

PAPER DETAILS

TITLE: KURAMDAN DISTOPIK TOPLUMA TÜKETİM OLGUSU: CESUR YENİ DÜNYA
ROMANININ DÜSÜNDÜRDÜKLERİ

AUTHORS: Aysel ERSÖZ

PAGES: 285-296

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2141930>

KURAMDAN DİSTOPİK TOPLUMA TÜKETİM OLGUSU: CESUR YENİ DÜNYA ROMANININ DÜŞÜNDÜRDÜKLERİ

Aysel ERSÖZ*

ÖZ

Tüketim; ekonomik olduğu kadar, sosyal, kültürel, psikolojik ve dini yönleri de bulunan insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. Ancak, çağdaş ve post modern kuramcılar tüketim olgusunun 1960'lı yıllardan sonra özellikle batı toplumlarında bir amaç haline geldiğini ileri sürmüşlerdir. Bu nedenle, Bauman ve Baudrillard gibi kuramcılar günümüz toplumlarını "tüketim toplumu" üzerinden kavramsallaştırmışlardır. Bu tarz toplumlar artık tüketim; kimlik kazanmak, statü sahibi olmak, başkalarının gözünde bir yer edinmek ve anlık haz almak gibi amaçlarla yapılmaktadır. Nitekim post modern toplumlar tüketiciler olarak bireylerin çok özel yerleri bulunur. Bireyler sürekli olarak daha fazlasını, daha yenisini ve daha iyisini tüketmeye şartlandırılmaktadırlar. Diğer yandan Aldous Huxley'in 1932 yılında kaleme aldığı "*Cesur Yeni Dünya*" adlı romanının, tüketime ilişkin söylemleri kuramsal bakış açıları ile paralellik göstermektedir. Kurmaca bir çağda geçen eserde, insanlar şartlandırma, hipopedya ve somalarla çevrili yaşamaktadır. Bu distopik eserde Whyte'nın 1954 yılında kullandığı "tasarruf etmek Amerikalılık değildir" sözünü hatırlatırcasına, tüketmenin nasıl "iyi vatandaşlık" olarak görüldüğü, elinde olanla yetinmenin nasıl "rejim düşmanlığı" anlamına geldiği aktarılmaktadır. Fordist üretime gönderme yapılan eserde, canlı doğum yerine "üreme" montaj bandı üzerinde yapay bir şekilde yapılmakta ve bireyler bu bant üzerinde gelecekte tüketmeleri istenilen "metalar" konusunda şartlandırılmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, tüketim toplumu, tüketim kuramcıları, Cesur Yeni Dünya

CONSUMPTION FROM THE THEORY TO THE DISTOPIAN SOCIETY: THOUGHTS ON THE BRAVE NEW WORLD NOVEL

ABSTRACT

Consumption, a phenomenon as ancient as human history, carries social, cultural, psychological, and religious dimensions, alongside its economic aspect. However, contemporary and post-modern theorists suggest that consumption, especially in Western societies post the 1960s, has evolved into an objective in itself. Hence, theorists like Bauman and Baudrillard have labeled contemporary societies as "consumer societies". In such societies, consumption is driven by the desire to establish identity, attain status, secure social recognition, and procure instant gratification. Consequently, in post-modern societies, individuals hold a unique position as consumers. They are continually conditioned to desire more, newer, and better goods. Interestingly, the discourse on consumption in Aldous Huxley's 1932 novel, "Brave New World", exhibits parallels with these theoretical perspectives. In the novel's fictional universe, people live amid conditioning, hypnopedia, and somas. This dystopian work reflects Whyte's 1954 assertion that "saving is not American", depicting consumption as "good citizenship" and satisfaction with one's possessions as tantamount to "regime hostility". Echoing the principles of Fordist production, the novel introduces the concept of assembly line "reproduction", replacing natural birth. Individuals are conditioned to desire specific "commodities", setting the stage for their future consumption patterns.

Keywords: Consumption, consumer society, consumption theorists, Brave New World.

GİRİŞ

Tüketim olgusunun sosyolojik yönüne ilk vurgu yapan kuramcılardan birisi olan George Simmel insanlar arasındaki bütün temaslar, vermek ve buna eş değerde olanını geri almak esasına dayanır diyerek tüketim sosyolojisine önemli bir başlangıç ve katkı yapmıştır. Onun

* Doç. Dr. Ankara hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat fakültesi, Sosyoloji Bölümü Ankara.
aysel.ersoz@hbv.edu.tr ORCID:https://orcid.org/0000-0002-2382-995X

için kentsel yaşamın öznesi olan insan kendi çıkarları için kentsel yaşamla uzlaşmak zorundadır. Kent insana bir taraftan temkinlilik, kayıtsızlık ve özgürlük kazandırırken diğer yandan da bireye kaybolmuşluk ve yalnızlık hissi verir. Berlin üzerine yaptığı çalışmasında sonra tüketimi bireylerin kentsel yaşamla baş etme stratejisi olarak kullandıklarını gözlemlemiştir. Görüşlerini Amerikan toplumuna dayandıran Veblen ise; “Aylak Sınıf” adını verdiği kuramında aylaklık ile gösterişçi tüketim arasındaki ilişkiye yoğunlaşmıştır. Tüketim nesnelerinin aynı zamanda aylaklık sembolü olarak ta görüldüğünün altını çizmiş, bu sınıf için önemli olanın üretmeden tüketmek olduğuna dikkat çekmiştir. Kendi tanımlaması ile ele aldığı zengin üst sınıfların boş zaman faaliyetleri, yaşam biçimleri ve satın alma davranışlarını inceleyerek, bu sınıfın gösteriş için lüks tüketim yaptıkları sonucuna ulaşmıştır. Veblen’a göre bu sınıf için malların nasıl üretildiğinin değil, nasıl anlamlar kazandıkları daha önemlidir.

Kapitalizm ve bununla bağlantılı olarak “Kültür Endüstrisi” eleştirisi yapan Frankfurt okulu düşünürleri Adorno, Horkheimer, Marcuse ve Eric Fromm ise bireysel yetenek ve yaratıcılığın piyasa sistemi içinde nasıl yok edildiği, ihtiyaçların bireylere nasıl yukarıdan verildiği, böylece bireylerin sisteme nasıl itaatkâr hale getirildikleri gerçeğini göstermeye çalışmışlardır. Post modern çağın düşünürlerinden Baudrillard ise, simülasyon çağında yaşadığımızı artık gerçeğin değil, hipergerçekliğin var olduğunu ileri sürer. Toplum artık yaratılan sanal gerçeklik tarafından şekillenmektedir. Bu çağda gerçek, sahte, kopya ve taklit arasında fark kalmamıştır. Gerçeklik çökmüş onun yerine imge, yanılsama ve simülasyondan oluşan sahta gerçeklikler gelmiştir. Yine tüketim toplumunda birey “ne tüketiyorsan osun” şeklinde tanımlanmaktadır. Baudrillard’a göre hayatımız bütün tüketim nesnelerinin kuşatması altındadır. Bauman ise kapitalist sistemin baş tacının “tüketiciler” olduğunu hatırlatarak, sistemin en çok istediği şeyin yeni ürünlere ihtiyaç duyan tüketiciler olduğunu ileri sürer. Onun tüketime ilişkin görüşlerine göre esas olan alışveriştir. Lefebvre ise gündelik hayatın akışı içinde tüketim olgusunun öneminin altını önemle çizer. Tüketimin bir aracı olan reklamlar yoluyla (neyi, nasıl, nerde) bireyler tüketim konusunda sürekli programlanmaktadır.

Edebi eserlerde çeşitli sosyolojik olgulara ilişkin öngörüler içerir. Distopik eserler yayınlandığı dönemlerde fantastik kurgular içeren eğlendirme amacı taşıyan bir görünüm arz ederken, zamanla bu edebiyat türü sosyal ve siyasal konulara dikkat çekmiştir (Çelik,2018:63). Distopik romanlar arasında Açlık Oyunları, 1984, Fahrenheit 451, Damızlık Kızın Öyküsü ve Cesur Yeni Dünya romanları öne çıkar. “Cesur Yeni Dünya” romanını üzerine metin okuması yaptığımızda tüketim toplumuna ilişkin söylemlerinin kuramcılarının görüşleri ile paralellik gösterir. Bu bağlamda çalışmamızda “Cesur Yeni Dünya” romanı tüketim olgusuna ilişkin yaptığı vurgular ile dört kuramcının görüşleri karşılaştırılarak tartışılmaktadır.

TÜKETİM VE TÜKETİM TOPLUMU KAVRAMI

Türk Dil Kurumu sözlüğünde (TDK,2021) tüketim; üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması, yoğaltım, istihlak, üretim karşısı olarak tanımlanmakla birlikte kavram sosyolojik olarak çok daha derin anlamlar içerir. Tüketim, belirli bir ihtiyacın tatmin edilmesi için bir ürünü ya da hizmeti edinme, sahiplenme, kullanma ya da yok etme olarak da tanımlanabilir. Bu eylemi yapan birey de tüketici olarak isimlendirilebilir (Odabaşı, 1999:4). Ekonomik, toplumsal, psikolojik ve kültürel boyutu olan tüketim olgusunun konumuz açısından esas önemli özelliği onun sosyal bir olgu olduğu gerçeğidir.

Tüketici, bir şeyler satın alan kişi olarak tanımlanabilir. Bununla bağlantılı olarak genel olarak değerlendirildiğinde tüketim toplumu, insanları mal satın almaya ve kullanmaya teşvik eden bir toplumdur. Tüketim toplumunda bireyler sürekli olarak mal ve hizmet almaya teşvik edilir. Tüketim toplumunun insanlara daha iyi ve daha rahat yaşam olanakları sunduğu kabul görür.

Tüketim toplumları aynı zamanda bireylere sürekli ürünlerin daha çoğunu, daha yenisini, daha büyüğünü satın alması gerektiğini hatırlatır. Örneğin akıllı telefonları düşünürsek hep son çıkanı, bir üst sürümünü almaya yöneltir. Tüketim toplumunda, nesneler hızlı bir şekilde kullanılır ve hızla atık olarak bertaraf edilir.

Lefebvre (2016:158) tüketim toplumunu, hem bolluğun, hem yoksunluğun bir arada olması üzerinden tanımlar. Ona göre tüketim toplumu bir yanıyla tutumlu iken bir yanıyla savurgandır. İkiliklerle dolu bir toplum olan tüketim toplumu her terim karşısındaki terimi yansıtır.

Baudrillard'a (1998) göre tüketim toplumu, en basit biçimiyle tüketici toplumdur. Tüketim toplumunda bireyler itibar, kimlik ve statü kazanmak için metaların tüketimi ve teşhiri etrafında örgütlenmiştir. Bu nedenle, Baudrillard tüketimi etkin ve toplumsal bir davranış olarak ele alır ve tüketim olgusunu bir zorlama, bir ahlak, bir kurum ve bir toplumsal değerler sistemi olarak tanımlar. Baudrillard için tüketim toplumunu; “*tüketimin öğrenilmesi toplumu, tüketime toplumsal bir biçimde alıştırılma toplumu; bir nevi sosyalleşme tarzı*” olarak analiz eder (Baudrillard,2017:95). Daha önceki toplumlarda yoğun biçimde iletişim için olan insanlar, tüketim toplumunda metalaşmış nesnelerin kuşatması altındadır.

TÜKETİM OLGUSUNA KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Tüketim olgusu hem klasik kuramcılar hem modern kuramcılar hem de post modern kuramcıların bakış açılarında önemli yer tutar. Çalışmamızda bu bakış açıları sınırlandırılarak Bauman, Baudrillard, Marcuse ve Lefebvre nin görüşleri ele alınmaktadır.

Zygmunt Bauman ve akışkan tüketim

Modern dünyanın asli rolü olan üretici rolünü, post modern çağda tüketici rolü aldı diyen Bauman bireylerin haz arayıcılar haline geldiğini ileri sürmüştür. Günümüz toplumlarında üretimin yerine tüketimin geçtiğini ileri süren Bauman tüketimin “kendi içinde mutlak bir amaç” ve “çağrı” haline geldiğini iddia eder. Bireyleri sürekli olarak bir deneyimden diğerine hareket eden “deneyim organizmaları” olarak tanımlar (Kızılcı,2018:263). Post modern çağda bireylerin yaratıcı aktörler olduğuna vurgu yapan Bauman onların önceki öğrendiklerine ve kazanılmış alışkanlıklarına deyim yerindeyse pamuk ipliği ile bağlı olduklarını hatırlatır (Gelekcı,2012:89).

Baudrillard gibi günümüz batı toplumlarını “tüketim toplumu” olarak kavramsallaştırır. Tüketim toplumunun temel sloganı “mutluluğa giden yol alışverişten geçer” ve “alışveriş yapıyorum, öyleyse varım” olduğunu iddia eder (Bauman,2018:211-212). O nedenle Bauman (2018:206) çağdaş kapitalist sistemin mücadele etmesi gereken rakibinin “geleneksel tüketiciler” olduğunu söyler. Yani, kapitalist sistemin rakibi piyasaya sunulan mallardan hoşnut kişilerdir. Onun yaklaşımına göre, tüketici piyasalarının “bir numaralı halk düşmanı” tüketimi “kendi başına nihai amaç” ve “çağrı” gibi görmeyen kişidir. Sonu mutluluğa varan yarışın bitiş çizgisini, “ihtiyacım olan her şeye sahibim ve bu yaygaraya son verip elimi eteğimi çekebilirim” sözüyle işaret eden kişidir (Bauman,2018:207).

“Nesneler (hem insanlar hem de insan olmayanlar) uzun süreler ve muhtemelen sonsuza dek tutulmak üzere el konulmamaktadır. Muhtemelen hemen o anda kullanmak üzere el konulmaktadır. Sadece kullanıldıkları süre boyunca ve bu süreyi geçmeyecek ölçüde alınırlar. Kullanışlılığın, “kullanıma uygun” olmanın tanımı değişmiştir. Artık bir nesnenin kullanışlılığı alındığı anda sunduğu hizmetleri yerine getirme becerisine değil, sahibinin verdiği hizmetlere duyduğu arzuya göre tanımlanmaktadır” (Bauman,2018:211).

Bauman için akışkan modern dünyada tüketimcilik sahip olunan şeylerin toplanması ve biriktirilmesiyle ilgili değildir. Tüketicilerin zevk olarak deneyimlenmeye meyilli yeni algılar bulma umududur (Bauman,2018:215). Önemli olan ne “elde etmenin” ne de “almanın” verdiği mutluluktur. Önemli olan hemen orada kullanma, zevk bitmeden önce durdurulabilecek kullanmadır. Tüketici yaşamı birbirini durmadan takip eden yeni yaklaşımlar dizisidir. Alışveriş yapmanın keyfi, alınan ve eve getirilen ürünlerin getireceği keyiften daha fazladır. Esas olan alışveriştir. “Modern akışkan tüketim toplumu” kavramını kullanan Bauman’a göre hepimiz küresel bir tüketim toplumu içinde yaşıyoruz ve sahip olduğumuz tüketim kalıpları yaşamımızın tüm yönlerini etkilemektedir. Bu daha fazla tüketme baskısı anlamına gelmektedir. Artık tek amaç tüketicinin meta haline getirilmesidir (Aktaran Kızılcılık,2018:264).

Modernliğin inşa ettiği kültürde farklılığa yer olmadığını, modernliğin heterofobiye dayandığını ileri süren Bauman, modernlikte bireyler “üretici” olarak inşa edilirken, akışkan modernitede “tüketici” olarak inşa edildiğini ifade eder. Akışkan modernitede bireyler yeni deneyimlerin peşinde asla tatmin edilmeyen “deneyim organizmaları” olarak görülür. Baudrillard gibi Baumanda postmodern toplumun “tüketim toplumu” olduğunun altını çizer. Ona göre “üreticiler” çağından “tüketiciler” çağına, yani tüketim estetiğiyle yönetilen bir topluma geçilmiştir. Gözetim toplumu kavramsallaştırmasından yola çıkarak “akışkan gözetim” kavramını kullanan Bauman tüketicilerin gözetlendiği, izlendiği ve takip edildiğini ve tüketicilerinde bu gerçeğin farkında olduğunu söyler.

Tüketmek, bireylerin kendi sosyal aidiyetine yatırım yapmasıdır. Tüketim, bireysel “sosyal değer” ve “öz saygı” açısından önemli olan herhangi bir şeye yapılan yatırımdır (Bauman&Lyon,2020:46). Bu anlamda, tüketim toplumunun üyesi olmak göz korkutucu bir görev ve hiç bitmeyen zorlu bir mücadeledir. Bu toplumda bireylerin en derin korkularını tüketim toplumunun gereklerine ayak uyduramama ve yetersiz kalmak oluşturur ((Bauman&Lyon,2020:47).

Tüketim toplumundaki esas amaç, ihtiyaçların, arzu ve isteklerin tatmini değildir, önemli olan tüketicinin metalaştırılmasıdır. Böylece tüketicilerde satılabilir mal statüsüne yükseltir diyen Bauman tüketim toplumu üyelerinin kendilerinin birer tüketim metası haline geldiklerini ve onları bu toplumun gerçek üyesi yapanında bir tüketim metası olma özellikleri olduğunu aktarır (Bauman&Lyon,2020:46).

İngiliz filozof ve toplum kuramcısı Jeremy Bentham'ın 1785 yılında tasarlamış olduğu hapishane inşa modeli olan panoptikondan yola çıkarak post panoptikon veya panoptikon sonrasında bahseder. Panoptikonda insanlar zorla seyir nesnesi olurken, post panotikonda insanlar gönüllü olarak seyir nesnesi olurlar veya gönüllü olmaya ikna edilirler. Gözetimde artık akışkanlaşıyor diyen Bauman için tüketiciler hareketlerinin gözetlendiği, izlendiği ve takip edildiğinin farkındadırlar (Bauman&Lyon,2020:7-8). Hayatlarımız “çevrimiçi” ve “çevrimdışı” olmak üzere iki evrene bölünmüş durumda ve geri dönüşü mümkün olmayacak şekilde iki merkezli hale geldi diyen Bauman oldukça karamsar bir tablo çizer (Bauman&Lyon,2020:51).

Henri Lefebvre ve gündelik hayatta tüketim

Tüketim bir anlam vermeye çalışan her şeyi yutmuştur. Onu yok etmiştir diyen Lefebvre reklamcılarının, tüketici “öznelere” bir sloganı sürekli tekrar ederek şartlandırdıkları dönemin geride kaldığını hatırlatır. Ona göre artık reklamlar bireylere bir “dünya görüşü” sunmaktadırlar (Lefebvre,2016:109).

“Size, nasıl hep daha iyi yaşanacağı, ne yemek ve içmek gerektiği, ne giymek gerektiği, evinizi neyle döşemek gerektiği, nasıl ikamet etmek gerektiği” Söylenmektedir. *“Ve işte programlandınız”* (Lefebvre,2016:122).

Lefebvre ayrıca tüketim eyleminin sürekli değişen bir yapı olması sebebiyle, bireylerin bu ürünler arasından seçim yapabileceğini ifade eder.

“Gülme mitosu aşıldı: tüketim ciddi bir iştir. İyi niyetli, yardım sağlayıcı tüm toplum yanınızdadır. Dikkatlidir. Kişisel olarak sizi düşünür. Kişiyi özel hazırlanmış, hatta sizin kişisel özgürlüğünüzün kullanım nesneleri olarak sunulmuş nesneler yaratır: şu koltuk, şu takım, şu yatak çarşafı, şu iç çamaşırı” (Lefebvre,2016:122). Hatta aile üyelerimiz bile tüketim toplumun gereklerine uygun olarak bizi programlar.

Lefebvre’ye göre (2016:123) her tüketim nesnesi, tüketimin aynı zamanda bir göstergesi haline gelir. Ona göre tüketiciyi besleyen bu göstergelerdir. Baudlliard gibi Lefebvre de göstergeler ve anlamların, duyumsanabilir olanla yer değiştirdiğini söyler.

Lefebvre tüketme ediminin, tüketim toplumu denilen toplumda anlamlarla donatılmış olduğu halde, yalnız bir edim olarak aktarır. Bir ayna etkisiyle, bir tüketiciden diğerine bir yansımalar oyunu aracılığıyla iletilir (Lefebvre,2018:130).

Herbert Marcuse ve tek boyutlu insan

Diğer Frankfurt Okulu düşünürleri gibi Marcuse’da kültür endüstrisi kavramını odağına alarak konuyu tartışır ve kitle endüstrisinin kitleri yönlendirmeye ve kandırmaya çalıştığına dikkat çeker. Ona göre kültür endüstrisi tekleşen sermayeye yeni pazarlar bulmanın, tüketimcilik ve maddiyatçılığın sürdürülmesi ve kapitalizme karşı eleştiri ve hoşnutsuzlukları engelleme aracıdır (Slatery,2017:207). Herbert Marcuse Frankfurt okulunun diğer düşünürleri Adorno ve Horkheimer gibi tüketim toplumunun, bireyleri tüketime dayalı yaşam biçimlerini “satın almaya” zorlayan “yanlış ve sahte ihtiyaçlar” ürettiğini iddia etmiştir. Kültür endüstrisi yoluyla “yanlış ihtiyaçlar” yaratılmakta ve bu “yanlış ihtiyaçlar” doyurulmaktadır. Ona göre modern birey haz ve lüks içinde yaşamaya teşvik edilmektedir. Kapitalist sistemi “totalitarist bir rejim” olarak eleştiren ve mevcut toplumu sorgulayan Marcuse modern toplumu “tek boyutlu toplum” olarak kavramsallaştırmıştır. Tek boyutlu toplum, kitle iletişim araçlarının biçimlendirdiği “kitle toplumu” dur. Marcuse için tek boyutlu toplum, “kör körüne uyum sergileyen kitle toplumdur (Kızılcılık,2017:221).

Görüşlerini özellikle “*One-Dimensional Man*” (Tek Boyutlu İnsan) adlı eserinde açıklayan Marcuse için ihtiyaçlar gerçek ihtiyaçlar ve sahte ihtiyaçlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Sahte ihtiyaçlara birey manipüle edilerek, tüketim kültürünce verilirken, gerçek ihtiyaçlar bireyin kendisince ihtiyaç kabul edilenlerdir. Adı geçen eserinde gerçek ve sahte ihtiyaçların nasıl ayırt edileceğini şöyle anlatmaktadır:

“Gerçek ve yanlış gereksinimleri ayırt edebiliriz. ‘Yanlış’ olanlar bireye onun baskılanışındaki tikel toplumsal çıkarlar tarafından yukarıdan dayatılanlardır: gereksinimler ki zahmeti, saldırganlığı, sıkıntı ve türesizliği sürdürmektedirler. Karşılanmaları bireye büyük bir doyum sunabilir, ama bu mutluluk, egerlonun ve başkalarının) bütünü hastalığını anlama ve hastalığı iyileştirme şanslarını kayrama yeteneğinin gelişimini durdurmaya yarıyorsa, sürdürülmesi ve korunması gerekli bir koşul değildir. Sonuç o zaman mutsuzluk içinde kendinden geçmez. Reklamlarla uyumlu olarak dinlenme, eğlenme, davranma ve tüketme, başkalarının sevdiklerini sevmeye ve nefret ettiklerinden nefret etme gibi yürürlükteki gereksinimlerin çoğu bu yanlış gereksinimler sınıfına düşmektedirler” (Marcuse,1986:4).

“Sahte ihtiyaçların” içerik ve işlevleri vardır ve bunlar bireyin hiçbir yoldan denetleyemediği dışsal güçler tarafından belirlenmektedirler; bu gereksinimlerin gelişim ve doyumları özerk olmaktan uzaktır. Bu tür gereksinimler ne denli bireyin varoluş koşulları tarafından yeniden-üretilen ve pekiştirilen kendi öz gereksinimleri olsalar da, birey ne denli kendini onlarla özdeşleştiriyor ve doyurulmalarında buluyor olsa da, başlangıçta oldukları gibi kalmayı sürdürmektedirler başat çıkarı baskı gerektiren bir toplumun ürünleri olarak (Marcuse,1986:5). Toplumun baskıcı yönetimi ne denli ussal, üretken, uygulamısal ve bütünsel oluyorsa, yönetilen bireylerin köleliklerini kırabilmelerinin ve kendi öz kurtuluşlarını kavrayabilmelerini sağlayacak araç ve yollar da o denli tasarlanamaz olmaktadır (Marcuse,1986:6).

Marcuse (1986:8) tüketim kültüründe insanların kendilerini satın aldıkları metalarla tanımladıkları; ruhlarını arabalarında, müzik çaralarında, çok katlı evlerinde, mutfak araç gereçlerinde bulduklarını aktarır. Bireyi toplumuna bağlayan düzeneğin kendisi değişmiş ve toplumsal denetim üretmiş olduğu yeni gereksinimlerde demirlemiştir (Marcuse,1986:8).

Jean Baudrillard ve nesneler dünyası

Tüketim, moda, medyanın rolü ve gücü ile cinsellik gibi konularda yazan Baudrillard kapitalizm ve günlük yaşamın nasıl metalaştırıldığına yönelik eleştiriler getirmiştir. Tüketim toplumu var olmak için nesnelere ihtiyaç duyduğunu hatta yok etmeye olan ihtiyacı anlatan Baudrillard tüketim kodlar ve kurallarla örülmüş ve tutarlı bir göstergeler sistemi olarak tanımlar. Bu nedenle Baudrillard herşeyin nesneler dünyası haline geldiğini söylüyordu. Ona göre kapitalist toplumlarda insanlar hem “şeyleşmekte” hem de “nesnelere” gittikçe daha bağımlı hale gelmektedirler. Tüketici haline dönüşen kişi, bolluk işaretlerine sahip olmanın ve onları teşhir etmenin kendisine mutluluk ve prestij sağlayacağına inanır.

Marcuse gibi Baudrillarda’da gerçek ve sahte ihtiyaçlar arasındaki farkın bulanıklaştığı, tüketim toplumunda bireylerin tüketim mallarını alarak ve bunları sergileyerek ayrıcalık ve prestij kazandıkları yanılsamasına düştüklerini söyler. Ona göre bireyin ihtiyaç duyduğu esas şey farklı olma istediğidir. Bir yandan farklılaşma isterken bir yandan da kendini tüketim toplumuyla özdeşleşmiş bulmaktadır (Baudrillard,2017:67-68).Tüketici kendi ayırt edici davranışlarını özgürlük olarak, talep olarak ve tercih olarak yaşar, farklılaşma ve bir koda boyun eğmeye zorlandığının ayırtına varamaz(Baudrillard,2017:68). Modern toplumda artık gerçekliği kavramanın zor olduğuna bununda değiştirmeyi güçleştirdiğini çünkü doğru ve yanlış değerlendirebilecek hiçbir temelin, doğruyu yalandan ayırabilecek tüm standartların olmadığı değişken bir toplumda yaşadığımızı aktarır (Slattery,2017:472). Oysa olağanüstü bir uyumluluk çağındayız dır ve insanlar özgür eylem yapma becerilerini kaybetmiştir. Yığınlarla işaretlerle belli mesajlar verilmekte ve onların bu işaretleri, uyumlu davranışlarla idealleştirmeleri öngörülmektedir. Ne satılmak isteniyorsa o tasarlanmaktadır.

Baudrillard için modern insan tüketimci potansiyelliklerinin ve kapasitelerinin tamamını seferber etmeye odaklanmalıdır. Eğer bunu unutursa, kendisine mutlu olmamam hakkına sahip olmadığı kibarca ve ısrarla hatırlatılır (Baudrillard,2017:94).

Tüketim toplumuna ilişkin görüşlerini “Tüketim Toplumu” adlı eserinde aktaran Baudrillard modern insanın bu yönüyle edilgen değil, sürekli etkinlik sergilemek zorunda olan birey olarak görür. Bu toplumda birey eğer sahip olduğuyla yetinirse toplumdışı kalma riskiyle karşı karşıya gelmektedir. 19. Yüzyılda işgücü olarak kitleleri toplumsallaştıran sanayi sisteminin, 20. Yüzyıldaki karşılığı kitleleri tüketici olarak toplumsallaştırmaktır (Baudrillard,2017:96). Onun yaklaşımına göre “tüketmek ya da tüketmemekte özgür olan savaş öncesinin küçük tasarruflarının ya da anarşik tüketicilerin artık bu sistemde yeri yoktur (Baudrillard,2017:96).

Whyte'nın 1954 yılında kullandığı (Baudrillard,2017:97) “tasarruf etmek Amerikalılık değildir” sözünü hatırlatan Baudrillard bireylerin sistemin ürünlerini alarak ona hizmet ettiklerini hatırlatır. Tüketim toplumunda insanlar satın alma etkinliğine eksiksiz, ustaca ve pahalı şekilde hazırlanırlar. Bu nedenle kapitalist sistem bireylere tüketiciler olarak ihtiyaç duyar. Bu nedenle, günümüzde bireyin birey olarak gerekli ve hemen hemen yeri doldurulamaz olduğu yer tüketici konumudur (Baudrillard,2017:98).

Tüketim güçlü bir toplumsal kontrol aracıdır diyen Baudrillard'ın esas eleştirisi tüketimin toplumsal saygınlığın bir ölçütü haline gelmesinedir. Ona göre tüketim ne işlevsel yararlığı, ne saygınlık işlevi için değil iletişim ve değiş tokuş sistemi olarak durmadan verilip alınan ve yeniden yaratılan göstergeler kodu olarak, dil olarak tanımlar (Baudrillard,2017:111). Böylece tüketim bir var olma moduna dönüşür. Tüketim nesneleri aracılığıyla bireylere neyi, nasıl, nerede ve ne zaman tüketiceğine ilişkin sürekli bilgi akışı sağlanır (Görgün Baran& Olgun,2012:103).

Tüketim toplumsal şiddeti; bireyleri bir kodun bilinçdışı disiplinde yetiştirerek ve bu kod düzeyinde onları rekabetçi bir işbirliğine hazırlayarak durdurur (Baudrillard,2017:112). Baudrillard (2017:112) sadece tüketim tüm ideolojilerin yerine geçebilir ve bu yolla toplumun bütünüyle bütünleşmesini garanti altına alabileceği görüşündedir. Düşünür için, doğal niteliklerle değerli olmakla, bir model benimseme ve oluşturulmuş bir koda göre kendini değerli kılmak birbirinden farklıdır (Baudrillard,2017:1144). Günümüz toplumlarında model ve koda biçilen değer daha yüksektir.

Moda konusundaki görüşleri bakıldığında,” Modada herkes her şeyden “haberdar olmayı ve elbiseleri, nesneleri ve otomobili konusunda yıldan yıla, aydan aya, mevsimden mevsime kendini yeniden çevrimle meyi görev bilmelidir. Eğer bunu yapmazsa, tüketim toplumunun gerçek bir vatandaşı olamaz” (Baudrillard,2017:123). Onun için modanın belirleyici özelliği baskı karakterine sahip olmasıdır. Modaya uyarsanız başarılı, moda dışı kalmak dışlanma ve başarısızlık demektir.

CESUR YENİ DÜNYA ROMANINDA TÜKETİM OLGUSU

Aldous Huxley'in 1932 yılında yazdığı kara ütopya veya distopya eseri “Cesur Yeni Dünya” F:S 632 yılında kurmaca bir çağda geçmekte ve bu çağda insanlar şartlandırma, hipopedy ve somalarla çevrili yaşamaktadır. Kara ütopya veya Distopya; içinde bulunduğu hayali bir yer veya durum olup, her şey mümkün olduğu kadar kötüdür. Bu yönüyle ütopyanın tersi bir dünya olarak tanımlanabilir. Ütopik toplum mükemmel, barışçıl bir kültüre sahipken, distopik toplumlarda hükümet vatandaşları üzerinde tam kontrole sahip olup, genellikle onları sefalet, yoksulluk ve/veya zihin kontrolü altında tutar. Çelik kara ütopya örneği romanlarda toplum yapısının özelliklerini şöyle aktarır:

Distopik romanlarda, çoğunlukla sadece sosyal sınıflar, hükümet ve onun alt bölümleri ön plandadır. Karakterlerin hayatları üzerinde ciddi sosyal kısıtlamalar vardır. Birincil sosyal ilişkiler yok olmuştur; gerçek ve samimi arkadaşlık ilişkileri söz konusu değildir. Aile yapısı mahremiyetini yitirmiş ve kontrol altındadır. Özellikle totaliter yapıda kurulan sistemlerde ideoloji, aile bağlarının da üzerindedir. Bireyselleşme en üst düzeydedir; aile fertlerinin birbirlerini ihbar edebilecek kadar devlete bağlı olabildiği durumlar söz konusudur. Küçük gruplar kaybolmuştur, sosyal rol ve statüler bireylerin kişisel tercihleriyle kazanılmamakta, gelişmiş bilgisayarların zihinsel yeterlilik analizlerine göre belirli bir merkezden belirlenmektedir (Çelik,2015:68).

Cesur Yeni Dünyada vatandaşların sisteme uyumu genetik olarak tasarlanmış ve hipnotik olarak ikna edilmiştir. Bu yeni dünya düzeninin vatandaşları için kültürleri bir distopya değil, bir ütopyadır. “*Denetçiler güç kullanmanın işe yaramadığını anladılar. Daha yavaş ama daha kesin olan harici doğum, yeni Pavlovcu şartlandırma ve hipnomedya yöntemleri....*” “kullandılar (Huxley,2018:72). Bu herkesin genetik ve psikolojik olarak yapmaya programlandığı işi yapması, mutlu bir şekilde yaşaması ve mutlu bir şekilde ölmesi anlamına geliyordu. Marcuse’un kültür endüstrisi eleştirisinde altını çizgi gibi bireyler adeta uyuşturulmakta ve kendilerine yukarıdan dayatılan sahte ihtiyaçları hiç sorgulamadan kabul etmekte, muhalif olanlar ise sürgüne gönderilmektedirler. Sürgüne gönderilenler, güvenli duvarların ardında yaşayabilir ancak bununda; yoksulluk, kötü beslenme, sağlıksız konutlar ve temel hizmetlerden yoksun bırakılma gibi ağır bedeli olmaktadır. Bu ikili toplum yapısında bir taraf “cenneti” diğer ayrı bölge halkı, yani diğer taraf “cehennemi” yaşamaktadır.

Bu toplumun diğer bir özelliği; tüm müzelerin yok edilmiş ve tüm kitapların yakılmış olmasıdır. Çünkü bireyler “*oturup kitap okursa fazla bir şey tüketemezler*” anlayışı hâkimdir. Kitapta tüketime yönelik şartlandırmanın neden önemli olduğu ve nasıl yapıldığı şöyle aktarılır:

“*Gamalar, Deltalar ve hatta epsilonlar çiçekleri sevmeye şartlandırılmışlardı; özelde çiçeği, geneldeyse vahşi doğayı. Amaç, her fırsatta kırlara koşma isteği yaratmak ve böylece ulaşım tüketimine zorlamaktı*”. Ancak, zamanla tek ulaşımı tüketmeleri yetmemiş olacak ki “*kır çiçekleri ve manzara seyretmenin önemli bir kusuru var, bedavalar...*” diyerek alt sınıfların ulaşım tüketimi korunurken, doğa sevgisi konusunda şartlandırılmaktan vaz geçmişlerdir.

“*....Aynı zamanda onları doğa sporlarını sevmeye şartlandırıyoruz. Bunu yaparken de tüm doğa sporlarının gelişmiş aletlerle yapılmasını sağlıyoruz. Böylece hem endüstriyel ürünler, hem de ulaşım tüketiyorlar*” denilmektedir (Huxley,2018:48). Hatta, çocukların oyun oynarken tüketim yapıp, yapmadıklarının bile önemli olduğu: “*İnsanların, tüketimi artırmaya hiçbir katkısı olmayan karmaşık oyunları oynamasına izin vermenin ne kadar ahmakça olduğu*” düşüncesi dile getirilir (Huxley,2018:55).

Toplumun temel mottosu bireylere sürekli fısıldanan, “*fakat eski elbiseler korkunçtur*” sözüdür. Diğer motto; “*eski elbiseleri daime çöpe atarız. Atıp kurtulmak onarmaktan iyidir, atıp kurtulmak onarmaktan iyidir, kurtulmak....*” Olarak daime yenilenmektedir. Çünkü “*yama artarsa refah düşer*” görüşü hâkimdir. Ülkemizde de 1980 sonrası yaşanan dönüşüm bu yönde olmuştur. “*Atın eskimiş çoraplarınızı atın*” veya “*siz halen annenizin yağını mı kullanıyorsunuz*” tarzı reklamlarla başlayan tüketim algısı, diğer tüm alanlara yayılarak, “*köşe dönmeçilik*”, “*emek harcamadan para kazanmak*”, “*rüşvet almak*”, “*bir koyup 10 almak*” gibi davranış kalıplarını meşru hale getirerek bir değere dönüşmüştür. Paranın bir değer olarak yükselişine ve diğer tüm değerlerin önüne geçmesine tanık olunmuştur.

Romanda tüketim olgusuna topyekün bir seferberlik olarak bakılmakta; “*her erkek, kadın ve çocuk, bir yıl içinde belli bir miktarda tüketime zorlanacaktır*” ifadesine yer verilmektedir. Bu sanayinin çakarları adına yapılmaktadır (Huxley,2018:71). Çünkü “*Az tüketim, kesinlikle topluma karşı işlenmiş bir suç*” olarak görülür (Huxley,2018:73). Bauman’ın iddia ettiği gibi bireyler tüketim yoluyla toplumlarının gerçek bir üyesi olmaktadır.

Bu distopik toplumda canlı doğumla üreme yasaklanmıştır. “*Canlı anadan doğumla üremeye karşı yoğun bir propaganda...*” vardır (Huxley,2018:72). Cinsel ilişkiler artık tamamen yüzeysel hale gelmiş, duygudan ziyade eğlence meselesi olarak görülmüş, “evlilik”, “çekirdek aile” “ev”, “özgürlük”, hatta “aşk” yüzeysel bir şekil almış, “herkes” ve “her şey” meta haline

dönüşmüştür. Bireyler, Fordist Amerikan kapitalizmini hatırlatır biçimde kuluçka merkezinde ve bir montaj hattı üzerinde kendilerinden beklenen davranışlara göre şartlandırılmış şekilde üremektedirler. “*Aynı yumurta ve aynı erkeğin gametlerinden mümkün olduğunca sayıda tek yumurta ikizi üretmek*” temel amaçtır. Bu çarkların dönmesi için şarttır. Bu çarkları döndürecek “*adamlar gerekir, akli başında itaatkar adamlar, mutlu ve istikrarlı adamlar* (Huxley,2018:66). Montaj hattı, Henry Ford’un, 14 Ocak 1914’te "Model T" adı verilen, siyah, kutu gibi, kullanılması ve onarımı kolay araba modelinin üretilmesinde kullanılmıştır. "Fordizm" üretim sisteminde parça başına üretimle şekillenen montaj hattı sistemiyle köklü değişiklikler yaşanmasını anlatır. Gramsci tarafından geliştirilen Fordizm kavramı yalnızca üretimin değil bireyin de plânlandığını anlatır. Bu sistemde kitlesel düzeyde üretim ve tüketimi yapan, ürünleri standartlaştıran, rasyonel işletme mantığıyla hareket eden, iktisadi içeriği yanında kültürel ve ideolojik görüngüler de taşıyan bir işletme sistemidir (Duman, 2018:50). Bu sistem insanları sürekli üretmek için çalışmaya ve yaşamak için tüketmeye zorlamıştır.

Baudrillard’ın kuramında kullandığı simülasyon kavramı, bir şeyin taklidi veya temsili anlamına gelir. Simülasyon “mış gibi” bir deneyim, gerçek şeyin taklididir. O çoğu kez aradaki farkı söylemeyi zorlaştıracak kadar gerçektir (Slattery,2017:470). Nitekim Baudrillard; post modern dünyanın gerçek olmadığını, “mış gibi yapılan” bir şey, semboller ve imajların somut olanın yerine geçtiği sanal bir gerçeklik olduğunu iddia etmişti. Ona göre, gerçek ihtiyaçlarımızın yerini sembol ve imajlar almıştır. Nitekim romanda geçen kurmaca dünyada vatandaşlar “soma” adlı ilacın etkisiyle rahatlar, gerçeklik, değil taklidi bir gerçeklikte rahatlamaktadırlar. Bu ülke vatandaşlarına çok fazla soru sormadan maddi rahatlıklarının keyfini çıkarmasına yardımcı olmak üzere onlara “Soma” adlı bir ilaç vermektedir. Soma; *gevşetiyor, uyuşturuyor ve keyifli halüsinasyonlar görülmesini sağlıyor. Bu ilaçların sayesinde istenildiği zaman, gerçeklikten uzaklaşılarak tatile çıkılabiliyor, geri dönüldüğünde hiçbir yan etki yok, ne baş ağrısı bir de anlatacak mitolojin oluyor* (Huxley,2018:74). Bu toplumda ayrıca öğrenme “hipopedya” adı verilen bir uykuda öğrenme tekniği ile yapılmaktadır. Bu tamda Baudrillard’ın tarif ettiği post modern topluma benzemektedir. Çünkü post modern toplum Baudrillard’a göre; geçmiş, geleceği ve amacı olmayan, kitlelerin gerçekdışı ve ulaşılamaz iyi bir hayatın sembolleri ve göstergeleriyle doyurulduğu ve kandırıldığı bir tüketim kültürüdür (Slattery,2017:473).

Yazar Margaret Atwood’un kitap için yazdığı sunuş yazısında hatırlattığı gibi “...*üretim çarkının tekerleklerini sürekli döndüren sınırsız tüketimin*” yer aldığı kurmaca dünyadır. Ve bu dünya sanayi ve tüketim dünyasıdır. Atwood, romanın Huxley’in hemen Amerika ziyareti sonrasında kaleme almasını manidar bulur. Çünkü yazar orada kitlesel tüketim, grup zihniyetleri ve görgüsüzlükleri bizzat gözlemiştir (Huxley,2018:14). Günümüz toplumlarında artan uyuşturucu kullanımı, sınırsız cinsel birliktelikler, her köşede yükselen alışveriş merkezleri ile genetik mühendisliğinde yaşanan gelişmelerin romanda bahsedilenlerle nasıl benzerlik gösterdiğini aktarıyor. Tüketimciliğin baş tacı edildiği bu toplum adeta Hedonist bir tüketim “cennetini” andırmaktadır. Bu toplumda mutluluk, kitlesel üretilen malların tüketiminden geçmekte, bireylerden “nelerin tüketilmesi isteniyorsa” onlara göre şartlandırma yapılmaktadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Görüşlerini ele aldığımız kuramcılardan Bauman; kapitalist sistemin esas mücadele etmesi gerekenin elindeki ile yetinen tüketiciler olduğunu dillendirir. Aynı Şekilde “Cesur Yeni Dünyada da” az tüketim insanlığa karşı bir suç olarak tanımlanır. Tersten okursak ne kadar tüketirsek o kadar insanlığa hizmet etmiş olduğumuz güçlü bir şekilde vurgulanır. Gözetim toplumu kavramsallaştırmasından yola çıkarak “akışkan gözetim” kavramını kullanan Bauman

tüketicilerin gözetlendiği, izlendiği ve takip edildiğini ve tüketicilerinde bu gerçeğin farkında olduğunu söyler. Bauman tüketim toplumu üyelerinin birer tüketim metası haline geldiklerini ve onları bu toplumun gerçek üyesi yapanında bir tüketim metası olma özellikleri olduğunda ısrar eder. Huxley’de benzer biçimde kadınların, çocukların ve erkeklerin her yıl tüketim konusunda belli bir kotayı doldurmaya zorlandıklarını aktarır. Böylece “vatandaşlık” görevlerini yerine getirmektedirler.

Marcuse’un sahte ve gerçek ihtiyaçlar sınıflamasını andırır biçimde romanda, montaj hattı üzerinde üreyen çocuklar diğer birçok konu gibi tüketim konusunda şartlandırılmaktadır. Dolayısıyla, bireyler daha dünyaya gelmeden gelecekte ne tüketmeleri beklenildiği konusunda koşullandırılmaktadırlar. Lefebvre’de tüketim toplumunda tüketim davranışlarımızın programlandığı ileri sürer. Bu distopik dünyada bireyler zorla veya baskı ile değil, şartlandırma ve “ütopik” bir dünyada yaşadıkları yanılsaması ile tüketmeye gönüllü olmaktadır. Baudrillard’ın dediği gibi tüketim toplumunda bireylere neyi, nasıl, nerede ve ne zaman tüketeceğine ilişkin sürekli bilgi akışı da zaten sağlanmaktadır. Nitekim bu distopik toplumun temel sloganı: “Az tüketim, kesinlikle topluma karşı işlenmiş bir suçtur. Yine bu toplumda, eski olanı atıp kurtulmak rasyonel bir davranış olarak sunulmaktadır.

Baudrillard’ın dediği gibi kendimizi metalarımızda buldukça kendimizde meta haline geliyoruz. Saygınlık kazanmak, kim olduğumuzu göstermek, başkalarının gözünde yer edinmek, farklılaşmak isterken tamda kapitalist sistemin baş tacı ettiği tüketiciler haline geliyoruz. Bir kez baş tacı olduktan sonrada oradan inmeme konusunda ısrar ediyoruz. Bu da daha çok tüketim anlamına geliyor. Dolayısıyla sonu gelmez bir koşurmamacanın içinde buluyoruz kendimizi. Gerek kuramsal açıklamalar ve gerekse de tanıklık ettiğimiz tüketim çılgınlığı bize “acaba distopik bir dünyada mı yaşıyoruz” sorusunu bile sordurtabilmektedir. Hep daha iyisi, hep daha yenisi, hep daha çoğu, hep daha....derken metaların kölesi oluyoruz.

KAYNAKLAR

- Baudrillard,J. (2017). *Tüketim toplumu*. Çev. Nilgün Tatal ve Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z.(2018). *Kuşatılmış toplum*. Çev. Akın Emre Pilgir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z.& Lyon,D.(2020). *Akışkan gözetim*. Çev. Elçin Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Orijinal yayın tarihi, 2013)
- Çelik, E. (2015). Distopik romanlarda toplumsal kurgu. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*,18/1, 57-79.
- Duman, M.Z.(2018). *Tüketim sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gelekci,C.(2012). Zygmunt Bauman: modernlik ve postmodernlik, *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, (Ed.), Aylin Görgün Baran ve Serap Suğur, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi yayınları.
- Görgün Baran, A.ve Olgun C.K(2012). Tüketim toplumu, simülasyon/simülaklar ve sessiz çoğunluk: Jean Baudrillard, (Ed.), *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi yayınları.
- Huxley, A.(2018) *Cesur Yeni Dünya*. çev. Ümit Tosun. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kızılçelik, S.(2019). *Çağdaş Sosyal Teorisyenler 2*. Ankara: Anı yayıncılık.
- Lefebvre H.(2016). Modern dünyada gündelik dayat. Çev. Işın Gürbüz. İstanbul: Metis Yayınları.
- Marcuse, H. (1986) Tek boyutlu insan. Çev. Aziz Yardımlı. İstanbul: İdea yayınları.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim kültürü, yetinen toplumun tüketen topluma dönüşümü*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Slattery, M. (2017). *Sosyolojide temel fikirler*. (yayına hazırlayan. Ümit Tatlıcan ve Gülhan Demiriz). Bursa: Sentez yayıncılık.
Türk Dil Kurumu, <https://sozluk.gov.tr/>, erişim tarihi 13.12.2021

Extended Abstract

Consumption is a sociological reality as ancient as human history. It carries social, cultural, and religious facets in addition to economic implications. The dictionary definition of consumption is the use or expenditure of produced or manufactured items. But sociologically, the concept carries much deeper meanings. In broad terms, consumption denotes the acquisition, ownership, usage, or disposal of a product or service to fulfill a specific need. However, in modern times, a profound chasm has grown between needs and desires, bestowing new implications upon consumption. Various theories have been proposed within the tradition of sociology, ranging from classical to contemporary and post-modern theorists. While classical theorists analyzed consumption in terms of economy, urbanization, and class, their conclusions were relatively similar. For instance, George Simmel, while defining the role of cities in the emergence of a money economy, also saw consumption as a coping mechanism for individuals in urban areas. Veblen conceptualized consumption as "conspicuous consumption" in his work, "The Theory of the Leisure Class". Anthropological studies have evidenced that consumption, particularly conspicuous consumption, can be observed even in primitive societies. Post-modern theorists consider contemporary societies as "consumer societies", where consumption has transcended the need-satisfaction paradigm and become a tool for individuals to express their identities, attain status, secure a place in the social hierarchy, and seek instant gratification. In post-modern societies, consumption is highly revered, and hence, consumers hold significant importance. The more individuals consume, the more they contribute to the functioning of the capitalist system, earning them the tag of "good citizens". In the context of consumption meanings, Bauman elucidates the concept of "liquid surveillance", highlighting how consumers are monitored and tracked to amplify consumption. The biggest fear for members of consumer societies, according to Bauman, is the anxiety of not consuming enough. Baudrillard, on the other hand, perceives consumer society as a way to accustom individuals to consumption, viewing it as a form of socialization. Meanwhile, Marcuse, a Frankfurt School thinker, criticizes capitalism and the mass industry for creating false needs and describes how products are conditioned as a doctrine, transforming into a lifestyle. He also explains how individuals are assimilated into the system through consumption. Henri Lefévre, linking consumption with daily life, argues that individuals are not just conditioned through advertisements but also exposed to a worldview through them. Beyond theories proposed by social scientists, literary works also provide rich sociological insights into consumption. Dystopian works, despite their fantastical narratives and entertainment value, often address pressing social and political issues. Among dystopian novels, "The Hunger Games", "1984", "Fahrenheit 451", "The Handmaid's Tale", and "Brave New World" hold a special place. In this study, the views of Bauman, Baudrillard, Marcuse, and Lefévre on consumption are compared with the consumption portrayals in literary works. The novel "Brave New World" underscores consumption as "good citizenship", set in a dystopian context where being content with one's possessions equates to "regime hostility". The society in the novel follows the motto, "It is better to throw it away than to fix it" and "Low consumption is definitely a crime against society". The narrative references the Fordist production system, with individuals conditioned according to societal expectations right from their artificial, assembly-line 'birth'. The main purpose of this dystopian society's hatchery breeding is to produce more twins from the same egg and gametes of the same male because the system's continuity demands harder-working, more productive, and obedient individuals. A drug called "Soma" is provided to the citizens to help them enjoy their material comfort without questioning too much. Learning is facilitated through the sleep-learning technique called "hypnopedia". This society, where consumerism is celebrated, is a world of industry and consumption. Although the citizens believe they live in a utopian society, the reality is quite different. There are parallels between the discourses of the novel "Brave New World" on the consumption phenomenon and theoretical explanations. Many of the issues covered in this work, written in the 1930s, seem to have materialized in today's reality. The new implications of

consumption in consumer societies prompt individuals to consume more, and as they consume, they become increasingly alienated from themselves, their lives enmeshed with commodities. This transforms into a vicious cycle.