

Jan De Vries, *Çalışkanlık Devrimi: 1650'den Günümüze Tüketici Davranışı ve Hane Halkı Ekonomisi*, VakıfBank Kültür Yayınları, Çev. Ramiz Üzümçeker, 2024, 469 s. ISBN: 9786256647299

Değerlendiren: Ali Haydar Beşer

İçinde yaşamakta olduğumuz dünyanın ayırt edici özelliklerinin başında iktisadi ilişkilerin tarihte olmadığı kadar sosyal hayatın merkezinde yer alıyor oluşu gelir. 19. yüzyıldan itibaren *sosyal bilimlerin* oluşumunda etkili olan ve sonrasında da cevabını aramaya devam ettiği temel sorulardan biri esasen bu *yeni* durumun nasıl anlaşılacağı meselesidir. Siyaset bilimi, ekonomi ve sosyoloji başta olmak üzere sosyal-bilimsel disiplinler bir yandan mevcut gerçekliğin/yapının resmini çizmeye çalışırken diğer taraftan tarihsel süreci dikkate alarak *değişimi* anlamaya çalışır. Sosyal bilimlerin esasında süreklilik-değişim bileşimi bakımından, *modern* olanı önceki bütün değişimlerden büyük bir değişim olduğu önkabülüyle ele alır. Avrupamerkezciliği de zorunlu olarak bünyesinde taşıyan ve tarihte ilk defa değişimin süreklilikten çok daha fazla baskın ve bu denli belirleyici olduğu varsayılan bu dönem ne zaman başlamıştır, kırılma noktaları nelerdir ve hangi izlekleri takip etmiştir soruları 19. yüzyıldan beri çeşitli disiplinler tarafından çeşitli şekillerde cevaplanmaya çalışılan temel sorulardandır. Bu *yeni* dünyanın tarihini bir yerlerden başlatma gerekliliği aslında bir tür “hareket etmeyen hareket ettirici”yi bulma çabası olarak da okunabilir.

Jan De Vries’in 2008’de yayımlanan ve Türkçe’ye yeni çevrilen kitabı, söz konusu tarihin literatürde kısmen yerleşik hale gelmiş bazı kabullerini yapıbozumuna tâbi tutup, farklı değişkenleri dikkate alarak yeniden inşa etme teşebbüsünde bulunuyor.

@ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, alihaydar.beser@medeniyet.edu.tr

id <https://orcid.org/0000-0002-9496-2002>

DOI: 10.12658/D0388
insan & toplum, 2025;
insanvetoplum.org

Bu yeni formülasyonda ilk olarak arzın/üretimin yanına talebi/tüketimi etkin bir değişken olarak yerleştiriyor. Böylece modern değişimin en önemli bileşeni olarak Sanayi Devrimi'nin merkeze alındığı, üretim ve dolayısıyla arzın patlama yaptığı, sonraki bütün süreçlerin bu arzın ihtiyacı ve yönetimi etrafında şekillendiği anlatıyı yeniden sorgulamaya açıyor. İkinci olarak, teorik yaklaşımında analiz birimi olarak bireyi veya sistemi değil hanehalkını alıyor. Bu iki tercih etrafında formüle ettiği teorisini, iktisat tarihi çalışmalarının ampirik verilerinden hareketle iktisadi ilişkilerin tarihsel sosyolojisini yaparak inşa ediyor. Ana iddiası ise şöyle formüle edilebilir: “Çalışkanlık devrimi” Sanayi Devrimi ile beraber ortaya çıkmamıştır, bilakis çalışkanlık devrimi Sanayi Devrimi'nin zeminini hazırlamıştır (s.121). Şu halde ortaya çıkacak soru “çalışkanlık devrimi”nin ne zaman, nerede ve nasıl ortaya çıktığıdır. Bu sorulara verdiği cevap 17. yüzyılın ortalarında, Hollanda'da ve hanehalklarının yeni tüketici davranışlarıyla ortaya çıktığı şeklindedir (s.92). Yazar kitabının önemli bir kısmında bu tezi tarihsel olarak temellendirmeye çalışmaktadır. Son bölümde ise hanehalkının tüketici davranışlarını esas alan bu teorisinin 20. yüzyılda hâlâ geçerli olup olmadığını test etmekte, fakat başlangıcı açıklamada gösterdiği başarıyı, bütün ampirik veri yığına rağmen burada gösterememektedir.

Yazara göre çalışkanlık, Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkardığı yeni durumda sadece bir zorunluluk sonucu ortaya çıkmamıştı. Sanayileşme sonrasında insanların daha çok çalıştığı doğrudur, ama bu tek taraflı olarak sadece kişilerin icbar edilmesiyle değil aynı zamanda insanların da bunu istemesiyle gerçekleşmiştir. Diğer bir deyişle sadece edilgen olarak değil, insanlar kendi tüketim hedeflerini gerçekleştirmek üzere aynı zamanda etkin olarak daha fazla çalışmayı istediler. Dolayısıyla bu hem bir zorunluluk ama hem de bir “fırsat”tı (s.179). Bu fırsatı arayan fail ise bireyden çok hanehalkı ve onun “tüketim istekleri”ydi. Yani hanehalkları daha çeşitli ve daha çok tüketmek için daha çok çalışıyorlardı (s. 121). 17. yüzyılın ortalarından itibaren ilk defa Hollanda'da ortaya çıkan ve sonra İngiltere ve Avrupa'ya yayılan bu “yeni” arayışlar içerisindeki tüketici, deneme yanılma yöntemleriyle yeni “tüketim öbekleri” oluşturdu. Tüketim öbekleri çeşitli ürünler arasında yeni tamamlayıcılık ilişkileri kurmak, bu denemelerden elde edilen bilgi ise “tüketici sermayesi” anlamına geliyordu (s.59). Hanehalkının “piyasaya teslim olmak ya da ondaki değişimleri yansıtmak yerine onunla etkileşmeye yetecek kadar tutunuma sahip bir iktisadi birim” olarak ele alındığı bu yaklaşımda (s. 46) çalışkanlık devrimi sadece üreticilerin/arzın inisiyatifleriyle gerçekleşmemiştir. Aynı zamanda onunla etkileşim halinde “arayış içindeki etkin tüketici” de devrededir. Hanehalkının da belirleyiciliği ile bu tüketiciler “yaşam tarzını yeniden formüle eden tüketim öbeklerini inşa ederler” ve yeni arayışları ve beğenileri ile üreticiyi de etkilerler (s. 70). Ayrıca bu tüketim eylemi sadece üst sınıf davranışından veya alttakilerin üst sınıfı “taklit”inden ibaret değildi. Bunun için de

tüketim kültürüne giden yol zannedildiği gibi yukarıdan aşağıya doğru yayılan bir “virüs” gibi işleyen taklit sonucu değil, “yenilik” arayışıyla geliyordu. Bu aşamada “toplumsal gruplar yukarıya değil ileriye bakmaktadır.” (s.92). Söz konusu bu yenilik arayışı, yeni tüketim öbekleri ve bunları oluştururken elde edilen tüketici sermayesi daha çok çalışmayı beraberinde getirdi.

Hanehalkını analiz birimi olarak almış ve iktisadi ilişkileri sosyal ilişkilerin içerisinde konumlandırmış olsa da yazar halen söz konusu tarihsel süreci liberal bir perspektif içerisinde açıklamaya çalışmaktadır. Bunu yaparken aynı zamanda bir tüketim teorisi de geliştirmiş olmaktadır. Buna göre tüketim fayda sağlamak amacıyla yapılır. Fayda ise ikiye ayrılabilir: a) Konfor arayışı, b) Haz arayışı. Yazar bu ayrımı Tibor Scitovsky’den alarak daha analitik bir hale getirerek her birini tekrar iki alt kısma böler. Konfor arayışını; a1) bireysel konfor ve a2) sosyal konfor olarak ayırır. Bireysel konfor sınırlıyken sosyal konfor sınırsız ve doyumsuzdur. Tüketime daha çok sosyal ilişkilerdeki anlamına gönderme yapan sosyal konfor, Veblen’den itibaren Frankfurt Okulu temsilcilerinin ve daha sonrasında Baudriallard’ın “tüketim toplumu” analizlerinde işlediği türden bir tüketimdir. Buna göre tüketimin mübadele ve kullanım değerlerinin ötesinde sembolik değeri daha fazla öne çıkar. “Gösterişçi tüketim”i de içerisinde barındırdığı bu durumda artık asıl önemli olan bireysel konfor değil, tüketim vasıtasıyla “toplumsal bir değerler kodunun üretilmesi” ve diğerlerine gönderilen mesajdır (Baudrillard, 2000, s. 83). Kişi, tüketimini başkalarını da dikkate alarak gerçekleştirdiği için tüketim sadece kendi gelirinin değil aynı zamanda başkalarının gelirinin de bir fonksiyonudur. Yazarın burada vurguladığı farklılık, bu anlamda tüketimin zannedildiği gibi yeni bir şey olmadığı, çok daha erken bir tarihte ortaya çıkmış olduğudur. Dahası bu hayflanılacak bir şey değil “sevinilecek bir şey”dir (s.80). Zira daha önce ahlaki eğitimin bir parçası olarak bastırılan “öz-sevgi” tam da bu zamanlarda “kullanışlı ve yapıcı bir duygu” haline dönüştü (s.102) ve “daha üstün bir İyi’ye ulaşmayı sağladı” (s.113). Diğer bir söyleyişle yazara göre 17. yüzyılın ortalarından itibaren ortaya çıkan ve yayılan yeni tüketici davranışları daha müreffeh ve üstün bir toplum oluşmasına katkı sundu. Haz arayışını da yazar b1) (geleneksel) hedonizm ve b2) yenilik (modern hedonizm) olarak ikiye ayırır. Buna göre geleneksel haz arayışı çeşitli mallara duyulan iştahla alakalıdır ve doyumludur. Yenilik (modern haz arayışı) ise “arzu hülyalarına” dayanır ve tüketim eyleminden çok tüketim hayali ve beklentisi söz konusudur ve dolayısıyla doyumsuzdur. Çünkü tüketici sermayesi artmakta ve sürekli olarak yeni tüketim öbekleri oluşturmaktadır (s.66).

Sonuçta ortaya çıkan yeni dünyanın anlamlandırmasını yazar şu şekilde yapmaktadır: Sanayi Devrimi’nden önce bir aktör/fail olarak yeni arayışlar içerisindeki tüketici (hanehalkı) daha fazla çalışma ihtiyacı duymuş, bu talep sanayileşmenin

zeminini oluşturmuştur. Sanayileşme ile beraber bu talebini ancak işçi olarak daha fazla çalışarak yapabilir hale gelmiştir. Dolayısıyla bir yandan işçileşme baskısına maruz kalırken aynı zamanda bu, kendi talebini gerçekleştirmesinin bir imkanı olarak görülmüştür. Bu süreçte hanehalkının talepleri önemli ve belirleyici olduğu için aile yapısının yeniden düzenlenişi gerekli hale gelmiştir. Burada da süreç zannedildiği gibi sadece ailenin çeşitli işlevlerini terk etmesi ve bireyselleşme istikametinde ilerlememiş, aile içi geliştirilen yeni ilişkiler, işbölümü ve zamanın yeniden bölüşülmesi gerekliliği hanehalkını aktör olarak devrede tutmaya devam etmiştir. Yazar, bu açıklama şemasını sadece Avrupa'da zamansal bir karşılaştırma için kullanmamakta aynı zamanda Avrupa'nın diğer coğrafyalardan farkını ortaya çıkaran ayırt edici özellikler olarak da kodlamaktadır. O kadar ki yazara göre "çalışkanlık devrimi" Asya'da da görülmüştür, ama oradaki çalışkanlık sadece "arz-yanlı"ydı ve insanlar "daha üretken işçiler" haline geldiler. Avrupa'daki gibi "daha etkin ve yenilikçi tüketiciler" olmadılar. Dolayısıyla bunlar arasında asıl farkı oluşturan şey çalışkanlık ve üretim değil "hane halklarının tüketim kararları"dır (s.176). Bu açıklamayı yazarın sıkça başvurduğu yeni ürün terkipleri yapma kabiliyeti olarak "tüketim öbekleri" ve bunun birikimsel olarak daha rafine haline gelmesi olarak "tüketici sermayesi" kavramlarıyla beraber düşündüğümüzde alışık olmadığımız bir "oryantalist" açıklama ile karşı karşıya olduğumuz söylenebilir. Zira buradan çıkan sonuç şudur: Avrupa, sadece ürettiği için değil, aynı zamanda ve ondan daha önemlisi daha ince beğenilerle yeni tüketim biçimleri ve yeni ürün kombinleri yapabildiği için daha "medeni" ve üstündür.

Kitabın son bölümünde ise yazar, geliştirdiği teorik yaklaşımın ve kullandığı kavram setinin 20. yüzyıldaki iktisadi ilişkiler için de açıklayıcı olup olmadığını test etmeye çalışmaktadır. Yazara göre burada da hanehalkının iktisadi bir birim olarak gücü devam etmektedir. Fakat öncekinden farklı olarak "devlet bugün hane halkı kararlarına eskiden yapabildiğinden çok daha fazla karışıyor." (s.352). Devletlerin uyguladığı politikalar hanehalklarının eskiden yaptıklarını artık yapamamalarına sebep oluyor (s.353).

Yazara göre "eleştirel kültürel yorumlar" karamsar bir bakış ve "kuramsal zayıflık" ile sadece "tüketicileri aşağılama fırsatı" yakalamış oluyorlar (s.358). Oysa tüketiciler, üreticilerin kararları karşısında sadece edilgen bir pozisyonda değillerdir. Tüketiciler rasyonel ve etkin aktörlerdir. Zira "yetenekli bir tüketici olmak çaba, bilgi ve hesaplama gerektirir." (s.301). Bunun için de tüketiciler güdülen bir sürü gibi görülemezler. Oysa Zygmunt Bauman'a göre (2023, s.22) "tüketici toplumunda hiç kimse önce kendisi bir meta haline gelmeden özneleşemez ve yine hiç kimse satılabilir bir meta olmanın gerektirdiği ve ondan beklenen yetenekleri durmaksızın diriltmeden, hayata döndürmeden ve canlandırmadan güvenle özne olarak kalamaz."

İçinde yaşamakta olduğumuz ve hangi perspektiften bakarsak bakalım iktisadi ilişkilerin etkin olduğu bugünkü dünyayı anlama çabası sosyal bilimlerin en önemli sorularından biri olmayı sürdürecektir gibi gözüküyor. Bir iktisat tarihçisi olan Jan De Vries, alanının bütün ampirik imkanlarını kullanarak bu çalışmada tarihsel bir iktisat sosyolojisi yapıyor. Bugünkü sosyal gerçekliğe ister olumlayarak isterse de eleştirel bir perspektifle bakalım, en azından kitap bize şunu söylememize imkân verdiği için bile kıymeti hak ediyor: Etki dereceleri ve belirleyicilik gücü farklılaşsa da içinde yaşadığımız dünyayı hep birlikte ürettik!

Kaynaklar

- Baudrillard, J. (2000). Tüketim Toplumu: Söylenceleri/Yapıları. Çev. Hazal Deliçaylı ve Ferda Keskin. Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2023). Tüketici Hayat. Çev. Kübra Oğuz. Tellekt Yayınları.