

# İÇİNDEKİLER

---

YAZAR HAKKINDA .....	iii
2. BASKIYA ÖNSÖZ.....	v
GİRİŞ.....	xi

## BİRİNCİ BÖLÜM

<b>TÜKETİMİN FELSEFESİ.....</b>	<b>1</b>
1. Tüketim Düşüncesinin Felsefi Temelleri.....	1
1.1. Hedonizm .....	1
1.2. Epikürizm.....	6
1.3. Materyalizm .....	9
1.4. Rasyonalizm .....	12
1.5. Sekülerizm.....	15
2. Tüketim Düşüncesinin İdeolojik Temelleri.....	19
2.1. Liberalizm.....	19
2.1.1. Birey, Liberal Bireycilik ve Tüketim .....	26
2.2. Kapitalizm.....	36
2.2.1. Postfordizm ve Tüketim .....	50

## İKİNCİ BÖLÜM

<b>TÜKETİMİN SOSYOLOJİSİ .....</b>	<b>65</b>
1. Tüketim Nedir? .....	65
2. Tüketim Kültürünün Tarihsel Kökenleri .....	75
3. Tüketim ve İhtiyaç.....	80
4. Tüketim Mekânları.....	89
4.1. Alışveriş Merkezleri (AVM'ler).....	89
5. Tüketimin Enstrümanları .....	96

5.1. Kredi Kartı .....	96
5.2. Reklam.....	99
5.3. Marka.....	103
5.4. Moda.....	105

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **TÜKETİM KURAM(CI)LARI.....117**

1. Tüketim Kuram(cı)larına Genel Bir Bakış.....	117
1.1. Tüketimin Klasik Kuram(cı)ları .....	120
1.1.1. Max Weber .....	120
1.1.2. Georg Simmel .....	125
1.1.3. Torstein Veblen .....	129
2. Tüketimin Çağdaş Kuram(cı)ları.....	137
2.1. Jean Baudrillard.....	137
2.2. George Ritzer .....	144
2.3. Zygmunt Bauman.....	148
3. Tüketimin Eleştirel Kuram(cı)ları .....	151
3.1. Frankfurt Okulunun Eleştirel Teorisi .....	151
3.2. Theodor W. Adorno .....	153
3.3. Herbert Marcuse.....	157
3.4. Erich Fromm.....	159

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **TÜRKİYE'DE TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN GELİŞİMİ .....165**

1. Osmanlı'da Tüketim Kültürünün Gelişimi .....	165
2. Cumhuriyet Döneminde Tüketim Kültürünün Gelişimi.....	169
3. 1980 Sonrası Türkiye'sinde Tüketim Kültürünün Gelişimi .....	175

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### TÜKETİMİN BİREYSEL, TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL ETKİLERİ .....181

1. Tüketim Toplumunda Özgürlük Sorunu .....181
  - 1.1. Kapitalist Kültürün Tüketim Mantığı .....185
  - 1.2. Tüketim Mantığının Antropolojisi .....188
  - 1.3. Eleştirel Teorinin Tüketim Kültürü Eleştirisi .....190
2. Tüketimci Kapitalizmin ve Tüketim Kültürünün Eleştirisi .....195
  - 2.1. Tüketimci Kapitalizmin Arkeolojisi .....197
  - 2.2. Tüketim Kültürünün Fenomenolojisi .....203
3. Migros ve Bim Marketlerinden Alışveriş Yapan Müşterilerin Sosyal, Ekonomik ve Demografik Özelliklerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Çözümleme (Van İli Örneği) .....215
  - 3.1. Tüketim ve Tüketim Toplumuna Bir Bakış.....217
  - 3.2. Türkiye’de Tüketim Kültürünün Gelişimi.....223
  - 3.3. Alışveriş Merkezlerinin (AVM) Tarihsel Gelişimi ve İşlevleri ....229
  - 3.4. Migros ve Bim Alışveriş Merkezlerinin Tarihçeleri ve Kurumsal Politikaları.....236
  - 3.5. Araştırmanın Metodolojisi .....237
  - 3.6. Araştırmanın Bulguları .....238
4. Tüketim Toplumunda Bireyin Yabancılaşması Üzerine Bir Tartışma ..... 258
  - 4.1. Modern Tüketim Olgusunun Eleştirel Analizi .....260
  - 4.2. Kapitalist Sistemde Bireyin Yabancılaşması .....263
5. Tüketim Kültürünün Gelişmesinde Artan AVM’lerin Etkisi (Van İli Örneği) .....270
  - 5.1. Tüketimin Arkeolojik Okuması ve Tarihsel Gelişimi .....272
  - 5.2. Tüketim Kültürünün Mekânları: AVM’ler.....280

5.3. Van'da Tüketim Kültürü ve AVM'ler.....	283
6. Zygmunt Bauman'ın Sosyolojik Tahayyülünde Özgürlüğün Modern Sürümü Olarak Akışkanlığın ve Tüketimciliğin İnşası .....	290
6.1. Modern Akışkan Dünyanın Açmazı.....	292
6.2. Modern Akışkan Tüketim Toplumunun Açmazı .....	298
<b>SONUÇ .....</b>	<b>309</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>313</b>