individual to anxiety in modern society. In this context, the existential roots of anxiety were examined in this study, and the sense of anxiety felt by the individual with the wounds opened in his ego during the historical process and the socialization processes and the conflict caused by this emotion between anxiety and ego was evaluated through the consumer society.

1. Anxiety

The radical change that occurred in the understanding of social solidarity and individual with the industrial revolution has evolved into a sharper transformation with the internet revolution and the consumer society. An important reflection of this transformation on the individual has been on the feeling of anxiety. Anxiety as an existential emotion has gained an operational and objective orientation in individual relations as a socialized emotion. Kierkegaard, who dealt with the concept of anxiety for the first time from a psychological point of view, dealt with anxiety together with the Inherent Sin dogma of Christianity. In this respect, anxiety oscillates between sin and free will and thus exists. While Kierkegaard explained emotions such as fear, anxiety and hopelessness by associating them with the sense of death, he defined emotions, especially anxiety, as psychological expressions rooted in death. According to this, all the troubles and inner conflicts of the soul exist in life and in the fears that people face in the face of death. In the modern era, unlike the old times, the individual has increased his anxiety even more as he tries to distance himself from these fears.

Kierkegaard (long before Heidegger) identifies the existential and birth-starting process of anxiety over fear as follows: "... Just as there is not a perfectly healthy person, when looked closely, there is no uneasiness, disorder or disharmony; There is not a single person immune from despair and without fear of unknown origin" (Kierkegaard, 1997:35). Disorders or despair is human, and that is what makes the Self possible. However, people tend to flee from despair and even forget about death. He drives the bad things away from his life, from his mind, but then what he fears happens to him and he is devastated. The salvation from this situation is for Kierkegaard with faith in absolute power (Kierkegaard, 1997:53). In the modern era, the individual's separation from the great narratives has left the individual alone in meeting the pains of life and the methods of coping with the pain have changed. The repair of unhappiness, pain, or wounds in the self is filled with pleasure.

According to Heidegger, everyone is lost in a public space or in his own public. The possibility of existing as oneself is primarily in falling into the world (Heidegger, 2019: 270). The idea or feeling of having fallen into the world is also the basis of the pre-other construction of the individual's anxiety. The state of being born is also the birth of anxiety in this respect. The cause of anxiety is to exist in the world itself. That's why anxiety doesn't remember why it's worrying. The existence of anxiety in a placelessness does not actually point to its nothingness, but to its essence as its basic emotional point of existence (Heidegger,2019:285). Anxiety is thus not limited to just worrying about a happening. Being in the world is anxiety in itself (Heidegger,2019:287). From this point of view, Dasein firstly and mostly comes into existence from whatever the individual is related to, and the endangerment of this situation creates a basis for an anxiety about the existence of the individual. This framework, in my opinion, is based on consumption in the modern era, the concern on which existence is based. The fear created by the state of being in a state with others is also distinctly different from anxiety in this context. Although many sub-versions of fear (shame, uneasiness, shyness) are based on anxiety (Heidegger,2019:222), anxiety has an existential basis, which is activated with the other but has an essence in the self before the other.

In Freud, the idea of anxiety was built on the unsatisfactory libido for a long time. By 1926, however, Freud began to see anxiety as the cause of repression itself. According to Freud, the locus of anxiety is the self, and the ego feels anxiety about visible or invisible dangers. According to Freud, the sense of ego is susceptible to deterioration and the boundaries of the ego are not fixed. Attaching importance to the desire for happiness, Freud thinks that human beings exist with their physical weakness in the face of nature and that human helplessness in the face of institutions such as family, society and the state can turn into pain. In Freud's point of view, these factors also play a founding role in the love of the other for the individual, and he says that we seek happiness between our impulses and rules (Freud,2019:45). According to Freud, anxiety arises in the presence of the other, and the seeds of anxiety are established during infancy when the baby comes into contact with the other (object). The baby first examines himself, wants to know his own body. The self is built at this stage. The next step is against the outside and the baby wants to see the other. The

desire to see is projected onto the object and this projection returns to the infant as the desire to be seen.

Lacan captures this situation with his conceptualization of the lost object. Anxiety operates through a meaningful other, which manifests in the conflict of loss-possession and destroys the individual in the absence of the object. Lacan grounds this power of the other over the self with anxiety as the other that creates desire. The source of anxiety is the other in Lacan. The ego bases its place in the desire of the other with concrete objects. That is why anxiety is articulated with the object. The desire of the other is symbolized in the object. While accepting the effect of Lacan and Chodorow's relationship between the individual and the other through the object on the individual through anxiety, they also reveal the manipulative role of the object in the modern period. The object assumes an instrumental role in adapting the individual to a produced reality and traps the individual in an artificiality that takes pleasure by consuming. Sexuality is an important example in this respect. In the world of meaning of the modern individual, as sexuality deviates from its naturalness with rules and artificiality, love and eroticism have been replaced by pornography. Thus, sexuality, which is articulated to capital as a part of a discourse or an industry, sacrificed arbitrariness to consumption. Sexuality sits on a hierarchical ground through a discourse established through the media. Similarly, political economy, which values the quantitative rather than the qualitative in the production of objects, destroys the spirituality of the commodity. The commodity, whose spirituality is destroyed, is rushed to pure consumption. This state of the object, which loses its qualitative value as it accelerates and imitates, exactly corresponds to the schizophrenia that Guattari and Deleuze see in capitalism (Taburoğlu, 2019:179-180).

In the world of meaning of the individual, the other always exists as a model, object or competitor and has a founding power in the way of being himself (Habip,2019:49). The nurturing feelings of anxiety that come into existence in the relationship with the other are shame and pain. The feelings on which these two feelings are based are dignity and desire. Shame is the expression of the anxiety felt by the social person in meaningful others. While the person evaluates himself/herself through the image of the other, the dominant emotion is based on the dialectic of shame-respect demand. However, the meanings of emotions are not fixed and therefore they are related to the historical and cultural ones (Önderman,2020:21). The increasing effect of the determination of the other in the historical process has brought a continuity that always places the individual in the bed of anxiety. It has evolved into a mirror function that follows the individual everywhere and at any time in the other modern society. As the age of standards, the modern system positions the individual against the other with expectations, and failure to meet these expectations returns to the individual as shame. The psychological destruction of shame along with the fear of exclusion equips the individual with anxiety in the social structure. Along with the increase in the social regulation of emotions, the display or feeling of certain emotions has been associated with certain social statuses. Social roles and expectations work as a social control mechanism through shame (Önderman,2020:37-39). In this context, concerns about the display of the body stem from the expectation of social evaluation

rather than being aesthetic (Önderman,2020:54). In the consumer society where the body is instrumentalized with the fear of exclusion and the expectation of prestige, the body has turned into an element of individual anxiety as an obsessive object. In this respect, shame as disappointment in the desire to be accepted is a cultural condition beyond being purely psychological. Increasing social standards in modern society have turned the inequalities between equals into a cause of shame and anxiety.

2. Anxiety and Consumption in Modern Society

The modern age is a fluid age of speed that repeats itself, and the subject of this age is based on the autonomous individual discourse of capitalism. Subjects left in competition try to exist on their own in this culture. In this respect, individual morality is constructed in the individual's own ethical world, unlike the past. For this reason, everything defined over the individual is a derivative of this construct (Deren,2019:107). However, existence has been forgotten, human beings, who produce new beings with the help of technology, have distanced themselves from their own self and forgotten death as they dominate nature. Thus, existence is limited only to the visible (Deren,2019:109). Indicators have included the system of objects between the individual and the truth in the fields of existence that substitute reality. The idea of the omniscient subject has caused the individual to distance himself from knowledge. The individual of the Enlightenment has lost his self-confidence and has surrendered to it, moving away from anxiety being a useful energy to maintain its existence. In this framework, Fromm determines that the loneliness of the individual, which has developed in terms of technical and financial opportunities with modernization, has a negative effect that feeds anxiety. Accordingly, in societies where responsibilities are embraced by a central authority, the individual gets rid of his worries as much as possible as a reward for giving up his freedom (Dağ, 2019: 177). However, with the weakening of the dominance of institutions and the loss of the reassuring effect of social structures on the individual, economic and social problems, the pressure of the consumption economy on the individual, left the individual face to face with an uncanny world. The individual, who guarantees his daily life, past and future in a relative order in closed areas, has been left alone in the metropolis as much as he is free (Weinstein and Weinstein, 2011: 43).

With the modernization process, the sense of limitation of the individual, whose natural impulses are standardized with the rules and expanding meaningful others, and who are exercised with rituals in time and space, is positioned as a factor that keeps anxiety alive. On the other hand, the individual, who had to face his life responsibilities alone with the loss of great narratives, was left alone in facing his anxieties. At the beginning of Andrey Tarkovsky's *Mirror* movie, the conversation of the woman smoking on the fence with the stranger and the reflection of this conversation are a good example that presents the cultural and psychological aspects of anxiety together. In this scene, where the desire and the forbidden, the uncanny and the trustworthy intersect in the same emotion, anxiety very successfully reflects the individual's being dragged into the existential fallen state at any moment. It appears in

the mechanics of the world in which we live in anxiety, equipped with the uncanny and desire, and in the cramped stance preferences of the selves that continue in the world space within the framework of the struggle for existence between the expression of individuality and cultural norms. Thus, the feeling of dissatisfaction that appears between desire and values sends the individual back to the first moment of constant anxiety. Here, anxiety does not correspond to a physical threat, but to a harmless affect, in other words, to an uneasiness that cannot be called emotional. Therefore, individuals bring peace to their selves in the practice of getting rid of the pressure created by the basic choices about life. The individual who establishes his life, makes decisions that require obligations, and takes responsibility for all these processes, is articulated with the comfort of consuming the preferences determined by others. According to David Riesman, this is related to anxiety. Getting rid of anxiety, mass-produced clothes, entertainment and standardity offer people the opportunity to obtain rapidly consumed identities for themselves. In this respect, consumption is the consolation of the modern individual, his escape from the state of insecurity he is in (Bruckner,2006:74-75).

When the individual encounters a state of indifference towards him by the meaningful others with whom he interacts, anxiety comes out of the room where he is hiding. While the individual tries to understand the reason for this situation, on the other hand, he searches for tools that can reverse this situation. The anxiety should be satisfied and he should retreat to his room. It is conspicuous consumption that raises the individual to a respectable level against the other. Through liking, the individual turns to the determined preferences in order to protect the expectation of dignity, to avoid shame and to suppress his anxiety. In this respect, the relationship with the other presents a situation related to being seen or perceived as good or bad (Woodward, 2016:122). The demand for respectability, which anxiety manifests as a unique condition, is established between imagining the inner experience of the other and observing the outer experience. In this framework, when the individual's self-evaluation process and his will to adapt and be accepted are satisfied, it is possible for the sense of shame to disappear and the sense of pride to be grounded (Ritzer & Stepnisky, 2014: 371).

In the modern era, where the body and the object are mediated as signs and direct or indirect interaction transforms the cultural environment around rapid forms of communication, consumption has activated the individual around fantasies and desires by activating the desire of the other. While advertisements interact with the other with the motto "Let others' dreams be your reality..."; It also makes the object ideal. Thus, anxiety is riveted with the desire to have (Aydın, 2021: 63). The body image corresponds to the memory with its phenomenon infiltrating all bodily structures. Thus, the body becomes the constituent element of the self beyond its anatomical and physiological appearance. The body is positioned as an image in the presentation of the self (Taburoğlu,2016:297). Thus, the ideal of beauty comes to the fore in the form of a message directed to the other as an effective self-presentation in interpersonal relations in modern society. The expansion of the space of the meaningful other in today's societies with the increasing intense interaction in

technological infrastructure and social media devices has established a plane where fashion has the opportunity to affect daily life - at every moment of the individual. The ideal of being beautiful, which fashion and consumption inherited as a sacred purpose in the consciousness of individuals, has evolved into a hysterical need with this effect. In other words, in the modern consumer society, the body has become the most important object in the presentation of the individual's self in the relationship established with the other. For this reason, the health sector has actually turned to treating psychological problems rather than physical ones. All aesthetic-oriented motivations such as hair transplant centers, rhinoplasty, lip augmentation, and diet programs are imposed in terms of being "sexy, beautiful and recognizable", which are the expressions of the semiological indicators of the mediated body image, even though they focus on being healthier, basically. (Aydın, 2021: 84). In the face of the fact of aging, which keeps the death anxiety alive in the subconscious, the body tries to make up for the escape through lively, well-looking corporeity's. This process, which Bruckner defines as a weight control religion (Bruckner, 2006:189); represents the anxiety behind the body's transformation into a consumable object of pleasure.

According to Lacan, anxiety arises not from the lack of the object, but from the lack of the lack, that is, the emergence of an object in the place of the deficiency. According to Lacan, who establishes a direct relationship between desire and anxiety, anxiety arises by turning to the desired thing, and every acquisition of the object widens the wound of lack (Salecl,2018:57), because, as Lacan puts it, the object of desire is on the run. Again, the economy of the media's abundance of elections is the element of oppression, according to Lacan. These choices are not based on rational orientations, but on highly traumatic and frightening self-problems. While the media focuses on the enjoyment of the individual in the best possible way, it also imposes new duties and responsibilities (best parent, spouse, worker, etc.). That's why the media's rhetoric towards the individual is "not be yourself; be a better version of yourself" (Salecl,2018:67). The better rhetoric here is an ideological imperative. In the design world of modern society, the individual has been faced with the anxiety of not being himself in the face of the media's influx of signs, with the expansion of meaningful others in space and space. In this respect, today's consumer society is a vicious circle that first creates anxiety and then produces solutions to suppress it.

According to Fromm, who says that consumption has very different reflections on the selves; People alleviate their anxiety about life through objects. Seeing an existential relationship between consumption and anxiety, Fromm argues that the suppression thus established is a temporary satisfaction for the individual. Consumption will soon lose its satisfying quality, that is, its object of desire. This situation, in fact, constitutes the basis of the consumption in individual consciousness (Woodward, 2016: 65). In this context, when we evaluate it through the concern of visibility, it is seen that aesthetic operations and their uniform copies are radical examples in terms of self-repair. Similarly, it is obvious that objects such as tattoos and piercings are objects that offer temporary peace to the injured selves. In the face of the suppression of the self by discourses such as be beautiful, live healthy, look different or sexy in modern societies, the individual is conditioned to the desire to own objects

and value-laden meanings and to pleasure-oriented consumption. The individual constantly tries to keep his self-alive in the dynamism and fluidity of metropolitan life around objects and superficial pleasures. The thing that prevents this struggle from turning into a complete destruction and keeps people away from nothing is the maintenance of the self, albeit with temporary pleasures. From this point of view, the concern of looking good is beyond a worship of one's own narcissistic existence, it is inherent in the satisfaction of an anxiety trapped in the gaze of the other. Anxiety is linked to the desire of the other. In other words, it is the desire of the other not to know the Self. This anxiety causes a cleavage that feels incomplete even when included in the desire of the other. It always puts the Other Self in doubt. In this respect, the consumer society mediates to suppress the sense of incompleteness felt in the repair of the injured self in the interaction of people with the other. While fashion magazines and media follow the strategies for survival and convey them to the audience, they also obscure the anxiety felt by the individual in modern society. Maybe it doesn't completely eliminate anxiety, but it numbs it. Fashion feeds on anxiety and cannot take the place of the meaning of the big object in the possession of objects. But Let It Go! ideology instills in the individual the idea that we have the freedom to create an image of ourselves that we will be pleasing to ourselves. The result of this situation, which triggers the anxiety of transforming the body into a work of art, is plastic surgery, excessive exercise, anorexia and similar obsessions (Salecl,2018:56).

Result

In the world of objects in modern society, which mediates interaction between individuals and assumes the function of prestige and status, the need to appear has influenced individuals of all ages as a projection of the anxiety of existence. In a cyber space where existence has meaning in the eyes of the other, and under the gaze of an unlimited number of meaningful others, the individual is faced with the situation of fulfilling his obligation to prove the claim "I appear and thus exist, I am still alive, still functional and still worthy of consideration" and responding to the demand of the other. remained face to face.

Equality fetishism, which is propagated by the press and public opinion, promises each individual position, status and wealth in the same proportion. However, this promise is limited to a limited number of tickets. Although this situation is clearly known, even the possibility of it is enough to motivate the individual. In this respect, the individual constructs his/her status anxiety by accepting the people with the status he/she sees as equal to himself/herself as meaningful others. The focus where this construction makes sense is the upper class. Emulating or imitating the superclass is the easiest way to differentiate within the same class. Differentiation is possible through the imitation of the upper class. Social media, which is articulated with fashion, has opened the possibility of pretending different lives to individuals from every class. Thus, while class aspects are blurred, the presentation of the self is equated with the display of the commodity.

In this context, the split experienced by the individual, who is free from the ideological discourse of grand narratives in modern society, in the internet world, which is separated from temporal and spatial limitations within the grand discourse of the consumer society, has returned to him as a feeling of anxiety.

The individual, on the other hand, tends to suppress this anxiety with the satisfaction of his desires to consume, exhibit and be accepted. However, while this temporarily compensates for the anxiety, it throws the individual into the deep box of anxiety again and again. Because the anxiety suppressed by consumption traps the individual in a repetitive cycle. In other words, the individual becomes a prisoner of what he is constantly fleeing and voluntarily undertakes this captivity. In the final analysis, the guarantee of the freedom of the modern individual; between the dependency relationship he established with objects and the illusion of his image in the eyes of the other, he became the self-burdened with anxiety.

KAYNAKÇA | REFERENCES

- Aydın, R. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Tercihleri: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi ve Çankaya Üniversitesi Örnekleri. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Gazi Üniversitesi.
- Bauman, Z. (2017). *Kimlik*. (Çev. M. Hazır). Ankara: Heretik Yayınları.
- Berger, A. A. (2014). *Kültür Eleştirisi*. (Çev. Özgür Emir). 2. Baskı. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Berardi, "Bifo". F. (2012). *Ruh İşbaşında*. (Çev. F. Genç). İstanbul: Metis Yayınevi.
- Bocock, R. (1997). *Tüketim*. (Çev. İrem Kutluk). 1. Baskı. Dost Kitabevi Yayınları.
- Botton, A. D. (2018). *Statü Endişesi*. (Çev. A. S. Bayer). 11. Baskı. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Bowie, M. (2007). *Lacan*. (Çev. V. P. Şener). Ankara: Dost Kitabevi. Bruckner, P. (2006). *Masumiyetin Ayartıcılığı*. (Çev. H. Tuncer). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Chodorow, N. J. (2007). *Duyguların Gücü*. (Çev. J. Ö. Dirlikyapan). İstanbul: Metis Yayınları
- Chul Han, B. (2018). *Şeffaflık Toplumu*. (Çev. H. Barışcan). 3. Baskı. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Dağ. İ. (2019). Kaygı. *Doğu Batı Dergisi*. 6. Baskı. Sayı:6. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Deleuze, G. ve Guattari, F. (2012). *Anti-Ödipus Kapitalizm ve Şizofreni*. (Çev. F. Ege, H. Erdoğan ve M. Yiğitalp). Ankara: Bilim ve Sosyalizm Yayınları. Demirtaş, M. (2017). *Arzu Politikası*. İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- Deren, S. (2019). Kaygı. *Doğu Batı Dergisi*. 6. Baskı. Sayı:6. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Deveci, C. (2019). Kaygı. *Doğu Batı Dergisi*. 6. Baskı. Sayı:6. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Elias, N. (2017). *Uygarlık Süreci II*. (Çev. E. Özbek). 7. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Elliott, A. (2017). *Çağdaş Sosyal Teoriye Giriş*. (Çev. S. Taşdemir ve diğerleri). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (Çev. M. Küçük). 3. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Freud, S. (2019). *Uygarlığın Huzursuzluğu*. (Çev. H. Barışcan). 7. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Fromm, E. (2019). *Sahip Olmak ya da Olmak*. (Çev. B. Güvenç). 7. Baskı. İstanbul: Say Yayınevi.
- Gödelek, K. (2008). "Kierkegaard'ın İnsan Görüşü". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 1(5), 357-371.
- Güleç, N. (2018). Erken Dönem ve Kaygılar. *Psikanaliz Yazıları Dergisi*. Sayı: 37. İstanbul: Bağlam Yayıncılık,71-84.

- Habip, B. (2019). *Kültür ve Psikanaliz*. 1. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Heidegger, M. (2019). *Varlık ve Zaman*. (Çev. K. H. Ökten). 3. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Hekimoğlu, E. C. ve Bilik, M. Z. (2020). Freud'dan Lacan'a Kaygı. *AYNA Klinik Psikoloji Dergisi*. 7(3), 336 – 367.
- Honneth, A. (1995). *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*. Cambridge: Polity Press.
- Honneth, A. (2018). *Bizdeki Ben: Tanınma Teorisi Üzerine İncelemeler*. (Çev. Ö. Aktok). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Höijer, B. (1992). Socio-Cognitive Structures and Television Reception. *Media, Culture and Society*. Sayı:14, 583-603.
- Kısa, C. (2013). Nesne İlişkileri Kuramı ve Tanrı Tasavvuru. *Yayınlanmış Doktora Tezi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kierkegaard, S. (1990). *Korku ve Titreme*. (Çev. N. E. Düzen). İstanbul: Ara Yayıncılık.
- Kierkegaard, S. (1997). *Ölümcül Hastalık Umutsuzluk*. (Çev. M. M. Yakupoğlu). 1. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kierkegaard, S. (2006). *Kaygı Kavramı*. (Çev. T. Armaner). 3. Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Le Breton, D. (2016). *Bedene Veda*. (Çev. A. U. Kılıç). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Maeillo, S. (1995). The Sound Object: A Hypothesis About Prenatal Auditory Experience and Memory. *Journal of Child Psychotherapy*. 21(1), 23-41.
- Mark, D. C. (2016). Axel Honneth, the Struggle for Recognition. (Ed. Jacob T. Levy). *The Oxford Handbook of Classics in Contemporary Political Theory*, 1-18.
- McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods*. Bloomington: Indiana University Press.
- Miller, G. (2012). *Tüketimin Evrimi*. (Çev. G. Vardar). İstanbul: Alfa Bilim Yayın.
- Önderman, M. (2020). *Utancı: Sosyo-Kültürel Bir Fenomen*. İstanbul: Vakıfbank Kültür Yayınları.
- Özcan, C. (2018). Gerçeğin Eşiğindeki Kaygı. *Psikanaliz Yazıları Dergisi*. Sayı: 37. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 95-104.
- Ritzer, G. ve Stepnisky, J. (2014). *Sosyoloji Kuramları*. (Çev. H. Hülür). 9. Baskı. Ankara: De Ki Yayıncılık.
- Robins, K. (2013). *İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası*. (Çev. N. Türkoğlu). 2. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rousseau, J. J. (1968). *İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı*. (Çev. E. Başar). Ankara: Anadolu Yayınları.
- Salecl, R. (2016). *Seçme İkilemi*. (Çev. B. E. Aksoy). 3. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Salecl, R. (2018). *Kaygı Üzerine*. (Çev. B. E. Aksoy). 2. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.

- Taburoğlu, Ö. (2016). *Resim, Söz ve Yazı*. 2. Baskı. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Taburoğlu, Ö. (2019). *Vicdan: Kendi Olma Biçimleri*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Weinstein, D. ve Weinstein, M. A. (2011). *Çatışmanın Boyutları: Georg Simmel ve Modern Yaşam*. (Ed.J. Ö. Dirlikyapan). Georg Simmel. (Çev. Y. Çınar ve diğerleri). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Woodward, I. (2016). *Maddi Kültürü Anlamak*. (Çev. F. B. Aydar). İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.