

Bilinçli Tüketim kavramının boyutları

**ESNA BETÜL BUĞDAY
MÜBERRA BABAĞUL**

DOÇ. DR. HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ, İİBF, AİLE VE TÜKETİCİ BİLİMLERİ.
PROF. DR. HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ, İİBF, AİLE VE TÜKETİCİ BİLİMLERİ.

Günümüzde tüm toplumların temel özelliği haline gelen tüketim olgusu, 20. yy'ın son çeyreğinden itibaren ekonomik bir olgu olmanın yanı sıra kültürel, psikolojik ve sosyal bir olgu olarak da belirginleşmeye başlamıştır.

TARİH boyunca toplumlar, içerisinde yaşanan değişimler ve dinamiklerine göre tarım toplumu, sanayi toplumu, modern toplum, bilgi toplumu, post-modern toplum, risk toplumu ve tüketim toplumu gibi isimler almıştır. Tüm bu adlandırmalar, içinde bulunulan evrenin dinamiklerini ve bu evrede toplumun nasıl bir yapılanma içinde olduğunu açıklamaya çalışmaktadır. Bu toplumların içerisinde yaşayan bireyler de farklı değerler, tutumlar ve davranışlarla şekillenmektedir. Örneğin sanayi öncesi geleneksel toplum yapısında bireyler doğal yollardan ihtiyacını giderme ve var olanla yetinme değerlerine sahipken, modern sanayi toplumunda bireyler için emek, çalışma gibi değerler ön plana çık-

makta, sanayi sonrası evreyi tanımlayan tüketim toplumunda ise tüm değerlerin yerini aşırı tüketim almaktadır.

Günümüzde tüm toplumların temel özelliği haline gelen tüketim olgusu, 20. yy'ın son çeyreğinden itibaren ekonomik bir olgu olmanın yanı sıra kültürel, psikolojik ve sosyal bir olgu olarak da belirginleşmeye başlamıştır. Tüketim artık sadece temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik bir faaliyet olmaktan çıkmış ve geleneksel işlevinden uzaklaşarak bireylerin istek ve arzularının tatmininin sağlanması, kimlik oluşturma ve statü göstergesi olma gibi yeni anlamlar kazanmıştır. Tüketim, toplumsal bir olgu olarak, insanların toplumda kabul görme ve itibar kazanma ih-

tiyacını tatmin ettiği bir faaliyet biçimindedir. Kültürel olarak ise bireylerin duygularını ortaya koyan ve çevresiyle iletişim kurmasını sağlayan bir araçtır.

20. yüzyıl sonrası kapitalizminin bireylere yüklediği görev, harcama isteğini üstün tutarak sürekli tüketimi artırmasıdır. Tüketim toplumunda bireyler, tüketici olarak yetenekleriyle önem kazanmakta, ekonomik sistemin sürdürülebilmesi için bireylere tüketici olarak ihtiyaç duyulmaktadır. 19. yüzyılda bireyleri çalışma üzerinden sömüren kapitalist sistem, bu sömürüyü 20. yüzyılda tüketim üzerinden gerçekleştirmektedir. Baudrillard, sistem tarafından bireylere verilen "tüketme" görevini "toplumsal iş" olarak nitelendirmektedir. Sanayi toplumunda yaşayan bireyler için toplumsal iş; çalışmak ve durmadan üretmek iken, sanayi sonrası toplum bireyleri için bu iş "tüketmek ve daha çok tüketmek"tir. "Toplumsal iş"ini yerine getirmeyerek ihtiyaçları doğrultusunda tüketim faaliyetinde bulunan bireyler, toplum tarafından "ikinci sınıf" ve "öteki"



Zulme destek veren yüz karası markaları boykot etmek, sosyal sorumlu tüketici davranışının temel özelliği olmalıdır

olarak görülmekte ve dışlanmaktadır. Çünkü ekonomik sistem, sürekli tüketen ve sürekli isteyen bireylere ihtiyaç duymaktadır.

Bireylerin tüketim davranışlarının hayatın her yönünü etkilememesi mümkün değildir. Tüketim için tüketmek anlayışının benimsendiği ve bireyci ideolojinin ön plana çıktığı tüketim toplumunda, bireylerin sorumsuzca ve düşünmeden tüketmesi insanları çevresel, toplumsal ve etik açıdan birçok risk ile karşı karşıya getirmektedir.

Öncelikli olarak, tüketim toplumundaki sınırsız tüketim anlayışı, insanın doğa ile uyumlu yaşamayı yerine, kaynakların kötü kullanımına ve israfa yol açmaktadır. İsrafa dayalı tüketim anlayışı, sınırlı kaynakların giderek yok olmasına yol açarak çevreyi tah-

rip etmektedir. Tüm bu çevre sorunlarının çözümlenebilmesi için sürdürülebilir tüketime dayalı yeni bir yaşam tarzını benimsemiş ve çevre konusunda bilinçlenmiş tüketicilere ihtiyaç vardır.

Maddi ve manevi tüm metaların bilinçsizce tüketildiği tüketim kültürü, toplumu ve sosyal çevreyi yaşanmaz hale getirmektedir. Dünyanın belli ülkelerinde israf ekonomisi varlığını sürdürürken, az gelişmiş ülkelerde insanlar “küresel açlık” ile mücadele etmektedir. Diğer bir deyişle, dünyada metalar eşit olarak paylaşılmamaktadır. Bu problemlerin çözümünde anahtar rolü oynayacak olan kitle de tüketim faaliyetinin topluma etkilerinin bilincinde olan, gerektiğinde işletmelerin faaliyetlerine yön verebilmek için satın almama ya da boykot etme hakkını kulla-

nabilen ve gücünün farkında olan, sosyal olarak bilinçli tüketicilerdir.

Tüm bu nedenlerden dolayı hem tüketici olarak bireylerin, ihtiyaçlarını karşılayarak yaşam düzeylerini yükseltebilmek ve bunu koruyabilmek hem de toplumun kalkınması için bilinçli ve sorumlu eğitilmiş tüketicilere ve bilinç, sorumluluk ve etik temelli yeni bir tüketim anlayışının oluşmasına gerek vardır. Bilinç kavramı, insanın kendisini ve çevresini tanıma yeteneğidir. İnsan, bilinç ile faaliyetlerinin ve davranışlarının farkında olur ve kendini eleştirebilir. Tüketim olgusu da bilinç ile birlikte ele alındığında kontrol edilebilir bir davranış haline gelir. Bilinçli bir tüketici, eğitilmiş olması nedeniyle ekonominin ve toplumun değişmesini sağlayacaktır.

Bu makale kapsamında sosyal

sorumlu, çevre bilinçli, etik, sade tüketim ve rasyonel tüketim olmak üzere beş boyuttan oluşan ve yukarıda bahsedilen problemlerin çözümü ve toplum refahı için bir rehber olması düşünülen çok kapsamlı bir bilinçli tüketim davranışının sınırları çizilmeye çalışılmıştır.

SOSYAL SORUMLU TÜKETİM

Tüketici olarak gerçekleştirilen her satın alma davranışı ve seçilen her ürünün topluma ve çevreye etkisinin olmaması düşünülemez. Günümüzde tüketiciler, sadece ihtiyaçlarını ya da isteklerini karşılamanın ötesinde herhangi bir ürün satın alırken çocuk işçiler, çevre kirliliği, etik ticaret ilkeleri, doğal kaynakların sınırlılığı gibi pek çok konuyu da göz önünde bulundurmaktadır. Bahsedilen bu konular ve daha birçok konu, literatürde pek çok araştırmacı tarafından tüketimin sosyal sorumlu yönü olarak kavramlaştırılmaktadır.

İlgili çalışmalar incelendiğinde sosyal sorumlu tüketicilerin toplumun refahını bozan işletmelerin ürünlerini satın alma, bir ürün ya da hizmet satın alırken fırsatlar kadar problemlerin de farkında olma, tüketimle ilgili problemlerin çözümü için bir vatandaş olarak gücünün bilincinde olma, toplumdaki sosyal

olaylara duyarlılık gösterme, satın alma kararları içerisinde toplumsal faktörleri de dahil etme, tüketime eleştirel bakma ve sorgulama gibi davranışlar gösterdikleri belirlenmiştir. Bu tüketiciler, bireysel yaşamaktan çok, toplumcu ve toplulukçu bir yaşamı tercih ederler ve sadece kendilerini düşünmeyen, sosyal idealleri de önemseyen bireylerdir.

Sosyal sorumlu tüketici davranışı, işletmelerin sosyal sorum-

.....

Tüketim artık sadece temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik bir faaliyet olmaktan çıkmış ve geleneksel işlevinden uzaklaşarak bireylerin istek ve arzularının tatmininin sağlanması, kimlik oluşturma ve statü göstergesi olma gibi yeni anlamlar kazanmıştır.

.....

luluk projelerine önem veren, çalışan hakları, çocuk işçi çalıştırılması, engelli bireylerin istihdam edilmesi, ayrımcılık, hayvanlar üzerinde yapılan testler, nesli tükenen hayvanlar gibi sosyal problemlere duyarlı, uygulamalarını beğenmediği işletmeleri gerektiğinde boykot eden, piyasayı yönlendirme gücünün farkında, sosyal adalet duygusu gelişmiş, bireysel değil toplumcu yaşayan bireyler olarak kendini göstermektedir.

ÇEVRE BİLİNCİLİ TÜKETİM

Çevre bilinciyle hareket eden tüketicilerin tüketim ve satın alma kararları, çevreye karşı bir sorumluluk taşımaktadır. Ayrıca bu tüketiciler, kaynak kullanımında hem gelecek nesiller hem de tüm insanlık için bir sorumluluk üstlenmektedir. Çevre bilinçli tüketiciler, bir ürün satın alırken, üretim koşulları, ürün içeriği, ambalajı, kullanımı ve atıldıktan sonra çevre üzerindeki etkileri konusunda bilgi edinerek, buna göre karar veren tüketiciler olarak tanımlanmaktadır. Bu davranışlarıyla tüketiciler, işletmelerin de faaliyetlerini gözden geçirmeleri yönünde bir baskı oluşturmakta ve üretim faaliyetlerini ve geliştirdikleri ürün çeşitlerini şekillendirebilmektedir.

Çevre bilinçli tüketici, kendisini doğanın hakimi olarak görmek yerine, doğanın bir parçası olduğunu kabul eden, yeryüzündeki diğer türlerin ve ekosistemlerin yaşam hakkına saygı duyan ve onları korumak için çaba gösteren, tüm faaliyetlerinin doğa üzerindeki etkilerinin bilincinde olarak kirliliğin ve tahribatın durdurulması için elinden geleni yapan, doğanın çeşitliliğinin insan kullanımı için değil de kendisi için değer taşıdığını bilen, doğaya ve diğer türlere karşı ayrımcı olmayan, doğal kaynakların sınırlılığının farkında olarak kaynak israfını önlemeye çalış-



Gönüllü Sadelik hareketinin belirgin özelliklerinden olan tüketimden kurtulmaya dair her türlü tavır, insanları tabii çevreye çok yakın birer arkadaş hâline getirecektir

şan, tüketim kültürüne karşı olan, sade bir yaşam tarzını benimseyen bilinçli bireylerdir.

SADE TÜKETİM

Gönüllü sadelik, tüketim kültürüne karşı bir akımdır. Bu akım, sanayi toplumu öncesi ortaya çıkmış fakat küreselleşmenin ve tüketim kültürünün etkisiyle uygulanamamıştır. İlk olarak, 1936 yılında Richard Gregg tarafından kavramlaştırılmıştır. Bu akımın temel amacı, bireylerin tüketim bağımlılığına son vermek, tüketim miktarını azaltmak ve bireyin kendi hayatının kontrolünü almasını sağlamaktır. Bu akımın özünde, bireyin dış dünyasında sade ve basit, iç dünyasında ise zengin bir yaşam sürmesi düşüncesi bulunmaktadır. Iwata'ya göre ise

bu akımın temelinde yer alan en önemli öğeler, bireyin kendi kendine yetmesi ve metalara daha az bağlı olmasıdır.

Gönüllü sadelik akımının öncülüğünü, sosyolog Duane Elgin yapmıştır. 1981 yılında Voluntary Simplicity (Gönüllü Sadelik) ismiyle bir kitap yayınlayan Elgin, basit yaşamaya dair uygulamaları sistemli bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu kitap, tüketim girdabında boğularak bir çıkış yolu arayan insanlara gönüllü olarak sade bir yaşamın nasıl sürdürülebileceği konusunda ipuçları vermektedir.

Gönüllü sadelik; teknolojiyi reddetme, yoksulluğu benimseme gibi düşüncelerden oluşmaktadır. Bu akım sadece daha az tüketimi ve çevreye uyumlu, dost teknolojileri savunmaktadır. Ger-

çekte basit yaşam, tüketimi nasıl gerçekleştireceğini iyi bilmek ve bu sade yaşam tarzı ile mutluluğu keşfetmektir.

ETİK TÜKETİM

Etik tüketim davranışını gerçekleştirmek için gerekli olan erdemler, bireyleri sosyal adalet, çevreye saygı, toplumsal ve bireysel sağlığın korunması gibi amaçlar ışığında ürün seçmeye ve tüketmeye yöneltmektedir. Etik tüketim davranışı geliştirmeye çalışan bireyler, sosyal adaletin korunmasına katkıda bulunmak için etik ticaret ilkelerine saygı gösterirler. Bu ilkelere uyan işletmelerin ürünleri için daha fazla ödeme yapmaya isteklidirler. Burada önemli olan kavram, "yansıtma"dır. Birey, tüketim davranışının toplumda bir yansımaya olduğu bilinciyle bu şe-

kilde davranmaktadır. Diğer bir ifadeyle, etik ticaret ilkelerine uyan bir işletmenin ürünlerinin tercih edilmesi, topluma temiz ticaret ve sosyal adaletin sağlanması olarak geri dönmektedir. Bu davranışı gerçekleştirmek için bireyin sorumluluk, empati, bilgiyi arama gibi erdemlere sahip olması gerekmektedir. Benzer şekilde çevre dostu ürünler satın alma davranışı, çevresel kirliliğin azalması, çevrenin korunması, birey ve toplum sağlığına uygun ürünler tercih edilmesi, toplumun sağlık düzeyinin artması olarak geri dönecektir.

Etik tüketim davranışının en önemli boyutu, sadece bireylerin tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesi değil, modern tüketimin anlamının, hedeflerinin ve tüketiciye yüklediği sorumlulukların tüm bireyler tarafından anlaşılmasıdır. Langeland, bireylerin etik tüketim davranışları gerçekleştirerek kişiliklerini geliştirdiklerini ve kimliklerini bulduklarını belirtmektedir. Tüketicilerin, etik olduğunu düşündükleri ürünleri tercih edip, etik olmayandan uzak durmaları, işletmelere neyin üretilip neyin üretilmeyeceği ve üretim sürecinin nasıl olacağı konusunda mesaj vermektedir. Bireyler, etik olarak üretilmiş ürünleri tercih ederek ahlaki konular ile çevresel ve toplumsal problemlere ilişkin endişelerini göstermektedir.

Bu çalışma kapsamında sözü

edilen etik tüketici davranışı, sahip olduğu doğruluk ve dürüstlük gibi erdemleri tüketim davranışına da yansıtan, etik ilkeler çerçevesinde tüketim davranışında bulunan, yasal olmayan ürünleri ve hizmetleri tercih etmeyen ve bunlara tepki gösteren, kendi hakları kadar satıcı

.....
Tüketim, toplumsal bir olgu olarak, insanların toplumda kabul görme ve itibar kazanma ihtiyacını tatmin ettiği bir faaliyet biçimindedir. Kültürel olarak ise bireylerin duygularını ortaya koyan ve çevresiyle iletişim kurmasını sağlayan bir araçtır.

ve üreticinin haklarını da önemseyen, ahlaki olarak belli bir olgunluk seviyesine ulaşmış tüketicidir.

RASYONEL TÜKETİM

“Rasyonel tüketim” davranışının teorik altyapısı, “bireylerin herhangi bir karar verirken mantık odaklı düşündükleri, bilgiye ulaşarak ve onu kullanarak rasyonel kararlar verdikleri ve planlı davrandıkları” düşüncesidir. Bireylerin davranışları, davranışları etkileyen faktörlerin bilişsel bir süreçten geçirildiği mantıksal bir sürecin sonucudur. Gerçek eylemleri, tutumlarından, tavırlarından, öznel normlarından, davranışsal niyetle-

rinden, algılanan davranış kontrolünden etkilenmektedir. Davranışsal niyetleri ise davranışa yönelik kişisel tutum, subjektif normlar ve algılanan davranışsal kontrolden etkilenmektedir. Rasyonel tüketici, elindeki kaynakları ve sahip olduklarını göz önünde bulundurarak, yakınlarının ve sosyal çevrenin de görüşlerini alarak, alternatifleri bir mantık sürecinden geçiren, buna göre karar veren ve plan yapan bilinçli bir tüketicidir.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında beş boyut ile tanımlanmaya çalışılan bilinçli tüketici kavramı, bahsedilen tüm sorunları odak noktasına alarak, bir ürün ya da hizmeti satın alırken temel ihtiyaçlarına öncelik veren, satın alacağı mal ve hizmetlerin kaliteli, güvenli, standardı yüksek, sağlıklı ve çevre dostu olmasına dikkat eden, alışverişin nesnesi değil öznesi olduğunun bilincinde olan, tüketici olarak haklarını bilen, haklarına sahip çıkan ve savunan, medyanın ve reklamların etkisinde kalarak yanlış tercihler yapmayan, israftan ve lüks tüketimden kaçınan, etik davranan, tüketim davranışının topluma ve çevreye olan etkilerinin farkında olan ve içinde bulunduğu toplumun gelişmesi için her türlü desteği destekleyen, açık fikirli bir birey olarak tanımlanabilir.