

Tüketim Toplumunun Çevresel Etkileri

Environmental Effects of the Consumerist Society

Naile Karakehya (Osmangazi University, Turkey)

Abstract

Consumerist society is a concept which was exist in modern history and raised up with postmodern period. Therefore, it belongs to the period of time corresponding to after modernity of mankind. Some features of the consumerist society like consumption of images and consumption for pleasure, causes serious environmental problems. Because of frantic production and energy consumption in order to meet the demands about consuming and discharging of goods without obsolescence, our planet is becoming less and less livable. Create awareness of this is to be done first to put a stop to dangerous downturn. In order to emerge a social reaction and to provide conscious consumption, it is necessary to create awareness about the damage to the environment of people first. Otherwise it seems to, it will not be a livable world for our future and our children. Here the key issue at this point to keep in mind is, there is no other planet that we can live yet.

1 Giriş

İçinde bulunduğumuz zaman diliminin modern sürecin devamı mı, yoksa yeni bir süreç mi olduğuna dair tartışmalar hala devam etmekle birlikte, hemen herkesin üzerinde hemfikir olduğu bir husus var ki; o da modern başlangıcın en merkezi zaman dilimi olan 18. yüzyıldan çok farklı bir dünyada yaşamakta olduğumuzdur. Bu farklılık, yaşam tarzımız, imkanlarımız, ihtiyaçlarımız, tatmin noktalarımız ve birbirimizle olan ilişkilerimizin yanında, küreselleşen dünyamızdaki üretim ve tüketim ilişkilerinde de açıkça görülmektedir.

Bu yeni dönemde kişilerin tüketim davranışları, insanlık tarihinin önceki dönemlerine nazaran fazlasıyla farklılaşmıştır. Hatta bazı toplumlarda sosyal tabakalaşma bile bireylerin tüketim alışkanlıklarıyla şekillenir olmuştur. Dolayısıyla tüketim, içinde yaşadığımız zaman diliminde, toplumsal yaşamın en önemli kavramlarından birisi olmuştur (Baudrillard, 2000).

Bununla birlikte ortaya çıkan yeni tüketim anlayışının bir takım çevresel etkileri de bulunmaktadır. Zevk merkezli olarak tüketen bireyler, eskiden yaşayan insanların tükettiğinden çok daha fazlasını tüketmekte, tüketilen nesnelere de çoğu kez atık olarak gezegene bırakılmaktadırlar. Söz konusu tüketim artışının oluşturduğu yoğun mal talebi ise daha fazla üretimi ortaya çıkarmaktadır. Üretim arttıkça, tüketimi sağlamak için kullanılan reklamlar ve diğer pazarlama teknikleri ile tüketim daha büyük boyutlara taşınmaktadır. Dolayısıyla birbirini tetikleyen bir üretim ve tüketim kısır döngüsü ortaya çıkmaktadır. Ekonomi çevrelerince “ekonomik büyüme” olarak ifade edilen bu çılgın hacim artışının, zannedilenden çok daha fazla çevresel zararları olduğunu ve içinde yaşadığımız gezegenin geleceğine ilişkin karamsar bir tablo oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Biz bu çalışmamızda tüketim toplumunun çevresel etkilerini inceleyeceğiz. Bu bağlamda çalışmada öncelikle, tüketimin büyük boyutlara ulaşmasında ve toplumsal refahın artmasında temel kırılma noktasını oluşturan modern sürece ilişkin genel açıklamalar yapılacaktır. Sonrasında ise içinde bulunduğumuz dönemin modern sürecin bir devamı mı; yoksa yeni bir süreç mi olduğu, özellikle tüketim ilişkileri bağlamında irdelenecektir. Daha sonra tüketim toplumu kavramı ele alınacak ve zamane insanının hangi amaçla ve nasıl tükettiği incelenecektir. Son olarak ise bu tüketim alışkanlıklarının çevresel etkileri örneklerle ortaya konularak, gezegenimizin geleceğine ilişkin tehlikeler ifade edilecektir.

Yaşamakta olduğumuz süreci, ekonominin en önemli ayaklarından birisini oluşturan tüketim ve olası çevresel sonuçları bağlamında irdelemenin, özellikle sosyal farkındalık oluşturmak bakımından faydalı olacağını umut etmekteyiz.

2 Tüketim Toplumunun Ortaya Çıkışındaki Temel Öğe Olarak Modern Dönemin Başlaması

Modernizm ya da modern süreç, 17. yüzyılda Avrupa’da başlayan ve sonrasında neredeyse tüm dünyayı etkisi altına alan, toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimini ifade etmektedir (Giddens, 2011). Modernizmin üç temel ayağı bulunmaktadır. Bir başka deyişle yaşanan toplumsal değişim üç temel alanda kendisini göstermiştir. Birincisi ekonomik alanda sanayileşme yaşanmış, üretim tarzı ve ilişkileri geleneksel yöntemlerden farklılaşmış ve sanayi tarzı üretime geçilmiştir. İkinci olarak sanatta, mimaride ve kültürde bir yenileşme ve farklılaşma başlamıştır. Daha önce yapılmamış tarzda yüksek, büyük ve farklı görümlü binalar şehirleri kaplamış, daha önce hiç ortaya konulmamış tarzda sanat eserleri ortaya konulmuş, yeni sanat akımları ortaya çıkmış ve toplumsal yaşam kültürü önemli bir değişim göstermiştir. Üçüncü temel değişim ise düşünsel alanda olmuştur. Bu dönemle birlikte akılçılık ön plana çıkmış, bilginin tek kaynağı olarak bilim kabul edilmiş ve *aydınlanma* gerçekleşmiştir.

Modern sürecin başlıca özelliklerinden birisi, bilimsel verilerle ortaya konmuş büyük toplumsal projelerin üretilmesidir. Dolayısıyla modern bir sosyal projede, bilimsellik vurgusu ve geniş kitleler için güzel bir gelecek vaadi, ilk göze çarpan öğelerdir. Nitekim modern düşünceye göre, bilim sayesinde insanlık için en iyi olan tespit edilecek, en iyi olana ulaşmak için bilimsel yöntemler geliştirilecek, amaçların gerçekleştirilmesiyle de küresel çapta mutluluk ve refah sağlanacaktır. Dolayısıyla modern düşüncede, akılcı olan ve deneysel bilgiye dayanan faydalı olduğu düşüncesi hakimdir (Horkeimer, 2005).

Ancak modern süreçte aydınlanmanın ve aklın önderliğinin hiç de beklendiği kadar küresel çapta bir refah ve mutluluk getirmediği; birçok büyük sorunu da beraberinde taşıdığı özellikle ikinci dünya savaşından sonra bariz bir şekilde ortaya çıktı. Diğerleri bir tarafa bırakılırsa, modern sürecin beraberinde getirdiği en önemli sorunlardan birisi çevre kirliliği olmuştur. Gerçekten de modern süreç içerisinde, gerek yapılan savaşlar ve kullanılan kimyasal silahlar gerekse de aşırı tüketim ve buna bağlı üretim nedeniyle dünya giderek daha çok kirlenmiş; ekilebilir arazilerin, temiz ırmakların, girilebilir denizlerin sayısı giderek azalmaya başlamıştır. Gerçekten de, aklın ve bilimin kullanılmasıyla geliştirilen ağır silahların kullanıldığı iki dünya savaşı insanlık tarihinde büyük yaralar açtığı gibi, önemli bir çevresel kirlenmeye de neden olmuştur. Bunun yanında teknolojik üretimin çevreye verdiği zararlar, bilimsel gelişmelerin ortaya çıkartabileceği olumsuz sonuçların en açık göstergeleri olmuştur.

Tüketimin toplumsal bir vakıa haline gelişinin temelleri de modern sürecin başlamasıyla atılmıştır. Nitekim sanayi üretimi sayesinde daha çok mal insanların hizmetine sunulmuş ve zaman içerisinde daha çok üretime bağlı olarak bu malların elde edilebilirliği kolaylaşmıştır. Böylelikle daha çok insan daha çok sayıda mala ulaşabilir ve tüketebilir hale gelmiştir. Ancak tüketimin bir kültür haline gelmesi ikinci dünya savaşından sonraki zamanlara tekabül etmektedir.

Bu başlık altında modern sürecin başlamasına, temel unsurlarına ve felsefesine ilişkin bilgiler verilmiştir. Ancak ikinci dünya savaşından sonraki süreçte söz konusu unsurlara ilişkin önemli değişimler olmuştur. Hatta sosyal hayatta yaşanan bu önemli değişim nedeniyle, modern sürecin de ötesine geçen yeni bir döneme girildiğini ileri süren yazarlar da olmuştur (Bkz. Lyotard, 2000). Aşağıda tüketimin bir kültür haline geldiği ikinci dünya savaşı sonrasındaki bu döneme ilişkin tespitler yapılacaktır.

3 Postmodern Dönem ve Tüketim Toplumunun Yükselişi

3.1 Genel Olarak Postmodern Dönem

Yukarıda da ifade ettiğimiz üzere gerek teknolojik gelişmelerin olumsuz çevresel etkileri gerekse de atom bombası gibi bilimsel icatların insanlığın kötülüğüne kullanımı gibi gelişmeler, modern düşüncede ciddi sarsıntıya neden olmuştur. Bunların yanında, özellikle ikinci dünya savaşından sonra ortaya çıkan başkaca önemli toplumsal değişimleri de gözlemleyen bazı yazarlar, modern dönemin sona erdiği yönünde görüşler ileri sürmeye başlamışlardır. Artık modernliğin de ötesine geçen yeni bir döneme girildiğini savunan bu yazarlardan önemli bir kısmı, bu yeni dönemi postmodern (modern sonrası) dönem olarak adlandırmaktadırlar. Bu teriminin ortaya çıkışında ve yaygınlaşmasında özellikle Lyotard'ın büyük etkisi vardır (Bkz. Lyotard, 2000). Biz de bu genel kullanıma uygun olarak söz konusu süreçten postmodern dönem olarak bahsetmeyi uygun buluyoruz.

Yeni bir döneme girildiğini savunan postmodernistler, bu görüşlerine dayanak olarak, modern dönemin başlarına nazaran içinde bulunduğumuz dönemde ortaya çıkan onlarca değişimi göstermektedirler. Örneğin; bu yeni dönemde, sosyal tabakalaşmanın oluşumunu, modern dönemde olduğu gibi üretim ilişkileri değil; tüketim ilişkileri belirlemektedir. Ayrıca yeni toplumsal düzene simge ve imajlar hakimdir. İnsanlar saçlarının kesimiyle, internetteki profilleriyle, giyimleriyle bir imaj ortaya koymakta ve bu imajlarıyla değerlendirilmektedirler. Yine tüketimde modern dönemin aksine, mal eskitilerek tüketilmemekte, bilakis imajı tükendiği, modası geçtiği için tüketilmiş olmaktadır. Hizmet sektörü ekonomi içerisinde giderek daha büyük bir yer kaplamaya başlamıştır. Ayrıca sanayi üretimi de fordist tarzdan postfordist tarza (esnek üretim tarzına) evrilmiştir. Modern dönemin başlarında olmayan finans ekonomisi giderek ülke ekonomilerinde daha çok rol oynamaktadır. İletişim araçlarının gelişmesi ve küreselleşme ile dünya büyük bir köye dönüşmüş, coğrafi sınırlılıklar önemli ölçüde ortadan kalkmıştır. Ayrıca bilime olan güven sarsılmaya başlanmış; bilim dışı bilgi kaynakları yeniden önem kazanmıştır. Bu gibi nedenlerle söz konusu yazarlar yeni bir toplumsal düzenin ortaya çıktığını ileri sürmektedirler (Şaylan, 2002). Buna karşın modern sürecin hala devam ettiğini, aslında bu sürecin iyi bir süreç olduğunu, ancak bilimin kötüye kullanılması gibi bazı yanlışlıklarının düzeltilmesi gerektiğini savunan yazarlar da bulunmaktadır. Onlara göre modern süreci eleştirmek için illa da postmodern olmaya gerek yoktur. Modern süreç, kendi içerisindeki aksaklıkları giderme gayreti içerisinde yoluna devam etmektedir.

3.2 Tüketim Toplumunun Yükselişi

Postmodernistlere göre artık dünyaya kapitalist düzen tam olarak hakim olmuş durumdadır ve bu nedenle gelecek adına umut edecek herhangi bir şey de kalmamıştır. Nitekim kapitalist sistem, özellikle kitle iletişim araçlarıyla örtülü ve sürekli olarak kitlelere kendisinin ideolojik meşruiyetini pompalamakta, bu şekilde de kitlelerin eşitsizliklere dayalı mevcut düzeninin devamına ilişkin rızalarını kazanmakta ve hücrelerimize kadar işlemektedir. Dolayısıyla kapitalist düzen sürekli olarak gündelik yaşamda yeniden üretilmekte ve kitleler için

kendisini vazgeçilmez kılmaktadır. Ekonomik ilişkiler bağlamında ezilen bir insan bile, her gün iç içe olduğu bu kültürel yeniden üretim nedeniyle, mevcut düzenin en büyük savunucusu konumuna gelebilmektedir (Adorno, 2009).

Üretim artışı ve çeşitliliğine bağlı olarak tüketimin bir haz aracı olması, malın kendisinden çok imajının tüketilir hale gelmesi, esasen ikinci dünya savaşından sonra görülen bir vakıdır. Zaman içerisinde tüketime ilişkin bu toplumsal değişim giderek yaygınlaşmış ve içinde bulunduğumuz zaman dilimine damgasına vurmuştur. Günümüzde, özellikle temel sosyal problemlerini halletmiş batı toplumlarında sosyal statüler ve grupların belirlenmesinde üretimden çok tüketim ilişkilerinin rol oynamaktadır. Bu nedenlerle bazı yazarların içinde bulunduğumuz toplumu, tüketim toplumu olarak isimlendirdikleri görülmektedir (bkz. Baudrillard, 2000).

“Toplumumuz bir tüketim toplumdur. Ama bütün insanlar dahası bütün canlılar ezelden beri tüketmektedirler. O halde, bir tüketim toplumundan söz ettiğimizde aklımızda o toplumun bütün üyelerinin bir şeyler tükettikleri gibi sıradan bir tespitten öte şeyler vardır ki o da şudur: Nasıl atalarımızın toplumu, kuruluş aşamasındaki modern toplum, endüstriyel çağın toplumu, bir üreticiler toplumu idiye, aynı derin ve temel anlamda bizim toplumumuzda bir tüketim toplumdur (Bauman, 2006).”

Günümüzde yaygın olan inaniş çalışmanın zahmetli, tüketmenin ise zevkli olduğudur. Tüketmek iyidir ve daha fazlası her zaman daha iyidir. Bu inaniş önemli ve henüz oldukça yeni bir geçmişe sahiptir. Geçmişte büyük bir insan topluluğu için en çok kaygı uyandıran problem yetersiz üretimdi. Bu kaygı 19. yüzyıldaki hızlı endüstrileşme ile büyük oranda giderildi. Ancak zamanla problemin türü değişti. ABD’de talebin, ülkenin üretim kapasitesi karşısında yetersiz kalacağı şeklinde yaygın bir korku oluşmaya başladı. Nihayet problem aşırı üretim ve bunun sonucu yetersiz tüketim haline dönüştü. Ekonomistler, iş adamları, dini liderler ve politikacılar tüketimi teşvik etmek için el birliğiyle çalıştı. Faydalılık ve doyumsuzluk gibi bazı yeni kavramların geliştirilmesiyle ve insan davranışının bazı yönlerinin (kabul görme isteği ve sahip olma ile gelen statü gibi) öne çıkartarak tüketimi teşvik ettiler. Hatta tüketime vatanseverlik gibi bir anlam yüklediler. Bu süreçteki en önemli vurgu ise “daha fazlanın her zaman daha iyi olduğu” şeklindeydi (Princen).

Zamanla bu tüketim azmettiriciliği o kadar başarılı oldu ki, artık bireylerin toplum içerisindeki yerinin oluşmasında, hangi marka ayakkabı giydiği, hangi parfümü kullandığı, hangi saati taktığı önemli bir etken haline gelmiştir. Tüm bu tükettiği malların toplam imajı, aynı zamanda bireyin toplum karşısındaki imajını, dolayısıyla grubunu ve sınıfını belirlemektedir.

Bu yeni süreçte, bireysel tüketim alışkanlıkları da çok ilginç bir şekilde değişmektedir. Artık bireyler ihtiyaçlarını ellerinde olan malın imajına göre belirlemektedirler (Featherstone, 2005). Örneğin bireyin iki çift yeni aldığı ayakkabısı varsa ve bu ayakkabıların imajı tükenmiş ya da bir diğer ifade ile modası geçmişse; bu iki çift yeni ayakkabısı olan bireyde yeni bir ayakkabı (imaj) alma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla birey, malın kendisinden çok onun imajını satın almaktadır. Bu bağlamda günümüz toplumlarının önemli bir kısmında tüketim ilişkilerinin tüketeni bireyler iken tüketileninin ise imajlardır.

Bireylerin karşılıklı ilişkilerinde de bu duruma şahit olmak mümkündür. Birey bir başkasıyla aldığı ürün üzerine konuşurken çoğu kez aldığı malın çeşidinden önce markasını (imajını) ifade etmektedir. Artık karşılıklı konuşmalarda “yeni bir ayakkabı aldım.” cümlesinden çok “yeni bir adidas aldım.” cümlesini duymak daha yüksek bir ihtimaldir.

Bununla birlikte sanayileşmiş ülkelerde inanılmaz bir kullan-at kültürü gelişmiştir. Bireylerle nesnelere arasındaki ilişki ve bireylerin nesnelere yükledikleri anlam da bu kültürle birlikte yeniden inşa edilmiştir. Yeni geliştirilmiş modellere sahip olmak uğruna eski Barbie bebeğini parçalayan ve severek elden çıkartan yeni kuşak kız çocuklarıyla, bir çocukluk boyu aynı bez bebeği kullanan ve büyüyünce de saklamaya devam eden büyükanneleri arasındaki farkta bu değişim açıkça görülmektedir (Toffler, 1981). Bolluk içindeki insanlar artık tüm geçmiş zamanlarda olduğu gibi başka insanlar tarafından değil; nesnelere tarafından kuşatılmış durumdadır (Baudrillard, 2000).

Ayrıca günümüz insanı gerçek anlamda kullanmak için değil; bilakis haz almak için tüketmektedir. Yukarıdaki örnekte de belirttiğimiz üzere düzinelerce ayakkabısı olan bir kimse, bunlarla haz alma duygusunu tatmin edemeyince yeni bir ayakkabı alma ihtiyacı hissedebilmektedir. Dolayısıyla tüketim toplumunun bireylerinde tüketimi tetikleyen temel güdü; haz ihtiyacının tatminidir. Alış-veriş yapmak artık insanlar için bir hobi, birlikte zaman geçirilecek bir aktivite haline gelmiştir. Günümüz toplumunda üzülünce, keyiflenince ve hatta canı sıkılınca alış-veriş yapan bireyler çok normal karşılanmaktadır.

Bu noktadan hareketle bazı postmodernist yazarlar artık günümüzde üretim ilişkilerinin yerini tüketim ilişkilerinin aldığını ileri sürerler. Kanaatimizce bu iddialar dünya popülasyonunun azınlıkta kalan bir kısmını oluşturan varıl toplumlar için bir ölçüde doğrudur. Bu toplumların sosyal alışkanlıklarını anlamamız bakımından söz konusu tespitler son derece önemlidir. Ancak dünyanın çoğunluğunu oluşturan toplumlar ve varıl toplumların alt kesimindeki insanlar için hala imaj pek bir şey ifade etmemektedir. Çünkü insanlar daha temel ihtiyaçlarını bile karşılayamamışken, içlerinde imaj kaygısını da barındırmamaktadırlar. Dünyanın azınlığına bakarak, bu şekilde küresel bir portre çizmek sakıncalıdır ve asıl önemli hususları gözden

kaçırmamıza neden olabilir. Bu bağlamda üretim ilişkileri ve sınıf çatışmaları hala dünyada sosyal sınıfların oluşmasındaki en önemli kriterdir kanaatini taşımaktayız.

4 Günümüzde Tüketimin Çevresel Etkileri

Sanayi üretimi ile birlikte eskisine nazaran daha çok ve tehlikeli boyutlarda kirlenmeye başlayan gezegenimiz, özellikle ikinci dünya savaşından sonra haz için tüketmeye başlayan kitlelerin ortaya çıkmasıyla daha hızlı ve tehlikeli boyutta kirlenmeye başlamıştır. Nitekim tüketilen mal ve eşyalar çevreye atılmakta ve doğanın bunları kendi içerisinde yok etmesi beklenmektedir. Ancak tüketimin boyutları o derece artmış ve mal yapımında kullanılan malzemeler o denli çeşitlenmiştir ki; doğa atıkları hazmedemez duruma gelmiştir. Gerçekten de karlılığın ön planda olduğu kapitalist sistemde, en ucuzla daha dayanıklısını imal etmek için doğayla barışık olmayan malzemelerin kullanımında herhangi bir sakınca görülmebilmektedir. Buna direnen işletmeler ise çoğu kez küresel rekabetçi ortamda, kepenk indirmek durumunda kalmaktadırlar.

Nüfus artışı ve teknoloji ile birlikte artış gösteren tüketim, çevresel değişikliklerdeki en önemli nedendir. Ancak günümüze dek araştırmacılar ve politikacılar konuya gereken ilgiyi göstermemiştir (Princen, 1999). Bu konunun önemini ortaya koymak bakımından sadece plastik tüketimini ele almak bile yeterlidir. Plastikler, ucuz, hafif, esnek ve kolay şekil verilebilir olduklarından modern hayatta özel bir yere sahiptirler. Söz konusu özellikleriyle nedeniyle günümüzde çok çeşitli ürünlerde kullanılmak üzere büyük miktarda üretilirler. Ortaya çıkışının üzerinden henüz bir yüzyıl geçmemişken, 1988’de sadece ABD’de sentetik plastik üretimi yıllık 30 milyon tondan daha fazlaydı. Birçok avantajına karşılık plastiklerin atıldıklarında uzun süre doğada varlığını sürdürmesi, onları çevre açısından önemli bir tehdit haline getirmektedir. Sentetik polimerlerin doğada bozunması için çok uzun bir süre gerekmektedir. Mikro organizmalar onları indirgemek için gerekli enzimlere sahip olmadığından bu atık plastikler, genellikle toprağa gömülerek ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır. Ancak gömüldükleri yerde yüzyıllarca varlıklarını sürdüreceklerdir (Derraik, 2002).

Bu tür olumsuz sonuçlara rağmen, seri üretim o hale gelmiş ve maliyetler o denli ucuzlatılmıştır ki; bazı gelişmiş ülkelerde bir kez giyilen t-shirt veya çorabın yıkanması yerine atılması yoluna gidilebilmektedir. Eskimeyen eşyalar modası geçti diye rahatlıkla gözden çıkartılabilmektedir. Ancak bu tür davranışlarla, bazen inanılmaz bencil olabilen türümüzün, aynı zamanda başka canlıların da yaşadığı ve gelecek nesillerimizin de yaşayacağı bu gezegeni her geçen gün daha yaşanılmaz hale getirdiği açıktır. Maalesef sürdürülebilir kalkınma politikalarıyla gelecek nesillere gelişmiş bir toplum yanında, yaşanabilir bir gezegen bırakma planları da çoğu kez sözde kalmaktadır.

Tüketilen malların çevreye atımı sonucunda meydana gelen çevresel zararların yanında bunların üretim süreci de son derece zararlı sonuçlar doğurmaktadır. Şöyle ki; üretim sürecinde kullanılan enerjiye bağlı olarak doğaya salınan zararlı gazlar nedeniyle atmosferimiz giderek daha çok kirlenmekte, canlıları zararlı ışıklardan koruyan ozon tabakası gibi koruyucu katmanlar giderek zayıflamaktadır. Bunun yanında büyük hacimde sanayi üretimi yapan ülke sayısındaki artışa bağlı olarak enerjiye olan talep artmakta, bu talebi karşılamaya yönelik olarak da nükleer enerji gibi çevresel riskleri yüksek enerji türlerine doğru bir yönelim olmaktadır. Nitekim tüketim toplumu tüketmek için daha çok yeni telefon, daha çok yeni araba ve daha çok kıyafet beklemektedir.

Bu tür çevresel zararlarının yanında mevcut sistem de insanları daha çok tüketmeye itmektedir. Değişik pazarlama teknikleri sayesinde, sürekli insanların yeni bir şeye ihtiyacı olduğu onlara empoze edilmekte, reklam vs. gibi araçlarla sürekli bir şeyler alma arzusu beslenmektedir. Postmodern insan artık ancak tükettiği zaman var olmanın bir anlamı olduğunu düşünmeye başlamıştır. Tüketmeden yaşamak, tüketemiyor olmak bir mutsuzluk nedenidir. Çoğu kimse tüketmeden yaşamının çok anlamlı olmadığı kanaatini taşımaktadır. Çünkü tüketemeyince haz almamakta, haz almayınca da yaşamdan soğumaktadır.

Özellikle teknolojik ürünler bakımından yeni alınan son teknoloji bir alet bir-iki yıl sonra değersiz, imajı tükenmiş bir elektronik çöpe dönüşebilmektedir. Aslında onunla da ihtiyaçlarını karşılayan birçok insan her gün yeniden üretilen tüketim kültürü nedeniyle “hala 3 megapiksel kameralı telefon mu kullanıyorsun?” ya da “şu LCD’nin yerine bir LED veya akıllı TV almadın” gibi toplumsal baskı altında daha çok tüketmeye güdülenmektedirler. Bu tüketme kültürü nedeniyle giderek daha çok tüketilmekte, buna bağlı olarak daha çok talep edilmekte, daha çok üretilmekte ve çevre giderek daha çok kirlenmektedir.

5 Sonuç

Modern dönemle birlikte temelleri atılan tüketim toplumu, ikinci dünya savaşı sonrasında postmodern dönem olarak da ifade edilen süreçte giderek daha çok belirginleşmiş ve içinde bulunduğumuz dönem damga vuran bir olgu haline gelmiştir. Bu dönemde sosyal sınıflar bile tüketim alışkanlıklarına göre oluşmaya başlamıştır. Artık tüketim bir yaşam tarzı ve kişilerin kendilerini anlamlandırma biçimi olmuştur. Tüketilen ise nesnelere çok onların imajlarıdır. Bir malın tüketilmesi ve atılması eskimesine değil; bilakis imajının bitmesine yani modasının geçmesine bağlı hale gelmiştir. Tüketimin temel gayesi ise artık haz ihtiyacını tatminidir. O nedenle alış-veriş arkadaşlarla yapılan ve haz veren sosyal bir faaliyete, can sıkıntısını giderme veya eğlenme aracına dönüşmüştür.

Ancak bu kadar çok tüketim ve buna bağlı olarak yapılan üretim her geçen gün gezegenimizi daha çok kirletmektedir. Haz alma odaklı olarak sürekli ve giderek daha çok tüketen türümüzün çoğu üyesi ise, maalesef bu durumun tehlikeliliğini tam olarak idrak edebilmiş değildir.

Günümüzde dünyaya hakim olan tam rekabetçi kapitalist sistemde üretim yapılırken ön planda tutulan husus karlılıktır. Bu nedenle üretimin yapıldığı ham maddenin veya ürün tüketildikten sonra ortaya çıkacak atığın ya da üretimde kullanılan enerji araçlarının çevreye ne kadar zarar verebileceğinden çok, ne kadar az maliyetli oldukları göz önünde bulundurulmaktadır.

Ancak görünen odur ki, mevcut durum bu haliyle uzun süre gitmeyecektir. Görece yaşlı dünyamız artık insanlığın çevreye verdiği zararları tolere edemez hale gelmiştir. Dünya dışında yaşayabileceğimiz ve çocuklarımıza bırakabileceğimiz ikinci bir gezegen ise bulunmamaktadır. Bu nedenle artık karlılıktan önce çevresel sonuçların göz önünde tutulduğu bir üretim tarzına geçilmeli, çevreye en az oranda zarar verecek ciddi sürdürülebilir kalkınma politikaları üretilmeli ve bu konularda uluslararası toplum birlikte hareket etmelidir. Nitekim bu husus devletlerin tek başlarına başa çıkabilecekleri bir problem değildir. Çevreyi kirleten devletin yanında ondan binlerce kilometre uzakta bulunan başkaca devletlerin insanları da bu kirlilikten etkilenmektedir. Çevre kirliliği etkileri tüm dünyada görülen küresel bir problemdir. O nedenle gelecekte de yaşanabilir bir gezegenimizin olması için uluslararası toplumun birlikte hareket etmesi bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kaynakça

- Adorno, Theodor, 2009, **Kültür Endüstrisi**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Zygmunt, 2006, **Küreselleşme**, Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Baudrillard, Jean, 2000, **Tüketim Toplumu**, Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Derraik, J.G.B. 2002, The Pollution of The Marine Environment by Plastic Debris: A Review, *Marine Pollution Bulletin*, 44, 842-852.
- Featherstone, Mike, 2005, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, (Çev. Mehmet Küçük), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Giddens, Anthony, 2004, **Modernliğin Sonuçları**, (Çev. Ersin Kuşdil), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Horkheimer, Max, 2005, **Akıl Tutulması**, Metis Yayınları, (Çev. Orhan Koçak), İstanbul
- Lyotard, J. F., 2000, **Postmodern Durum**, (Çev. Ahmet Çiğdem), Vadi Yayınları, Ankara
- Princen, Thomas, 1999, "Consumption and Environment: Some Conceptual Issues", *Ecological Economics*, 31, 347-363.
- Şaylan, Gencay, 2002, **Postmodernizm**, İmge Yayınevi, Ankara
- Toffler, Alvin, 1981, **Gelecek Korkusu-Şok**, (Çev. Selami Sargut), Altın Kitaplar, Yer belirtilmemiş