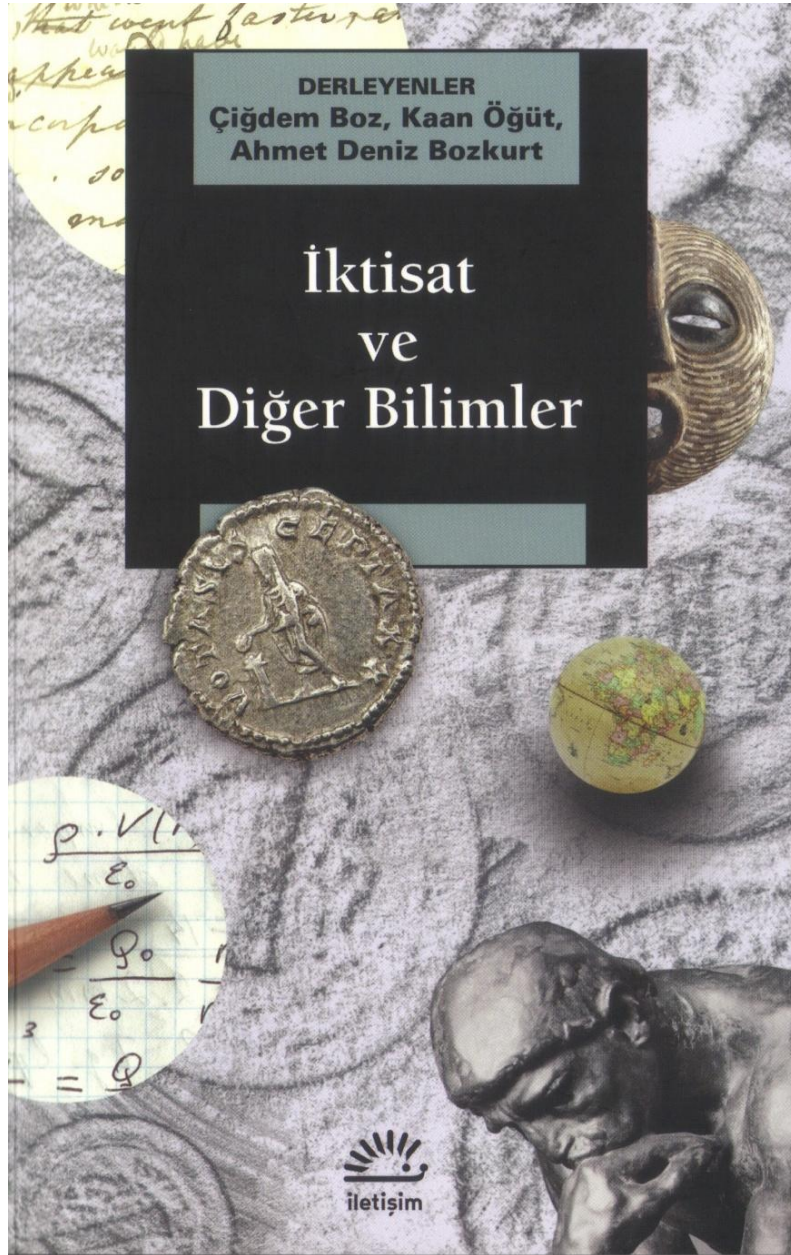




İletişim Yayınları 2504 • Araştırma-İnceleme Dizisi 412

ISBN-13: 978-975-05-2222-2

© 2017 İletişim Yayıncılık A. Ş.

1. BASKI 2017, İstanbul

EDİTÖR Tanıl Bora

DİZİ KAPAK TASARIMI Ümit Kıvanç

KAPAK Deniz Karagül

UYGULAMA Hüsnü Abbas

DÜZELTİ Melis Ofas

BASKI Ayhan Matbaası • SERTİFİKA NO: 22749

Mahmutbey Mahallesi, Devekaldırımı Caddesi, Gelincik Sokak, No: 6/3

Bağcılar, İstanbul Tel: 212.445 32 38 • Faks: 212.445 05 63

CİLT Güven Mücellit • SERTİFİKA NO: 11935

Mahmutbey Mahallesi, Devekaldırımı Caddesi, Gelincik Sokak,

Güven İş Merkezi, No: 6, Bağcılar, İstanbul, Tel: 212.445 00 04

İletişim Yayınları • SERTİFİKA NO: 10721

Binbirdirek Meydanı Sokak, İletişim Han 3, Fatih 34122 İstanbul

Tel: 212.516 22 60-61-62 • Faks: 212.516 12 58

e-mail: iletisim@iletisim.com.tr • web: www.iletisim.com.tr

İKTİSAT VE EDEBİYATIN DİSİPLİNLERARASI İLETİŞİMİ:
STEPHEN KING'İN
RUHLAR DÜKKÂNI ROMANINDA TÜKETİM*

ÇINLA AKDERE - ÖZGE METE

Semtinize yeni bir dükkân açılıyor. Bir de bakıyorsunuz ki orada yıllardır sahip olmak istediğiniz bir eşya... Adeta kendinizden geçiyorsunuz. Size paha biçilmez gibi görünen bu malın fiyatı makul. Eşyayı hemen satın alıp mutlu bir şekilde dükkândan ayrılacakken satıcı, mala sahip olabilmenizin bir şartı bulunduğunu söylüyor. Daha doğrusu, alışverişinizin tamamlanabilmesi için sizden, sonuçlarını kesinlikle kestiremediğiniz basit bir eylem gerçekleştirmeniz isteniyor: Bir semt sakininin bahçeye astığı temiz çamaşırlara, o evde yokken çamur fırlatmak ya da pencerelerine taş atarak camlarını aşağı indirmek; bir diğerinin köpeğini öldürmek, vb. Satıcının isteği size tuhaf geliyor, duraksıyorsunuz. Neden böyle bir şey yapmanız gerektiğini anlayamıyorsunuz. Dükkânda bulduğunuz nesneye ne kadar çok sahip olmak istediğinizi hatırlayarak satıcıya eylemi gerçekleştireceğinize dair söz veriyor, eşyanın parasını ödüyor ve evinizin yolunu tutuyorsunuz. Birkaç gün sonra da eylemi gerçekleştiriyorsunuz.

Çok geçmeden semtte tuhaf şiddet olayları yaşanmaya baş-

(*) Metnin içeriğiyle ilgili görüşlerini belirten Prof. Dr. Eyüp Özveren ile noktalama ve yazım hatalarına dair düzeltmeler ileten Doğu Eroğlu'na teşekkürlerimizle. Elbette tüm sorumluluk yazarlara aittir.

lıyor. Her sabah işe giderken selam verdiğiniz iki semt sakini yolun ortasında birbirlerini bıçaklayarak öldürüyor. Başka biri eve geldiğinde biricik köpeğini bıçaklanmış buluyor. En kötüsü de bu olayların nedenleri hakkında kimsenin en ufak bir fikri olmaması. Soruşturmayı yöneten polis memuru Pangborn ipuçlarından giderek ne olup bittiğini ortaya çıkarmaya çalışıyor. İşte o zaman anlıyorsunuz ki aslında siz bir Stephen King romanı karakteri olmuştunuz. İlk kez 1991 yılında *Needful Things* adıyla yayımlanmış ve Türkçeye *Ruhlar Dükkânı*¹ olarak çevrilmiş bir Stephen King romanında yaşıyorsunuz. Amerika'da, Castle Rock adlı küçük bir kasabadasınız. O sahip olmayı çok istediğiniz eşyayı gördüğünüz dükkân kasabaya yeni gelen garip görünümlü Leland Gaunt adında bir adam tarafından açılmış ve romanla aynı adı taşıyor!

Bir romanın karakterisiniz, yani kurgusal bir dünyada yaşıyorsunuz fakat bu gerçek hayatta sıklıkla karşılaşılan bir durumun içine düşmenize engel değil: Çok değer verdiğiniz ve sahip olmayı çok istediğiniz bir nesnenin sizi sonuçlarını öngöremediğiniz bir alışverişe sürüklemesi. Bu konuda birileriyle konuşmak iyi olabilir. “Bir iktisatçıya mı, edebiyat eleştirmenine mi yoksa bir psikoloğa mı gitmeli?” diye düşünüyorsunuz. Kafanız iyice karışık. Roman yazarları ezelden beri, iktisadi konulara dair romanlar yazdı. Bu romanlar insanların iktisadi davranışlarını ve toplumların sosyo-ekonomik koşullarını enine boyuna –kimi zaman kültürel, kimi zamansa tarihsel– boyutlarıyla ele aldı. Bu romanlar daha sonra da hem iktisatçılar hem de edebiyatçılar tarafından incelendi. Örneğin Charles Dickens'ın *Zor Zamanlar*'ı [*Hard Times*] endüstri devrimi döneminin İngiltere'sini konu aldı. Kırdan şehre göç eden işçilerin emek gücü sayesinde fabrika bacalarından yükselen dumanların griye boyadığı Coketown kasabası sakinlerinin hayatı anlatıldı. Roman, iktisat felsefesine ilişkin bir tartışmayı da ortaya koydu. Bu tartışmada, toplumun farklı sosyal sınıflarının temsilcileri ekseninde, iktisadi aktivitenin itici gücü olan yarar ve kâr odaklı, temel duygusal ihtiyaçlarından ayrıştırılmış fayda-

1 Romana verilen referanslar, sadece sayfa sayısı ile belirtilecektir.

cı [utilitarist] insan doğası anlatıldı.² John Dos Passos'un *Büyük Para* [*The Big Money*] adlı romanı I. Dünya Savaşı sonrası Amerika'ya dönen ve kapitalist sistemin yarattığı büyük zenginlikten kendine pay almak isteyenlerin yönelimlerini konu aldı. Uçak sanayinin henüz atağa geçmediği ve Ford araba bayilerinin getirisinin en yüksek yatırım olarak görüldüğü dönemde sade vatandaşın finansal piyasalara yaklaşımını da ortaya koydu.³ André Gide ise *Kalpazanlar*'da [*Les Faux-Monnayeurs*] felsefi tartışmayı daha da soyut bir seviyeye, değer anlamını sorgulama noktasına taşıdı. Dolaşımdaki parayı, el değiştirirken insanların birbirleriyle çok da temas etmeden yüzeysel ilişkiler içinde olmasını sağlayan bir aracı olarak resmetti.⁴

King'in *Ruhlar Dükkânı* romanının ortaya koyduğu iktisadi bağlam üzerine henüz herhangi bir akademik çalışma yapılmamıştır. İngilizcesi *Needful Things* olan roman, Türkçeye *Ruhlar Dükkânı*, Fransızcaya *Bazaar* [*Pazar*], Almancaya *In einer kleinen Stadt* [*Küçük Bir Şehirde*], İtalyancaya ise *Cose Preziose* [*Değerli Şeyler*] gibi birbirinden oldukça farklı şekillerde çevrilmiştir. Bahsedilen bu iki durum romanı yorumlamaya dair belli başlı çekincelerden kaynaklanabilir. Örneğin *needful* kelimesini farklı dillere tercüme etmenin yayıncıları zorlamış olduğu varsayılabilir. King sanki bunu öngörmüşçesine sordurur roman karakterlerine:

Levhada; “GEREKLİ ŞEYLER” yazılı. Şimdi... bu ne anlama geliyor? (s. 11); Ayrıca dükkânın adı da ilgisini çekiyordu: “Gerekli Şeyler”. Bu ne anlama geliyordu? (s. 14); “Anne, Gereklili Şeyler ne demek? Bu...” Annesi bu zor soruyu geçiştirir: “Beni rahatsız etme şimdi, Brian. İşim var.” (s. 17); “Mağaza nasıl bir yer? Adam ne satıyor?” “Hemen her şey. Beni tabancayla tehdit etseydin o zaman, antikalar ve hediyelik eşyalar, derdim. Aslında mağazayı tarif etmek imkânsız. Orayı kendin görmelisin.” (s. 57-58).

2 Bkz. Sigot ve Akdere, 2017.

3 Bkz. Akdere, 2014.

4 Bkz. Akdere ve Baron, 2017.

Roman başlığının çevirileri içerikten çok mekâna atfı yapar. Oysa Amerikalı ünlü korku romanları yazarı King 2006 yılında *Paris Review* için verdiği bir röportajda *Ruhlar Dükkânı*'nın aslında, "80'li yıllara dair Reaganomik bir eleştiri" olduğunu söyler. Bir başka deyişle King, Reagan dönemine ait iktisat politikalarını eleştirmek için bu romanı yazdığını açık ve net bir şekilde ifade eder: "O yıllarda insanlar her şeyi satışa çıkarır ve satın alırlardı, ruhlarını bile. Leland Gaunt'u, yani ruhları satın alan dükkânın sahibini hep Ronald Reagan'ın bir arketipi olarak gördüm: Karizmatik, biraz yaşlıca, sattıkları ne kadar saçma sapan olsa da pırıl pırıl görünen biri." Bahsedilen dönem, neoliberal politikalar sayesinde arzın iyice arttığı şaşırtıcı bir dönemdir. Amerikan devlet politikalarının I. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkmaya başlayan "tüketim toplumu" fenomenine hazırlık olarak kabul edilecek böyle bir zamanda tüketim, üretim ve dağıtım ile bağlantısını kopararak adeta kendinden menkul bir iktisadi konu olarak var olmaya başlamıştır. Bu fenomenin sosyal bilimlerin ve sanatın birçok dalını meşgul eden konuların başında olduğu fark edilmektedir.

Bu çalışmanın konusu *Ruhlar Dükkânı* romanındaki iktisadi gerçekliğin doğasını ortaya koymaktır. Hem romanların hem de iktisat teorilerinin ortak konusu olan tüketim davranışı *Ruhlar Dükkânı* bünyesinde karşılaşılan edebiyat ve iktisat işbirliği etrafında incelenecektir. Öncelikle, iktisadi düşünce tarihi boyunca iktisatçıların ana konusu olmuş tüketimin roman-da nasıl işlendiğine değinilecektir (1). Daha sonra, edebiyat ve iktisat arasındaki olası diyalogların doğasına, disiplinlerarasılık [interdisciplinarity], çokdisiplinlilik [multidisiplinarity] ya da pluridisiplinarity ve disiplinlerötesilik [transdisciplinarity] terimleri tanımlanarak yaklaşılabilecektir (2). Devamında, romanın geçtiği Castle Rock kasabasının huzurunu bozan tüketim ve değiş tokuş sistemi, iktisada ek olarak sosyolojik ve kültürel çalışmalardan da yararlanılarak sorgulanacaktır (3). Nihayetindeyse romanda, ana akım iktisat teorilerinin değinmediği fakat davranışsal iktisat çalışmalarına konu olan "sahip olma dürtüsü" tanımlanacaktır (4).

Tüketim fikri

1870 sonrası ortaya çıkan iktisat teorileri, klasik iktisatçıların emek-değer teorisi aracılığıyla ulaşamadıkları ölçü olan "fiyatı" tanımlamak için kolları sıvar. W. S. Jevons, A. Marshall ve L. Walras'ın başını çektiği ve daha sonra "Marjinalistler" adıyla ünlenecek düşünce okulu, kısıtlı bir gelire ve zamana sahip iktisadi aktörlerin tüketim davranışlarının amacını, "faydalarını ençoklaştırmak" olarak kabul eder. Bireyleri böylesine bir hesabı hatasızca yerine getirecek kadar bilişsel donanım ve irade sahibi gören teorik yapı, fayda ve ihtiyaç kavramlarını tanımlamada oldukça yetersiz olsa da, fiyata dair bir ölçü geliştirdiği için en çok takip edilen okul haline gelir. Neoklasik ya da ana akım iktisat teorileri olarak anılan bu okul faydayı "marjinal fayda", "fayda fonksiyonu" ve "doyum noktası" gibi terimler aracılığıyla matematiksel bir düzlemde tanımlar. Buna göre, bir malın ve/veya hizmetin bize fayda sağlayıp sağlamadığını onun yarattığı marjinal faydaya, yani kullanımındaki bir birimlik artışın genel fayda seviyesinde yarattığı artışa göre anlarız. Genel fayda seviyemizi ise "fayda fonksiyonumuzu" oluşturan farklı mal ve/veya hizmetlerin bize sağladığı fayda düzeyi meydana getirir. Bu düzey sayısal olarak ifade edilir. İhtiyaç kavramı fayda kavramı gibi matematiksel olarak tanımlanmaz. Bu yüzden de teorinin dışında kalmaya mahkûmdur.

Faydalı olduğunu düşünmek bir malı ve/veya hizmeti talep etmek için en geçerli nedendir. Fayda getireceğine inanıldığı sürece mal ve/veya hizmet satın alınmak istenir. Mal ve/veya hizmete dair talep olacağına inanılması da onları arz etmek için en büyük sebeptir. Sahip oldukları ya da kullandıkları mallar ve/veya hizmetler kişileri "doygunluk noktasına" ulaştırır. Bu noktaya ulaşan tüketici durur çünkü bundan sonra kullanacağı mal ve/veya hizmetin kendisine fayda getirmeyeceğini bilir. Buradaki "doygunluk" kavramı hangi ihtiyaç ya da ihtiyaçların doyurulmasıdır, bilinmez. Yapılan alışverişlerin fiziksel, duygusal ya da sosyal ihtiyaçlarımıza karşılık gelen boyutları sorgulanabiliyor olsaydı, "doygunluk" kavramına dair düşün-

bilmemiz için bir kapı aralanabilirdi. Fakat ana akım iktisatçılar için alışverişin ya da değişimin niteliği değil işlevi önemlidir. Alışveriş ya da değişim teoride, arz ve talep miktarının eşitlenmesine olanak vererek üretilen mal ve/veya hizmetin fiyatının belirlenmesi için bir düzlemdir sanki. Yani alışveriş baha-ne, fiyatı belirleyebilmek şahane! Oysa insanlar tarih öncesinde de ihtiyaçlarını tatmin etmek için alışveriş yaparlardı. Alışverişin niteliği insanların farklı dönemlerdeki yaşayışlarına dair envai çeşit bilgi verir.

Neoklasik iktisat teorileri genel bir iktisadi davranış biçimini klasiklerden aldıkları mirasa kısmen sadık kalarak tanımlar. Kısıtlı bir gelire ve zamana sahip iktisadi aktörlerin tüketim davranışlarının amacını “faydalarını ençoklaştırmak” olarak kabul ederler. Faydalarını nasıl en üst düzeye getireceklerini çok iyi bilen, yani bilişsel donanımları ve iradeleri kaya gibi sağlam bireyler “rasyonel iktisadi bireylerdir.” “Mükemmel rasyonellik” (Zouboulakis, 2014) olarak adlandırılan bu durum özellikle Smith (1751, 1776) ve Mill (1836) tarafından yapılan iktisadi birey tanımlarının temel argümanıdır.

Smith, karar alma sürecine genel doktrininde yer verir. *Theory of Moral Sentiments* (1759) adlı eserinde “kendi çıkarına göre hareket eden” [*self-interested*] bireyin; *The Wealth of Nations*’da (1776) ise ticaret yapan ulusların rasyonelliğini tanımlar. Ona göre bireyler de uluslar da ahlâklı, yani karşısındakilerle empati halinde hareket etmelidir (Zouboulakis, 2014, s. 2). Smith’e göre, “iki karar alıcı her ne kadar kendi çıkarlarını düşünse de, kendilerini karşılarındakinin yerine koymalıdır.” (Akdere ve Büyükboyacı, 2015, s. 109). Çünkü toplum düzeni ancak bu sayede oluşur. Böylece herkes karşısındakini izleyen bir üçüncü göz [*impartial spectator*] geliştirerek sadece kendisinin çıkarıyla meşgul olmaz; karşısındakilerin çıkarını da düşünerek alışverişin [*exchange*] iki taraf için kazançlı olduğu bir ortam yaratmaya çalışır.

Mill ise bireyin iktisadi davranışındaki ahlâki karakteri geriye atarak “zenginlik arzusunun” öne çıkarır. Bunu yaparken izlediği yol insana dair başka arzuları teori dışı bırakmayı öner-

mek gibi gözükse de aslında tam da böyle değildir (Akdere, 2011). Böyle bir soyutlamayı kendi araştırma nesnesini ve alanını belirlemek isteyen birçok disiplin gibi, iktisat için kaçınılmaz olarak görür. İktisata dair yapılmış birkaç tanımı ortaya koyarak en uygununu aradığı “On the Definition of Political Economy; and on the Method of Investigation Proper To It” adlı denemesinde “zenginlik arzusunun” frenleyen iki saiki, “çalışmaya karşı hissedilen iğrenme” [*aversion to labor*] ve “bedeli olan zevklerden çabucak yararlanma arzusu” [*desire of the present enjoyment of costly indulgences*] olarak belirler (Mill, 1836, s. 321). Bu saiklerin kararlar üzerindeki etkisi teoriyi oluşturma safhasında dışarıda bırakılsa da, Mill’e göre belirli bir vaka incelenirken tekrar gündeme getirilmez. Bu saikler sosyolojinin, psikolojinin, etnolojinin (milli karakter bilimi), antropolojinin, biyolojinin ve daha birçok farklı disiplinin konularına girer. İktisatçıyı vakaya aynı zamanda hem sosyolog hem psikolog hem tarihçi hem antropolog hem de biyolog gibi yaklaşılmaya zorlar.

Smith ve Mill’den alınan miras der ki, geçmişten getirdiği bilgi ve geleceğe dair öngörülerıyla seçim yapan birey her zaman rasyonel seçimler yapar. Bu seçimleri yaparken kişilerin önlerindeki seçeneklerin hepsi hakkında fikir sahibi olduğu ve bunları enine boyuna değerlendirecek zaman ve imkâna sahip olduğu varsayılır. Bu süreç çok hızlı işler ve sonuçlanır. Her seferinde bireyin kendisine en çok faydayı getirecek seçeneği seçtiği varsayılır. Bireyin iktisadi davranışlarını bu kanıtlanmamış hipoteze dayandırmak bazı kesimleri rahatsız etmiştir. Örneğin neoklasiklerle aynı dönemde tüketimin niteliğini sorgulayan T. Veblen, tüketimin aynı zamanda “gösteriş” gibi sosyal saiklerle de yapıldığına dikkati çekmiştir. İktisat ve psikoloji arasındaki ilişkinin 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren canlanmasıyla, bu işbirliğinden doğan davranışsal iktisat akımı rasyonellik hipotezini deneyler yaparak sına-yoluna gider. 1970’lerden bu yana gittikçe artan bir ilgi gören bu okul, deney tasarımları sayesinde tüketim davranışını genelgeçer yargı ve ispatı olmayan hipotezlerden kurtarmayı

amaç edinen bir araştırma programını yürürlüğe koyar. Tasarlanan her deney sayesinde iktisadi aktörlerin hangi şartlar altında hangi tüketim tercihlerini yaptıkları incelenir. Psikologlar D. Kahneman ve A. Tversky⁵ öncülüğünde başlayan bu çalışmalar, “özellikle belirsizlik altında yargılama ve karar verme konularında, iktisadi araştırmaya psikolojik sezgi ve kavrayışı dahil ettikleri için” 2002 yılında Nobel ödülüne layık görülmüşlerdir. İktisat ve psikoloji arasındaki işbirliği sayesinde tüketici tercihleri analizi derinleşip zenginleşir. Deneyler sayesinde kurgusal bir dünya yaratılarak deneklerden bu kurguya inanmaları ve bu inanç dahilinde hareket etmeleri istenir. Bu esnada deneklerin soyutlama yeteneklerine hitap edilmektedir. *Ruhlar Dükkânı* romanındaki tüketicilerin, davranışsal iktisatçıların deneyler sayesinde keşfettikleri “sahip olma dürtüsünün” hâkimiyeti altında hareket ettikleri gözleniyor. Bu konuya ilerleyen sayfalarda dönülecektir.

King’in *Paris Review* için verdiği 2006 tarihli bir röportajda *Ruhlar Dükkânı*’nı Ronald Reagan’ın (1911-2004) iktisadi politikalarını eleştirmek için yazdığını kendi ağzıyla söylemesi eleştirmenlere ve yorumcularına yaptığı büyük bir iyiliktir aslında. Yazar, “80’lerin Amerika’sındaki ‘Reaganomics’e karşı bir eleştiri yazdığımı düşünüyordum.” (*Paris Review*, 2006) şeklinde demeç verir. “Reaganomics”, “Reagan” ve “economics” kelimelerinin birleşiminden oluşmuştur. Bu kelimeyi “Reagan’ın iktisadi” ya da “Reagan’ın iktisadi düzeni” ya da “Reagan kapitalizmi” olarak tercüme edebiliriz. Romana yansıyan Reagan dönemi etkisi hem uyguladığı iktisadi politikalar hem de Reagan’ın görünüşü üzerinden kendini belli eder: “Bilirsin, insanlar her şeyi, ruhlarını bile alıp satarlar. Leland Gaunt’u her zaman, Ronald Reagan’ın örnek oluşturmuş olduğu, ruhları satan bir satıcı gibi gördüm: Karizmatik, orta yaşı biraz geçmiş, aslında hiçbir şey ama görünüşte parlak ve ışıltılı görünen ıvrır zıvırlar satan bir dükkân sahibi” (*Paris Review*, 2006). King, Reagan eleştirisinin ana hatlarını özetler: sahip olma dü-

tüsü, açgözlülük ve tüketim. Yazar 2009’da *Time*’a verdiği röportajda kitabıyla ilgili bir yazının konuyu tamamen ıskaladığını ileri sürerek açıklama yapar. Bu dönemin en büyük özelliğinin “istenen her şeye sahip olmak” dürtüsünün teşvik edilmesini olduğunu söyler:

Genelde yazdığım kitaplarla ilgili berbat tanıtım yazıları çıktı – ve bu kez de asıl konuyu tamamen ıskalayan bir tanesiyle karşı karşıyayım. Bu kitabı yazma fikri bir anda oluştu. Şöyle düşündüm: “Eğer biri bu kasabaya gelip tüm insanları birbirine kötü şeyler, muziplik etmek gibi, yapmaya ve gerçekten istedikleri şeyleri almaya zorlasa ne olur?” Sonra bu, bence, Ronald Reagan’ın “açgözlülük, tüketim iyidir” mottosuna karşı bir eleştiriye dönüştü. Bence bu oldukça eğlendirici bir kavram. Ayrıca bunun öne çıkması da eğlenceli oldu, kara mizah-taki gibi. Bu kitap gerçekten bir Amerikan düşüncesi olan istenen her şeye sahip olmak iyidir fikrini eleştiriyor. Bence bu iyi değil. (*Time*, 2009).

Ne büyük tesadüftür ki Gerekli Şeyler dükkânının sahibi Leland Gaunt romanda, “Ben insanların sahip olma gururu dedikleri şeyi çok iyi bilirim. Bu benim meslek hayatımın temel taşı oldu,” (s. 335) der ve Hugh Priest’le arasında geçen diyalogda alışveriş anlayışını ifade eder: “Bu dünya her şeyin... her şeyin satılık olduğunu bilmeyen ve ihtiyaç içinde kıvranan insanlarla dolu... Bedelini ödemeye hazırsan, her şeyi alabilirsin.” (s. 71)

Castle Rock 80’li yıllardaki Amerika’nın bir minyatürüdür. Reagan Amerikan ekonomisini 1969 ile 1980 arasında başkanlık yapmış Eisenhower, Kennedy ve Johnson’dan devralır. Reagan, tüketimi artırmak için arz yanlı iktisat politikalarını uygulamaya koyar. Aynı dönemde İngiltere Başbakanı Margaret Thatcher tarafından da benimsenmiş bu politikalar *Thatcherism* olarak da anılmıştır (Doğan, 2006, s. 253). Arz yanlı iktisat ve *laissez-faire*’i benimser. Rekabet serbest ticaretin temelinde yer alır.

5 Tversky 1996’da aramızdan ayrılrsa da çalışmalarının çoğunu ortak gerçekleştirdiklerinden birlikte Nobel almış gibi düşünülmektedirler.

Rekabet yaratma Gaunt'un da gündemindedir. Elvis Presley hayranı olan ve dükkândaki Presley'e ait olduğu söylenen fotoğrafı almak isteyen Myra ve Cora arasında rekabet yaratır: "Adam Cora'dan söz eder etmez Myra çabucak başını kaldırdı. Çevresi mor lekeli gözleri çukura kaçmış, dudakları öfkeyle gerilmiş ve dişleri ortaya çıkmıştı. Şimdi iyice çıldırmış gibi görünüyordu. 'Fotoğrafı ona mı satacaksınız?' Sesi ısıktan farksızdı. Bay Gaunt, 'Ben serbest ticarete inanırım,' dedi. 'Amerika'nın büyük bir ülke haline gelmesini sağlayan da budur.'" (s. 100)

Gaunt şerifle münakaşası sırasında yine bu konuya değinir:

"Bavul ve içindekiler benim! Siz serbest ticarete inanmıyorsunuz, Şerif Pangborn? Nesiniz siz? Bir tür komünist mi? O bavuldaki her eşya için ayrı ayrı pazarlık yaptım! Onları hakkımla elde ettim. İstedığınız ödül, ücret, komisyon ya da rüşvet mi? Bunu anlayabilirim. İstedığınız parayı da memnuniyetle veririm. Ama bunun kanun değil, işle ilgili bir konu olduğunu anlamalısınız." (s. 517-518)

Reagan dönemine özgü insanları tüketmeye, para harcamaya ve nesnelere sahip olmaya yönlendiren olgulara romanda rastlamak mümkündür. Reagan döneminde tüketimin artması kişisel tasarruflar ile işletme yatırımlarını harekete geçiren vergi teşvikleri ile sağlanır. Bu teşvikler bütçe açığına neden olsa da, 1990'lardaki büyümenin 1993'te bilanço açıklarını ve olası üretimi azaltan vergi arttırmalarını tetiklediği söylenmiştir (Bartlett, 2003, p. 1). Niskanen ve Moore (1996) Reagan'ın iktisat uygulamalarını birkaç satırda özetler: doların değerini dengeleyen ve kontrolden çıkan enflasyonu durduracak sınırlayıcı bir mali politika; tasarrufu, yatırımı, çalışmayı ve ekonomik etkinliği teşvik edecek yasalar; yurtiçi harcamaya sınırlama getirerek bütçeyi dengeleyen politikalar ve devlet düzenlemelerini azaltmak. Bu kararların bir kısmı "devrim" niteliğinde, diğerleri ise olumlu fakat kişi başına düşen milli geliri çok da yükseltmemiş uygulamalardır. Reagan'ın serbest piyasa ekonomisine dayalı

politikaları refah kapitalizmi olarak görülmüştür (Hobsbawm, 1996, s. 290). Bununla beraber Reagan döneminde kısa vadede planlanan politikaların gerçekleşemediğini, para arzının sıkı politikalar nedeniyle hızlı bir düşüş yaşadığını gözlemlemek de mümkündür (Salman, 2012, s. 68).

Reagan'ın politikalarına dair eleştirilerin kendi döneminde olmasa da iktidarı sonrası daha belirgin hale geldiği belirtiliyor (Kovancılar, 2013, s. 74). Eleştiriler daha çok üç farklı teori ekolden gelmiştir: Keynesyenler, Rasyonel Beklentiler ekolü ve Avusturya ekolü (Bartlett, 1982, s. 40). İlk grup, "talepkâr" olan Keynesyenler, arz bazlı bir sisteme karşı çıkar (Bartlett, 2003, s. 1). İkinci grup borcu para olarak piyasaya sürmede zorlanacak federal kaynağın baskı yaşayacağını düşünmekte ve bunun da nihai olarak enflasyona yol açacağını savunmaktadır (Bartlett, 1982, s. 42). Son grup ise Reaganomik politikalara, vergileri yükseltip harcamayı kısıtlayarak karşı dururlar (Bartlett, 1982, s. 43).

Dünya Bankası ve IMF gibi uluslararası kuruluşların neoliberal görüş doğrultusunda oluşturduğu ve "Yapısal Uyum" adını verdiği programlar, 80 sonrası dönemde neoliberal politikaların yayılmasını hızlandıran etkenlerdendir (Erdoğan ve Ak, 2003, s. 7). Bu tür bir "tüketim kapitalizminde" denetimci bir mekanizma, piyasa ile paraya hâkim olan kişilere rahat harcamanın önünü açmıştır. Kültürel bir değişim oluşur, tüketici insan figürü ortaya çıkar. Artık insanlar harcamaya yönelik düşünce ve hayallerini hayata geçirmek için güdülenmiştir (Demirel ve Yeğen, 2015, s. 122). Wills'e göre, Reagan "Marlboro Man" imajı oluşturarak modern kapitalizmin de kendine güvenen insan tasvirine dayandığını belirtmiştir ki bu bir algı kırılması olarak görülebilir (Wills, 1988, s. 11; Hutchinson, 2008, s. 19).

Sahip olma arzusunun, bu uğurda harcama yapmaktan kaçınmama vurgusunu romandan takip edebiliyoruz. Elvis Presley hayranı olan Myra, Presley'nin fotoğrafını satın alabilmek için adeta Gaunt'a yalvarmaktadır. Satıcı ise fotoğrafın fiyatını artırmakta, adeta Myra'nın bu nesneyi ne kadar çok elde etmek

istediğini test etmek için sınırlarını zorlamaktadır. Yeterli parası olmayan Myra ise ne yapacağını şaşırmış haldedir:

“Yetmiş dolardan fazlasını istiyorsanız o zaman çek vermem gerekir. Chuck o zaman bunu fark edip parayı nereye verdiği mi öğrenmek isteyecek. Tabii açıkladığım takdirde de o... o...” Bay Gaunt, ‘Bu benim sorunum değil,’ dedi. ‘Ben evlilere önerilerde bulunan bir uzman değil, bir tüccarım.’ Baş eğik, kadının terden yapış yapış olan kafasına bakıyordu. ‘Başka birinin artık ölmüş olan Bay Presley’nin bu eşsiz resmini alacak parası olduğundan eminim. Örneğin Bayan Rusk’ın.” (s. 100)

Gaunt’un Cora ya da başka birine bu nesneyi satabileceğini söyleyerek rekabeti kamçılaması onun kıskançlığını büsbütün alevlendirmiştir. Diyalogun sonunda da fazlaca para ödeyerek ve bir ‘şaka’ yapmayı kabul ederek fotoğrafı satın alır. Görüldüğü üzere roman iktisadın inceleme alanına giren faaliyetlerle dolu bir dünyayı yansıtmaktadır. Bu durum iktisat ve edebiyat arasında disiplinlerarası bir iletişim yaratmıştır.

Disiplinlerin birbirleriyle teması

Disiplinlerarasılık gerçekten de mümkün müdür? Disiplinler arasındaki diyalog her zaman ortaklık yaratır mı? Hele de edebiyat ve iktisat gibi birbirinden çok farklı epistemolojik düzlemlerde gerçekleştirilen iki pratik arasında bu ortaklığın ne kadarını yakalamak mümkündür? Sosyal bilimler, temel bilimler ve iktisadi bilimler kendi aralarında ortak bir problematik yaratacak kadar birbirlerine eklemlenebiliyor olsa da, gerçekten de ortak bir araştırma nesnesi ortaya çıkarabilir mi? (Picon, 1989, p. 230)

İktisat ve edebiyat ortak çalışma alışkanlığı olmayan, birbirinden oldukça farklı iki alandır. Zaman zaman edebiyatçılar iktisadi konuları işleyen metinleri incelese ya da iktisatçılar, edebi analizin metod ve araçlarıyla iktisadi metinlere yaklaşırsa da bu, iki alan arasında bir köprü kurmaya yetmez. Köprüler kurulabilmesi için her şeyden önce, iki tarafın birbirlerine kar-

şı geliştirdikleri umursamazlık ve kuşkudan vazgeçmeleri gerekir. Bunun yanında, iki disiplin arasındaki diyalog son yıllarda birçok araştırmaya konu olmuştur (Pignol ve Akdere, 2016).

Crossing boundaries: economics and its neighbours (2001) adlı kitapta G. Erreygers, disiplinlerin karşılaşmalarına dair sorunların iktisatın diğer disiplinlerle olan ilişkilerinde de gündeme geldiğini yazar. Erreygers’e (2001) göre bu karşılaşmalar da iktisatçıların soyutlamalarıyla sosyal bilimlerin somut vaka analizleri karşı karşıya gelir. Fakat Lazear’ın (2000, s. 102; Erreygers, 2001, s. 1) yaptığı gibi, “sosyal bilimlerin başarısız olduğu yerde iktisat bilimi başaranır, çünkü iktisatçılar soyutlar” demek disiplinler arasında gereksiz bir rekabet yaratır. Farklı alanların birbirini tamamlama olasılığını göz önünde bulundurmak daha yapıcı bir tavidir. Mesela iktisatçıların ölçüm tutkusu, katı nedenselliklere meyletmesi ya da doğalarına bakmaksızın olaylar arasında etkileşim olduğuna [*correlation*] dair hızlı yargıda bulunmaları, büyük resmi görmelerini engelleyebilir. Bu durumda onların “göz ardı ettikleri ayrıntılar için, fenomeni gözlemleyen sosyal bilimlerden yardım alınabilir” (Lazear, 2000, s. 103; Erreygers, 2001, s. 2).

İktisatçılar, varsayımsal hipotezlere dayanan, gerçek hayatı tüm boyutlarıyla ele almayan indirgemeci ve soyut dünyalarını belli bir ülke ve zamana dair yargıda bulunacakları zaman terk etmek zorunda kalırlar. Bunun sonucunda, teorelin soyut dünyası ile gerçek dünyanın işleyişi arasında farklılıklar ortaya çıkar. Bu farkları anlamak için çoğu zaman başka disiplinlerden gelecek bilgilere ihtiyaç duyarlar. Disiplinlerin birbirlerinin bilgi birikimlerinden, metodlarından ve yaklaşımlarından yararlanma biçimleri çeşitlidir. Disiplinlerarasılık terimi bu pratiklerin geneline verilen isimdir. Farklı disiplinler arasındaki etkileşim disiplinlerarasılık literatürünü oluşturur. 1990’lı yıllarda çeşitlenen bu çalışmaların önemi, çağımızın sorunlarının karmaşık doğasını ve bu sorunlara tek tek disiplinler tarafından getirilen çözüm önerilerinin yetersizliğini ortaya koymasındır.

İngilizcesi *disciplinarity*, Fransızcası *disciplinarité* olan ve Türkçeye “disiplinsellik” ya da “disiplincilik” olarak çevrilen

kavram farklı şekillerde tanımlandı. Morin'e (1997, s. 21) göre bir disiplin "bilimsel bilgiyi organize eden bir kategoridir" ve "bu organizasyon, bilgiyi bölüştürerek, kurumsallaştırarak ve bilginin kapsadığı alanların çeşitliliğine hitap ederek yapılır." Bir disiplin, geniş bir bilimsel alana yayılsa da bağımsızlığının sınırlarını, oluşturduğu kendine özgü dil, kullandığı ya da geliştirdiği kendine özgü teoriler gibi parametreleri temel alarak ilan eder (Morin, 1997, s. 21). Dolayısıyla bilimsel disiplin ya da sanat dahil dediğimizde aklımıza kendi terminolojisini, metodunu, tarihini ve nihayetinde bağımsızlığını ilan etmiş adacıklar gelebilir.

Disiplinsellik 19. yüzyılda modern üniversitelerin kurulması, 20. yüzyılda da geliştirilmesiyle iyice gelişen bilimsel yaklaşım ve araştırmaların ürünüdür (Morin, 1997). Bir disiplinin gelişimi dört döneme ayrılır: doğum, kurumsallaşma, evrim, sönme. Disiplinin iki rolü vardır: "bilginin muğlaklığının ortadan kalkmasını sağlayan bir uzmanlık alanı oluşturmak" ve "bilimsel eğitim sağlanabilmesi için ilgi çekici bir konu sunmak" (Morin, 1997, s. 21). Fakat aşırı uzmanlaşma [*hyper-spécialisation*] sonucu disiplin odaklandığı konuyu daha büyük bir resmin parçası ya da insan eliyle yaratılmış bir bağlam olarak değil, sadece kendinden menkul bir şey gibi görmeye başlayabilir. "Şeyleştirme" denen bu tuzağa düşüldüğünde, yani aşırı uzmanlaşma sonucu, disiplinin dışarıdan gelen bilgilerle etkileşimi engellenmiş olur (Morin, 1997, s. 22).

Disiplinler, tarihlerinin belli noktalarında kendilerini konu ve metot yönünden izole etseler de, geçmişlerinde farklı disiplinlerle temas etmiş, gelecekte de edeceklerdir. "Disiplinlerarasılık" [*interdisciplinarity*] hem disiplinlerin birbirleriyle karşılaştıklarında ortaya çıkan pratiklerin genelini kapsayan bir terimdir hem de bu pratiklerden birine verilen addır (Mâki, 2007). Morin (1997, s. 28) aynıysa için "birçok disiplinin ortak bir proje ya da nesne etrafında birleşmesi" olarak tanımladığı "çokdisiplinlilik" [*polydisciplinarité*] terimini kullanır. Özellikle disiplinler karşılaştığında ortaya çıkan tanımlanması zor arada kalmışlığa atıf yaptığından, biz ilk terimi kullanmayı tercih ediyoruz.

Çokdisiplinlilik ya da disiplinlerarasılık aslında oldukça fazla "yanılsama" ve "hayal kırıklığı" da içeren moda bir konudur (Mâki, 2007). Disiplinlerarasılık bir bilim değildir, bir pratiktir (Picon, 1989, s. 239). Fakat genel pratik kendini farklı biçimlerde gösterir. A. Caillé, *La Revue de Mauss*'un "Bilimler Arasında Savaş ve Barış; Disiplinsellik, Disiplinlerarasılık ve Disiplinlerötesilik" başlıklı özel sayısında, "zaten sınırları hiçbir zaman çok net çizilememiş ve her an değişken olan; sınırlara, nötrliğe ve -daha üretken olabilmek için- başka disiplinlerin bakış açılarının etkisinde kalıp kırılmalara açık olmaya ihtiyaç duyan disiplinlerin birleşmelerini nasıl düşünmek gerekir?" (Caillé, 1997, s. 17) diye sorar. Morin'e (1997) göre, her disiplinin kendi konusuyla kurduğu bir ilişki vardır ve disiplinler birbirleriyle karşılaştıklarında bu ilişki iyice su yüzüne çıkar. Bu karşılaşmalar sırasında disiplinler aralarında ilişkiler kurulacaktır. Bu ilişkiler sonucu yeni araştırma alanları ortaya çıkacak, hatta en başta oluşturulan kurucu varsayımlar bırakılıp, yeni öneriler üzerine yeni disiplinler oluşturmaya kadar gidilebilecektir. Bazı durumlarda ise iki ya da birkaç disiplinin birbiriyle karışması sonucu ortaya çıkan "karma [*hybrid*] disiplin" kendisini asıl incelediği konudan iyice uzaklaştırıp, teorik bir izolasyona götürecek anormallikler bile gösterebilir.

Disiplinlerarasılık bugün adeta bir muammadır. Birbirine benzer alanlarda çalışan disiplinlerin büyük ortaklıklar içine girdiği söylenebilir fakat karşılaşmaları zorluklar saymakla bitmez. J.-J. Corre (1997, s. 349-350) bunlardan yalnızca üçünden bahseder: kavramsal düzenden kaynaklanan, operasyonel düzenden kaynaklanan ve disiplinsel yetkinlikten kaynaklanan sorunlar. Birinci sorun her disiplinin kendine özgü bir ideali olmasından kaynaklanır. İkinci sorun disiplinler arasında bir ortak "hareket alanı", "gözlem ölçeği" ve "akıl yürütme arayüzü" belirlemenin zorluğudur (Corre, 1997, s. 349-350). Üçüncü sorun ise "sorunun geneline bakışı koruyarak" ve "zamanlar arasındaki bilgi alışverişini sağlayarak" her disipline ait kavram ve metotların artan karmaşıklığını ifade edecek usta bir eşerin yokluğudur (Corre, 1997, s. 349-350).

Disiplinlerin karşılaşmasının doğasını çözmek için öncelikle onların “kimliklerini” ve “içeriklerini”, yani bir disipline dair karakteristik ve teorik kaynakları anlamamız gerekir. Disiplinler karşılaştığında neler olduğunu ancak karşılaşma anında kendi kimliklerini koruyup korumadıklarına bakarak belirleyebiliriz (Mâki, 2007, s. 9). Araştırılan konunun içeriğinin esnek olması araştırmayı yöneten soruların değişmesini kolaylaştırır ve sonuç olarak da disiplinin ampirik bulgularının değişmesine neden olur. Eğer bu değişim yeterince güçlüyse disiplinin kimliği değişir (Mâki, 2007, s. 9). Bu bağlamda disiplinler arasında çoğalan, ilham verici, destekleyici, eleştirel, işbirlikçi, sömürgeci, birleştirici ve dışlayıcı türden iç ilişkiler oluşur (Mâki, 2007, s. 9-10).

Aslında disiplinlerarasılık pratiklerinin henüz oldukça kırılan olmasının nedeni sağlam bir gelenekten yoksunlukları ve henüz bilim camiaları tarafından tam olarak kabul görmemiş olmalarıdır. Daha çok saygı görebilmeleri farklı bilimsel araştırma ağlarının (bilimsel araştırma yapan kurumlar, yayınlar) ifşa edilmesine; bu pratiklerin normalleşmesi ise onların harekete geçirilmesine bağlıdır (Picon, 1989, s. 230-240). Ayrıca disiplinlerarası çalışmaların tamamlanması zaman almaktadır. Oysa kurumlar araştırma sonuçlarını çabuk almak istemektedirler. Kısacası, farklı disiplinlerden birbirini tanımayan araştırmacıların karşılaşmasıyla yapılacak üretim uzun soluklu bir “yaklaşım, anlayış, ölçek ve ortak dil çalışmasını gerektirir” (Picon, 1989, s. 237).

Terimsel karmaşa da çokdisiplinlilik ya da disiplinlerarasılık olarak andığımız bu meta-metoda dair önyargıya neden olmuştur (De Béchillon, 1997, p. 185). Mâki (2007) disiplinlerin karşılaşma biçimlerine dair beş kategori belirliyor: “çokdisiplinlilik” [*multidisciplinarity* ya da *pluridisciplinarity*], “disiplinlerötesilik” [*transdisciplinarity*], “disiplinlerarasılık” [*interdisciplinarity*], disiplinlerkesişmesi [*cross-disciplinarity*] ve post-disiplinlilik [*post-disciplinarity*]. Bahsi geçen disiplinlerarasılık biçimlerini tanımladıktan sonra, *Ruhlar Dükkânı* romanındaki tüketim temasının iktisat ve edebiyata dair nasıl bir ortak paydada yer aldığı tartışılacaktır.

Çokdisiplinlilik

Çokdisiplinlilik, farklı disiplinler bir araya geldiğinde ortaya çıkan işbirliği çeşitlerinden birini tanımlar. Bu pratikte disiplinler karşılaştıklarında kimlikleri ve içerikleri değişmediğinden, disiplinlerin en sade ve zayıf birleşmesi söz konusudur. Burada tanımlanan bir aradalık tek bir konu için birçok söylemin ortaya atıldığı bir düzlem yaratır. Bu düzlemde her disiplin kendi özerkliğini koruyarak kendi söylemini geliştirir: “Her disiplinin kendine ait bakışının yalın bir şekilde yan yana durmasından [*juxtaposition*]” söz edilmektedir (De Béchillon, 1997, s. 185). Aynı konuya olan bakış açısı çeşitliliği, yani teoriler ve metotlar muhafaza edilir. Bir anlamda, her disiplin kendi söylemi üstüne kapanmış gibidir (De Béchillon, 1997, s. 185). Aynı konu üzerine sosyolog da tarihçi de psikolog da fikrini söyler. Disiplinlerin rolü, kendi alanının sınırları içinde ve kendi bilimsel metodlarına sadık kalarak problemin farklı bir boyutunu ortaya koymaktır. Açıkça, çokdisiplinlilik pratiğinde disiplinler arasındaki su geçirmez sınırlar tutulur (Casabianca, 1997, s. 272).

Örneğin mevsimsel değişimler üzerine yapılan araştırmalar jeolojiden kimyaya iktisattan kültür çalışmalarına kadar birçok disiplinin konusudur. Fourez (2001, s. 82) ve Morin (1990) çokdisiplinliliğin açıkça tanımlanmış bir projesi olmadığını ya da herhangi bir vakaya net bir çözüm önermek üzere yola çıkmadığını belirtir. Epistemolojik açıdan bakıldığında söz konusu bir araya gelme ne yeni bir teori ne yeni bir problematik ne de yeni bir metot vaat eder. Dolayısıyla çokdisiplinlilik kendine özgü bir söylem oluşturma potansiyeli taşımayan bir pratiktir (De Béchillon, 1997, s. 185).

Disiplinlerötesilik

Disiplinlerötesilikte her disipline özgü bakışın terk edildiği bir duruş sergilenir (De Béchillon, 1997, s. 186). Çokdisiplinlilikten farklı olarak, “disiplinlerin entegrasyonu” önerilir. Bu-

rada dil oyunları etrafında disiplinlere ait ortak yeni bir dil, bir çeşit bilimsel *espéranto* yaratılmış olur (De Béchillon, 1997, s. 187). Disiplinlerötesilik pratiğinde araştırmacılar eski disiplinlerin bir adım ötesine geçerek yeni bir araştırma alanı, iletişim, koordinasyon ve teori için bir forum oluştururlar (Mâki, 2007, s. 12). Disiplinlerötesilikte karşımıza çıkan, disiplinlerin kendi aralarında anlaşarak, kendi kimliklerini ve içeriklerini bir yana bırakmayı kabul etmeleridir (Mâki, 2007, s. 12). Kültürel çalışmalar, feminist çalışmalar, karmaşıklık teorisi bu pratik sayesinde ortaya çıkmış alanlardır. *Ruhlar Dükkânı* romanı “tüketim çalışmaları” [*consumption studies*] ve “tüketici kültürü teorisi” [*consumer culture theory*] adı altında anılmaya başlanan disiplinlerötesi çalışmalarda da kaynak olarak kullanılabilir.

Disiplinlerarasılık

Ruhlar Dükkânı romanı bünyesinde karşımıza çıkan iktisat ve edebiyat arasındaki diyalogun doğasının “disiplinlerarasılık” olduğu söylenebilir çünkü edebiyat ve iktisat “tüketim” gibi spesifik bir konu etrafında karşılaşmıştır.

Disiplinlerarasılık, bilgilerin birbirine eklenmesiyle hali hazırda teorik alanlarda yeni düzenlemeler yapılmasını tanımlar. Burada iki disiplin arasında gerçek bir diyalog söz konusudur (De Béchillon, 1997, p. 186). Disiplinlerarasılık, çokdisiplinliliğin bazı defolarını taşımaz. Araştırma, bir disiplinin teorik alanında başlar ve diğerinin problematiklerine ve hipotezlerine dokunur. Fakat bu temastan sonra disiplinler eskisi gibi davranmazlar. Burada yaşanan birleşme sonucu her disiplinin çizdiği sınır ortadan kalkar ve ortak bir konu için ortak bir söylem önerilir. Bu durumda disiplinlerarasılık, çokdisiplinliliğin bir üst kademesi olarak düşünülebilir.

Picon’a (1989) göre disiplinlerarasılık farklı şekillerde kendini gösterir. Disiplinler teorisi ve pratik arasındaki etkileşimle kendilerini aşarlar, sonuçlanmış analizlerini bir adım daha öteye götürürler (Picon, 1989, s. 229). Morin’in (1997, s. 28) söylediği gibi, disiplinler Birleşmiş Milletlerin üye ülkeleri misali,

kendilerine özgü hakları ve egemenliklerini komşularının tehditlerine karşı korurlar fakat yine de, alışveriş ve işbirliği yoluyla aslında organik bir şeye dönüşürler. Bu etkileşimin doğası ödünç alma, destek ve eleştiridir. Disiplinlerarasında metaforlar ödünç alınır, verilir. Disiplinlere dair araçlar yeni teorik ve metodolojik düzlemde kullanılır. Biyolojik metaforların sosyal bilimlerde kullanılması bu duruma bir örnektir. Bazen de disiplinler birbirlerinin argümanlarına arka çıkarlar. Disiplinlerarası gerilim ve eleştiri de bu pratikte oldukça belirleyicidir. Eleştiriye örnek olarak genel kabul görmüş “iktisadi insan” tanımını üzerinde psikoloji ve nörobilimden gelen verilerin baskısını sayabiliriz (Mâki, 2007, s. 11).

Mâki’ye (2007, s. 17) göre “her disiplin aslında içinde bilinmeyen bir mekanizma olan bir kara kutudur” ve “genellikle bu kara kutunun içindekiler başka disiplinlere ya da alanlara aittir” (Mâki, 2007, s. 17). Picon (1989, s. 236) ise şöyle sorar: Acaba disiplinlerarasılık suni, anlık, konjonktüre bağlı yalancı bir uygulama mıdır ya da aslında bir ihtiyaç, kendini var etmeye çalışan, farklı bir dünyaya ait bir metod mudur? Lurçat (1997) da disiplinlerarasılığı “kendini kremalı tartın içinde bulmaya” benzeterek ilginç bir tanım yapar:

Kendi alanının konuları üzerine düşünen her araştırmacı er ya da geç alanını genişletmek zorunda kalır çünkü üzerine çalıştığı konuya anlam verebilmek için onu büyük resmin içine oturtması gerekir. Bu esnada başka disiplinlerin alanına girecektir. Disiplinlere her temasında bir problem oluşacaktır çünkü hiçbirisi birbirine benzememektedir. İşte burada üzerinde çok da durulmamış bir durumla karşılaşacaktır: Yeni disiplinlerin doğuşu. Kendini kremalı bir tartın ortasında bulan araştırmacı artık pozisyonunu belirlemek zorunda kalacaktır, bu kremalı tartın adına disiplinlerarasılık denir (Lurçat, 1997, 155).

Disiplinlerarasılık pratiği sırasında yapılmak istenen yeni bir disiplin oluşturmak değil “spesifik bir problemi çözmektir” (Schinckus, 2008). Disiplinlerarası çalışmalar belirli bir içeriğe

kilitlenirler (Fourez, 2001, s. 82). Aslında araştırmacıları disiplinlerarasılığı uygulamaya iten gerçekliğin karmaşıklığıdır (Casabianca, 1997, s. 271). Burada bilginin yapısıyla alakalı yeni bir durum öne çıkar (Casabianca, 1997, s. 278). Bir örnek yardımıyla bu durumu inceleyebiliriz. 1980'lerde E. Durkheim, M. Weber ve W. Pareto'nun yayınlarıyla ortaya çıkan iktisat sosyolojisi "iki disiplin, bir söylem" şartına riayet eder (Robert, 1998, s. 22). Bu hibrid disiplinin metodunun sosyoloji tarafından domine edildiğine fakat kavramlarının iktisattan geldiğine tanık oluruz. "İktisat sosyolojisinin" tarihini yazan O. Robert (1998, s. 22) asıl yapılmak isteneni, "iktisadî kurumların işleyişinin mikroiktisat bilgisiyle açıklanması" olarak tanımlar. İktisatla sosyoloji arasındaki ayrım düşünüldüğünde, iktisat sosyolojisi epistemolojik olarak da yeni bir disiplinlerarası yol olarak görülür (Barbié, 2010).

İktisat sosyolojisine katkıda bulunanlardan P. Steiner'e göre bu disiplinlerarası pratiğin doğası "kurumsalci" [*institutionalist*], A. Kirman'a göre ise de "etkileşimcidir" [*interactive*] (Barbié, 2010). H. White ve M. Granovetter tarafından lanse edilen yeni iktisat sosyolojisi "etkileşim [*interaction*] iktisadı" ve "sosyal ağlar sosyolojisi" [*sociology of social network*] alt dallarına eklenilerek adeta G. Becker'in rasyonel tercih teorisine alternatif hale gelir (Barbié, 2010, s. 7). White iktisadi kavramları kullanırken, iktisat sosyolojisinin "iktisadi fenomenlere uygulanan sosyolojik bir metod" olduğunu kabul etmeyi reddeder (Rème-Harnay, 2005, s. 368). Ona göre burada daha çok sosyolojiyi geliştirebilecek teoriler, piyasalara dair ampirik çalışmalar, kuramsallaştırılacak yeni fikirler vardır. Bu anlamda White iktisadın sosyolojik teoriyi dölediği fikrini savunur. Ona göre, eğer araştırmacı bu yeni bilgi ve gözlemlere açık olursa, iktisat sosyolojisi kendisine iyi bir rehber olur (Rème-Harnay, 2005, s. 370).

Yukarıda da ortaya konduğu üzere, disiplinlerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan sonuçlar farklıdır. Bir başka deyişle, iki disiplinin karşılaşması sonucu ortaya çıkan melezliğin doğası incelendiğinde ortaya farklı sonuçlar çıkar. İktisat sosyolo-

jisi örneği üzerinden giderek bu soruya cevap vermek gerekirse, bu iki dalın birlikteliği sonucu ortaya hem ekonomik hem de sosyolojik argümanlar çıkar. Bu birleşik teori iki tarafa da ir argümanların bakış açılarının karışımıdır. İki tarafa ait açıklamalar birbirine karşıt olsalar bile, organik bir şekilde birleşerek iktisadi durumlara daha kapsamlı açıklama getirirler (Steiner, 1999, s. 3; Rème-Harnay, 2005, s. 370).

Disiplinlerarasılık kendi içinde iki kategoriye ayrılabilir: disiplinlerkesişmesi [*cross-disciplinarity*] ve post-disiplinlilik [*post-disciplinarity*]. Disiplinlerkesişmesi, bir disiplinin diğerinin alanına girdiği durumu tasvir eder. Disiplinlerarasılık "eşitlikçi entegrasyon" biçiminde gerçekleştiğinde, iki disiplinin içeriklerinin büyük bölümü birbiri içinde erir; "akademik emperyalizme" baktığımızda bir disiplinin içeriğinin diğerininkini iptal ettiğini görürüz; "akademik somürgecilik" diye adlandırılan etkileşimde ise bir disiplin diğerinin içine yuvalanır. Örnek olarak birçok iktisadi kavram, model ve metodun siyaset biliminin içine yerleşmesi gösterilebilir. Burada iktisat siyaset bilimini kolonize etmektedir. İktisadın bu kez de sosyolojiyi kolonize etmesine örnek ise rasyonel seçim sosyolojisi bünyesinde, iktisattaki seçim teorisinin sosyolojinin içine peydahlanmasıdır. Ayrıca davranışsal iktisat da bilişsel bilimin [*cognitive science*] ve psikolojinin iktisat biliminin içine yerleşmesinden doğmuştur. Nöroekonomi ve ekonofizik ele alındığında, nöroloji ve fiziğin aynını yaptığından söz edilebilir. Bu noktada, standart disiplinlerin getirdiğinden farklı bir bakış açısı üretten araştırmacı için yeni bir kimlikten de söz edilebilir. Bu pratikleri uygulayabilmek için "bir ekip çalışması" ve/veya "geniş bir bilgi ve kültüre sahip araştırmacılar" gerekir (Picon, 1989, s. 238). Aslında son örnek daha çok analojiye karşılık gelse de Maki analojiyi disiplinlerkesişmesi olarak değerlendirerek şöyle yazar: "Newton ontolojik olarak, düşen elmaları, mermilerin yörüngesini ve cesetlerin hareketlerini örnekleyerek böylesi bir disiplinlerkesişmesi başarısına ulaştığı için takdir edildi. Günümüzde soru, Gary Becker'in hisse senetleri alma, işgücü kiralama, evlenme, seri katillik, uyuşturucu bağımlılığı arasında te-

mel benzerlikler kurmasından ötürü takdir edilip edilmeyeceğidir” (Mäki, 2007, s. 17). Post-disiplinlilik [*post-disciplinarity*] ise hiçbir disiplinsel anlaşılmaya, sınıra, kısıta ve takibe saygısızlık yapmayan bir tür anti-disiplinsellik. Post-disiplinsel aktivite el altında bulunan entelektüel kaynaklardan yararlanarak disiplinler oluşmadan önceki özgür düşünce ortamını yaratmaya çalışır (Mäki, 2007, s. 13).

Sonraki bölümde böylesine çok katmanlı ve karmaşık bir konunun romanda, iki alanın bilgi birikimi ve konuya yaklaşımı ile nasıl masaya yatırıldığı incelenecektir.

Alışverişin amacı

Üretim, alışveriş ve tüketim dünyanın varoluşundan beri insanın türünü devam ettirebilmesini sağlayan ve birbirinden ayırır düşünümlemeyen belli başlı günlük uğraşlardır. Fakat feodal dönem sonrasında tüketim ve üretim birbirinden kopmaya başlamıştır. Sassatelli’nin (2007, s. 77) belirttiği gibi birçok sosyal ve çevresel etken tüketim ve üretim arasındaki bağı daha anlaşılabilir hale getirmiştir. Tüketim davranışının olduğu ortam maddidir fakat tarihi ve kültürel koşullar da bu konuda çok şey söyler (Sassatelli, 2007, s. 77). Alışverişin amacı tarihçiler, iktisatçılar, sosyal antropologlar tarafından incelenmiştir. K. Polanyi’nin ([1944] 2000) disiplinlerarası çalışmaları kapitalizm öncesi ve sonrası toplumlarda alışverişin amacına dair farklılıkları ortaya koyar. “Takas” ya da “trampa” adıyla anılan ilk değişim şeklini “alışverişten” ayıran şey amacının “kazanç” olmasıdır. Ona göre işbölümü ve piyasanın oluşması da “kâr ve kazanç” (Polanyi, 2000, s. 85) amacıyla “insanın bir şeyi başka bir şeyle takas, trampa ve mübadele eğilimine” bağlıdır (a.g.e., s. 86).

Alışveriş 19. yüzyıl öncesinde daha farklıdır aslında: “19. yüzyılda ısrarla ve koro halinde tekrarlanan akademik ilahilere karşın, alışverişten sağlanan kâr ve kazanç insan ekonomilerinde daha önce hiçbir zaman önemli olmamıştı” (a.g.e., s. 85). Oysa Smith’e göre, alışverişin ulusların zenginliğinin kay-

nağı olmaya başladığı merkantilist dönemde yapılan şekli ile kapitalist sisteme tabi olan biçimi arasında farklılıklar vardır. Smith’in ([1776] 2002, s. 263) belirttiği gibi, “Üretimin yegâne sonucu ve amacı tüketimdir ve üreticinin çıkarı, ancak tüketicinin çıkarını sağladığı oranda desteklenmelidir. Bu düstur o kadar açıktır ki, bunu ispata çalışmak abesle iştigaldir. Fakat merkantilist sistemde tüketicinin çıkarı hemen her zaman üreticinin çıkarına feda edilir ve tüm sanayi ve ticaretin nihai amacı tüketim değil de üretimmiş gibi davranılır.” Smith kendi sisteminde bu dürtüyü insanın varoluşunun ve kendini gerçekleştirmesinin temeline oturtur. Herkesin ürettiğinin fazlasını satmasını neredeyse kişisel gelişimini sağlayan bir kıstas olarak görür. İşbölümü ve piyasanın oluşması da bu temel gelişime bağlıdır:

Böylece kendi tüketimini aşan kendi emeğinin ürün fazlasını, gerek duyduğunda başkalarının emek ürünlerinin fazlasıyla mübadele edebilmesinin mümkün olması, her insanı, kendini belirli bir işe vermeye, bu iş için olanca yeteneğini ve zekasını geliştirip yetkinleştirmeye teşvik eder (a.g.e., s. 27).

Polanyi bu yorumun yanlış olsa da geleceğe dair doğru bir kehanete karşılık gedliğini düşünür. Kâr ve kazanç dürtüsü ne kadar baskın olursa olsun ve insan her ne kadar bu iki dürtü tarafından ele geçirilmiş olsun yine de alışveriş sosyal ilişkilerden soyutlanamaz. Bir başka deyişle, bu iki dürtünün peşinde sürüklenen insan “geçici olarak bastırılmış diğer eğilimler göz önünde tutulmadan” (Polanyi, 2000, s. 87) değerlendirilemez. Dolayısıyla “insan ekonomisinin”, yani insanın iktisadi faaliyetlerinin “kural olarak, insanın sosyal ilişkilerinin içine yerleşmiş olduğu” gerçeği göz ardı edilemez (a.g.e., s. 88):

Insan, maddi zenginlik edinmedeki bireysel çıkarlarını korumak gayesiyle hareket etmez; toplumsal konumunu, sosyal haklarını ve sosyal değerlerini korumak üzere hareket eder. Maddi zenginliğe ancak bu amaçlara hizmet ettiği için değer verir. Ne üretim ne de dağıtım süreci, mal sahipliğiyle il-

gili özel ekonomik çıkarlara bağlıdır; bu süreç içinde her aşama, gerekli işlemlerin yapılmasını sağlayan bir dizi sosyal çıkara göre ayarlanmıştır. Bu çıkarlar, avcılık ve balıkçılıkla uğraşan küçük bir toplulukla ve büyük bir despotik toplumda önemli farklılıklar göstereceklerdir, ama iki durumda da, ekonomik sistem, ekonomi dışı amaçlara göre işleyecektir (a.g.e., s. 88-89).

“Ekonomik amaçların sosyal yaşamın çerçevesi içinden kaynaklandığını” (a.g.e., s. 90) sosyal antropologların ve modern etnografların bulgularıyla ortaya koyan Polanyi bu fikri, Malinezya’nın Trobriand Adalarından elde ettikleri verileri inceleyen B. B. Malinowski (1926; 1930; 1935)⁶ ve R. C. Thurnwald’ın (1932a, 1932b; 1921)⁷ çalışmalarına dayandırır. Bu çalışmalar sayesinde Polanyi (2000, s. 90) “kazanç amacının,” “ücret karşılığı çalışma ilkesinin,” “çalışırken sarf edilen gayreti olabildiğince azaltma gayretinin” ve özellikle “ekonomik amaçlar üzerine kurulu ayrı ve belirgin bir kurumun” olmadığı ve hatta “insan tutkularının yalnızca ekonomi dışı amaçlara yöneldiği” bir toplumla karşılaşır. “O halde üretim ve dağıtım nasıl düzenleniyor?” diye sorar (a.g.e., s. 90). Cevabı yine kendisi verir: “Malların üretimi ve dağıtımı, toplama, depolama ve yeniden dağıtım yoluyla örgütleniyor ve mekanizmanın işleyişi içinde şef, tapınak, despot veya feodal bey önem kazanıyor” (a.g.e., s. 96).

Karşılıklılık [reciprocity] ve yeniden dağılım [redistribution] ilkelerine göre işleyen bir sistem vardır karşısında Polanyi’nin. Karşılıklılık ilkesine göre, çeşitli sosyal ilişkiler sayesinde elde edilen maddi çıktıyı paylaşan kişi, karşılığında topluluk tarafından takdir edilerek ödüllendirilir. Yeniden dağılım ilkesine

göre ise, ada üretiminin büyük bölümü depolanmak ve dağıtılmak üzere şefe teslim edilir. Öyle görünmektedir ki “böyle bir topluluğa kâr fikri giremez; pazarlık etmek kınanır; elindekini avucundakini cömertçe dağıtmak bir meziyet olarak görünür; o ünlü takas ve değişim eğilimine de rastlanmaz. Yani ekonomik sistem, yalnızca sosyal örgütlenişin bir fonksiyonudur” (a.g.e., s. 93). Bu toplumların yaptığı ticaretle ilgili de şunları yazar Polanyi: “Yapılana ticaret diyoruz, ama ne parasal ne de aynî bir biçimde kâr söz konusudur; mal biriktirmek, mallara sürekli sahip olmak diye bir şey yoktur; elde edilen malların kullanımı onların başka birisine verilmesiyle gerçekleşir.” (a.g.e., s. 93)

Polanyi Malinezya’nın Trobriand Adalarındaki düzeni idealize etmek değil sadece ekonomik ilişkilerin sosyal ilişkilerden bağımsız düşünülmemeyeceğini ortaya koymak istemektedir. Bu argümanın feodal ve kapitalist sistemlerde de geçerli olduğunu savunan Polanyi için alışverişin amacının sadece kâr ve kazançtan ibaret olmaması genelgeçer bir sosyal kanundur. Alışveriş aslında siyasi ya da kişisel güç gösterisiyle iç içe geçen ekonomik çıkarlar tarafından da biçimlenir. Bu çıkarlar kimi zaman şefe, despota ya da feodal beye, kimi zaman da siyasetçi, fabrikatör ya da dükkân sahibine aittir. *Ruhlar Dükkânı* romanında Gaunt otoritenin simgesidir. Aşağıdaki satırlarda görüldüğü gibi romandaki alışveriş piyasa, arz, serbest ticaret, iş gibi piyasa ekonomisine dair kavramlarla tanımlansa bile aslında bir despotun kişisel güç gösterisiyle iç içe geçen ekonomik çıkarlar söz konusudur. Kasabalıları gitgide Gaunt’un kölesi gibi davranmaya iten ve dükkândan aldıkları malların müptelası haline geldikleri bir süreç işler. Arz ve talep ön plandadır: “Leland Gaunt uyuyan kente bakarak, aslında bu bir arz ve talep meselesi, diye düşündü” (s. 255). Gaunt’un otoriter tavrı iyice ortaya çıkar:

“Bavul ve içindekiler benim! Siz serbest ticarete inanmıyor musunuz, Şerif Pangborn? Nesiniz siz? Bir tür komünist mi? O bavuldaki her eşya için ayrı ayrı pazarlık yaptım! Onları hakkımla elde ettim. İstedığınız ödül, ücret, komisyon ya da

6 B. Malinowski (1926), *Crime and Custom in Savage Society*, Wolnelektury; Malinowski (1930), *Argonauts of the Western Pacific*, George Routledge and Sons; Malinowski (1935), *Coral Gardens and Their Magic*, Londra, George Allen ve Unwin.

7 R. C. Thurnwald (1921), *Die Gemeinde der Banaro*, Publisher Stuttgart, Enke; Thurnwald (1932a), *Economics in Primitive Communities*, Londra, Oxford; Thurnwald (1932b), *Die menschliche Gesellschaft in ihren ethnosociologischen Grundlagenten*, Berlin.

rüşvet mi? Bunu anlayabilirim. İstedğiniz parayı da memnuniyetle veririm. Ama bunun kanun değil, işle [business] ilgili bir konu olduğunu anlamalısınız...” (s. 518)

Diğer taraftan, Castle Rock kasabası sakinlerinin tüketim tercihlerine bakıldığında, ana akım iktisatın “rasyonel” iktisadi bireylerlerinden çok tutkuları, özelemleri, hayalleri, zayıf yönleri hatta saplantıları olan sokaktaki insanlara benzedikleri görülür. Dükkan girişindeki levhada “Caveat Emptor” yani “Alıcı dikkatli ol!” yazmaktadır. Yani alıcının rasyonelliğinin bu alışverişten tam olarak sorumlu olması ve ancak satıcıdan bilgi talep ettiği kadar o ürün hakkında bilgi sahibi olacağına delalet eder. Eğer herhangi bir defo ya da sair bir sıkıntı varsa, bu yine alıcının kendi sorumluluğundadır (De Geest, 2004, s. 3).

Romandaki alışverişin niteliğini anlamak bir hayli zordur. Örneğin mağazanın ilk müşterisi Brian’ın gözünden yapılan tasvir de dükkanın türüne dair ipucu vermez: “En büyük vitrinde yalnızca beş eşya vardı. Oysa buraya daha yirmi, otuz şey sığabilirdi. Eşyalardan biri bir pipoydu. Bir diğeri Elvis Presley’in bir fotoğrafı. [...] Üçüncü eşya bir polaroid fotoğraf makinesiydi. Dördüncü cilalı bir taş parçasıydı ve ortasındaki çukura kristal parçacıklar doldurulmuştu. Bu parçacıklar ışıktan parlıyorlardı. Beşincisiyse Brian’ın işaret parmağı boyunda ve eninde bir tahtaydı.” (s. 25) Polly Chalmers ise şunları düşünür mağazayla ilgili: “Daha çok biblo ve hediyelik eşya satıldığına karar verdi. Ama eşyaları kolaylıkla sınıflandırmak mümkün değildi. Brian’ın bir gün önce gördüğü şeyler hâlâ oradaydı: geode, polaroid fotoğraf makinesi ve birkaç eşya daha. Bunlara belki kırk yedi, kırk sekiz eşya daha katılmıştı. Beyazımsı duvarlardan birine küçük bir servet değerinde ufak, eski bir Türk halısı asılmıştı. Vitrinlerden birinde de antikaya benzeyen oyuncak askerler duruyordu.” (s. 41)

Diğer taraftan, malların fiyatları üzerlerinde yazmıyordu: “Polly çok değerli ya da değersiz eşyaların bir tek ortak yanları olduğunu fark etti. Hiçbirinin üzerinde fiyat etiketi yoktu.” (s. 41) Gaunt ile Brian arasında Nuh’un gemisinden olduğu id-

dia edilen tahta parçası üzerine olan diyalogda, Kutsal Topraklardan geldiğine dair elinde MIT’nin verdiği bir belge olduğunu söyleyen Gaunt fiyat konusunu şöyle açıklar: “Öyle bir şeyin... sattığım o güzel eşyaların ve gerçekten ilginç malların fiyatları alıcıya bağlıdır. Yani alıcının verebileceği paraya. Sen ne kadar verebilirsin, Brian?” (s. 29, italikler kitaptan) Oysa pratikte alışveriş farklı bir şekilde işler: “Bu kartın iki fiyatı var. Yarım... ve yarım... Yarısı peşin para, diğeriye bir şey yapman... Anlıyor musun?”

Nettie Cobb o abajuru neden aldı? Norris Ridgewick o olaya neden sahip olmak istedi? Brian o kartları almak için neden bu kadar ısrarcıydı? Peki ya Cora Rusk, Elvis’in gözlüğünü hiç almazsa olmaz mıydı? Ne işlerine yaradı mağazadan aldıkları tüm bu eşyalar? Bu mallara sahip olmayı neden bu kadar istediler ve sırf onlara sahip olmak için satıcının dileklerini neden sorgusuz sualsiz yerine getirdiler? Alışverişin sadece parayla yapıldığı bir çağda parasal olmayan bir angajmana yönelmekten neden çekinmediler? Tüm bu sorulara ana akım iktisat teorisinin tüketime dair açıklamalarına başvurarak yanıt bulma çabası samanlıktaki iğne aramaya benzer. Brian’ın beyzbol kartlarına dair hissiyatı genel tabloyu yansıtır: “Bay Gaunt dalgın dalgın konuşmasına rağmen bakışları hiç de dalgın değildi. Dikkatle çocuğu inceliyordu. ‘Brian Rusk, bu dünyada her şeyden çok ne istersin?’ diye sorduğum zaman ne cevap verirsin? ‘Çabuk!’ Brian hemen, ‘Sandy Kaufax,’ diye cevap verdi.” (s. 30) Fakat çok geçmeden kendini sorgular: “Bay Gaunt’un istediğim gibi bir kart bulması ne işime yarayacak?” Bu soru cevapsız kalır.

Leland Gaunt’un Castle Rock kasabasında kurduğu alışveriş sistemi tam olarak piyasa sisteminin kurallarına göre işlemese de, kendi kurallarına göre işleyen bir mekanizmaydı. Ve Marx’ın kapitalist sistem için kullandığı cümleyle ifade edersek, kendi kendini yok etmeye mahkûmdur. Gaunt, Castle Rock’ı yok ettikten sonra yoluna devam edeceğinin, farklı bir zamanda farklı bir yerde aynı düzeni kurarak oraları da yok edeceğinin ipuçlarını veriyordu. Gaunt’un yarattığı bu sis-

temde malın değeri talep tarafından belirleniyordu. Dolayısıyla malın “değişim değeri” [*value in exchange*] dışlanarak “kullanım değeri” [*value in use*], yani o mala sahip olacak ve/veya malı kullanacak kişinin mala attığı değer öne çıkıyordu. Fakat fiyatlar o malın maliyetinden de bağımsız olarak satıcının keyfine göre belirleniyordu. Dükkânda neden hiçbir eşyanın üzerinde fiyat etiketi olmadığını soran Polly Chalmers’a verdiği cevapta Gaunt kendini, malı satmadan pazarlık yapan Ortadoğulu, hatta Iraklı bir halı satıcısına benzetir.

“...ama hiçbirinin fiyat etiketi yok. Bunun sebebi nedir?” Gaunt gülümsedi. “Bunu hafif bir sıra dışılık diye yorumlayabiliriz, Polly. Ben her zaman iyi bir alışverişin biraz pazarlık etmeye degeceğini düşünürüm. Herhalde bundan önceki yaşamımda Ortadoğulu bir halı tüccarıydım ve belki de Iraklıydım. Ama son günlerde böyle şeyer söylememem gerekiyor.” Polly, adama biraz takıldı. “Yani tutturabildiğinizi alıyorsunuz.” [...] Gaunt ekledi, “Ben bunu ‘ihtiyaç, değeri tanımlar’ diye düşünüyorum.” (s. 44)

Ekonomik çıkarı kişisel güç gösterisiyle iç içe olan Gaunt, tarihi ve sosyal bağlamdan soyutlanmış, zamanlar ve mekânlar ötesi bir karakterdir. Gaunt dükkâna girenlerden tek bir kişi dışında kimseyi eli boş göndermez. Dükkândan alınan belli başlı nesneler ve hangi motivasyonlarla alındıkları şöyledir: Brian Rusk, en genç müşteri, en sevdiği beyzbol oyuncusunun kartını alır. Patricia “Polly” Chalmers, şehirdeki en tuhaf kadın olarak bilinir ve aslında buraya başka bir şehirden gelmiştir; dükkândan bir kolye satın alır. Norris Ridgewick şehirdeki şerif yardımcılarının biri ve Şerif Pangborn’un en yakın dostudur; bir Bazun olta satın alır. John “Ace” Merrill kasabanın “kötü çocuğu” olarak bilinir ve suç geçmişi kabarıktır; 56 TOPPS kartları almıştır. Danforth “Buster” Keeton otoritesini suiistimal eden belediye meclisi üyesi lideridir; at yarışı pistini sergileyen bir minyatür alır. Mahalle sakinlerinden Huhg Priest, bir tilki kuyruğu edinir. Slopey Dodd, annesinin doğum günü için kurşun ve kalay alaşımından bir çaydanlık alır. Buster Ke-

eton’ın yalnız eşi Myrtle Keeton oyuncak bebek koleksiyonu için bir porselen bebek alır. Polly Chalmers’ın en yakın arkadaşı ve Wilma Jerzyck’in düşmanı olan Netitia “Nettie” Cobb, karnaval camından yapılmış bir biblo alır. Everett Frankell, pipo; June Gavineaux, Cloisonné bir vazo; Eddie Warburton ise som altından Aziz Christopher madalyonu satın alır.

Şerif Alan Pangborn, öne çıkan karakterler içinde dükkândan herhangi bir eşya almayan tek kişidir. Bunu nasıl başarmış, kendini Gaunt sisteminden nasıl soyutlayabilmiştir, bilinmemektedir. Şerif baştan beri dükkâna kuşkuyla yaklaşmıştır. Gaunt Şerif’le ilk temastan kaçır. İlk kez Gaunt’un korktuğuna şahit oluruz: “Alan Pangborn’un gelişini seyretmek için vitrine doğru gitti. Hatta birkaç saniye için burnunu cama dayayarak ellerini gözlerinin iki yanına götürdü. Şerif, adamı görmemişti. Oysa Gaunt onun hemen karşısında duruyordu. Kollarını kavuşturmuştu. Dükkân sahibi, Alan Pangborn’u görür görmez ondan nefret etti. Durum onu pek şaşırtmadı. O yüzlerdeki ifadeleri okumak yerine onları hatırlatmakta daha ustaydı. Şimdi şerifin yüzündeki ifade daha tehlikeliydi.” (s. 166)

Böylesine iyi bir pazarlamacının eşine az rastlanır doğrusu. Gaunt adeta kapıdan giren herkesi biraz tanıyordur ve beğenilerinin farkındadır. Mutlaka önlerine ilgilerini çekecek bir nesne çıkarır ve uyguladığı pazarlama teknikleri sayesinde kişiler o nesneyi delicesine satın almak ister: “Gaunt vermesi biraz zor olan bir fiyat söyleyinceye kadar kadın vazoyu böylesine istediğini hiç fark etmemişti.” (s. 46) Sonrasında ise onlarla pazarlığa oturur. Romanda kasaba sakinlerinin yaşamlarına dair ayrıntılar verilse de Gaunt’un geçmişine ve neden o kasabaya geldiğine dair ipucu sunulmaz. Müşterilerin geçmişlerine ve kasabanın diğer fertleriyle olan ilişkilerine dair anlatımın yanında, Gaunt’un yalnızca fiziksel görünüşü betimlenir. Bu görünüş insanlara sahip olmaktan çok mutlu oldukları eşyaları tedarik eden ve bu yüzden kasabalıların minnet duyduğu şirin esnaf amca tasviri hiç değildir. Gaunt profili etrafında bir gizem ve gerilim bulutu oluşturulur. Göz rengine dair polemik bu bulutu destekler: “koyu mavi” (s. 22), “kapkara” (s. 68), “ela” (s.

44), “yeşil” (s. 47), “gri” (s. 47). Ayrıca film yıldızına benzeti-
lecek kadar etkileyicidir (s. 58). Elinde tuttuğu bir kartı “Abra-
kadabra!” (s. 168) diyerek kaybedecek kadar gerçeküstü yete-
nekleri vardır. Şerif kasabada meydana gelen olayların nedeni-
ni anladıktan sonra Brian’ın ölmeden önce Gaunt’un aslında in-
san olmadığını söylediğini öğrenir (s. 443; s. 468) ve ona “ze-
hirli adam” (a.g.e.) der.

Gerekli Şeyler’de her şey normal gibi görünse de alışveriş
farklı bir sisteme tabidir. Gelen müşteriler dükkânda bulduk-
ları bir malı almaya karar verdiklerinde bu mal için hem mad-
di hem de manevi bir bedel öderler. Maddi bedel o mal için Ga-
unt’un tek başına belirlediği bir meblağdır.

Mesela dükkânın ilk müşterisi olan on üç yaşındaki Brian
özellikle hayran olduğu ve döneminin çok iyi bir oyuncusu
olan Sandy Koufax’ın kartını aramaktadır. Gerekli Şeyler dük-
kânına merakına yenik düşerek giren Brian gerçekten kartla-
rı orada bulur. Gaunt’un dükkânında Sandy Koufax’a ait, ar-
kasında “Brian’a sevgiler” yazan bir kart bile satılıktır. Brian bu
durumdan oldukça etkilenmiş, neredeyse büyülenmiştir. Ga-
unt kartın ne kadar ender bulunduğu ve elinde kalan son
numune olduğundan bahseder. Brian kartları almayı çok iste-
mektedir fakat toplam fiyat alım gücünü aşmaktadır. Bu du-
rumda Gaunt alışverişin gerçekleşebilmesini sağlamak için söz-
lü bir anlaşma önerir ve Brian’dan kartların parasal değerinin
yarısını nakit diğer yarısını ise kendisi için bir ricasını yerine
getirerek ödemesini ister. Brian Rusk bu anlaşmayı kabul edip
basketbol oyuncularının kartları için sadece 85 cent öder. Bu-
nun yanında da, anlaşma gereği, Gaunt’un kendisinden istedi-
ği ve “şaka” adı verdiği bir eylemi yapacağına söz verir. Bu iş,
kasaba sakinlerinden Wilma Jerzyck’in kurumaları için evinin
arka bahçesine astığı çamaşırlara çamur fırlatma işidir. Aslında
bu, kasabada meydana gelmeye başlayacak olayları tetikleyecek
kıvılcımdır. Bu örneğin gösterdiği gibi, bu alışveriş sisteminde
maddi bedel ile manevi bedel birbirine dönüştürülebilir. Brian
görevi gerçekleştirene kadar bu şakayı yapması gerektiğine da-
ir kâbuslarla savaşıyor. Satıcının dediğini yaptığında ise bu sefer

suçluluk duygusunun getirdiği büyük bir psikolojik savaş ve-
rir ve nelere yol açtığını görünce dayanamayarak intihar eder.

Gaunt’un dükkâna gelen müşteriyi tanıyormuşçasına yakın
davranması kısa sürede müşterilerin kendisine güvenmelerini
sağlar. Her seferinde kişiye göre uyarladığı söylem neredeyse
müşterileri hipnotize eder. Söylemin içeriğindeki reklam ve pa-
zarlama unsurları sayesinde Gaunt’un etkisi altına giren müş-
teriler, malın fiyatı ile onlara getireceği fayda arasında bir mu-
hakeme yapmak yerine mala ne kadar çok sahip olmak istedik-
lerine odaklanırlar. Bu isteğin şiddeti kişilerin geçmiş yaşam-
larındaki arzu, özenme ve hırslar tarafından beslenir. Örneğin
Hugh Priest dükkânın vitrininde bir tilki kuyruğu görür. Tilki
kuyruğu birdenbire geçmişi ve geleceği arasında köprü kurma-
sını sağlar. O tilki kuyruğuna sahip olabileceğini öğrendiği an-
dan itibaren “rahat[lar] ve ani, derin bir mutluluk duy[ar]. Bir-
denbire her şeyin yoluna gireceğine inan[ır]” (s. 69). Aynı duy-
gu dükkânın vitrininde at yarışı kutusunu gördüğünde Dan-
forth Keeton’da da canlanmıştı (s. 157). Alkol batağına düş-
meden önceki halini hatırlar ve anında bundan kurtulabilece-
ğine dair içi umutla dolar. Tilki kuyruğunu ilk gördüğünde ne-
ler hissettiğini King şöyle aktarır:

Hugh aniden kendisini 1955 yılında buldu sanki. Babasının
üstü açılan eski spor arabasına binmiş Batı Maine Okullar Ara-
sı Şampiyonası’na gidiyordu. Castle Rock’la Greenspark’ın ma-
çı vardı. Kasım ayında olmalarına ve arabanın üstünü açmala-
rına rağmen hava sıcaktı. Arabada altı kişiydiler. Peter Doyon
viski dolu bir cep şişesi getirmişti. Radyoda Perry Como’nun
bir şarkısı çalıyordu. Hugh direksiyondaydı. Radyo anteninde
uzun, tüylü bir tilki kuyruğu dalgalanıyordu. Şimdi şu vitrin-
de gördüğü gibi bir kuyruk. (s. 66)

Dükkândan çıkan hiçbir müşteri Gaunt’a olan borcundan
kurtulmuş değildir. Kendisinden istenen şakayı gerçekleştiri-
meden de borcunu ödemiş olmayacaktır. Borcunu yerine getir-
mezse de satın aldığı eşyadan olacaktır. Kasabalıların tüketim
davranışları incelendiğinde, bazen de aldıkları nesnelerle süs-

lenen hayali dünyalara yöneldikleri görülür. Mesela Brian'ın annesi Cora Rusk hayranı olduğu Elvis Presley'nin gözlüğünü satın aldıktan sonra tüm zamanını bu gözlüğü takip sanatçıyla beraber olduğunu düşünerek geçirmeye başlamıştır. Gözlük, hayatının merkezi haline gelir adeta. Durum öyle bir hale gelir ki, Gaunt'a verdiği şaka yapma sözünün huzursuzluğundan mustarip Brian'ın tuhaf davranışlarını sezen ve korkmaya başlayan kardeşi Sean durumu annesiyle paylaşmak ister. Fakat kadın Elvis'le birlikte olduğu dünyadan gerçek dünyaya geçemez. Sean annesiyle iletişim kuramaz. Aşağıdaki diyalog alınan nesnelerin sahipleri üzerinde yarattığı etkiyi gözler önüne serer (s. 389-390):

Annesi arkasında sabahlığı, gözünde yeni dükkândan aldığı aptalca güneş gözlüğüyle yatak odasında dolaşıyordu.

Sean, "Anne, Brian..." diye başlamışsa da başka bir şey söyleyememişti.

"Git başımdan, Sean! Annenin şimdi işi var."

"Şey... anne..."

"Sana gitmeni söyledim!"

Sean daha kendi isteğiyle odadan çıkmadan Cora onu dışarı atmış kapıyı da kilitlemişti.

Kasabadaki olayların nedeni aslında kötü sonuçlar doğuran şakalar değil, kasabalıların şakaları eskiden beri çatışma halinde oldukları kişilerin yaptığını sanmalarındır. Gaunt herkesi birbirine düşürmeyi başarır. İlişkilerin temelindeki "kentlere özgü öfke ve şiddet" (s. 5) romanın daha ilk sayfasında konu edilir. Gaunt şöyle der: "Ben en çok bu öfke ve şiddetten söz etmek istiyorum. Benimle biraz oturabilir misiniz?" (s. 5). Sohbetin konusu, "küçük kentlerde bazen işlerin nasıl çığrından çıktığı[dır]" (s. 6). İşleri çığrından çıkartan günlük ve sıradan ilişkilerden kaynaklanan basit nedenlerdir. "Aslında üzüntü ve sıkıntılara genellikle sıradan şeyler neden olur, hiç fark ettiniz mi bilmem?" (s. 8) der Gaunt. Şakalar sonucu oluşan intikam ortamının arkasında kasaba sakinlerinin geçmişte birbirleriyle yaşadıkları kırgınlıkların tetiklenmesi yatar. Bu kırgın-

lıklardan bahseden giriş bölümünde (s. 5-11) durum şu şekilde tasvir edilir: "Büyüdüğümüz kentte buna benzer olaylar yaşanıyordu sanırım. Dini inançlar yüzünden öfkelenen insanlar. Âşıklar. Gizli sırları olanlar. Kin duyanlar... ve hatta arada sırada da sıkıcı bir günü renklendirmek için korkutucu hikâyeler." (s. 10) Wilma Jerzyck temiz çamaşırlara çamur fırlatanın kim olduğunu bilmediği halde nasıl Nettie Cobb'u suçlayabilmektedir? Bu işi onun yaptığından nasıl bu kadar emin şekilde ona çatabilmektedir? Aralarında geçen diyalog durumu açıklamaktadır: "Çamaşırlarıma çamur atarken iyi eğlenebildin mi bari kaçık karı?" (s. 118). Oysa Nettie'nin hiçbir şeyden haberi yoktur: "Çarşaf lar mı? Hangi çarşaf lar? Ben... Ben... Yakamı bırak benim! Kaçık olan sensin, ben değil!" Wilma oralı değildir bile. Nettie'nin suçlu olduğuna, elinde buna dair hiçbir kanıt yokken inanmaktadır: "Bu yaptığını yanına bırakmayacağım! Canına okuyacağım senin! Kimse ben yokken avluma girip çarşaf larıma çamur atamaz. Hiç kimse! HİÇ KİMSE! O çatlak kafanla ne dediğimi anlayabiliyor musun? CANINA OKUYACAĞIM! Bunu ne zaman, nerede ve nasıl yapacağımı bilemeyeceksin. Ama seni mahvedeceğim! Anlıyor musun?"

Şakalar kasaba halkının sosyal ilişkilerindeki iletişimsizlikleri ve kırgınlıkları ortaya çıkarır. Aralarında sosyal ilişkiler mevcut olsa da kimi zaman kişilerin metalarla kurdukları ilişkiler üzerinden insanlarla ilişkilendiklerini gösterir. Kasabada Gerekli Şeyler dükkânının açılmasıyla başlayan süreç ekonomik ilişkilerin sosyal ilişkileri nasıl değiştirdiğini yansıtır. Dükkândan aldıkları eşyalar hayatlarında en değer verdikleri şey haline gelir kasabalıların ve sosyal ilişkilerinden kopup başka ilişkilere girseler de kendi hayal dünyalarında izole bir yaşama yönelirler. Şerif ve sevgilisinin dükkânın etkisine girdikten sonra birbirlerinden soğumaları, Brian'ın annesinin Elvis Presley gözlüğünden sonra çocuğuna yabancılaşması bu izolasyon örneklerinden yalnızca ikisidir. Bu yabancılaşmanın en dramatik örneği Brian'ın intiharıdır.

King'in kurgusunda tasvir edilen tüketim davranışını ve sonuçlarını ortaya koyduktan sonra bu görünüşlerin, içinde ya-

şadığımız dünyada karşılığı olup olmadığını, sosyoloji ve tarihe başvurarak inceleyelim.

Sahip olma dürtüsü

C. Campbell (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism* adlı kitabında bir tüketim tipolojisi yapar ve yedi tüketim çeşidi belirler: a. araçsal tüketim, b. realist hazcı tüketim, c. hayalperest hazcı tüketim, d. üretken tüketim, e. kendini beğenmiş (gösterişçi) tüketim, f. postmodern tüketim, g. ilerici tüketim. Aşağıdaki tabloda şematize edilmiş tüketim çeşitleri ileriki sayfalarda açıklanmaktadır.

Tüketim biçimi	Gaye	Mantık	Yaratıcı inanç (ethos)
a. Araçsal tüketim	Materyal memnuniyeti tatmin eder	Amaçsalılık	İş inancı
b. Realist hazcı tüketim	Bedensel hazları tatmin eder	Deneyimsel haz prensibi	Haz inancı
c. Hayalperest hazcı tüketim	Ruhani hazları tatmin eder	Hayalperest haz prensibi	Romantik inanç
d. Üretken tüketim	Kimliği yeniden üretir	1. dereceden yansıma özelliği	Yeniden üretme inancı
e. Kendini beğenmiş (gösterişçi) tüketim	Arzu edilen kimliği tahsis eder	2. dereceden yansıma özelliği	Hareketlilik inancı
f. Postmodern tüketim	Bir kimliğe saplanmayı engeller	3. dereceden yansıma özelliği	Postmodern inanç
g. İlerici tüketim	İdeolojik amaçlara ulaşma dürtüsünü tatmin eder	Anti-tüketimcilik (örnek: çevrecilik)	İlerici inanç

Jansson, 2001, s. 51'den alınmış tablo.

Tüketim çeşitlerinin arkasında farklı motivasyonların, mantıkların, konuların, insanların ve tüketim nesnelerinin olduğunu ortaya koyan bu şemaya baktığımızda farklı hayat stilleri-

ne, inançlarına ve değer sistemlerine rastlıyoruz. Örneğin araçsal tüketim (a), protestan iş ahlakıyla bağlantılı, anti-tüketimci bir tüketim biçimidir. Burada amaç fiziksel ve materyal ihtiyaçları en etkili ve fonksiyonel biçimde tatmin etmektir. Bir malın değeri onun algılanan kullanım değeri ile değişim değeri arasındaki ilişkiyle belirlenir. Böyle bir kültürde tüketim değil üretim birinci plandadır. Ayrıca tüketim alışkanlıkları, nefsin istekleri doğrultusunda olmayan, çileci bir hayat stili içinde gelişmiştir. Realist hazcı tüketime (b) baktığımızda, üretim ve tüketimin henüz kültürü biçimlendirmedikleri zamanlardaki geleneksel ve hazcı toplumların alışkanlıklarına rastlarız. Bir malı ve benzeyen malları elde etmek için harcanan çaba ile o maldan elde edilecek zevk karşılaştırılır. Bu tarz tüketimin bir başka özelliği de tüketicinin başarısızlığa uğramamak amacıyla yeni malları denemeye çok eğimli olmayışdır. Hep eski alışkanlıkların getirdiği zevk aranır ve aynı malların tüketimi tekrarlanır (Jansson, 2001).

Hayalperest hazcı tüketim (c) realist hazcılıkla bağlantılı olan hazcılığın hayalperest versiyonuna denir ve “modern özerk hayalperest hazcılık” olarak adlandırılır. Maddenin ya da üretilmiş malın sembolik boyutu söz konusudur. Duyulara hitap eden tüketimden daha çok kendisinden duygusal ya da ruhani tatmin beklenen tüketimdir. Tipik hayalperest hazcı tüketicisi bir gündüzdüşçüsüdür. Aldığı maldan beklediği malın materyal ya da fonksiyonel yararından çok, malın imajından elde ettiği ruhani bir zevktir. Bu tipteki tüketiciciye çekici gelen kendi hayatına dair geçmiş tecrübeleri ışığında, aldığı malın kendisinde oluşturacağı yeni duyulanmalara dair fantezilerdir. Ama daha çok W. Benjamin’in ([1938] 2001) *flâneur*’üne yakınsayan bir tüketicisi görülmektedir. *Fantasmagorya* içinde modern şehrin sokaklarında yürüyen, dükkanlarının vitrinlerinde gördüğü, reklamlardan yansıyan, sergileri süsleyen nesneler *flâneur*’ün gelecekte elde edeceği zevklere dair hayallerini besler. Medya ve kapitalist kültür hazcı hayalperestliği besleyerek nesnelerin sembolik anlamlarını pekiştirir. Jansson’a (2001) göre reklamlar “romantik görüntü yaratmanın” yoludur. Nesne-

lere sihirli, yani neye dayandığı belli olmayan değerler verdiği için Marx'ın mal fetişizmine de benzetilebilir (Jansson, 2001).

Üretken tüketim (d) stilinde tüketim kişinin başkaları tarafından nasıl görüldüğüne dair katkısına göre değerlendirilir. Tüketim sosyokültürel statüye katkıda bulunur. Veblen'in "gösteriş tüketimi" olarak tanımladığı tüketim biçimidir. Burada kimlik oluşturmaktan çok zaten belirli bir sosyal sınıfı yeniden üretmek, devamlı kılmak ön plandadır. Gösterişçi tüketim (e) ise Fordist yığın üretimiyle açıklanır, alışveriş yapabilmeyen sosyal bir başarı olduğunu ortaya koyar. Kim *olduğumu*zu değil kim *olmak istediğimizi* gösteren tüketimdir. Hangi yaşam stiline benimsemek, hangi sosyokültürel komüniteye ait olmak istiyorsak onu belli eden tüketim çeşididir. Postmodern tüketim (f) hızlı ve uzmanlaşmış üretim biçimi olan post-Fordist üretime verilen addır. Üretilmiş mala anlam yüklemeyen bir tüketimdir. Üretken tüketim ve kendini beğenmiş (gösterişçi) tüketimin tersine, sosyokültürel kodları dışlar. Hatta herhangi bir kültürel koda hapsolup kalmamayı önemser. Kimliğin açık uçlu, yorumu açık ve gelişmeye yatkın olduğu fikrini benimser. Üretilenler ve tüketim tarzı yeni çıkan modalarla değişir. İlerici tüketim (g) ise diğer altı çeşitten farklı, her şeyden önce anti-tüketimci ve anti-materyalistik değerleri savunmakla alakalıdır. Tüketici ilerici tutuma sahiptir. Araçsal, hedonist ve gösterişçi amaçlar yerine ideolojik amaçlar gözetilir. Tüketimin motivasyonu zevk, eğlence ya da iletişim değil, nar-sizme, sosyal eşitsizliğe ve çevre kirliliğine olan eleştirel yaklaşımdır. Hatta bu tüketici tüketimi çevrecilik, feminizm, veganizm ya da global dayanışma gibi bazı sosyal hareketleri de destekler (Jansson, 2001).

Tüketim tarzlarını böylesine ayrıştırarak kategorize etmek şekilci ve indirgemeci görünse de, iktisatçıların tüketim davranışını incelerken hiç göz önünde bulundurmadıkları noktaları gündeme getirdiğinden zihin açıcıdır. Alınıp satılan malların çeşidi ve tüketici tipleri de bu şablonda zamanla yerini bulmalıdır. Gerekli Şeyler dükkânına gelenlerin tüketim davranışı daha çok Campbell'in (1987, s. 58-76) tipolojisinde "hayalpe-

rest hazcı tüketim" olarak tanımladığı türdendir. Tüm tüketim kategorilerinin, dolayısıyla romandaki tüketimin de en büyük ortak özelliği sonuçlarının ne olacağını çok da hesaplamadan, ama içgüdüsel bir fantezi beklentisine kapılarak yapılmalarıdır.

Tüketim farklı kurgular ve bağlamlar içinde romanlara da yansımıştır. Deneysel iktisatçılar deney kurgusundaki deneklerin aldıkları tüketim kararlarını incelerken; roman yazarları da roman kurgusundaki kişilerin peşine düşerler. Roman karakterleri romancıların hayal ürünü olduğundan deneklerin özgür iradelerinden bahsedilemez fakat yazarın gözlem kabiliyeti sayesinde gerçek hayatta karşımıza çıkan farklı gerçeklikler temsil edilir. Kurgu [*fiction*], fizik ve sosyal bilimlerde bilimsel bir metot olarak da kabul edilen bir nevi "düşünce deneyine" [*Gedankenexperiment*] karşılık gelir. Romanda, tüketicilerin davranışlarındaki en belirleyici ortak dürtü her ne pahasına olursa olsun dükkânda gördükleri nesnelere dair hissettikleri gözükör bir arzudur. Örneğin Cora Rusk, Elvis Presley'nin fotoğrafına "sahip olma" konusunda rakibi olarak gördüğü Myra'nın evine gider, resmin onda olması nedeniyle onu öldürmeyi bile göze almıştır:

Cora, Chuck ile Myra'nın yatak odasının kapısını açtığında sahne tahmin ettiği gibiydi. O aşağılık o... çırlıçıplak yataken bir elinde çerçeveli bir fotoğraf vardı. Diğer elini ise yastığının altına sokmuş gözleri yarı kapalı halde duruyordu. Cora'nın yüreği kıskançlık ve dehşetle ağzına geldi. Ağzında acı bir tat vardı. (s. 464)

Tüketicilerin Gerekli Şeyler mağazasındaki alışverişten sağladığı çıkarı Benthamcı *felicific calculus* analiziyle ele almak gerekirse, nesneye sahip olmaları sayesinde elde ettikleri zevk [*pleasure*] ile şakaların sonuçlarını öğrendiklerinde hissedecekleri suçluluk duygusu ya da acı [*pain*] birbirinden çıkarılır. İlk etapta, şakaların gerçekleştirilmesi oldukça kolay eylemler olduğu düşünüldüğünde, zevk acıdan daha fazla görünecektir. Fakat şakaların sonucunda meydana gelen cinayetler öğretiliğinde durumun böyle olmadığı görülür. Bu durumda orta-

da ne zevk ne acı vardır; sadece ölümden, yok oluştan söz edilebilir. Birey, eylemin yaratacağı haz ve acının derecesine ya da yoğunluğuna vakıf değildir, bunları hesaplayamaz. Aldığı malın kendisine getireceği zararın faydadan büyük olduğunu da bilmemektedir. Bazen bilse bile yanlış hesap yapar. Dolayısıyla bu roman kişilerinin davranışları iktisadi bireye atfedilen farklı rasyonellik kavramlarından⁸ hiçbirine uygun düşmemektedir.

Müşteriler aslında nesneye sahip olmak için yerine getirilmesi gereken asgari yükümlülüğü hem parasal hem de davranışsal olarak meydana getirmektedir. Bu tuhaf değer ve alışveriş sisteminde iktisatçı için anlamlı olabilecek tek unsur “sahip olma dürtüsü ile hareket etmektir”. Daha açık ifade etmek gerekirse, yaptıkları alışverişin onlara kazanç mı yoksa kayıp mı getireceğini yanlış hesapladıklarından, kasaba sakinlerini yönlendiren tek dürtü “nesneye sahip olma dürtüsüdür”. Gerçek hayatta karşılığı olan bu durum ana akım iktisatçıların değil davranışsal iktisatçıların dikkatini çekmiştir.

Davranışsal iktisat, ana akım iktisat teorisinin ortaya attığı sınanmamış güçlü varsayımları deneyler yoluyla gözden geçiren bir yaklaşımdır. İktisadi aktörlerin tam rasyonel davranması demek, piyasa fiyatını değer ölçüsü olarak kabul etmek demektir. Oysa Johnson, Keinan ve Häubl’in (2007) çalışmasında olduğu gibi, satıcı ve alıcıların ortaya attığı değer ölçüsü dışında, kişilerin sorgulamalarından ve hatıralarından yola çıkarak oluşturdukları değerler de vardır. Bu konu davranışsal iktisat alanındaki çalışmalar tarafından farklı deneyler kurgulanarak incelenmektedir.⁹ Adı geçen durumlar, farklı değerlerin ön plana çıktığı alışverişe olanak verir. Malın sahibi olmaktan da ortaya çıkan sahiplenmeye benzer [*endowment-like effects without ownership*] etkileri de kapsar. Gözlemlenen bu durum asimetrik bir alışverişin [*exchange asymmetry*] gelişmesine neden olmuştur.

Alışveriş sırasında sahip olunan nesneye daha fazla değer atfetme şeklinde gözlemlenen etki, psikoloji ve davranışsal ik-

tisat tarafından “elde bulundurma etkisi” [*endowment effect*], sosyal psikoloji tarafından ise “elden çıkarmaktan kaçınma etkisi” [*divestiture aversion*] ya da “yalnızca sahiplenme etkisi” [*the mere ownership effect*] olarak adlandırılır. “Elde bulundurma etkisi” ya da “sahip olma etkisi” ilk olarak R. Thaler (1980) tarafından, malın fırsat maliyetinin normalden az olarak belirlenmesi ve mala sahip olunduktan sonra karar almakta zorlanma olarak tanımlanır. Malı olduğundan daha değerli görme de bu etki kapsamındadır. Kahneman ve Tversky’nin (2000) çalışmalarına da konu olan “sahip olma etkisi”, rasyonel karar vericilerle ilgili düşüncelerimizi yeniden gözden geçirmemizi ve iktisadın psikolojiyle işbirliğinden doğabilecek faydaları tahayyül etmemizi sağlar.

Thaler’a (1980) göre “sahiplik” sayesinde mal halihazırda ki sahibine, potansiyel sahibine olduğundan daha değerli görünür. Etki kendini iki şekilde gösterir. İlk olarak insanlar, sahip oldukları bir nesneyi ellerinde tutmaya devam etmek için, bu nesneyi alırken ödediklerinden daha yüksek bir meblağ öderler. Ayrıca ortaya çıkan bu değerlendirme paradigmasının işlenmesi için o nesneye dair özel bir bağlılıkları olması ya da o nesneyi çok kısa süre önce elde etmiş olmaları önemli değildir; diğer etki ise bir alışveriş paradigmasını ifade eder. Yapılan deneylerde gözlemlendiğine göre, insanlar sahip oldukları bir malı aynı değere sahip başka bir malla değiştirmeye gönülsüzdürler.

Bu etkiyi ölçen en bilinen çalışmada Kahneman, Knetsch ve Thaler (1990, 1991) kahve kupası örneği kullanır. Kahneman, Knetsch ve Thaler’ın (1990) yaptığı bir çalışmada katılımcılara bir kahve kupası verilir ve bunu aynı değere sahip kalemlerle değiştirmeleri istenir. Kupanın sahibi oldukları takdirde kupa ya iki katı değer biçerler ve kalemler karşılığında verilecek kupa için iki katı fiyat isterler. Bir diğer örnekte ise katılımcılara önce İsviçre çikolatası verilir ve bunu bir kahve kupasıyla değiştirmeleri istenir. İsviçre çikolatasına sahiplerdir artık ve onu bir kahve kupasıyla değiştirmeye gönülsüz olurlar. Kahve kupasının sahibi olduklarında ise onu, biraz önce bırakmak iste-

8 Bu kavramların listesi ve açıklamaları için bkz. Zouboulakis (2014).

9 Bkz. Plott ve Zeiler, 2007.

medikleri İsviçre çikolatası karşılığında değiştirmeye gönülsüz olurlar. Burada ortaya çıkan sonuç, nesneye rastlantısal olarak sahip olunmuşsa bile, nesneye sahip olanın ona daha fazla değer atfetmesidir (Johnson, Keinan ve Häubl, 2007, s. 61). Bu durum, tüketicilerin ya da insanların bir şeyler kazanmak için ne kadar acıya dayanmaya ya da neleri kaybetmeye tahammül edebildiklerini araştıran “kabul etme ya da ödemeye razı olma” adlı davranışsal model içinde yer almaktadır (Beggan, 1992; Roeckelein, 2006; Morewedge ve Giblin, 2015).

Satmak ve almak eylemleri sırasında aynı mala farklı değerler atfedilmesinin nedenini “kayıptan kaçınma” [*loss aversion*] olarak açıklayan çalışmalar vardır. Kahneman ve Tversky (1979) ve Tversky and Kahneman’a (1991) göre sahip olduğumuz bir nesneden vazgeçmemiz gerekirse kayıp; sahip olmadığımız bir nesneyi alma fırsatını değerlendirmedığımızda ise sadece feragat hissi uyanır. Diğer bir söyleyişle, bir şeyden vazgeçmek, ona sahip olmamaktan çok daha acı verir. Bu acı satmak ve satın almak eylemleri sırasında da devreye girer.

“Sahip olma etkisinin” Kahneman ve Tversky (1979) tarafından geliştirilen kazanç ve kayıp teması içinde incelenmesinin nedeni burada, ne kazanca ne de kayba dair olasılıkların bilinebilmesidir. “Kayıptan kaçma” dürtüsüyle ilgili yapılmış araştırmalara göre, bir nesneyi kaybetmek o nesneye sahip olmamaktan çok daha acıdır (Kahneman ve Tversky 1979; Tversky ve Kahneman 1991). Kaybın etkisi kazancın etkisinden daha şiddetlidir. Satış ve alış fiyatları arasındaki fark da bu acıyı yansıtır (Carmon ve Ariely, 2000, s. 361). Önyargılı ve yanıltıcı bilgiler “sahip olma etkisi” üzerinde oldukça belirleyicidir. Malın sunulma biçimi ona sahip olma ya da onu makul bir karşılık ile satma kararlarını etkiler (Morewedge ve Giblin, 2015). Morewedge, Shu, Gilbert, Wilson (2009) ve Maddux (2010) tarafından yapılan araştırmalarda öne sürülen bağlanma tabanlı açıklamalar “bağın” [*attachment*] ya da “bir malı sahiplenmekle kendiliğinden oluşan çağrışımın” [*association with the self-induced by owning a good*] ya da “kendiliğinden çağrışımın” [*self-associations*], kişilerin ticarete gö-

nülsüzlüğünü gösterdiğini ifade eder.¹⁰ Malla kurulan duygusal bağ, o malın kaybedildiği veya başkasına devredildiği noktada benlikle ilgili bir kayba denk düşer. Burada mal satıldığında alınacak maddi karşılığın da bir anlamı kalmamıştır çünkü artık nesne, kişinin kimliğinin bir parçası haline gelmiştir (Beggan, 1992). Üzerinde mezun olduğu üniversitenin amblemi olan bir tişörtten vazgeçemeyen bir yetişkin bu duruma örnek gösterilebilir.

Sonuç niyetine

Stephen King’in *Ruhlar Dükkânı* adlı romanında kendi kurallarına göre işleyen bir alışveriş sistemine rastlanır. Bu sistemde, hem piyasa sisteminden hem de ekonomik faaliyetlerin otoriter bir şefin emirleri etrafında şekillendiği kapitalizm öncesi toplumların düzeninden izler vardır. King, romandaki hayatın geçtiği Castle Rock kasabasının Reagan dönemi Amerika’sını temsil ettiğini söyler. Lelant Gaunt’un kasabada açtığı yeni dükkânda buldukları malların albenisine kapılan kasaba fertleri karşı konulmaz garip dürtülerin etkisi altına girer. Alacakları alışveriş kararları sırasında, mallar için yapacakları ödemenin bütçelerine uygunluğu ile malların onlara getireceği fayda dışında birçok saikle hareket ederler. Kasaba halkı yapacakları alışverişe karar verirken davranışsal iktisat tarafından yapılan deneylerde gözlemlenen ve “sahip olma dürtüsü” olarak adlandırılan psikolojik bir dürtüyle hareket eder. Bu psikolojik motivasyonun arkasındaysa geçmişe özenme, yoksunluk hissi; komşularla rekabet; kimlik arayışı gibi başka faktörler yer almaktadır. Arzu ettikleri mallara sahip olabilmek için Gaunt’un kendilerinden istediği ve sonuçlarını kesinlikle kestiremedikleri şakaları yapmaları, tüketici kararlarının ne kadar karışık ve anlaşılması zor bilişsel mekanizmalara tabi olduğunun metaforik bir ifadesidir. *Ruhlar Dükkânı* romanı sayesinde, iktisadi ka-

10 Tüketim konusunda araştırma yaparken önce duyguların diğer durumlardan ayırt edilmesi gerekir. Plutchik (1980) 28 farklı duygu tanımladı. Ayrıca bkz. Richins (1997).

rarlara etki etse de ölçülme zorluğundan dolayı iktisadi modellerden dışlanan birçok değişkenin varlığı hatırlanır. İktisat biliminin içinde yaşadığımız dünyaya dair daha gerçekçi analizler sunmasının yolu, edebiyat, sosyoloji, psikoloji ve bilişsel bilimlerle disiplinlerarası etkileşimdir. Kurgunun soyut dünyası kimi zaman bilimin soyut dünyasından daha gerçekçidir.

KAYNAKÇA

- Akdere Ç. (2014), "Kurmaca Dünyayı Gerçek, Gerçek Dünyayı Kurmaca Kişilerle Anlatmak: John Dos Passos'un *Büyük Para*'sında Thorstein Veblen", der. D. G. Aydın ve Ç. Akdere, *Edebiyattaki İktisat, İletişim Yaynevi*, İstanbul, s. 313-357.
- Akdere Ç. ve Baron C. (2017), "Monetary Relations in André Gide's *The Counterfeiters*", der. Ç. Akdere ve C. Baron, *Economics and Literature A Comparative and Interdisciplinary Approach* (forthcoming).
- Akdere Ç. ve Büyükboyacı M. (2015), "Davranışsal İktisat ve Sınırlı Rasyonellik Varsayımı", *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, der. D. Dumludağ, Ö. Gökdemir, L. Neyse, E. Ruben, İmge Kitabevi, İstanbul, s. 105-139.
- Barbie O. (2010), *Convergences entre économie et sociologie autour du concept de réseau social*, Thèse soutenue à l'université Paris I Panthéon-Sorbonne, Paris, France.
- Bartlett B. (1982), "The Conservative Critics of Reaganomics", *The Intercollegiate Review*, no. 18.1, vol. 39, s. 1.
- Beggs J. (1992), "On the social nature of nonsocial perception: The mere ownership effect", *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, s. 229-237.
- Benjamin W. ([1938] 2001), "XIX. Yüzyılın Başkenti Paris", *Pasajlar*, YKY, İstanbul, s. 87-108.
- Caillé A. (1997), "Présentation", *La Revue de Mauss*, 'Guerre et paix entre les sciences; disciplinarité, inter et transdisciplinarité' konusu üzerine özel numara, no. 10.
- Campbell C. (1987), *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Writersprintshop, Londra.
- Carmon Z. ve Arieli D. (2000), "Focusing on the Forgone: How Value Can Appear So Different to Buyers and Sellers", *Journal of Consumer Research*, vol. 27 (3), s. 360-370.
- Casabianca F. (1997), "L'interdisciplinarité aux orties?", *Bulletin de la société languedocienne de géographie*, 'l'interdisciplinarité sciences sociales/sciences de la nature - une histoire pour un devenir' konusu üzerine özel numara, vol. 24, no. 3-4, Université Paul Valéry.
- Corre J.-J. (1997), "Transdisciplinarité. Application à un projet recherche sur le littoral du golfe du lion", *Bulletin de la société languedocienne de géographie*, 'l'interdisciplinarité sciences sociales/sciences de la nature - une histoire pour un devenir' konusu üzerine özel numara, vol. 24, no. 3-4, Université Paul Valéry, s. 347-355.
- Cruz G. (2009), "Interview with S. King: Stephen King on His 10 Longest Novels" [Interview by G. Cruz], *Time*, vol. 6 November, <http://entertainment.time.com/2009/11/09/stephen-king-on-his-10-longest-novels/slide/needful-things-1991/>, görölme tarihi 11.06.2015.
- De Bechillon D. (1997), "La notion de transdisciplinarité", *La Revue de Mauss*, 'Guerre et paix entre les sciences; disciplinarité, inter et transdisciplinarité' konusu üzerine özel numara, no. 10, s. 185-199.
- Demirel S. ve Yeğen C. (2015), "Tüketim, Postmodernizm ve Kapitalizm Örgüsü", *Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi*, yıl 2, sayı 1, s. 115-139.
- Doğan S. (2006), "Keynesyen Teori'ye Bir Tepki: Arz Yanlı İktisat", *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, sayı 12, s. 253-272.
- De Geest G. (2004), "The Death of Caveat Emptor", Working Paper, University Of Chicago Law School Law And Economics Workshop.
- Drake R. (2013), "I Owe My Soul to The Company Store: How Would You Like to Be Paid with A Prepaid Bank Card?", www.arktimes.com (görölme tarihi: 10.5.2016).
- Erdogan E. ve Ak M. Z. (2003), "Neo-Liberal Ekonomik Dönüşüm ve Sendikalar", *Kamu-İş*, cilt 7, sayı 2, s. 2-14.
- Erreygers G. (2001), "Crossing boundaries: economics and its neighbours" der. G. Erreygers, *Economics and Interdisciplinary Exchange*, Routledge, Londra ve New York.
- Fourez G. (2001), "Fondements épistémologique pour l'interdisciplinarité" der. Y. Lenoir, B. Rey ve I. Fazenda, *Les fondements de l'interdisciplinarité dans la formation à l'enseignement*, Editions du CRP, s. 67-84.
- Kovancılar B. (2013), "ABD'de Bütçe Açık ve Fazlaları: Tarihsel Bir İnceleme", *Yönetim ve Ekonomi*, cilt 20, sayı: 2, s. 67-90.
- Hobsbawm E. (1996), "Mass-Producing Traditions: Europe 1870-1914", der. E. Hobsbawm ve T. Ranger, *The invention of Traditions*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Hutchinson C. (2008), *Reaganism, Thatcherism and the Social Novel*, Palgrave Macmillan, New York.
- Jansson A. (2001), *Image Culture. Media, Consumption and Everyday Life in Reflexive Modernity*, JMG, Göteborg.
- Johnson E. J., Keinan A. ve Häubl G. (2007), "Aspects of Endowment: A Query Theory of Value Construction", *Journal of Experimental Psychology*, vol. 33, no. 3, s. 461-474.
- Kahneman D. ve Tversky A. (1979), "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", *Econometrica*, vol. 47, n. 2, s. 263-291.
- Kahneman D., Knetsch J. L. ve Thaler R. H. (1990), "Experimental Tests of the Endowment Effect and the Coase Theorem", *Journal of Political Economy*, vol. 98 (6), s. 1325-1348.
- Kahneman D., Knetsch J. ve Thaler R. (1991), "Anomalies: The Endowment effect, loss aversion, and status quo bias", *Journal of Economic Perspectives*, vol. 5, s. 193-206.
- Kahneman D. ve Tversky A. (der.) (2000), *Choices, values and frames*, Cambridge University Press, Cambridge.

King S. ([1991]2012), *Ruhlar Dükkânı*, Altın Kitaplar, İstanbul.

King S. ([1991]2016), *Needful Things*, Pocket Books, New York.

Lazear E. P. (2000) "Economic imperialism", *Quarterly Journal of Economics*, cilt 115, sayı 1, s. 99-146.

Korty D. (1995), "Fixing the Economy: The Company Store Problem", *Challenge*, cilt 38, sayı 6, s. 55.

Athey L. (2012), "Company Stores", *The West Virginia Encyclopedia*, <http://www.wvencyclopedia.org/print/Article/1476>, görölme tarihi 12.8.2016.

Lehmann-Haupt C. ve Rich N. (2006), "Interview with Stephen King, The art of Fiction No. 189", *Paris Review*, Fall, Issue 178, s. 66.

Lurçat F. (1997), "Pour une épistémologie négative. Disciplines et frontières", *Recherches-La Revue du MAUSS*, sayı 10, s. 155-166.

Maddux W. W.; Yang H.; Falk C.; Adam H.; Adair W.; Endo Y.; Carmon Z. ve Heine S. J. (2010), "For Whom Is Parting With Possessions More Painful?: Cultural Differences in the Endowment Effect", *Psychological Science*, 21 (12), s. 1910-1917.

Maki U. (2007), "Varieties of Interdisciplinarity and of Scientific Progress", Paris I Panthéon-Sorbonne Üniversitesinde sunulmuş metin, Paris, France, http://www.univ-paris13.fr/cepn/IMG/pdf/texte_uskali_2_140508.pdf, görölme tarihi 10.5.2016.

Mill J. S. ([1836]2003), "On the Definition of Political Economy; and on the Method of Investigation Proper to it", der. F. E. L. Priestly ve J. M. Robson, *Collected Works*, cilt. IV, Toronto University Press, Toronto, pp. 309-39.

Morewedge C. K. ve Giblin C. E. (2015), "Explanations of the endowment effect: An integrative review", *Trends in Cognitive Sciences*, 19(6), s. 339-348.

Morewedge C. K., Shu, L. L., Gilbert, D. T., Wilson, T. D. (2009), "Bad riddance or good rubbish? Ownership and not loss aversion causes the endowment effect", *Journal of Experimental Social Psychology*, 45 (4), s. 947-951.

Morin E. (1990), *Introduction à la pensée complexe*, ESF, Paris.

Niskanen W. A. ve Moore S. (1996), "Supply-Side Tax Cuts and the Truth about the Reagan Economic Record", *Cato Institute Policy Analysis*, no. 261, s. 1-26.

Picon B. (1989), "Préface", *Bulletin de la société languedocienne de géographie*, "interdisciplinarité sciences sociales/sciences de la nature - une histoire pour un devenir" konusu üzerine özel numara, vol. 24, no. 3-4, Université Paul Valéry, s. 229-30.

Pignol C. ve Akdere Ç. (2016), "Economie et littérature: les conditions d'un dialogue", der. C. Pignol, R. Tortajada, L. Frobert, *Revue d'histoire de la pensée économique*, vol. 2, no. 2.

Plott C. R. ve Zeiler K. (2007), "Exchange Asymmetries Incorrectly Interpreted as Evidence of Endowment Effect Theory and Prospect Theory?", *The American Economic Review*, cilt 97, sayı 4, pp. 1449-1466.

Plutchik R. (1980), "Emotion: A Psychoevolutionary Synthesis", Harper ve Row, New York.

Polanyi K. ([1944]2000), *Büyük Dönüşüm, Çağımızın Siyasal ve Ekonomik Kökenleri*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Reme Harnay P. (2005), *Harrison C. White: une théorie générale des marchés*, Thèse soutenue à l'université Paris I Panthéon-Sorbonne, Paris, France.

Richins M. L. (1997), "Measuring Emotions in the Consumption Experience", *Journal of Consumer Research*, cilt 24, sayı 2, s. 127-146.

Robert O. (1998), *Economie et Sociologie, en Grande-Bretagne, au XIXème siècle: Histoire d'une séparation*, Thèse soutenue à l'université Paris I Panthéon-Sorbonne, Paris, France.

Roeckelein J. E. (2006), *Elsevier's Dictionary of Psychological Theories*, Elsevier, Amsterdam.

Ryan M. ve Kellner D. (2010), *Politik Kamera Çağdaş Hollywood Sinemasının Ideolojisi ve Politikası*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Salman, M. (2012), "Nükleer Silahlanmanın ABD Dış Politikasına Etkileri: Ronald Reagan Dönemi (1981-1989)", Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Sassatelli R. (2007), *Consumer Culture: History, Theory and Politics*, SAGE Publications, Londra.

Sawyer J. E. (1987), "Why Reaganomics and Keynesian Economics Failed", Palgrave Macmillan, New York.

Schinckus C. (2008), "Constructivisme et relativisme ou l'expression de la postmodernité dans les sciences sociales", der. M. Jacquemain ve B. Frère, *Épistémologie de la Sociologie*, s. 97-120.

Sigot N. ve Akdere Ç. (2017), "Dual Criticism of Charles Dickens' *Hard Times*", der. Ç. Akdere ve C. Baron, *Economics and Literature A Comparative and Interdisciplinary Approach* (forthcoming).

Tversky A. ve Kahneman D. (1991), "Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model", *The Quarterly Journal of Economics*, 106 (4), s. 1039-1061.

Steiner P. (1999), *La sociologie économique*, La Découverte, Paris, ilk basım.

Smith A. ([1951]2011), *Theory of Moral Sentiments*, Gutenberg Publishers, New York.

Smith A. ([1776]2002), *Ulusların Zenginliği*, 2. Cilt, Alan Yayıncılık, İstanbul.

Smith A. ([1776]1997), *Ulusların Zenginliği*, 1. Cilt, Alan Yayıncılık, İstanbul.

Thaler R. (1980), "Toward a positive theory of consumer choice", *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1 (1), s. 39-60.

Zouboulakis M. S. (2014), *The Varieties of Economic Rationality. From Adam Smith to contemporary behavioral and evolutionary economics*, Londra, Routledge.

Wills G. (1988), *Reagan's America: Innocents at Home*, Penguin Books, New York.