

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI SANAT DALI

**KAPİTALİST MENFAAT İLİŞKİLERİNİN
MODA ENDÜSTRİSİ ÜZERİNDEKİ
OLUMSUZ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ**
Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:
Ayşe ÇALIŞKAN

İSTANBUL, 2019

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI SANAT DALI

**KAPİTALİST MENFAAT İLİŞKİLERİNİN
MODA ENDÜSTRİSİ ÜZERİNDEKİ
OLUMSUZ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ**
Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:
Ayşe ÇALIŞKAN
Öğrenci No:
140783005

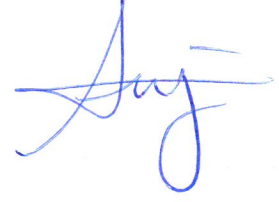
Danışman:
Prof. Dr. Hamdi ÜNAL

İSTANBUL, 2019

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**Kapitalist Menfaat İlişkilerinin Moda Endüstrisi Üzerindeki Olumsuz Etkilerinin İncelenmesi**“ başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserleri tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 18.09.2019

Aday: Ayşe ÇALIŞKAN

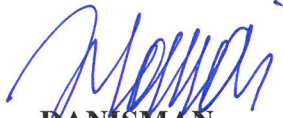


T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

18.09.2019

Enstitümüz *Tekstil Tasarım* Anasanat Dalı *Tekstil ve Moda Tasarımı* Programı yüksek lisans öğrencilerinden **140783005** numaralı **Ayşe ÇALIŞKAN**'ın "*Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim – Öğretim Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "*Kapitalist Menfaat İlişkilerinin Moda Endüstrisi Üzerindeki Olumsuz Etkilerinin İncelenmesi*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 28/05/2019 tarih ve 2019/22 sayılı toplantısında seçilen ve Taksim Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin 29. maddesinin 3. fıkrası gereğince (50) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında oyçokluğu/oybirliği ile **Kabul/Red veya Düzeltme** kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.



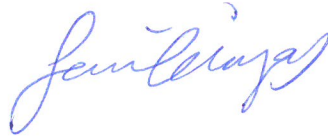
DANIŞMAN
Prof. Dr. Hamdi ÜNAL
(Beykent Üniversitesi)



ÜYE
Dr. Öğr. Üyesi Saim Engin AKDOĞAN
(Beykent Üniversitesi)

ÜYE

Dr. Öğr. Üyesi Sevinç ÇELİKAYAY
(Doğuş Üniversitesi)



Adı ve Soyadı : Ayşe ÇALIŞKAN
Danışmanı : Prof. Dr. Hamdi ÜNAL
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans, 2019
Alanı : Tekstil ve Moda Tasarımı
Anahtar Kelimeler : Kapitalizm, Moda, Endüstri

ÖZ

KAPİTALİST MENFAAT İLİŞKİLERİNİN MODA ENDÜSTRİSİ ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

Kapitalizmin ortaya çıkması ile moda kavramı farklı bir boyuta geçmiştir. Moda endüstrisi, hammadde ve sermaye gibi üretim araçlarının büyük bölümüne sahip olmanın getirdiği kâr hırsının sonucu olarak ortaya çıkan kapitalist sömürü düzeninin bir parçası haline gelmiştir. Kapitalizmle birlikte moda endüstrisinin tekelleşen büyük firmalarının elde ettiği kazançlar, tüketicinin rolü, sınıf sorunsalı, ekonomik kriz dönemlerinin geçmiş ve güncel moda pazarına ve tüketiciye olan etkileri irdelenmiş olup, tüketim satın alma fetişizmi çerçevesinde sorgulanmıştır. Son iki yüzyıla damgasını vuran kapitalizmin pek tabii ki olumsuz etkileri mevcuttur. Moda endüstrisinde çalışan işçilerin kötü çalışma koşulları incelenmiş ve bu sektörde yaşanmış iş kazalarından örnekler verilmiştir. Moda endüstrisindeki beden algısı, modellerin yeme bozuklukları, kadın haklarının çiğnenmesi, ırkçı yaklaşımlar ve sektörün iç yüzünü ortaya çıkaran sosyal, ekonomik, fiziksel ve çevresel olumsuz etkiler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Name and Surname : Ayşe ÇALIŞKAN
Supervisor : Prof. Dr. Hamdi ÜNAL
Degree and Date : Master, 2019
Major : Textile and Fashion Design
Key Words : Capitalism, Fashion, Industry

ABSTRACT

RESEARCH ON THE NEGATIVE IMPACTS OF CAPITALIST BENEFIT RELATIONS ON FASHION INDUSTRY

With the emergence of capitalism, the concept of fashion has changed to a different dimension. The fashion industry has become a part of the capitalist exploitation order that has emerged as a result of the ambition of profit, which has the bulk of the means of production, such as raw materials and capital. The effects of the big companies of the fashion industry with the capitalism, the role of the consumer, the problems of the class, the effects of the economic crisis on the past and the current fashion market and the consumers were examined and it was questioned within the context of consumer buying fetishism. Capitalism, which has marked the last two centuries, has, of course, negative effects. The poor working conditions of the workers in the fashion industry were examined and examples of occupational accidents occurred in this sector. Body perception in the fashion industry, eating disorders of models, violation of women's rights, racist approaches and social, economic, physical and environmental negative effects that reveal the inner side of the sector have been tried to be put forward.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖZ	i
ABSTRACT	ii
TABLolar LİSTESİ	vi
RESİMLER LİSTESİ	vii
KISALTMALAR	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAPİTALİZM	2
1.1 Kapitalizmin Tanımı	2
1.2 Kapitalizmin Tarihsel Gelişimi	3
1.2.1 Erken Kapitalizm	3
1.2.2 Yüksek Kapitalizm	15
1.2.3 Geç Kapitalizm	21
1.3 Kapitalizmin Öncüleri	26
1.3.1 Adam Smith	26
1.3.2 Karl Marx	26
1.3.3 Max Weber	28

İKİNCİ BÖLÜM

2. MODA	29
2.1 Modanın Tanımı	29
2.2 Modanın Doğuşu ve Gelişimi	29
2.2.1 1900-1928 Dönemi	29
2.2.2 1929-1946 Dönemi	30
2.2.3 1947-1963 Dönemi	36
2.2.4 1964-1979 Dönemi	38
2.2.5 1980-1990 Dönemi	39
2.2.6 1991-2000 Dönemi	40
2.2.7 2001'den Günümüze Kadar Olan Dönem	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KAPİTALİZM VE MODA İLİŞKİSİ	41
3.1 Kapitalizmin Doğuşu Öncesindeki Kapitalizm ve Moda İlişkisi.....	41
3.2 Kapitalizm Sonrası Kapitalizm ve Moda İlişkisi	41

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. KAPİTALİZMİN MODA ENDÜSTRİSİ ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİLERİ	47
4.1 Ekonomik Olumsuz Etkileri.....	47
4.1.1 Rekabet Hükümleri Çerçevesindeki Olumsuz Etkileri	47
4.1.2 Vergisel Açıdan Olumsuz Etkileri	49
4.1.3 Ekonomik Kriz ve Ekonomik Durgunluk Dönemindeki Olumsuz Etkileri.....	50
4.1.4 Borçlanmayı Tetikleyen Ödeme Unsurlarının Kullanımı Bakımından Olumsuz Etkileri	51
4.1.4.1 Kredi Kartı	52
4.1.4.2 Harcama Kartı.....	53
4.1.4.3 Banka Kartı	54
4.1.4.4 Mağaza Kartı.....	54
4.1.4.5 Katalog Usulü Ödeme.....	56
4.1.5 Kâr Marjını Artıran Sebepler Bakımından Etkileri.....	57
4.1.5.1 Menşe Kurallarının Uygulanması Bakımından Olumsuz Etkileri	58
4.1.5.2 Emeğin Sömürülmesi ve Ucuz İş Gücü	60
4.1.5.3 Medya Eli İle Yürütülen Kapitalist Girişimler Bakımından Olumsuz Etkileri.....	60
4.1.5.4 Firmaların Fikir Hırsızlıklarına Girişmeleri Bakımından Olumsuz Etkileri	61
4.2 Fiziksel Etkileri	62
4.2.1 İşçilerin Kötü Çalışma Koşulları.....	63
4.2.2 Dar Bir Güzellik Anlayışı Çerçevesinde Beden İmajı Açısından Olumsuz Etkileri	71

4.2.3 Modellerin Yeme Bozuklukları Bakımından Olumsuz Etkileri	72
4.3 Çevresel Etkileri.....	73
4.3.1 Su, Toprak ve Hava Kirliliği.....	73
4.3.2 Hayvanlardan Yararlanmak Adına Yapılan Kötü Muameleler.....	76
4.4 Sosyopsikolojik Olumsuz Etkileri	79
4.4.1 Sınıf ve Statü Bakımından Etkileri	79
4.4.2 Yabancılaşma ve Meta Fetişizmi Bakımından Etkileri.....	79
4.4.3 Sembolik Tüketim ve Hedonik Tüketim Bakımından Etkileri	80
4.4.4 Irkçılık Bakımından Olumsuz Etkileri.....	81
SONUÇ	83
KAYNAKÇA	87

TABLolar LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1.1. İngiltere’de Tekstil Alanında Yapılan İcatlar	15
Tablo 4.1 Tekstil Sektörü İçerisinde 16 Yaşını Dolduran Fakat 18 Yaşını Bitirmeyen Genç İşçilerin Çalışmasının Yasak Olduğu Ağır ve Tehlikeli İşler	68
Tablo 4.2 Bir Kürk Palto Üretilmesi İçin Öldürülmesi Gereken Hayvan Sayısı	77



RESİMLER LİSTESİ

Sayfa No.

Resim 1.1. Almanya'da Hiperenflasyon Sonucunda Değer Kaybeden Parasını El Arabası İle Taşıyan Vatandaş	22
Resim 2.1. British Warm Palto	30
Resim 2.2. VIII. Edward'ın Aristokrat Giyim Tarzı	31
Resim 2.3. 1942-43 Yıllarına Ait Giysi Kuponu ve Karne	32
Resim 2.4. Gaz Maskesi Bölmeli Omuz Çantası	33
Resim 2.5. Tamir Etmeyi ve Tasarrufu Öğütleyen Broşür	34
Resim 2.6. Kaçış Haritasından Dikilen Takım İç Çamaşırı	35
Resim 2.7. Tasarruf Şeması	36
Resim 2.8. Teddy Boy'lar	37
Resim 2.9. John Lydon (Sex Pistols) ve Karl Marx Aplikeli Gömleği	39
Resim 3.1. 16. Yüzyıl Aristokrat Giyimi	42
Resim 3.2 Sanayi Devrimi Sonrası Erkek Giyimi	44
Resim 3.3. Sans-Culotte Giyim Tarzı	46
Resim 4.1. Mağaza kartı görselleri	55
Resim 4.2. Acne'nin Ceket (Solda) ve Zara'nın Kopyaladığı Ceket (Sağda)	61
Resim 4.3. Chanel'in Kopyaladığı Mati Ventrillon'a Ait Desenli Kazak	62
Resim 4.4. Resim Rana Plaza Enkazı	63
Resim 4.5. Rana Plaza Enkazında Bulunan LC Waikiki Marka Gömlek	64
Resim 4.6. Zara İşçilerinin Ürünlere İliştirdikleri Etiket	67
Resim 4.7. Ayakkabı İmalathanesinde Çalışan Çocuk İşçi Mohammed	70
Resim 4.8. Anoreksiyanın Pençesindeki Modeller	73
Resim 4.9. Pamuk Tarımı Sonucunda Çöllerleşen Aral Gölü	74
Resim 4.10. Finlandiya'da Kürkü İçin Kafese Kapatılan Tilki	78
Resim 4.11. Gucci'nin "Balaklava" siyah kazağı	82

KISALTMALAR

AAET	: Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AET	: Avrupa Ekonomik Topluluğu
CC41	: Kontrollü Emtia
ÇETA	: Çok Elyafli Tekstil Anlaşması
EAGÜ	: En Az Gelişmiş Ülkeler
EFTA	: Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi
EPU	: Avrupa Ödemeler Birliği
FAVÖK	: Faiz Amortisman Vergi Öncesi Kâr
GATT	: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GYÜ	: Gelişme Yolundaki Ülkeler
IMF	: Uluslararası Para Fonu
İTKİB	: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
OEEC	: Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNICEF	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu

GİRİŞ

Çalışmanın amacı kapitalizm ve moda ilişkisinin tarihsel süreçte toplumları ve bireyleri ekonomik, sosyal, çevresel, kültürel ve sosyopsikolojik açılardan olumsuz anlamda nasıl etkilediğini analiz etmektir. Bu çalışma esnasında kapitalizm ve moda kavramları önce ayrı ayrı irdelenmiş, kapitalizmin ve modanın tarihsel süreçleri incelenerek üzerlerimizdeki giysilerin hammaddesinin üretiminden üzerimize giyene kadar olan bütün süreçlerin ardında gizlenen kapitalist faaliyetler tüm gerçekliği ile gösterilmeye ve böylelikle insanları bilinçlendirmeye çalışılmıştır. Kapitalizm, yüzyıllar boyunca belli kesimlerin ekonomik çarkını döndürmüş, toplumları ve insanoğlunu ekonomik yeterliliğine bakmaksızın kendisine mahkûm bırakmıştır. Bu bağlamda kapitalizm ve moda arasındaki süreç ve ilintiler antikapitalist bir bakış açısı ile irdelenmiş, olayların oluş biçimleri tüm çıplaklığı ile gösterilerek kimleri nasıl etkilediği, ne şekilde ve ne büyüklükte zararlar verdiği konusunda bir görüş ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu ilişki biçiminin masaya yatırılması, geçmişte bu ilişki içerisinde bulunanların tecrübelerinden yararlanılması sonucunda daha sağlıklı kararların alınması ve birey ve toplumların geleceğini etkilemesi bakımından oldukça faydalı olacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAPİTALİZM

1.1 Kapitalizmin Tanımı

Kapitalizm sözcüğü kapitalden türemiştir. TDK'ya göre; kapital, “sermaye” demektir (TDK, 2019). Kapitalizm kelimesi de Fransızca “Capitalisme”den Türkçe'ye yerleşmiş bir kelime olup “anamacılık” ve “kapitalist sistem” anlamlarına gelmektedir (TDK, 2019). Kapitalizmin etimolojisine dair birçok görüş ortaya atılmıştır. Bu görüşlerden ilki Almanca “capitalismus” kelimesini Engels, Mehring gibi politik aydınların “capitalism” anlamında kullandığı ve bundan sonra iktisatçı ve kapitalistlerin yaygınlaştırdığıdır (Febvre, 1995). Bir başka görüşe göre de kapitalizm kelimesi ilk defa 1854 yılında William Makepeace Thackeray'in “The Newcomes” adlı romanında bir ekonomik sistem ifadesinden ziyade “sermaye sahibi olma” ve “mali sermaye” anlamlarında kullanılmıştır. Karl Marx'ın “Das Kapital” adlı eserinde kapitalizm kelimesi iki kez kullanılmıştır (Dinçer, 2008).

Kapitalizm, sermaye sahiplerinin geniş pazar ve kâr elde etmek amacıyla üretim kaynaklarını özel mülkiyetlerine aldıkları bir üretim sistemidir. Fülbert (2011)'e göre kapitalizm; *kâr ve bu kârı elde etmek için kullanılan aracın (sermayenin) malı mal üretimi için kullanmak, malların alım satımını sağlamak veya hizmete dayalı işgücünü arz etmek ve satmak suretiyle birikimini sağlayan toplumsal işleyiş tarzıdır.*

Alptekin (2015)'e göre kapitalizm “serbest piyasa ekonomisi”, “para ekonomisi”, “sınai üretim ekonomisi”, “kâr”, “tüketim ekonomisi”, “emeğin sömürüsü” ve “özgür işgücünün rasyonel örgütlenmesi” anlamlarında kullanılmıştır. Fakat hiçbir kavramlardan hiçbiri kapitalizm tanımını tam manasıyla karşılamamaktadır. Yine bu kavramları insanoğlu tarihsel süreç içerisinde ilk kez kapitalizmin ortaya çıkışı sayesinde öğrenmemiştir. Zira kapitalizmin öncesinde de pek çok “serbest piyasa ekonomisi”nin mevcut olduğu görülmektedir. “Para ekonomisi” kavramı bakımından incelendiğinde ise paranın Lidyalılar tarafından icat edilmesinden beri bir mübadele aracı olarak kullanıldığı ve para dolaşımının ilk kez kapitalizm sayesinde yapılmadığı görülmektedir. “Sınai üretim ekonomisi”

bakımından değerlendirildiğinde buhar gücü kullanılmadan önce insan gücü, hayvan gücü, rüzgâr gücü ve su gücü ile sınaî üretim yapıldığı bilinmektedir. “Kâr” kavramı bakımından analiz edildiğinde insanın geçmişten bugüne kadar kâr güdüsü ile iktisadi girişimlerde bulunduğu görülmektedir. “Tüketim ekonomisi” bakımından ele alındığında kapitalizm dönemi ile başlayan silsile kadar olmasa da kapitalizmin öncesindeki dönemlerde yine bir tüketim fazlalığı ve belli gruplara mahsus bir lüks tüketim olgusu kendini göstermektedir. “Emeğin sömürüsü” de “bireysel boyutta ve systemsiz bir biçimde” var olmuştur ve insanlık tarihinden beri emeğin sömürüldüğü de bilinmektedir. “Özgür işgücünün rasyonel örgütlenmesi”nde ise özgür emeğin “daha bireysel ve münferit” bir biçimde her zaman var olduğu ve kapitalizmle birlikte “kitlesele” hale geldiği görülmektedir (Alptekin, 2015: 233).

1.2 Kapitalizmin Tarihsel Gelişimi

Kapitalizmin evrimine bakıldığında birçok aşamadan geçtiği görülmektedir. Kapitalizmin hangi tarihsel koşullarda nasıl ortaya çıktığını anlamak için o dönemin ekonomik işleyişlerini, dini ve ideolojik yapılarını, coğrafi özelliklerini, teknolojik gelişmelerini ve toplumsal etkileşimlerini tek tek incelemek gerekir.

Werner Sombart kapitalizmin tarihsel evrimini “Erken Kapitalizm” (Sanayi Devrimi’ne kadar olan dönem) “Yüksek Kapitalizm” (1760’lardan başlayan dönem) ve “Geç Kapitalizm” (1. Dünya Savaşı ile başlayan dönem) olarak üç dönem halinde ele almıştır (Armitage ve Roberts, 2016:8).

1.2.1 Erken Kapitalizm

İlk çağlardan bugüne kadar olan süreçte kapitalist hareketlerin her zaman gerçekleştiği görülmektedir. Fakat kapitalizm bugünkü anlamıyla ortaya çıkmadan önce farklı oluşumlarla da varlığını göstermiştir. İlkel anlamdaki ilk kapitalist girişimler insanların gruplar halinde yaşamaya başlamaları ve artan nüfusla birlikte köy ve kasabalara yayılmaları ile başlamıştır. Kasabalarda insanlar beraber üretim yapmış, gerekli aletleri ortak kullanmış ve ürettiklerini ortak bir şekilde tüketmişlerdir. Bu aşamada üretim, insanların kendi ihtiyaçlarına ancak yetebilecek kadardır. Neolitik dönemde insanların tahılları ekip toprağı hayvanlarla sürmeleri sayesinde ilk defa

geçinmeye yetecek tahıl miktarından fazlası ortaya çıkmıştır. Fırat ve Dicle arasındaki Mezopotamya Bölgesi ve Mısır'ın Nil Nehri kıyılarında sulama faaliyetleri ve toprağın verimi ile birlikte tarım gelişmiş ve ilk uygarlıklar buralarda ortaya çıkmıştır. Tarıma geçişle birlikte üretkenlik artmış ve çalışanlar arasında işbölümü yapılmaya başlanmıştır. Bu dönemde yine insanlar maden işleme ve çömlekçilikle uğraşmışlardır. Kasabalarda artan üretim faaliyetleri sonucunda üretilen ürünlerin kabile törenlerinde kabilelerin birbirlerine sundukları hediyeler olarak kullanılması ve bu hediyelerin mübadele edilmesi ile birlikte ilk ticari faaliyetler başlamıştır. Ticaret ilerledikçe değer ölçüsü olarak ortaya konacak daha farklı bir mübadele birimi bulma ihtiyacı doğmuş ve bu amaçla ilk defa “sığır” kullanılmıştır “(Latince’de “para” anlamına gelen “pecunia” sözcüğü, “sığır” anlamına gelen “pecus” sözcüğünden türemiştir) (Walden, 2017:176). Bu alım-satım işlerinin sistematik hale gelmesiyle “ortak pazarlar (agora)” oluşmaya başlamış ve agoralar ilkel anlamda ilk kapitalist teşebbüsler olmuştur. Yönetimin de buradan yürütülmesi ile agoralar aynı zamanda bir siyasi kimlik kazanmıştır. Zengin tüccarlar ile kabile liderlerinin agoralar etrafında politik bir düzen çerçevesinde örgütlenmeleri ve buralarda yurt kurmaları ile “şehirler” oluşmuştur. Şehirler de zengin tüccarlar, kabile liderleri ve onların egemenliğindeki askerler sayesinde güçlenerek şehir devletlerine dönüşmüştür. Antik Çağ’da ilk şehir devletleri Sümer, Eski Mısır ve Antik Yunan toplumlarında ortaya çıkmıştır.

Sümerlilerde “site” adı verilen şehir devletlerinden oluşmuştur ve genel olarak takas usulü ticaret yapmışlardır. Hem ticari amaçlı koloniler kurmuş, hem de çalıştırdıkları köleleri çeşitli alanlarda çalıştırılıp onları en ağır işlere dâhil etmişlerdir. Böylece Sümerler ülkelerinde kölelik toplumu kurmuşlardır.

Antik Yunan’da halk “yurttaşlar”, “yerleşik yabancılar” ve “köleler”den oluşmuştur. Bu üç sınıf içerisindeki ayrım çok keskindir. Yurttaşlık hakkına sahip toprak zenginleri kıyı kentlerinde hâkimiyet kurarak politik hakları ellerine geçirmişlerdir. Tahıl tarımından üzüm ve zeytin üretimine geçişle birlikte bu süreç toprak zenginlerine yaramıştır. Az toprak ve sınırlı imkânlarla üretim yapan yoksul halk, yeni tarım yöntemleri için gerekli yatırımı karşılayacak durumda olmadığından ellerindeki toprakları da kaybetmekle karşı karşıya kalmıştır. Bu durumu fırsat bilen toprak zenginleri onlara borç olarak tohum vermiş ve bu rekabet karşısında insanları

borç köleliği altına sokmaya çalışmıştır. Borçluların ipotek altına alınan tarlaları “ipotek taşları” ile işaretlenmiş, hatta borcu ödeyebilmek adına borçlular önce kendisini, sonra karısını ve hatta çocuklarını da borç karşısında “teminat (köle)” olarak göstermiştir. Felsefi düşünce akımının doğması ve demokrasinin ortaya çıkması ile birlikte soyluluğa dayalı toplumsal sınıflama ortadan kalkmış, yerine gelire dayalı bir sınıf biçimi ortaya çıkmıştır. Örnek olarak; çeşitli miktarlardaki buğday miktarı sahipliğine dayalı bir toplumsal sınıf sistemi oluşmuştur (Akgün, 2011: 163-165).

Antik Mısır ise sadece Firavun tarafından yönetiliyordu ve Firavun tüm toprakların sahibiydi. Toprakları kullananlar ise kiracı konumundaydı. Tüm ekili alanların kiralari ve vergileri Firavun adına toplanıyordu. Ekonomik hayat devlet otoritesi ile kontrol altında tutuluyordu. Üretim, merkezi bir bürokrasi tarafından planlanıyordu. Ticaret Mısır’da Firavun’un adamlarının denetimindeydi. Devlet bazı değerli malları üreticiden sabit bir fiyatla satın alarak bu malları tekeline alıyor ve daha yüksek fiyatlarla satıyordu. Bu nedenle Mısır’da zengin tüccar sınıfı oluşmamıştır.

Şehir devletleri içerisinde yönetime katılım ile tüccar sınıfları, soylular, askerler, din adamları gibi ilk sınıflar ortaya çıkmıştır. Şehir devletlerinin de “devletleri” meydana getirmesi ile ilkel kapitalizmin ilk örnekleri oluşmuştur.

Şehir devletleri de zaman içerisinde imparatorlukları oluşturmuştur. İmparatorluklar, civarlarındaki kasaba ve diğer şehir devletlerini fetih yoluyla işgal ederek güçlerine güç katmış, kazandıkları bu yeni toprakları tarımsal ve ticari faaliyetlerde kullanarak buraları kendi kolonilerine dönüştürmüş ve “yeni işgücü (köle)” olarak kullanmışlardır.

Bu dönemden Antik Dönem sonuna kadar bazı devletlerin yıkılmaları sonucunda, dünyanın büyük bir kısmını Pers İmparatorluğu ve Roma İmparatorluğu yönetmiştir.

Pers İmparatorluğu bu dönemde üç kıtaya yayılmıştır. Ülke toprakları devlete ait vergilerin kolaylıkla toplanabilmesi amacıyla “Satraplık” denilen eyaletlere bölünmüş ve Pers soylularından seçilen “Satrap” adı verilen bu valilerce eyaletler yönetilmiştir. Satraplar vergiyi bölgelere göre değil etnik kökene göre toplamışlardır.

Vatandaşlar vergi ödedikleri ve huzuru bozmadıkları sürece, etnik kimliklerine bakılmaksızın aynı haklara sahipti. Satraplar Lidyalı maden sahiplerinin ürettikleri altın ve gümüş ile Yunan yazarların “Poros” adı verilen belli orandaki altın ve gümüşünden haraç alırlardı. “Mısır’da balıktan ek vergi” ve “doğal ürünlerden ödemeleri içeren (at, sığır, gıda vs. gibi) aynî vergileri de toplarlardı.” Babillilerin çocuklarının saray hizmetçisi olarak çalıştırması haraç, kralın ağırlanması ve saraydaki binlerce insanın ihtiyaçlarının karşılanması da vergi olarak görülmüştür. “Boya, ilaç, saç ya da yün gibi ürünlerden vergi alınmıştır. Babil satraplığı vergi ödemesi olarak yılın dört ayında orduyu beslemekle yükümlü tutulmuştur. Satraplar, “kralın gözü veya kralın kulağı memurları”, “garnizon komutanları” devlet içinde ayrıcalıklı kişiler olmuştur. Nehir kıyısındaki trafiği vergilendirdikleri ve buralardaki yerleri kira karşılığında bölge halkının kullanımına verdikleri de bilinmektedir. “Kral Yolu” denilen kervanların geçtiği bir ticaret yolu ağları da vardır (Duran, 2015: 61-80).

Roma İmparatorluğu’nda “patrisyenler” (veya “patriciler”, yani toprak sahipleri) ve “plebler” (halk) olarak iki toplumsal sınıf vardır. Vergi tahsilatının kolaylıkla yapılmasını sağlamak amacıyla büyük toprakların köleler tarafından işletilmesi karşılığı kölelere üretimden pay verilmesini sağlayan “kolonluk” sistemini kullandılar. Büyük toprak sahipleri yönetimde olduklarından vergi ödemede pazarlık yapabildiler. Köylüler ise bu büyük toprak sahiplerinin himayesi altına girerek “latifundia” adı verilen “büyük çiftliklerde” köle olarak çalıştırıldılar. Patrisyenler, aristokrat toprak sahiplerinin varisleri olduklarını ve onlara verilen devlet içindeki yönetim haklarının veraset şeklinde kendilerine geçmesi gerektiğini söylemişlerdir. Pleblerin de patrisyenler gibi devlet üzerinde söz sahibi olmak istemeleri iki sınıfın mücadelesine konu olmuş ve bu durum patrisyenlerin tarım grevi yapmaları ve isyan çıkarmalarına kadar varmıştır. Daha sonra bu iki sınıfın barışmaları sonucunda İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’nin de temeli sayılan “12 Levha Kanunları” yayımlanmıştır. Bu levhalar “veraset hakkı” ve “borç” ve “ceza kanununa” dair hükümleri de içermekteydi. Bu dönemde pleblerin uzun süreli askerlik vazifesi için toprağın başında bulunamamaları ve bazı ekonomik sıkıntılar sebebiyle küçük çiftlikler iflas etmiştir. Böylelikle tarımsal üretimde ve ticarete azalmalar olmuş ve imparatorluk gelirinin büyük çoğunluğunu teşkil eden toprak vergisi tahsilinde büyük zorluklar yaşanmıştır. Bu dönemde borçlu ve köle sayısı oldukça fazla olduğundan

zengin tüccarlar çalıştırdıkları köleleri beslemekte dahi zorlanmış, köleleri büyük çiftlikler yerine sadece ev içinde çalıştırmışlardır.

Orta ağ'a girerken Roma İmparatorluğu; Doğu Roma ve Batı Roma İmparatorlukları olarak ikiye bölünmüş, Batı Roma İmparatorluğu 476 yılında Cermen saldırısı ile yıkılırken Doğu Roma İmparatorluğu ise İstanbul'un Fethi ile son bulmuştur. Böylelikle ilkel kapitalizm dönemi olarak adlandırılan erken kapitalizm dönemi de yerini Orta ağ feodalizmi ile birlikte yüksek kapitalizm dönemine bırakmıştır.

Kayın'a göre *“kapitalizm feodalizmin rahminde büyüyüp, feodal toplumun kalıntularından doğar.”* (Kayın).

Feodalizmin ortaya çıkmasındaki en önemli sebep, Roma İmparatorluğu'nun arkasında bıraktığı siyasi karışıklık ve ekonomik ıkmazdır. Cermenlerin kabile şeflerinin Roma istilasında latifundiaları ellerine geçirmeleri ve bu toprakları kölelere işlettirmeleri ile serfleşme süreci başlamıştır.

Feodalizmde siyasi birliğin başında “Kral” bulunurdu. Ayrıca “Senyörler”, “Rahipler” ve “ reticiler” olarak  c sosyal sınıf mevcuttu. Senyörler ve rahipler üst tabakayı oluştururken, alt tabakayı ise mal veya hizmet üreten köleler, h r fakat toprağa bağlı serfler ve hür köylüler oluşturuyordu. Bu toplumsal sınıflanma şekli aynı zamanda bir üretim mekanizmasını da oluşturmuştur.

Cermenlerde askeri görev karşılığı verilen toprağa “Beneficium” adı verilmiştir. Askeri hizmet karşılığı süvarilere para yerine toprak verilmesi Cermenlerde toprak mülkiyetine dayalı bir askeri düzen ortaya çıkarmıştır. Beneficium olarak toprak tasarruf hakkını veren en üst konumdaki derebeyine “s zeren”, bu hakkı elde eden s zerenin bir alt konumundaki derebeylerine ise “vassal” denilirdi. Vassallar “fief sözleşmesi” ile kraldan aldığı toprakların belli bir kısmını başka vassallara da vermişlerdir. Böylece hem kralın vassalı, hem de bu toprakları verdikleri vassalların s zereni olmuşlardır (şen ve Türkmenoğlu, 2012: 192).

Serf ve Süzeren arasındaki ilişki koruyan-korunan ilişkisidir. Bu ilişki eşitsizliğe dayalı bir sömürülen-sömüren ilişkisidir. Serfler vassal olan lordların malikânesinde ailece çalışır ve onların topraklarını kendi araçları ve kendi emeği ile işlerdi. Haftanın belli günleri lordun toprağında, geri kalan kısmında ise kendi toprağında çalışır ve geçimini sağlardı (Zagalov vd., 1976:107'den aktaran Aydemir ve Genç, 2011:232). Serfler için lordun toprağı kendi toprağından daha önemliydi ve öncelikli olarak onun toprağını işlemekle yükümlüydü. Malikâneler el değiştirdiğinde serf de malikânenin yeni sahibi olan yeni lordunun tebaasına geçirdi. Serfliğin de belli sınıfları vardır. Haftanın belli günleri olarak sınırlandırılmaksızın her zaman lordun evine ve tarlasında bağlı olanlar "demesne", ortalama iki-üç dönüm toprakları olup çok yoksul olanlar "bordar", hiç toprağı olmayıp sadece bir kulübeye sahip olan ve karnını doyurma karşılığı çalışanlar "cotter" ve tüm serflerden nispeten daha özgür olan serbest köylüler ise "villein" adı verilmiştir (Huberman, 2013:14-16).

Ruhban sınıfı da papaz, keşiş gibi din adamlarından oluşmaktadır. Manevi olarak "koruyan" sayıldıkları için onlar da vassallar ve süzerenler gibi feodal sistem üzerinden koruma hizmetlerinin karşılığını almaktaydılar. Kilise önceleri siyasi alana müdahale etmeyen bir kurumken sonraları eline geçen ekonomik güçler ile yapılaşmasını tamamlamış ve bir "siyasi otorite" haline gelmiştir. İmparatorların bile vergi toplamada zorlandığı bir dönemde Orta Çağ'ın en büyük mali gücüne sahip olmuşlardır (Özkan, 2017:100). Ayrıca kilise kendi vergi sistemini kurmuş ve herkesi maddi anlamda düzenli bir biçimde kiliseye destek olmaya mecbur bırakmıştır (Hirst, 2012:135-136).

10. ve 11. yüzyıllardaki bazı değişiklikler o zamana kadar olan emek rantının kullanım tarzını değiştirmiştir. Nüfus arttıkça soylu sınıfın da artması ile köylülerin soylular için işlediği topraklar daha çok paya bölünmüştür. Yargılama ve kâr edinme hakkının bir veya iki köye sahip lordlara kadar inmesiyle birlikte büyük malikâneler varlıklarını korumaya devam etmiş, küçük çiftliklerin bir kısmı yıkılmış veya büyük bir kısmı köylülere bırakılmıştır. Bu sayede bazı köylüler de tüccarlaşmaya başlamıştır. Öyle ki 12. yüzyıldan itibaren köylü mülkü üstünden hesaplanan "senyorel vergi" ve "hukuksal kâr" gibi gelirler, feodalizmin ana özelliği olan "emek rantı", "aynı rant" ya da "para rantı"ndan daha fazla oranda tahsil edilmeye başlanmıştır.

Özgür ya da serf fark etmeksizin herkes lorda vergi ve haraç vermeye, onun ek hizmetlerini yapmaya ve tekellerindeki hizmetleri kullanmaya zorlanıyordu. Ticaretin ve şehirlerarası zanaatçılık faaliyetlerinin de artması ile birlikte bu dönemde tüccarlar “sermaye” kavramıyla tanışmış ve tüm bu olumlu gelişmelere balta vurmaya çalışan lordlarla mücadele etmek amacıyla “lonca” örgütlenmesini kurmuşlardır. Böylece ticareti tekellerine almış, vergilerden kurtulmuş, pazardaki fiyat ve rekabet koşullarını belirlemiş, aynı zamanda şehirlerin giriş-çıkışı ve diğer şehirlerin denetimlerini de kendi ellerine almışlardır.

Lonca faaliyetlerinin bir sonucu olarak pazar ve panayır faaliyetleri ile ticaret de yaygınlaşmış ve eskiden pek kullanılmayan para bir servet kaynağı olarak varlığını ortaya koymuştur. Böylelikle kentler paranın merkezi haline gelmiştir. Para sayesinde yönetimi elinde tutan soylulara ve kiliseye karşı orta sınıf güçlenmiş ve yönetime dâhil olmuştur. Böylelikle aristokrasinin hâkimiyeti de zayıflamaya başlamıştır (Aydemir ve Genç, 2011:233-237).

13. ve 14. yüzyıllarda İtalya ve Flanders'teki tüccarlar yeterli miktarda hammadde yığını oluşturmuş ve bu zamana kadar ihtiyaçları için çalışan zanaatkârları kendi şehirlerine çekmişlerdir. Onları en fazla 4-5 grup halinde bir araya getirmiş ve ücret karşılığı kumaş imalatı yaptırarak küçük ölçekli bir manifaktür kurulmasını sağlamışlardır. Böylelikle sermaye ve emeğin kentlerde yoğunlaşması, hammadde arzının bir araya toplanması ve nihai ürünün satılması kapitalist üretim tarzının bir adımı olmuştur. Yerel pazarların yanında uluslararası pazarlar da oluşmuş ve kentler birer ihracat piyasası haline gelmiştir (Febvre, 1995:79)

Yine aynı dönemde İngiliz Kralı gelecekte satacakları yün karşılığında Flaman ve İtalyan tüccarlardan borçlar almış ve bunun karşılığında onlara imtiyazlar vermiştir. Borç karşılığında krallık talarının rehin verildiği, hatta kraliçe ve oğlunun 30.000 poundluk borca karşılık rehin tutulduğu da bilinmektedir. İngilizlerin “Staple Kardeşliği” adlı bir yün tekeline karşılık Flamanlar da başka bir yün Staple'ı ile onlarla rekabet ediyordu. Bu rekabet giyim konusuna da yansımış, İngiltere Kralı II. Edward kilise ekâbiri ve soylular haricinde ithal kumaştan elbise giyilmesini yasaklamıştır (Dobb, 1963:100).

Tüccar sermayesinin yoğunlaşması ile tefecilik ve bankerlik gibi sömürüye dayalı iktisadi faaliyetler de ortaya çıkmıştır. Marx'a göre geleneksel tarzda zanaat ve tarımsal faaliyetlerle uğraşan bağımsız üreticileri "asalakça sömürerek" zenginleşen tefeci ya da tüccarlar ile tefecilik sermayesi ve ticaret sermayesinin var olduğu toplumlarda bu sömürü biçiminin hâkim olması durumunda burada kapitalist üretim tarzına yer olmamakla birlikte bu sömürü şekli bir köprü görevi görebilir (Marx, 2015:487). Borç alışverişinde faiz talep edilmesi kilise tarafından günah sayılmıştır (Akalin, 2013:195). Huberman'a göre; kilisenin dediği başka, yaptığı bambaşkaydı. Kilise ve krallar faize karşı yasalar çıkarmışlardır. Fakat kilise kendi getirdiği yasalarını yine ilk kendisi çiğnemiş, edindiği parayı faiz karşılığında yine borç olarak vermiş ve dönemin en büyük tefecisi olmuştur. Bu durum tüccar birliğini rahatsız etmiş ve kilisenin bu tutumuna karşı önlem almaya çalışmışlardır. Yoğun baskılar sonucunda yavaş yavaş da olsa tefecilik ve faiz kullanımının "günah" olduğunun altı çizilerek bu faaliyetlerde bulunmak "bazı özel durum ve şartlara" bağlamış ve böylelikle tefecilik ve faiz kavramları ekonomik hayatın içine legal olarak girebilmiştir (Huberman, 2013:48-52). Kapitalist eylemler fuarcılık faaliyetleri esnasında kullanılan senet, kambiyo senetleri ve altın sikke gibi dolaşım araçları sayesinde varlığını devam ettirmiştir (Febvre, 1995:80). Kapitalist faaliyetler ile gelir seviyesi arttıkça orta ve üst sınıf çoğalmış ve burjuva sınıfı oluşmuştur. İngiltere'de 14. yüzyıl ile birlikte serflik ortadan kalkmıştır (Giddens, 2009:69).

Fülbert (2011)'e göre bu olumlu gelişmelerden sonra bazı muhalif hareketler, veba salgını ve İstanbul'un fethi ile Hint ticaret yollarının kapanması gibi olaylar kent ticaretini sekteye uğratmıştır. Bu olaylar kapitalist anlamda durgunluğa ve kıtlığa sebep olmuştur.

Haçlı Seferleri'nin de ticarete birçok yönden katkısı olmuştur. Marsilya, Venedik ve Cenova gibi denizci şehir devletleri güçlenmiş ve deniz ticareti bakımından önem kazanmıştır. Ayrıca birçok senyör ve şövalyenin bu savaşlarda ölmesi feodaliteyi başıboş bırakmış ve merkezi otoriteyi güçlendirmiştir. Düzenlenen seferlerin coğrafi keşiflere katkısı da büyük olmuştur. Amerika ve Ümit Burnu'nun keşfi ile yeni ticaret yollarının bulunması sayesinde dünyadaki diğer ülkelerin kıtlık içinde yaşamadıkları görülmüş, buralardaki pusula, barut, kâğıt, matbaa, altın ve

gümüş külçeleri, mücevher, ipek, halı, baharat, porselen, pamuk gibi zenginlikler alınıp Avrupa'ya götürülmüştür. Bunlardan bazılarının ticareti de yapılmaya başlanmıştır. Böylece dünya daha önceleri bir bilinmezken coğrafi keşifler sayesinde görülmeyen ve bilinmeyen yerleri teker teker görülmüş, hangi ülkelerde hangi zenginliklerin olduğu çözülmeye başlanmış ve bu keşifler esnasında bulunan zenginlikler ekonomik katkı sağlamıştır. Refah seviyesindeki bu iyileşme ile ekonomik, kültürel ve siyasi bir bilinç oluşmuş, bu durum farklı coğrafyalara farklı keşiflere yelken açmaya motivasyon sağladığı gibi bilim ve teknik alanında eş zamanlı gelişmeler yaşanmasına da vesile olmuştur (Okudan, 2015:1-15).

15. yüzyılda matbaanın yaygınlaşması ile okuryazarlık artmış, Antik Yunan ve Helenistik Çağ'a ait bilim, sanat, gemicilik, arkeoloji, edebiyat, felsefe, tarih ve hümanizm alanlarındaki birçok önemli eserlerin çevrilmesi ve birçok sanatçının artarda yazdığı kitaplar ve inşa ettiği mimari eserler ile Rönesans dönemine girilmiştir. Bu akım İtalya'dan tüm Avrupa'ya yayılmıştır. Okuduğu İtalyanca eserler ile akımın kendi ülkesi açısından önemini anlayan Fatih Sultan Mehmet devleti içerisinde İtalyan konuklar ağırlayarak Osmanlı ve İtalyan ilişkisini yakın tutmaya çalışmıştır. *“İtalya'dan Osmanlı ülkesine gelen Galatalılar, Venedikliler ve Cenevizliler, Osmanlı Kapitalizmi'ne, Osmanlı 'şehir ekonomileri'ne 'sponsorluk' yapmışlardı. İstanbul'un banker kapitalist Galatalılar'ı, Cenevizlileri, Osmanlı Kapitalizmi'nin ilk büyük malî faaliyetlerinde yer almışlardı.”* (Öner, 2011).

1516 yılında Erasmus'un kutsal kitap çevirileri dinî bir reform yapılması için uygun olan psikolojik zemini hazırlamıştır. Kilisenin artan harcamalarını karşılamak amacıyla halktan para alarak günah çıkarması ve cennetten toprak satması olarak adlandırılan “endüljans” uygulamasını eleştiren Martin Luther'in “Doksan Beş Tez” adlı eseri de bu açıdan bir manifesto niteliğindedir. XVI. yüzyılda kral kilisenin mali açıdan kalkınarak kendi otoritesini kurmasına karşıydı ve kilise ile çatışmaya başlamıştı. Orta sınıf da hem merkezileşen kilisenin gelirlerini artırma çabasına karşıydı, hem de mali açıdan zenginleşen tüccar sınıfını eleştiriyordu. Luther İncil çevirisi ile kilisenin baskıcı ve çıkarıcı uygulamalarını kutsal kitaba dayandırmış ve din istismarı yapılmasının doğru olmadığını söylemiştir. Halk, birçok konuda fikirlerini izah ederken daha çok orta sınıfın bakış açısını yansıttığından ve kiliseye karşı yaptığı

tenkitlerden ötürü Luther'e büyük ilgi göstermiş ve onun dönemin iktisadi yaklaşımlarını tutarsız bulan fikirlerini desteklemiştir. Çiftçiler rahipleri halkın seçmesini, orman ve meralardan serbestçe faydalanmayı, balık avı kotalarının kaldırılmasını ve toprak mükellefiyetlerinin hafifletilmesini istemiştir. Luther'in öğretilerini kendince yorumlayan halk içerisinde bazı çiftçi isyanları çıkmaya başlamıştır (Güriz ve Ersoy, 1968:245-268). Calvin ise sivil yönetimi "yönetici", "hukuk" ve "halk"a dayandırmış, yöneticinin Tanrı'dan emir alarak ve hukuka bağlı olarak halkı yönetmesi gerektiğini savunmuştur (oguzuylmaz90.files.wordpress.com).

Weber'e göre Kalvinizm ve kapitalizm arasında "ideolojik" bir bağ vardır ve kapitalizmi "gelişmiş kapitalizm" yapan bu bağdır. Şerif Mardin'e göre Kalvinizm ideolojisi insanın kendi amaçları için değil, Allah'ın doğa düzenini gerçekleştirmek için dünyaya geldiği fikrini öne sürer ve inanan insanları "rasyonel yönlerini" geliştirmeye teşvik ederek "pazar mekanizmasının rasyonellik unsurlarını" Allah'ın bir tecellisi olarak kabullenip kullanmalarını sağlar. Zira bu öğretiyi benimseyip ticari hayatında kullanan insanlar elde ettikleri sermayeyi kendi çıkarları için kullanmaz ve başarılarını Allah'ın bir mükâfatı olarak görürler (Mardin, 1992:34-35). İnsanlar ideolojik değişimlerle dini açıdan aydınlanmış ve tüm bu reform hareketleri sonucunda kilisenin otoritesi sarsılmıştır.

Luther'in iktisadi görüşleri Almanya'da Merkantilizm'in gelişmesine ortam hazırlamıştır (Aydemir ve Güneş, 2006:143). Yaşanan tüm bu fikri gelişmelerle birlikte ortaya çıkan monarşik devletler güçlü birer devlet olmayı öncelikli olarak sağlam ekonomik temellere dayandırmak istemişlerdir. Bu dönemde kapitalist sistemin ilk biçimi olan "ticari kapitalizm" Batı Avrupa'da ortaya çıkarak 15. yüzyılın ikinci yarısından 18. yüzyılın ortasına kadar merkantilizm ideolojisi ile şekillenmeye başlamıştır. Merkantilizm dış ticaretin gelişmesi, ticari sermayesinin güç kazanması ve devlet hazinesinin büyümesi için altın, gümüş gibi değerli madenlerin ülkeye girişini artırmaya ve devamlı ihracat yapmaya dayanan bir iktisat teorisidir. Dış ticaret fazlası yaratmak amacıyla mamul madde ithalatı yasaklanmıştır. "Arz yönüne ağırlık veren" merkantilizmde yoğun olarak deniz ticareti yapılmıştır. Devletin gelirlerini ve ihracatı artırmak amacıyla nüfus artışı teşvik edilmiştir. Devlet gerektiğinde ekonomiye müdahale etmekte ve gümrük önlemleri almaktadır (Devecioğlu, 2017).

İspanya, Fransa, Almanya ve İngiltere gibi ülkeler merkantilizmi devletlerinin iktisat politikası olarak kabul etmişlerdir.

16. yüzyılda ise iktisat bir bilim olarak kabul edilmiştir. Bu dönemde Hales, Locke ve Adam Smith gibi düşünürler iktisadî konu ve sorunlar ile ilgili ilk ciddi eserleri yazmışlardır.

Coğrafi keşiflerin devamında zenginleşen Avrupalılar gemi tasarımlarını güçlü donanmalar olarak uyarlamış, nizamlı birer ordu kurmuş, teknolojik gelişmelerle güçlenen silahları sayesinde keşfettikleri yerleri daha çok “hammadde kaynağı, potansiyel iş gücü ve dolaylı da olsa pazar ihtiyacı” bakımından sömürmeye başlamış ve sömürülecek tek bir alan bile bırakmayacak kadar sömürmüşlerdir. Tarihe “yağmacı” ve “sömürücü” olarak geçmek istemedikleri için sömürülerini “imana getirme”, “medeniyet götürme”, “ırksal farklılık gereği üstünlük” gibi gerekçelere dayandırmış, hatta “bilimsel çalışmalar uğruna” yapıldığını söyleyecek kadar ileri gitmişlerdir. Sömürünün askeri ve siyasi yönü ise elbette ki ekonomik gerekçelerin gölgesinde kalmıştır. Portekiz ve İspanya bu akımı başlatırken “sömürge sahibi olmanın büyük devlet olma” yolunda yarattığı algı zamanla Almanya, İtalya ve Belçika gibi devletlerin de sömürge elde etme konusunda rekabete katılmalarına sebep olmuştur. İngiltere ve Fransa’nın katılımı ile birlikte sömürü negatif anlamda zirve yapmış ve adeta “karanlık çağ” halini almıştır. Eski Kenyalı siyasetçi John Kenyatta bu durumun vahametini şu sözlerle anlatmaya çalışmıştır: *“Batılılar Afrika'ya geldiklerinde, onların elinde İncil, bizim ise topraklarımız vardı. Bize dua etmesini öğrettiler ve bizden gözlerimizi kapatıp dua etmemizi istediler. Gözlerimizi açtığımızda ise bizim elimizde İncil, onların ellerinde ise bize ait topraklar vardı.”* (Aydın, 2017).

İspanyollar Orta Amerika’nın altınlarını yağmalarken, İngiliz gemileri İspanyol gemilerini vurarak İspanyol yağmacıları yağmalamış ve Avrupa’ya tonlarca altın taşımıştır. Ayrıca İngilizler Plessey Savaşı’nda Fransa’ya Babür imparatorlarının devasa büyüklükteki hazinesi için savaş açmış ve hazineyi gemilere yükleyerek kendi ülkelerine getirmişlerdir. Diğer Avrupa ülkeleri de bu genel kolonileşme hareketini yaygınlaştırmış ve sömürdükleri ülkelerden getirdikleri hammaddeleri sanayide kullanıp işleyerek tekrar sömürgelere satmışlardır.

İngiltere’de bazı tacirler Osmanlı Devleti’nin tanıdığı kapitülasyonlar sayesinde bir araya gelerek çeşitli kumpanyalar kurmuştur. Daha sonra bu kumpanyalarını başka devlet kumpanyaları ile “Levant Kumpanyası” adı altında birleştirerek ticarete düşük gümrük vergileri ödemiş ve tekel hakkına sahip olmuşlardır (Arık, 2016:139). Ünlü tarihçi Halil İnalçık “İngiliz ve Fransızlar’ın Osmanlı İmparatorluğu topraklarından aldığı hammadde ve kendi ülkelerinde imal ettikleri ürünleri Osmanlı ülkesinde satmalarının kapitalizmin gelişmesinde önemli rol oynadığını” söylemiştir (www.haberturk.com).

16. yüzyılın ortalarında dokumacı kumpanyaları artmıştır. İngiltere’de rekabeti azaltmak ve kumpanyaların sağladığı imtiyazları muhafaza etmek adına lonca birliklerine fahiş giriş ücretleri istenmiş ve sadece “en zengin” lonca mensupları bu ayrıcalıklardan yararlandırılmıştır. Bazı Alman kentlerinde kalfaların ustalığa yükselebilmeleri 5 yıl seyahat etmeleri şartına bağlanmıştır. Fransa’da ise çırak sayısı kati suretle sınırlandırılmış, 1581 tarihli bir ferman “yoksul zanaatkârların ustalık derecesine ulaşmak için yapması gereken aşırı harcamalara” karşı çıkmayı uygun bulmuştur. Bu gelişmelerin etkisiyle en zengin lonca mensuplarının yararlandıkları ayrıcalıklarından yararlanamayan, hiçbir koruma görmeyen sözde lonca üyelerinin oluşturduğu ve gün geçtikçe büyüyen bir “ücretli hizmetliler” ve “kalfalar sınıfı” yaratılmıştır. Bu bastırılmış ücretli hizmetliler sınıfının doğrudan ücretli emek istihdamına yaptığı yatırım sonucunda sağladığı kazanç sermaye birikmesine imkân tanımıştır. Fakat 16. yüzyıldaki “fiyat devrimi” ile çalışanlara düşük ücretler verilmesi işgücü arzı fazlasına sebep olmuştur (Dobb,1963: 103-109).

Fransız İhtilali Avrupa’da milliyetçilik akımlarını güçlendirmiş, bunun sonucunda İnsan Hakları Bildirisi yayınlanmış ve bu olaylar bir siyasal yapılanmayı beraberinde getirerek sanayi toplumuna uygun bir temel oluşturmuştur.

İngiliz ekonomisinde kolonileşmenin etkisi ile ortaya çıkan büyük finansman kaynağı sanayi devriminin altyapısını hazırlayan icatlarda kullanılmıştır. Önceleri imalatta odun kömürü kullanan İngilizler 1700’lerde kömürün fırında pişirilmesiyle kok kömürünü keşfetmiş ve büyük ölçekte kömür çıkarmaya başlamışlardır.

1.2.2 Yüksek Kapitalizm

1763'te James Watt buhar gücüyle çalışan makineyi icat etmiştir. Böylece Birinci Sanayi Devrimi 18. yüzyılda önce İngiltere'de ortaya çıkmış, sonra diğer Avrupa ülkelerine ve tüm dünyaya yayılmıştır.

Basit el araçlarının yerini makineler, su gücü, buhar gücü, kol gücü, hayvan enerjisinin yerini ise el tezgâhları ve eğirme makineleri almış, pamuk tarağının icadı ise iş gücü ve zamandan ciddi tasarruf sağlanmıştır. Tüm bu gelişmelerin devamında İngiltere'de tekstil alanında bir dizi icat yapılmıştır. Bu icatlar kronolojik olarak aşağıdaki tabloda yer almaktadır;

Tablo 1.1. İngiltere'de Tekstil Alanında Yapılan İcatlar

Tarih	İcat	Mucit	İcadın Etkisi
1733	Uçan Mekik	John Kay	Daha geniş ve hızlı, elle kumaş dokuma
1733	Bobin Makinesi İplik	Wyatt &Paul	Keten iplik yerine sağlam atkı ipliği üretimi, iplik bükme işlemi için gerekli işgücünü üçte bir oranında azaltması ve imalatçı kârını artırması
1764	Spinning Jenny	J. Hargreaves	İplik bükme makinasının ilkel biçimidir. Çok sayıda eğirme kasnağı birleştirdi.
1769	İplik bükme makinesi-iplik tezgâhının su gücüyle çalışması	R. Arkwright	Bobin makinasına su gücü uygulanınca üretim arttı.
1779	Eğiren katır (spinning mule)	S. Crompton	Jenny ile su tezgâhının en iyi teknik niteliklerini birleştiren kaliteli iplik
1785	Mekanik dokuma	E. Cartwright	Esas gelişmesi 1802'den sonraya kalan mekanik tezgâh emeğin yerine geçti ve üretimi hızlandırdı.
1802	Jakarlı dokuma	J. Jacquard	Renkli ipliklerle resimli kumaş dokuma
1825	Mekanik iplik tezgâhı (self-acting mule)	R. Roberts	Katırın mekanik biçimi, iplik üretimi arttı.

Kaynak: acikders.ankara.edu.tr

Tarım teknolojisindeki gelişmelere Almanya öncülük etti. Almanlar pancardan şeker üretti ve suni gübreyi buldu. Amerikalılar ise biçerdöveri icat etti. Suni gübrenin ve biçerdöverin kullanılmasıyla zirai ürün artışları meydana geldi. Ürün artışı yiyeceği uzun süre saklama ihtiyacı doğurdu ve konserve yiyecek imalatı hız kazandı. İmalatın artması sanayiye geçişi hızlandırdı ve hazır işgücü oluştu. Erkeklerle birlikte kadın ve çocuklar da iş hayatına başladı. Çalışma hayatına geçiş ile refah seviyesi yükseldi. Üretimi sınırlı olan ve ithal edildikleri için eskiden pahalı olup lüks sayılan şeker, kahve ve çay gibi gıda ürünleri artık orta sınıf ve alt sınıflar için doğal bir ihtiyaç haline geldi. İhtiyaçlar tüketim malına olan talebi arttırdı.

1800'lü yılların ilk yarısında taşıma ve ulaşım önem kazandı. Köprü, kanal, demir yolu gibi inşaatlar hızla arttı. Demiryolu ağı genişledikçe kömürü taşımak kolaylaştı. 1812 tarihinde buharlı makine ilk kez lokomotiflerde kullanılmaya başlandı. Vagonları çeken lokomotifleri çalıştırabilmek için de kömüre olan ihtiyaç arttı. Robert Fulton 1807'de buharlı makineyi gemilere uyguladı. 1840 yılında buharlı gemi seferleri başladı. Böylelikle seyahat kıtalar arası düzeye ulaştı ve ulaşım sektörü büyük ölçüde gelişme gösterdi.

Yün yerine pamuğun hammadde olarak kullanılması ile üretim arttı, böylelikle maliyetler azaldı ve üretim seri halde yapıldı. Kömürün kullanılması ile madenler yüksek sıcaklıkta eritildi ve çelik üretilmesi sağlandı. Çelikten buhar kazanları yapıldı ve buhar gücü tekstil makinelerinde kullanıldı.

Sanayi Devrimi'nin İngiltere'de doğmuş olmasının sebeplerini birkaç başlık altında incelemek mümkündür. Bunlar;

İdeoloji

- Aydınlanma akımıyla ortaya çıkan bilimsel düşünce yöntemlerinin diğer Avrupa ülkelerine göre İngiltere'de daha fazla teşvik edilmesi ve zanaatkâr kesimin üretimi arttırmak için bilimsel metotları kullanması

- Coğrafya**
- Ülkenin ada olması sebebiyle feodalite mücadelesi, savaş ve mezhep kavgaları gibi olaylara karışmaması, bu nedenle Avrupa'daki diğer ülkelere nazaran savunmaya daha düşük bütçe ayırması ve finans kaynaklarını savunma yerine sanayileşmede kullanması
 - Demir ve kömür gibi zengin yeraltı kaynaklarını sanayide hammadde olarak kullanması
- Ekonomi**
- Bankacılığın hızlı bir şekilde ilerlemesi
 - Sermaye rekabetinin kapitalist bağlamda güç birleşmelerini zorunlu kılması sonucunda şirket ortaklıkları ve çoklu (şemsiye) şirketler ortaya çıkması
 - 17. yüzyılın ikinci yarısında İngiltere'nin demir ve kömür üzerinden Menkul Kıymetler Borsası hisse senedi satışlarına başlaması
 - Düşük maliyetli üretim sayesinde kârın en üst düzeye çıkması
- Üretim**
- Ülkedeki üretici güçlerin ve ücretli emeğin geliştirilmesi ve sistematik bir şekilde emek üretkenliğinin artırılması
 - Tarım üretiminin tarımsal üretimle uğraşmayan büyük bir nüfusu dahi geçindirebilmesi
 - İngiltere'nin Avrupa'da Rönesans döneminden beri dokuma sanayisinde liderliğe oynaması ve tekstil sektöründe ilerlemeler yaşaması
- Sömürgecilik**
- İngilizlerin sömürgecilikte daha geniş alanlara yayılmaları

•İngiltere'nin sömürgelerden hammadde ihtiyacını karşılaması ve üretim fazlasını satarak kâr marjını yükseltmesi (Arslan ve Demirağ, 2017:8-11).

Yönetim

•İngiltere'de yönetim biçimi olarak anayasal monarşinin var olması, parlamentoda alınan siyasal ve toplumsal kararların mülkiyet hakkını, bireysel hak ve özgürlükleri koruması

•*Parlamentonun kapitalizmin ilkeleri doğrultusunda iç piyasa içerisinde özgür rekabeti önleyen bütün engelleri kaldırması (Yıldırım, 2017).*

Demografi

•Potansiyel işgücü sağlayan nüfusun büyük bir kısmının kara veba hastalığından ölmesi nedeniyle İngiltere'de emek arzının düşmesi ve işçi sınıfının önem kazanması

•Yine nüfusun azalmasına bağlı olarak emek arzının düşmesi sonucunda iş karşılığı ücret sisteminin getirilmesi, iş bulan kölelerin nüfusa dahil olması ile birlikte köleliğin ilk önce İngiltere'de kaldırılması

Toplumsal

Faktörler

•Diğer Avrupa ülkelerine göre İngiltere'nin daha istikrarlı bir topluma sahip olması, bu durumun istikrarlı pazar ve sömürgeler arası güvenli ticarete yol açması, güvenli ticaretin de talep artışına sebep olması ve üretimhane sayısı, hacmi ve kalitesini artırması, işçi sınıfının burada doğması ve işçi haklarının yine burada ortaya çıkması

Teknoloji

• Buhar makinesinin icadı

• Güçlü demir yolu ağı ile ulaşımın hızlanması

• İngiliz donanması ve güçlü ticaret filolarının taşımacılığı daha kolay hale getirmesi (Parlak, 2017).

Tüm bu olumlu gelişmelere rağmen tekstil endüstrisindeki devrim süreci içerisinde büyük fabrikalarda üretim yapılması safhasına 1860'lara kadar geçilememiştir. Zira fabrikalar atölyelere bölünerek mekanik güçten yararlanmaları adına küçük zanaatçılara kiralanmış ve bu atölyeler bazen de başka kapitalist patronlara kiraya verilmiştir. Ayrıca Clapham'a göre bu dönemde evde üretim yapan küçük ölçekli işletmeler kapitalist endüstrinin yaygın bir biçimi olmaya devam etmiştir. Britanya'nın yün başkenti olarak kabul edilen Yorkshire'da evlerinden iplik eğirip kumaş dokuyan küçük ölçekli işletmeler oldukça fazladır. 1858 yılında buradaki yün endüstrisinde çalışan işçilerin yaklaşık sadece % 50'si fabrikalarda çalışmaktadır. Akwright'ın iplik bükme makinesi ve Crompton'un eğiren katır icadından ancak 50 yıl sonra mekanik dokuma tezgâhı yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1851 yılında küçük usta ve zanaatçılar kapitalist tuhafiyeciler tarafından dışarıya iş verme sisteminde çalıştırılmışlardır. Mekanik güçle çalışan örgü tezgâhı ve Brunel'in dairesel örgü makinesi de sektöre ciddi biçimde fayda sağlamıştır. Bu yıllarda pamuk endüstrisinde çalışan dört firmadan biri, bükme yünlü kumaş endüstrisinde çalışan on firmanın da en fazla bir tanesinde 100'den fazla işçi çalıştırmaktaydı. Giysi ve ayakkabı sektöründe üretim yapan firmalar da en fazla 10 işçi istihdam ediyordu. 1875-1900 yılları arasında Lyman Blake'in içine ayakkabı sığacak şekilde iç taban, saya ve dış tabanı dikebildiği, iplik taşıma kollu ayakkabı dikiş makinesi icadı ile bot ve ayakkabı üretimi "dışarıya işe verme" sisteminden fabrikalara geçmiştir.

İşçilerin çalışma saatleri uzun tutulmuş ve düşük ücretle sağlık ve iş güvenliği hiçe sayılarak fabrikalarda çalışmak zorunda bırakılmışlardır. İşçiler ücretlerden kesinti yapılması, ücretlerin mal olarak ödenmesi, hatta çocuk işçi çalıştırılması gibi adi sömürü biçimlerine maruz kalmışlardır. 1870'lere kadar işçilerin doğrudan çalıştırıcıları büyük kapitalistler değil, taşeron firmalar olmuştur. İşçi sınıfı toplumların en kalabalık tabakasını oluşturmasına rağmen ekonomik ve siyasal haklardan mahrum bırakılmıştır. İş hayatında aynı sorunları yaşayan işçiler dönemin sosyalist ve liberal hareketleriyle birlikte bilinçlenmeye ve sıkıntılarını dile getirmeye başladılar. Proletarya sınıfı Sanayi Devrimi ile başlayan toplumsal bozulma, fakirleşme ve kötü çalışma koşullarına tepki olarak Çartizm hareketi adı verilen en büyük ve en örgütlü işçi eylemlerini İngiltere'de başlattı. Yasal yollardan haklarını almak isteyen işçiler bu eylemlerin sonunda oy kullanma hakkına sahip oldular.

Ardından sendikalaşmalarına izin verildi (Dobb, 1963:239-241). Bu dönemde Adam Smith'in "görünmez el" prensibinin uygulanarak kapitalist ekonominin işleyişine dışarıdan bir müdahalede bulunulmamasının toplumsal açıdan en olumlu sonuçları doğuracağı öngörülmüş, fakat devlete ekonomik ve sosyal yaşamda asgari düzeyde müdahale hakkı tanınması gerektiği savunulmuştur. Merkantilizmin zıddı olan "fizyokrazi" görüşü ile "Bırakınız yapınlar, bırakınız geçsinler" (Laissez Faire Laissez Passer) ilkesi ortaya konulmuş ve dış ticarete gümrük sınırlamaları koymanın ticareti zorlaştıracağını ve ticaretin serbest bırakılması gerektiği ileri sürülmüştür. Özgürlük bu denli güç kazanmasına rağmen bu dönemde ücretlilerin sıkıntıları maalesef göz ardı edilmiştir. 1850-1914 yılları arasında teknik anlamda gelişmelerin hız kazanmasına makinalaşmadaki uzmanlaşma ve insanların ekipler halinde işbölümüne dahil olması da eklenince kapitalizmin en parlak dönemi olan 2. Sanayi Devrimi ortaya çıkmış oldu. Bu ilerlemeler telgraf, telefon, otomobil, tren ve uçak gibi birçok çok buluşun icat edilmesine, buna bağlı olarak da sermaye birikmesine neden olacak artı değer bulunmasına ve sermaye mülkiyetinin bir arada toplanmasına olanak tanıyordu. Gelişen teknoloji ile kendi toprakları dar gelmeye başlayan kapitalistler yeni sömürge arayışına girmişlerdir. 1850'lerden sonra bu durum emperyalizmi doğurmuştur (www.dersinozu.com).

Bu dönemde ticaretin serbestleşmesiyle bazı girişimciler farklı ekonomik alanlarda kendine önemli yerler edinmiştir. Rockefeller petrolde, Vanderbilt demiryolu sektöründe, Carnegie demir-çelikte, Siemens elektrikli ev aletlerinde lider olmuştur. Bu zengin firma sahipleri rakiplerini piyasadan silmek için fiyat düşürme politikaları uygulamıştır. 20. yüzyılda ise bu firma sahipleri şirketlerini kapitalizmle özdeşleşen dev imparatorluklara dönüştürmüşlerdir. Amerikalı Ford'un seri üretim metodu ile otomobilleri piyasaya sürmesinden sonra petrolün yakıt olarak kullanılması hız kazandı ve Standard Oil firması piyasada tekel haline geldi. Rockefeller 1882'de 40 kadar şirketi bir araya getirerek ilk tröstlerinden birini kurdu. Sanayileşmenin etkisiyle çiftçiliğin yerini büyük tarım şirketleri almış, işsiz kalan emekçiler iş bulmak ve yaşam koşullarını iyileştirmek adına toplumsal bir göç hareketi başlatmışlardır. Köle ticareti ile yüzlerce insanın Amerika'ya gelmesi ile Amerika'da nüfus patlaması yaşanmış ve bu nüfus hareketleri ile proletarya sınıfı yeniden şekillenmiştir. İşgücü arzında ortaya çıkan bu fazlalık emekçilerin iş bulmak için acımasızca birbirleriyle

yarıştırılmalarına ve işçilere daha düşük ücretler verilmesine sebep olmuştur. İşçi sömürülerinin hız kazanması işçilerin geniş ideolojik gruplara ayrılmasına neden olmuş, özellikle Fransız sendikacılar çalışma koşullarının denetimini firma sahiplerinin elinden almak amacıyla insanları genel grev yapmaya teşvik etmiştir. Örgütlenme hareketleri sonucunda bazı hakların kazanılmasına yeşil ışık yakılarak bu anlamda haftada 6 gün çalışılması gündeme getirilmiştir. Önce 1864'te İngiltere'de Uluslararası Emekçiler Birliği kurulmuş ve sonrasında Birinci Enternasyonel onu takip etmiştir. İşçilerin siyasal faaliyetlere yönelmesi ve birlikler içerisinde anarşist ve komünist grupların da olması Batı Avrupa'yı endişelendirmiş ve bu işçi hareketlerini yasadışı sayılmıştır. Bu dönemde grev yapan on binlerce işçi işten atılmıştır. Patronlar ise işçilerin grevini kırmak için çetelerle ve hükümetle işbirliği yapmış ve onlarca işçinin ölmesine sebep olmuşlardır. Sosyalizm hareketinin yayılması ile sosyalist kökenli işçi partileri kurulmuş ve böylece sistemin içerisine girilerek çalışma koşullarının ve ücretlerin yükseltilmesi amaçlanmıştır (Appleby, 2012:206-219).

1.2.3. Geç Kapitalizm

I. Dünya Savaşı'nın çıkmasıyla hükümetler kendi kâğıt paralarını bastı ve bu yetkiyi Merkez Bankası'na verdi. Altın talebi artınca sistem kendisini çıkmaza soktu.

Eric Hobsbawm, 1914-1945 yılları arasındaki dönemde kapitalizmin aşağıdaki özelliklerle ortaya çıktığını söylemiştir;

1. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları
2. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra Almanya'nın savaş borçlarını vergi artırmak veya ek vergi koymak yerine para basarak ödemeyi seçmesi: Savaş borçlarının ödenmesi için 300 kâğıt fabrikasının ürettiği kâğıttan 2000 matbaa gece gündüz para basıyordu. Para arzı yükseldiği için Mark değer kaybetti. İnsanlar maaşlarını bavullara dolduruyor, alışverişlerini el arabaları ile balyalarca para taşıyarak yapıyordu. Paranın büyük bir hızla değersizleşmesi mallara olan talebi attırmış ve malları takas aracına çevirmiştir. İnsanlar düzinelerce şapka, giyim eşyası olarak takasa başlamıştır. Hükümet vergi toplayamaz hale gelmiş ve harcamalarını

daha çok para basarak finanse etmeye başlamıştır. Ortaya çıkan bu hiperenflasyon bütün mevcut parasal mülkiyeti buharlaştıran krizler yaratmıştır (Köylüoğlu, 2016).



Resim 1.1. Almanya'da Hiperenflasyon Sonucunda Değer Kaybeden Parasını El Arabası İle Taşıyan Vatandaş

3. Her iki savaştan önce dünya ekonomik krizinin aşılması ve elektrik, telekomünikasyon gibi enerji teknolojilerinin yaygınlaşması

4. İkinci Dünya Savaşı'ndan önce ortaya çıkan çatışmalar (Japonya'nın Çin, İtalya'nın Etiyopya, Nazi Almanyası'nın Çekoslovakya işgali, İspanya'da iç savaşın çıkması)

5. Mussolini'nin İtalya'yı, Hitler'in Almanya'yı diktatörlükle yönetmeleri ve bu yönetim biçiminin birkaç Avrupa ülkesine daha yayılması, Nazilerin Yahudi soykırımı yapmaları

6. Kısa süreliğine Orta ve Batı Avrupa'da istikrarın ortaya çıkması (1924-1928)

7. Amerika'daki uzun süreli bir ekonomik patlama (1929'a kadar)

8. Dünya ekonomik krizi

9. İkinci Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkması

10. Büyük ve yıkıcı bir teknolojinin kullanılması

11. Sovyet Rusya'daki gibi bir sosyalist devlet düzeninin ortaya çıkması ve bu oluşumun coğrafik açıdan Avrupa'yı kısmen kaplaması ile kapitalizmin coğrafi alanını daralması (Fülberth, 2011:390).

ABD'de 1880'lerin sonunda Sherman Anti-Tröst Yasası çıkartılmasına rağmen 1905 yılında kartel komisyonu tarafından 400 civarı kartel tespit edilmiştir (Dobb, 1963:290).

20. yüzyılın başlarında teknolojinin gelişmesiyle daha karmaşık hale gelen fabrikalaşma süreci içerisinde emeğin etkinliğini artırmak adına Taylorizm sistemi uygulanmaya başlandı. Böylelikle ne kadar çalışırsa çalışsın kazanacağı ücret değişmeyecek olan işçi ödül-ceza sistemi içerisinde günlük üretim kotası ile daha çok çalıştırıldı.

1. Dünya Savaşı'nın öncesinde kâğıt para kullanımı yaygınlaştı ve altın standardı sistemine geçildi. Kağıt para ve altın arasında bir konvertibilite oluştu.

Özellikle 1. ve 2. Dünya Savaşı arasında dönem "tekelci" ana özelliği ile bilinmektedir.

Tekelcilik bu dönemde yüzünü birçok suretle göstermiştir. Bunlar,

- Öncü sanayilerin birçoğunda fiyatlar düşürülmeksizin fiyat esneksizliği ve kâr marjlarının korunması,
- Sanayici ve devlet yöneticilerinin maliyet düşürmekten çok üretimi kısıtlaması,

- İşsizliğin sürekli ve kalıcı hale gelmesi, kapasitenin aşırı şekilde devamlı artması
- Üretim kapasitesinin doldurulamayacağı endişesiyle gümrük artırımının ve tekelci birliklerinin kota uygulamalarının büyük ölçüde yaygınlaşması
- *“Büyük ölçekli reklam kampanyalarına, tasarlanmış ticari propagandaya ve tercihli piyasalara giderek daha da artan biçimde yönlendirilmesi ve ihracat fazlasının hemen evrensel bir düzeyde yapılması”* (Dobb, 2007:290-291).

Üretimde bant sistemine geçilmesiyle 2. Dünya Savaşı sonrasında kapitalist endüstrileşme hız kazandı ve üretimde “Fordizm” sistemi benimsendi. Bu sistem emek gücü kullanımı ve dolayısıyla emek maliyetlerini azaltmasına rağmen işçileri vasıfsızlaştırdı. 1944 yılında IMF ve Dünya Bankası kuruldu ve diğer ülke paralarının değerleri Amerikan Doları üzerinden saptandı. ABD, Marshall Planı ile İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ekonomik açıdan sıkıntıya düşen bazı ülkelere birçok yönden yardımda bulundu. Bu yardımla Amerika Avrupa ülkelerine kredi verecek ve bunun karşılığında kendi mallarını satacaktı. Kredi alan ülkeler “OECE”yi kurdu (OECE Paris Anlaşması ile OECD olarak yeniden kurulmuştur). Onu, 23 ülke arasındaki ekonomi ve ticareti düzenleyen “GATT” ve Avrupa ülkelerinin borç ve alacaklarını yürüten ödeme sistemi “EPU” izledi. Yine bu birliklerin devamında kurulan “AET”, “AAET”, “EFTA” gibi birlikler kapitalizmin ilerlemesini saptamıştır.

1945-1973 yılları arasında kurulan birliklerin de etkisiyle savaşların önü kesildi ve ülkelerin ekonomileri gelişme gösterdi. Bu dönemde hükümetler ve firmalar borç olarak kredi çekmeye ve bunu yatırımlarında kullanmaya başladılar.

1945-1973 yılları arasındaki dönemde milli şirketler milletler ötesi büyük şirketlere dönüşmeye başladı ve kapitalizm son derece güçlendi.

1970’lerde Fordist yaklaşımın açmaza girmesi ile tüketim taleplerinin karşılanması adına işgücü, makineleşme, bilgi teknolojileri ve iletişimde daha uzman ve üretimde daha esnek bir sistem olan Post-Fordizm’e geçilmiştir.

1973'te Petrol Krizi ortaya çıktı. Vietnam Savaşı'nın çıkmasıyla Amerika'da para arzı arttığı için Bretton Woods sistemi çöktü. 1974 sonrasında kapitalizm, küreselleşmeye dönüşeceğinin sinyallerini verdi.

1980'lerde Türkiye'de serbest piyasa ekonomisine geçildi ve ticaret serbestleşti. Yabancı sermayenin ülkeye girişi desteklendi. 1985-1989 yılları arasında dünya ekonomisi küreselleşme kavramı ile tanıştı.

1990'larda mikro işlem teknolojileri gelişmesi ile makine çağı bir başka boyutta yükselmeye başladı. 21. yüzyılda bu yükselişler ara verdi ve birçok ülkede ekonomik krizler ortaya çıktı.

1991'de S.S.C.B.'nin dağılması ile kapitalizme direnen ülke kalmadı.

2000'li yıllara girilmesiyle küreselleşme kavramı kendisini tamamen gösterdi. Türkiye'de 2000-2002 krizi ortaya çıktı.

2003 yılı itibarıyla Çin, ucuz işgücü ve ülkeye giren yabancı sermaye sayesinde ithalatta dünya devi haline gelmiş ve 2005 yılında imalat sanayisinde %27,7'lik büyüme göstererek dünya birincisi olmuştur (Saray ve Gökdemir:668). 2005 yılında ABD, Çin'deki tekstil ve iç giyim ihracatının artması sebebiyle Çin menşeli sütyen ve iç çamaşırlarına kota koymuştur (hurriyet.com.tr). Aynı gerekçeden dolayı AB de 11 Haziran 2005 tarihi itibarıyla Çin'e kazak ve sweatshirt için ihracat kotası koymuştur (cnnturk.com).

2008'de Lehman Brothers'ın batmasıyla Büyük Buhran'dan sonraki en büyük küresel kriz meydana geldi. Riskleri saptanmadan konut kredileri verildiği için öncelikli olarak bankalar ve sigorta şirketleri art arda iflasını bildirdi. Kriz kısa zamanda birçok Avrupa ülkesine yayıldı ve diğer sektörleri de etkiledi.

2008 itibarıyla işgücü ve hammadde maliyetlerindeki artış sebebiyle Çin'deki ucuz ürün ihracatı büyük ölçüde azalmış, bu durum başta denim kumaş olmak üzere birçok tekstil ürününün fiyatını yükseltmiştir. Çin'deki tekstil ihracatı maaşların nispeten daha düşük olduğu Bangladeş, Vietnam, Endonezya gibi ülkelere kaymıştır (milliyet.com.tr).

1.3 Kapitalizmin Öncüleri

1.3.1 Adam Smith

Kapitalist ideolojinin temellerinin Adam Smith'le atıldığı genel kabul görmüş bir bilgidir.

1776 tarihinde “Ulusların Zenginliği” adlı kitabını yayınlayan Smith, eserinde ülkelerin ticaretlerini geliştirebilmeleri için ticaretin serbestleştirilmesi gerektiğini savunmuştur. O'na göre piyasanın genişliği sermaye birikimine, iç ve dış ticarete devletin sınırlayıcı önlemler koymamasına bağlıdır. Teknik buluşların verimi artıracağını vurgulamıştır (Şahin, 2-4).

Ona göre, insanları bencil davranmaya yönelten kapitalizmin gelişmesi aklın ve uygarlığın gelişmesinin önündeki engelleri ortadan kaldırarak “iyi bir toplum”un ekonomik koşullarını oluşturmuştur. Smith'in “ticari toplum” olarak adlandırdığı kapitalizm, *“kişisel bağımlılık ilişkileri üzerinde yükselen Ortaçağ dünyasına karşı, uygarlığın temel koşulu olan hukuken özgür bireylerden oluşan yeni bir toplum yaratıyordu. Eğer uygun kurumsal düzenlemeler yapılırsa, kapitalizmin yaratacağı sorunlar denetim altına alınabilir, kapitalizmin sağlayacağı dinamizmle elde edilecek zenginlik, toplumun tüm sınıflarına adil bir şekilde dağıtılabildi. Smith'in amacı, kendi iyimser toplum kuramının maddi temellerini ortaya koymaktı.”* (Kaymak).

1.3.2 Karl Marx

Karl Marx 16. yüzyılda doğan kapitalizmi *“burjuva sınıfının yönetici, proletaryanın da ezilen sınıf olduğu, parlamenter demokrasinin yaygın politik sistem, piyasa ekonomisinin işlediği ve üretim araçlarına özel mülkiyetin sahip olduğu”* bir sistem olarak tanımlamıştır (Pehlivan, 2016:29).

Marksist tanıma göre, kapitalizm bireyler arasındaki sosyo-ekonomik bir ilişkidir. İş bölümünün oluşmasıyla beraber çatışan sınıflar da ortaya çıkmıştır.

Marx'a süre sınıflar tarih boyunca birbirleriyle çatışmıştır. Fakat kapitalist süreçte Orta ağ'dakinden farklı olarak feodal zorunluluktan değil, zgr iradeleriyle emeklerini satarak smrlenlerden farklı bir duruş sergilemişlerdir.

Kapitalist süreçte emek artı değere dönüşürken, sermaye sahipleri üretim araçlarını mülkiyetlerine aldıkları ve emekçileri sömürdükleri için mal varlıklarını artırmakta ve zenginleşmeye devam etmektedir. Böylece zenginleşen taraf her zaman kendileri olacakken, emekçiler de her zaman yoksul kalacaktır.

Marx, vahşı kapitalizmin emeği sömürmesini, sömürülen emek sayesinde kapital birikimi oluşmasını, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte emeğin meta haline gelmesini emek-değer teorisi bağlamında anlatır. Vahşı kapitalizmle birlikte metalaşan emekçiler "şeyleşir" ve "yabancılaşırlar". Bu noktadan sonra emek anlamını kaybeder ve anlamsız bir meta yığımına dönüşür. Emekçi ise kendini sadece bir performans objesi olarak görür.

Emekçiler üretimlerini eskiden beri anlamlı bir topluluk olmak adına yapmaktadır. Aksi durumda üretimin öz tüketim için yapıldığı anlamı çıkmaktadır. Üretim insanların birbirlerini etkiledikleri bir süreçtir ve bu süreç sayesinde hem toplum hem de doğa etkilenmektedir.

Kapitalist sistem içerisinde aşırı kâr edilmesi amacıyla emekçilere aşırı üretim yaptırılmakta, bu da aşırı tüketime sebep olmaktadır. Bu durum ekonomiyi bir çıkmaza sürüklemekte ve krize sokmaktadır. Aşırı tüketim israfa sebep olurken, emekçiler de zor koşullar altında uzun saatler çalışarak hayatın güzelliklerinden mahrum kalmakta ve kendilerini bir yarış atı gibi hissetmektedirler.

Kriz ortamının oluşmasıyla emekçiler krizlerden en çok etkilenen taraf olmaktadır. İşçiler işten çıkartılmaları ile daha da yoksullaşarak işsizler ordusuna katılmaktadırlar. Sermaye sahiplerinin zenginliğine karşın emekçilerin yoksullaşması sosyo-ekonomik dengeyi bozmaktadır.

Marx, feodalizm gibi kapitalizmin de bir gün son bulacağına inanmaktadır (Alkan, 2014:53-59).

1.3.3 Max Weber

Weber, kapitalist rasyonelleşme süreci çerçevesinde toplumların gelişimini açıklamakta, Protestanlık ile de modern kapitalizmin oluşmasını ele almaktadır. O'na göre Rönesans ve Reform 'Kapitalizmin Ruhü'nu oluşturmaktadır. O'na göre Reform sayesinde insan ve Tanrı arasına kilisenin girmesi engellenmiş, Rönesans da rasyonel bilgi sayesinde rasyonel teknikleri doğurmuş ve bu da kapitalizmin gelişmesini sağlamıştır (Dobb, 1963:373-374).

Weber'e göre kapitalistler yüksek kâr güdüsüyle serbest piyasa koşullarından yararlanmakta ve daha çok rant sağlamak adına kişilere, devlete ve sistemi yöneten üst gruplara baskı yaparak sonuçta istediklerini yaptırmaktadırlar.

Kapitalist süreç serbestleştğinde, sistemin etiği gereği kapital birikir ve tekeller oluşur. Bu birikimin en yüksek kâra dönüşmek üzere rasyonelleşmesi sadece batı ülkelerinde gerçekleşir.

Weber, kapitalist sürecin kendi etik değerlerini, sosyal yapılarını, piyasalarını, sınıf ve statü gruplarını yarattığını ve insanların da bu oluşumlara zaman içerisinde uyduğunu savunmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM

2. MODA

2.1 Modanın Tanımı

Moda, değişiklik ihtiyacı veya süslenme arzusuyla birey ve toplumların hayatına giren, geçici yenilik anlamına gelir (www.turkcebilgi.com).

Bir başka değişle moda, *“bir toplumun tüketim trendlerinin genel ifadesi, belirli bir dönem içinde etkin olan toplumsal beğenisidir.”* (www.burclar.net).

2.2 Modanın Doğuşu ve Gelişimi

Moda sözcüğü etimolojik bağlamda Latince “Modus”tan gelir ve “tarz” anlamına gelir.

Genel kabul gören bir anlayışa göre moda kavramı ilk olarak 1900’lü yıllarda ilk Haute Couture tasarımcısı Charles Worth’un yanında çalışan Paul Poiret’in Paris’te kendi atölyesini açması ile ortaya çıkar, zira Poiret’in tarzı terzilik açısından yeni bir buluş olarak nitelendirilmektedir (Oğuzhan, 2017).

1900’lerden günümüze kadarki moda sosyo-ekonomik açılardan aşağıdaki şekilde incelenmektedir.

2.2.1 1900-1928 Dönemi

I. Dünya Savaşı’nda savaşa giden erkeklerin dönmeleri kadınları iş hayatına itmiş ve yaptıkları iş gereği üniforma, iş kıyafeti ve sağlam ayakkabılar giymişlerdir. Erkeklerin yaptığı işleri yapmaya başlamaları onların rahat giysiler giymesini mecburi kılmıştır. Bu dönemde birçok marka savaşın etkisiyle seri üretim giysi ve aksesuarlar imal etmiştir. “British Warm” adı verilen paltolar esasen savaşta kullanılıyorken, savaş bitiminde moda olmuş, aynı anda kadın ve erkekler tarafından giyilmiştir.



Resim 2.1. British Warm Palto

Aynı şekilde Burberry'nin askeri sınıf paltolarının sivil hayata uyarlaması ile trençkotlar ortaya çıkmıştır. Clark markası da bağcıklarla pratiklik sağlayan, sağlam ve su geçirmeye direnç gösteren çizmeler üretmiştir. Viskoza suni ipek imal edilmiş ve Birleşik Krallık'ta ticareti yapılmaya başlanmıştır. Sanayi Devrimi ile terasta çay keyfi yapan, bahçe partileri düzenleyen, piknik ve yelkenli yarışları ile ilgilenen ve bu yeni ilgi alanları ile üst sınıfın hayat tarzını benimsemeye çalışan bir orta sınıf türemiştir. Coco Chanel'in tasarımları ise yüksek fiyat etiketleriyle üst sınıfa hitap etmiştir (Özen, 2013:222-249).

2.2.2 1929-1946 Dönemi

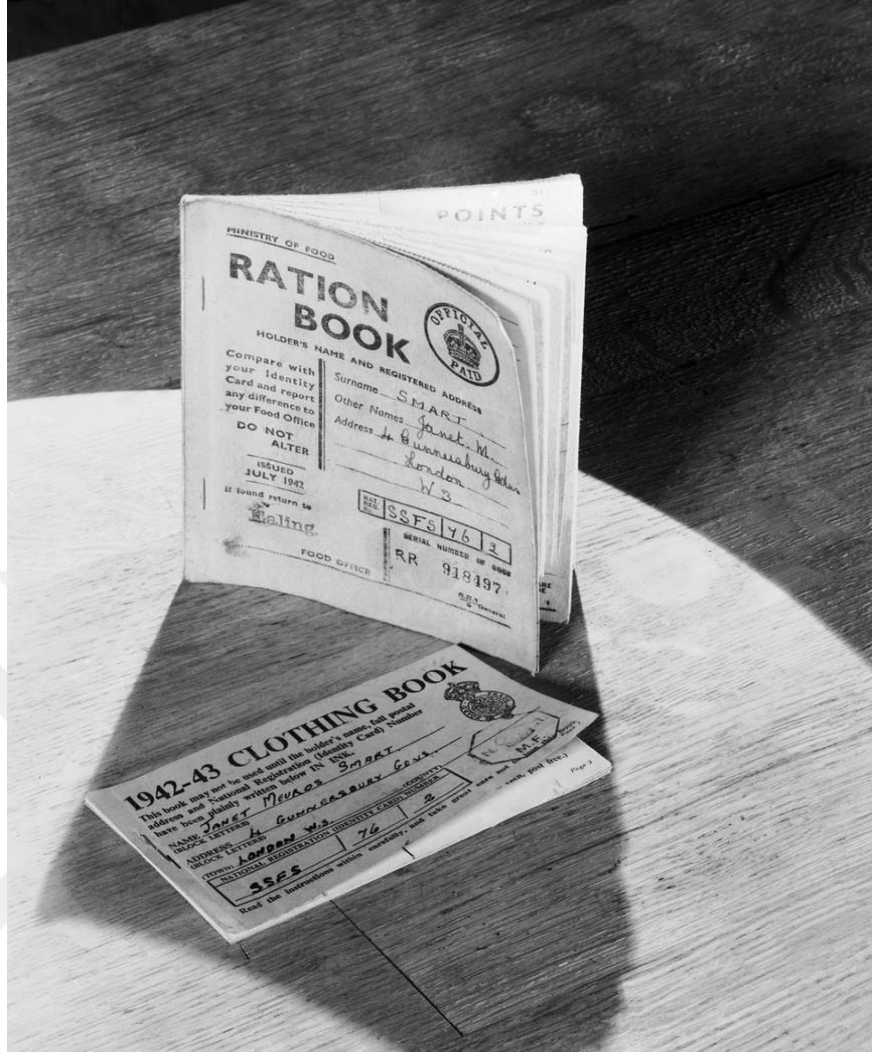
Sinema insanların üzerindeki Büyük Buhran ve savaş dönemi psikolojisine iyi geliyordu. İngiltere'de VIII. Edward'ın giyim tarzının Hollywood ünlüleri tarafından benimsenmesi aristokrat giyimi moda haline getirmiştir. Yine Hollywood'un etkisiyle

zariflik ve yakışıklılık algısında çita yükselmiş, birçok insan kıyafetlerini İngiltere’de ismarlama terzilerin bulunduğu cadde olan Savile Row’dan satın almaya başlamıştır. Naylon çorabın icat edilmesi ile naylon ipek yerine birçok üründe kullanılmıştır.



Resim 2.2. VIII. Edward’ın Aristokrat Giyim Tarzı

1939 yılında 2. Dünya Savaşı’nın başlaması ile kaynak israfının önlenmesi için tasarruf tedbirleri alındı. Giysi üretiminde ucuz kumaşlar kullanıldı ve mümkün olan en az kumaşla kıyafet imal edildi. Her bir giysi türüne ne kadar malzeme ve işçilik girdiğine bağlı olarak değişen bir puan değeri tahsis edildi ve giyside karne ve kupon sistemine geçildi. Bir elbise için on bir kupon, bir çift çorap için iki tane, bir erkek gömleği veya bir çift pantolon için sekiz kupon gerekiyordu. Yeni kıyafetler satın alırken, müşterinin parasının yanı sıra puan değeri olan kuponları teslim etmesi gerekiyordu. Her yetişkine başlangıçta bir yıl boyunca 66 puan tahsis edildi, ancak bu tahsis miktarı savaş devam ettikçe daha da azaldı.



Resim 2.3. 1942-43 Yıllarına Ait Giysi Kuponu ve Karne

Kıyafet üretiminde düğme sayıları azaltıldı, abartılı plilerin ve dantellerin kullanımına son verildi. Kapitalist kıyafet ve aksesuar üreticileri, savaşın en büyük tehlikelerinden bazılarında ticari potansiyel görmekte oldukça hızlıydı. Eylül 1939'da İngiltere'de olası bir gaz savaşı tehdidi sebebiyle 40 milyondan fazla gaz maskesi dağıtıldı. Zorunlu olmamakla birlikte, insanlara bu taşınması zor olan gaz maskelerini her zaman yanlarında bulundurmaları önerildi. Perakendeciler, pazardaki bu boşluğu doldurmak için hızlı davrandılar ve gaz maskesi bölmesi içeren, aynı zamanda omuzda rahat taşınabilen bir çanta ürettiler.



Resim 2.4. Gaz Maskesi Bölmeli Omuz Çantası

1 Eylül 1939'da İngiltere'de Alman bombardımanların hedeflerini bulmasını zorlaştırmak için sokak aydınlatması ve ışıklı tabelalar söndürülerek “karartma” uygulaması yapıldı. Bu uygulama yayalar ve sürücülerini görünmez kıldığı için bazı kazalara neden oldu. Bir hükümet kampanyası, insanları daha görünür hale getirmek için beyaz elbise giyinme çağrısında bulundu. Karartma ve tehlikeleri kapitalistler için beklenmeyen bir ticari fırsat sağladı. İğneli çiçeklerden el çantalarına kadar, ışığı yansıtacak ve kullanıcılarının daha görünür olmasını sağlayacak bir takım ışıklı ve yansımali aksesuarlar üretildi (Clouting ve Mason, 2018).

Devlet, CC41 (sivil giyim 1941) etiketi ile kıyafetlere belli standartlar getirmiş ve fiyatlarını kontrol altına almıştır. 1940'lı yıllarda Levis markasının reklamları işçi tulumları üzerine kurulmuştur (Süzmen, 2012:31). 1942'de Ticaret Bakanlığı moda tasarımcılarından “tutumlu ve şık” kıyafetler tasarlamasını istemiştir. Bakanlık, yine malzeme tasarrufu yapmak adına ev hanımlarına idareli olmayı ve “tamir etmeyi” öğütleyen afiş ve broşürler dağıtmış, ayrıca bu dokümanlarda yünlülerde güve

zararının nasıl önleneceği, ayakkabıların nasıl daha uzun süre dayanacağı veya farklı kumaşların bakımının nasıl yapılacağı gibi bilgilere de vermiştir. Savaş devam ederken, yeni giysi satın almak kupon limitleriyle ciddi şekilde kısıtlanmıştı ve artık birçok kişi için tamir ve dönüşümden başka bir seçenek yoktu. Kendi giysilerini tamir etme, yenileştirme ve yapma kabiliyeti giderek daha önemli hale geldi.



Resim 2.5. Tamir Etmeyi ve Tasarrufu Öğütleyen Broşür

Kıyafet üretme zorunluluğu kadınlara kalıp kesme becerisi kazandırmıştı ve ayrıca kumaş seçiminde yaratıcı ve deneysel olmak zorundaydılar. Kısıtlı malzemelerden dolayı tekstil malzemesine dönüşebileceği düşünülen her türlü malzeme oldukça değerliydi. Paraşüt yapımında kullanılan kumaştan iç çamaşırları, gecelikler ve gelinlikler yapılmıştır (Clouting, 2018a). Paris'te tasarım endüstrisinin hacmi küçülmüş, fakat dünyadaki diğer tasarımcılar ekonomik gerekçelerle piyasada etkinlik sürdürmeye ayak uyduramamıştır (Özen, 2013:248-249). Naylon imalatının ordu ihtiyacı için kullanılmaya başlaması ile naylon çorap için bir duraklama dönemi

başlamıştır. Dikişli naylon çorap bulamayan kadınlar çorap görüntüsü verebilmek için bacaklarının arkasına kömür ve göz kalemiyle yukarıdan aşağıya doğru bir dikiş çizgisi çizmiştir (www.csd.org.tr).

1940 yılı sonunda ipek temin edilememeye başladı ve pamuk da yetersizdi, bu yüzden iç çamaşırı gibi kıyafetler yapmak için malzeme bulmak zordu. Bazı kadınlar bu giysilerin yapımında tülbent tarzı kumaşlardan yararlanıyordu. 1945'te, İkinci Dünya Savaşı sırasında müttefik uçak mürettebatına verilen “kaçış haritaları”ndan sabahlıklar, bluzlar ve iç çamaşırları dikildi (Clouting, 2018b).



Resim 2.6. Kaçış Haritasından Dikilen Takım İç Çamaşırı

İnsanlar uzun süre aynı kıyafetleri giymeye alışkın olduklarından, kadınlar genellikle bir kıyafeti yenilemek veya şıklaştırmak için kendi aksesuarlarını yapmaktaydı. Uçak fabrikası işçileri tarafından ön cam plastik parçalarından yapılmış küpeler ve bilezikler yapılabiliyordu.

Savaş nedeniyle alelacele evlenen pek çok çift düğününde beyaz bir gelinlik ve şık bir takım elbise istese de, kıyafetlerin rasyonelleştirilmesi ve malzeme sıkıntısı

bunu zorlaştırıyordu. Bu yüzden diğer aile üyelerinden edindikleri bazı kıyafetleri yeniden tasarlayarak yaratıcı bir şekilde bunları düğünlerde kullandılar. Bazı kadınlar uniformaları ile evlenmeyi seçse de evlilik merasimlerinde geleneksel olmayan bir elbiseyi veya tekrar giyebilecekleri akıllı bir elbiseyi tercih edenler de oldu (Clouting, 2018a).

Savaşın sona ermesinden sonra “gelecekle ilgili beklentiler ve planlar”, hükümetin kamu bilgilendirme kampanyalarının çoğunda baskın bir tema olmuştur. Aşağıda yer alan ve 1945'te yayımlanan aşağıdaki tasarruf şeması posterinde, savaş sonrası planı olarak yeni bir kıyafet satın alınmasından bahsedilmiştir (Clouting ve Mason, 2018).

**PLAN your future
SAVE with a plan**

YOUR HOME

YOUR CAREER

YOUR HOLIDAY

YOUR CAR

YOUR OUTFIT

SAVE WITH A PLAN

You can plan your Savings from the Examples in this table

SAVINGS PER DAY	APPROXIMATE SAVINGS AT END OF	
	ONE CALENDAR MONTH	ONE YEAR TWO YEARS
4d.	10s.	£6 £12
6d.	15s.	£9 £18
1s. 0d.	30s.	£18 £36
2s. 6d.	75s.	£45 £90

Note ADD THE DAILY POST-WAR CREDIT (INTRODUCED BY ACT OF PARLIAMENT, 1945)
6d. for Men—4d. for Women

POST OFFICE SAVINGS BANK : NATIONAL SAVINGS CERTIFICATES
For Ways of Saving—ASK THE OFFICER WHO PAYS YOU

Resim 2.7. Tasarruf Şeması

2.2.3 1947-1963 Dönemi

Giyisideki kısıtlamalar ve tasarruf tedbirleri Mart 1949'a kadar kademeli şekilde azaltılmasına rağmen savaşın getirdiği değişikliklerin çoğu modayı şekillendirmeye

devam etti. Büyük ölçekli giysi imalatındaki gelişmeler, kitle piyasası modasının büyümesini hızlandırdı ve bu da mağazaların gelişmesine yardımcı oldu. Daha rahat ve gayri resmi bir kıyafet tarzına doğru eğilim, savaş zamanlarında da hız kazandı. 2. Dünya Savaşı devam ederken Amerika ve Büyük Britanya’da milyonlarca kadın işçi kot pantolonla çalıştı (Waquet ve Laporte, 2011:76). 1950’lerin gelişen orta sınıfı ile kokteyl tarzı giyim modası ortaya çıktı ve kadınlar kokteyl elbiseleri giyerek eldiven ve duvaklı kokteyl şapkası taktı. Savaş sonrasında Fransa’da bazı modaevlerinin kapanması ve seyahat konusunda zorunlu bir kısıtlamaya gidilmesiyle Amerikalı dergi editörleri yurtiçi tasarımlara yöneldi. Eğlenceye düşkün sosyete sınıfı ve hızla iyileşen ekonomi Amerikalı tasarımcıların güçlenmesine ve New York’un yavaş yavaş bir moda merkezi olmasına imkân sağladı. Pahalı elbiselere parası yeten kadınlar bu şıklıklarını gerçek mücevherlerle tamamlarken, parası yetmeyenler için taklit mücevherler üretildi. Savaşın bitmesiyle kumaş ve dikiş tekniklerindeki kısıtlamalar kaldırıldı ve paltolar daha lüks ve çekici bir hal aldı. Kürk kullanımı arttı ve vizon paltolar dönemin en büyük statü sembolü haline geldi. Tekstil ve teknolojideki gelişmelerle kolay ve ütü istenmeyen kumaşlar ortaya çıktı. 1950’lerde refah seviyesinin artmasıyla tatil kavramı yaygın hale geldi ve orta sınıfın da bu aktiviteye katılmasıyla bu alandaki pazar ihtiyaçlarını gidermek isteyen moda endüstrisi sahil kıyafetleri ve aksesuarlarını piyasaya sürdü. “Hipster” ve İngiltere işçi sınıfındaki gençlerden oluşan “Teddy Boy” alt kültürlerine has bir giyim tarzı türedi ve gençler sosyal düzene karşı olduklarını gösterecek şekilde giyindiler.



Resim 2.8. Teddy Boy’lar

Bu dönemde yüksek statünün simgesi olan sivri burunlu ayakkabılar moda oldu. 1949'larda denim firmaları dar pantolonlarla gençleri hedef aldı. Wrangler bluejean'ler bir süre sonra yetişkinler ve çocuklar tarafından da giyilmeye başlandı (Özen, 2013:322-345).

2.2.4 1964-1979 Dönemi

Dönemin modacıları gençlik yönelimi benimseyenleri hedef alarak kıyafet tasarlamaya başladı. Melly (1972), bir zamanlar modayı zenginlerin belirlediğine dair anlayışı “ucuz” ve kısa elbise giyen kadınların yıktığını söylemiştir. İleri yaştaki kadınlar pahalı ve yarı değerli mücevherler takmaya devam ederken, plastik materyalli ve uygun fiyatlı ürünlerin seri üretimi ile genç kadınlar plastik takı ve aksesuarlar kullanmaya başlamıştır. 1963'te Biba markası ürünlerini “posta havalesi” ile satmaya başladı. Marka İngiltere'deki ekonomik kriz yüzünden 2 yıl sonra iflas etti. Beatles, Rolling Stones gibi müzik gruplarının giyim stillerini taklit eden mağazaların çoğalmasıyla grup üyelerinin giyimleri bir moda halini aldı ve bu gruplara hayranlık duyan gençler zorlukla kazandıkları paraları bu grupların giyim stillerini taklit etmek için harcadı. Yves Saint Laurent, sokak modasını klasik terzilikle birleştirerek hazır giyimin statüsünü yükselten tasarımlar yaptı. 1967 yılında sevgi, barış ve özgürlük temalı bir alt kültür hareketi olan Hippy modası ortaya çıktı. Bu akıma uyanlar çoğunlukla 2.el kıyafetler giyiliyordu. 70'lerde şarkıcı ve oyuncular lüks, pahalı, parlak ve şık kıyafetler sergilemekteydi. Gençler ise ucuz taklit ürünlerle hayranı oldukları bu sanatçıları taklit ediyorlardı. Sınırlı bütçeye sahip olan insanların örgü örerek kendi giysilerini tasarlaması ile örgü modası çıkmıştı (Özen, 2013:350-382). Hazır giyime bütçe ayırmakta zorlanan birçok kadın da Burda dergilerindeki patronlar sayesinde giysi kalıpları çıkartarak kıyafet diktiler. 70'lerin sonlarında İngiliz kraliyet yönetimine tepki olarak punk modası ortaya çıktı. Vivienne Westwood bu akımın öncüsü olmuştu ve giydiği bir tasarımında II. Elizabeth'in dudağına çengelli iğne takarak bir çeşit baskıları susturma mesajı veriyordu.

Punkçu Sex Pistols grubu üyeleri de Karl Marx aplikeli gömlek giymiş ve kollarına “kaos” yazan pazu bantları takarak dönemin kapitalist düzenine bir sistem eleştirisi getirmiştir (Özen, 2013:350-382).



Resim 2.9. John Lydon (Sex Pistols) ve Karl Marx Aplikeli Gömleği

2.2.5 1980-1990 Dönemi

1980'lerde Paris, Milano, New York, Londra gibi şehirlerde defileler yapılmaya başlandı, moda gazetecileri bir sonraki sezonun koleksiyonlarını görmek için bu defilelere gitti. Armani ve Burberry gibi markalar uluslararası bir güç haline geldi ve moda tasarımcılarının isimleri marka halini alarak ürünlerin satılmasını kolaylaştırdı. Lady Diana'nın kraliyet ailesine girmesi aristokrat stilin takip edilmesini sağladı. Birçok kadının bütçesi lüks markalı kıyafetlere yetmiyordu ama bu dönemde uygun fiyatlarla tarz giysiler satan birçok tasarımcı da mevcuttu. Alt kültür modası olarak hiphop tarzı ortaya çıktı. Rock ve punk modası ise devam etti.

2.2.6 1991-2000 Dönemi

90'lardaki Sex and The City dizisinin etkisiyle iş hayatındaki zengin kadınların hayatlarını süsleyen lüks tüketim objeleri sıradan kadınları hayallerini süslemeye başladı. Lüks ürünlere parası yetmeyen kesim bu markaların ikinci el kıyafetlerine ilgi göstermeye devam etti. Grunge akımı Nirvana grubunun etkisiyle etkisini sürdürdü.

2.2.7 2001'den Günümüze Kadar Olan Dönem

2000'lerin başında lüks markaların Vintage versiyonlarına olan talebin artması ile bu ürünleri satan butiklere rağbet arttı. Tasarım kıyafetler yaygın hale geldi. David Beckham, Victoria Backham çiftinin giyim giyim tarzı ikonikleşti. Kim Kardashian, Ashley ve Katy Olsen, Paris Hilton, Britney Spears gibi manken, şarkıcı ve oyuncu ve sosyetik zenginlerin lüks giyimleri taklit edildi. Lüks markaların ürünlerine parası yetmeyen kesim bu markaların ikinci el kıyafetlerini giyerek ve ikinci el lüks çantalar takarak hayranı oldukları ünlülere ve üst sınıfa yaklaşmaya çalıştı.

2000'li yılların başında sponsorluk çalışmaları ünlülerle yapılıyorken günümüzde influencer marketing'in yükselişi ve internetin yaygınlaşması ile bu anlaşmalar sosyal medya fenomenleri ile yapılmaya başlanmıştır. Reklam türlerini çeşitlenmesi ile birlikte sosyal medya ve influencer kavramı daha bireysel bir seviyeye gelmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. KAPİTALİZM VE MODA İLİŞKİSİ

3.1 Kapitalizmin Doğuşu Öncesindeki Kapitalizm ve Moda İlişkisi

Kapitalizm öncesi moda kavramı asker, yönetici ve din adamları gibi toplumsal sınıfların giyim tarzlarına dayanmaktaydı. İhtiyaç doğrultusunda sınırlı bir üretim yapıyordu.

3.2 Kapitalizm Sonrası Kapitalizm ve Moda İlişkisi

Kapitalizm, tüketim toplumu yaratmak için yapay ihtiyaçlar yaratarak modayı kullanır. Moda ise üretilen giysilerin satılması için insanlara birbirlerinden farklılaşmalarını empoze ederek onları daha çok satın almaya teşvik eder. Modayı takip etmeyerek sıradanlaşacaklarını ve sınıfsal ayrımcılığa maruz kalacaklarını düşünen insanlar lüks markalı giysiler satın alıp bunları giyerek üst sınıflarla yakınlaşacağına, hatta onlardan biri gibi görüneceğine inanırlar. Kapitalist sistem içerisindeki üretim, satın alma, moda olma ve modanın demodeleşmesi döngüsü ile moda sürekli bir devinim kazanır ve kapitalist süreç kendisini tekrar eder. Birçok markalı ürün düşük kalitede üretilmesine rağmen yüksek fiyatlarla satılır. Yüksek fiyat, markanın ulaşılabilirliğini zorlaştırır ve lüksü bir yüksek statü sembolü olarak lanse eder.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağında "kendini gerçekleştirme" kategorisi yer almaktadır. Modayı takip etmek yeme, içme gibi temel bir ihtiyaç olmamakla birlikte bireylerin özgün tarzlarını ve ötekilerden farkını açığa çıkarması ile kişiye kendini gerçekleştirme imkânı tanır (Şevketoğlu, 2017). Bu açıdan insanlar ihtiyaçlarını gerçekleştirme güdüsü ile modaya ve dolayısıyla tüketime yönelirler.

Kapitalizmin ortaya çıktığı zamanlarda fertler üretim yapmaya motive iken, kapitalizmin ivme kazanması ile tüketime motive olmuşlardır (Yavuz, 2013:221).

16. yüzyılda kapitalizm doğmuş, fakat bu dönemde "moda" kavramı tam anlamıyla ortaya çıkmamıştır. Dolayısıyla modanın ortaya çıktığı 1900'lü yıllara kadar

bu kavram, giyim kuşam, giyim tarzı ve moda olma yolundaki girişimler olarak ele alınacaktır.

16. yüzyılda VIII. Henry değerli taşlarla süslenmiş giysiler giyerdi. Henry döneminde kilise topraklarının yeniden dağıtılması ile kırsal kesimin soylu olmayan zengin aileleri aristokratların aşırı süslü giyim eşyalarını kullanmaya merak salmışlardır. Burjuvalar ise İtalya'daki dokuma imalathanelerinden gelen renkli ipek saten, pahalı kadife ve brokar gibi lüks tekstil ürünlerinden yapılan giysiler giymişlerdir. İtalya bu dönemde altın ipliklerle işlenen kumaşlar ve yüksek kalitede kadife üretiminde tekel konumundaydı. Kanuni Sultan Süleyman'ın bu yüzyılı içine alan hükümdarlık döneminde başta Bursa olmak üzere pek çok şehirde Osmanlı İmparatorluğuna ait giysi ve kumaşlar ihracattaki en kârlı lüks mallardan olmuş ve İtalyan dokuması ile rekabet edecek hale gelmiştir (Mack, 2005, 50-52).

Bu dönemde şapkalar kapalı alanlarda takılarak toplumsal statü ve zenginliği yansıtıyordu. Aristokratlar genelde yumuşak, koyu ipekli kadifeden üretilmiş yassı bir kep takıyordu.



Resim 3.1. 16. Yüzyıl Aristokrat Giyimi

Daha alt sınıflar ise aristokratların taktıklarına benzeyen, kürk veya yünden üretilmiş keçeden bir şapka takıyorlardı. Şapka asil giyimi temsil ediyordu. İngiltere’de I. Elizabeth’in tahta geçmesiyle kostümler sarayda önemli bir statü simgesi olmuştur. Kraliçe Elizabeth “kıyafetler yönetmeliği” çıkartarak düşes, markiz ve kontesler haricinde samur kürkü ve altın iplikli kumaş giyilmesini yasaklamıştır (Fogg, 2014:48-50).

16. yüzyıldan 17. yüzyılın sonuna kadar aristokratların zenginlik ve sınıfsal ayrıcalıklarını ortaya koymak ve alt sınıftaki kişilere hükmetmek adına süslü giyimi tercih etmeleri ile birlikte moda olma yolundaki girişimlerin temelleri atılmıştır. Küçük burjuvazinin zenginleşmesi ile birlikte giyim tarzı da değişmiş, onlar da aristokrat sınıfı gibi gösterişli kıyafetler giymeye, süslü peruklar ve pahalı mücevherler takmaya başlamışlardır. Bu dönemdeki giyim kuşamın belli kurallar çerçevesinde şekillenmiş olması ve her iki sınıfın da sadece adı sanı bilinmeyen terzilere kıyafet diktirmeleri nedeniyle burjuva sınıfı ve aristokrat sınıfı arasındaki giyim tarzı benzerlik göstermiştir.

Kapitalizmin ortaya çıkması giyim tarzının kökten bir şekilde değişmesine sebep olmuştur. Sanayi devriminin seri üretime geçiş süreci ile giyim kuşam serbestleşmiştir. Çalışma hayatının hız kazanması ile zengin erkeklerin süslü olan giyim tarzı değişmiş ve giyim sadeleşmeye uğramıştır. Erkekler süslü giyim, pelerin ve perukları bırakarak takım elbiseye yönelmiş ve saçlarını daha doğal halde şekillendirmişlerdir.



Resim 3.2 Sanayi Devrimi Sonrası Erkek Giyimi

Kentlere göçlerle birlikte burjuva sınıfının hem saraydan hem de halktan farklı olma arzusuyla üst sınıfa mahsus özel tasarımlar ortaya çıkmış ve insanlar giyimleri ile farklılıklar yaratarak bir moda tarzı ortaya koymaya çalışmışlardır. Terzileri yerini moda tasarımcıları, terzi dikiminin yerini ise haute couture tasarımlar almıştır. Pantolon eskiden beri bilinmesine rağmen, fabrikalarda çalışan orta ve alt sınıftaki erkekler tarafından çalışma hayatına hareket özgürlüğü getirmesi açısından tercih edilmiş ve giyilmeye başlanmıştır. Kadınlar erkeklerin aksine daha şatafatlı giyinmeye ve büyük süslü şapkalar takmaya başlamışlardır. Quentin Bell erkek giyimindeki bu sadeleşmenin sebebini küçük burjuvazinin yükselişi ve bu sınıfın endüstriye vermiş olduğu önemle izah etmektedir. O'na göre “zenginlik” önceki dönemlerde “boş zaman ve gösterişli giyimle” ilintiliyken, 18. yüzyılda “üst düzey yöneticilik” ve “giyimde ağırbaşlılıkla” özdeşleştirilmiştir. Siyah palto, keten gömlek, ipek ve saten yelek, ipek kıravat, silindir şapka, eldiven, baston ve şemsiye erkeklerin yönetim veya dağıtım alanındaki elit bir işte çalıştığı imajını yansıtıyordu. Küçük burjuvaziye mensup kadınlar ise boş zamanı bir yaşam stili olarak yansıtmış ve kocalarının zenginliğinin

reklamını kendi giyim tarzları üzerinden yapmaya devam etmişlerdir (Modleski,1995:180).

17. yüzyılda Fransa’da stil ve yeniliklerin özendirilmesi için moda dergilerinin ortaya çıkmasıyla çağdaş moda sanayisinin temelleri oluştu. Tekstil sanayisine devlet desteği sağlayan kralın ve saray eşrafının pahalı giysiler giymesine imkân sağlayan Fransa Maliye Bakanı’nın da bu sürece katkısı büyük olmuştur. Sarayın giysilerle olan ilişkisi çağdaş moda sanayisini yarattı. Çünkü modacılar kadınların kıyafetlerle alakalı taleplerine saraydaki terzilerden daha hızlı yanıt vermekteydi (Fogg, 2014:86-87).

Moda, toplumsal sınıf kuralları gereği en tepeden en aşağı iner. Modanın tabana inme sürecini hızlandıran etkenin sınıflar arasındaki rekabet olduğu ileri sürülmektedir. Bell’e göre moda açısından burjuvazi aristokrasi ile, proletarya orta sınıf ile, orta sınıf da zenginler ile rekabet etmektedir. Burada alt olarak görülen sınıflar rekabet ettikleri üst sınıflara benzeme çabası içindedir (Modleski, 1998:190). Modanın alt sınıftan üst sınıfa doğru çıkması da mümkün olmuştur. Punk, hippy, grunge, rap, metal modası ve sokak stili alt kültürlerden meydana gelmiştir.

18. yüzyılın sonlarında ekonominin iyi gitmemesi ve toplumsal sınıfların arasında uyumsuzluğun artması sonucunda halk zenginlere karşı nefret ve hoşnutsuzluk duymuştur. Devrim yandaşı olan kesim soylu ve varlıklı kesime karşı “Sans-culotte” alt sınıf giyim tarzını benimsemiş, sadelik ve özgür olmaya vurgu yapmak adına ipek çorap ve kısa pantolon yerine uzun pantolon ve salaş ceketler giymiştir (www.kenandabirkuyu.com).



Resim 3.3. Sans-Culotte Giyim Tarzı

19. yüzyılda alt, orta, üst sınıflar arasında büyük bir “uçurum” vardı. Bu dönemde giysi işçi sınıfının maddi durumunun önemli bir kalemını oluştururdu. Fransa’da işçi sınıfı mensubu bir erkek evlendiğinde bir takım elbise satın alır, onu sadece pazar ayinine, düğüne veya cenazeye giderken giyer ve nerdeyse ömrü boyunca kullanırdı. Kadınlar ise ölene kadar giyecekleri iç çamaşırını, elbise ve yatak çarşaflarını çeyiz olarak tedarik eder ve bunları bir araya getirmek için yıllarını harcardı (Crane, 2003:15).

1850’lerden bugüne kadar olan süreçte ise zengin sınıfa mensup iş dünyasının oluşturduğu sosyetik hanımlar modayı belirlemekte ve öncülük etmektedir.

Teknolojinin ilerleme kaydetmesi modaya eşitlik getirmiş, kapitalist düzen için elverişli bir zemin oluşturmuştur. Seri üretimde hız kazanılmasıyla ideolojiler biçimlenmiş, giyim tarzı fertlerin yaşam stilini ortaya koymuş ve bundan dolayı moda fertler arasında bir iletişim ağı oluşturmuştur. Modadaki bu gelişmeler tüketimi artırmış ve sektörde geniş bir pazar oluşturmuştur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. KAPİTALİZMİN MODA ENDÜSTRİSİ ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİLERİ

4.1 Ekonomik Olumsuz Etkileri

4.1.1 Rekabet Hükümleri Çerçevesindeki Olumsuz Etkileri

Gelişmiş ülkeler I. Dünya Savaşı, 1929 Ekonomik Buhranı ve II. Dünya Savaşı'nın ekonomiye olan olumsuz etkilerini azaltmak dünya ticaretinde çok yönlü bir eşitliğe imkân sağlamak amacıyla AET'yi kurmuşlardır. AET'nin en güçlü mekanizması ise Gümrük Birliği olmuştur (Uyar-2000:23'ten aktaran Hatipler, 2011). Gümrük Birliği, taraf ülkelerin aralarındaki ticaretin her çeşit tarife ve eş değer vergiden muaf bir biçimde gerçekleşebildiği ve tarafların, birlik dışında kalan ülkelere yönelik olarak da ortak bir gümrük tarifelerini benimsedikleri bir ekonomik entegrasyon modelidir (Akdoğan, 2011).

Gümrük Birliği, “ticaret etkisi” ile birlik dışı ticareti azalmakta, “üretim etkisi” ile hammadde maliyetlerini yükselterek üretimi azaltmakta, “tüketim etkisi” ile talebi yükselterek tüketimi artırmakta ve “gelir etkisi” ile üçüncü ülke mallarının talebini düşürerek ülkeler arasında gelir dağılımını bozmaktadır (Hatipler, 2011: 17-19).

AET'nin yerini alan AB içerisinde çok taraflı ticaret düzeninin olması ve yeni pazar açılımları yapılmak istenmesi nedeniyle ülkeler arasında STA ve bölgesel ticaret anlaşmaları yapılmıştır. STA'ların ülkeler arasında ticari bir ağ kurması sebebiyle, birçok ülke mal tedarikini STA üyelerinden temin etmekte, bu durum da STA ağı dışında kalan ülkeler arasında ticari imkân eşitsizliği yaratmaktadır (haber.tobb.org.tr).

STA'ların dezavantajları aşağıda yer almaktadır;

- Artan dış kaynak kullanımı
- Fikri mülkiyet haklarının korunmasında karşılaşılan zorluklar
- Yerli sanayicileri toparlaması

- Zayıf çalışma koşulları
- Doğal kaynakların bozulması
- Yerli kültürün tahrip edilmesi
- Vergi gelirlerinde azalma (www.moment-expo.com)

Türkiye’de ise İTKİB temsilcilerinin ev sahipliğinde 4 Mart 2019’da gerçekleştirilen bir toplantıda, yakın bir gelecekte Pakistan ile imzalanması planlanan nihai STA’nın yaratacağı olumsuz etkiler görüşülmüştür. Buna göre;

- Pakistan’ın Çin ve Bangladeş gibi Uzak Doğu ülkeleriyle imzalamış olduğu STA’lar nedeniyle bu ülkelerdeki ucuz tekstil ürünlerinin Pakistan üzerinden Türkiye’ye giriş yapması ile haksız rekabete sebep olabileceği,
- Bu durumun Pakistan tekstil ürünleri ihracatında patlama yaratabileceği, Türkiye’deki tekstil ve hazır giyim fabrikalarının büyük bölümünün kapanabileceği, yeni yatırımların önünü kapatabileceği ve ciddi istihdam kayıplarına sebep olabileceği vurgulanmıştır.

İTKİB Başkanı İsmail Gülle, sektörü sıkıntıya sokacak bir diğer STA’nın Vietnam ile STA imzalayan AB üzerinden yaşanacağını ifade etmiştir. Buna göre;

- AB’nin artan STA sayısı nedeniyle Türkiye’nin Gümrük Birliği ile edindiği gümrük muafiyeti avantajını kaybedeceği,
- Türkiye’nin AB’nin STA imzaladığı ülkelerle gümrük vergilerini sıfırlamak zorunda olabileceği,
- Bu ülkelere ihracatta Türkiye’ye uygulanan gümrük vergilerinin sabit kalacağı, ancak Türkiye ile AB arasındaki mevcut Gümrük Birliği kurallarına göre AB ile STA imzalayan Vietnam’ın tekstil ürünlerinin de Türkiye’ye gümrüksüz girebileceği,
- Vietnam’ın ihracatının en büyük ikinci kaleminin tekstil ve hazır giyim olduğunu düşünülürse, Türkiye’ye yoğun bir şekilde Vietnam ürünlerinin ithalatının söz konusu olabileceği ve bu durumda

Türkiye'nin devlet desteği ile üretilen Vietnam mallarıyla rekabet edemeyeceği

belirtilmektedir (haber.evrin.com).

Rekabeti etkileyen bir başka unsur ise dumpingdir. Gelişmekte olan birçok ülke rekabet gücü edinmek için malların fiyatını büyük ölçüde düşürüp satmaktadır. Zira gelişmekte olan ülkelerde emek ücreti düşük olduğundan maliyetler de düşüktür ve bu ülkelerde nüfusun fazla olmasından dolayı işgücü arzı yüksektir. Mallarını ihraç eden bu GOÜ'ler, dumping uygulayarak dış piyasada fiyat rekabeti açısından üstünlük kazanmakta ve düşük fiyat yoluyla tekelci konuma gelmektedir. Dampingle ürünler, bu malları ihraç eden ülkelerin iç piyasasında rekabet gücü kaybına neden olmakta ve kârlılığı azaltmaktadır. Yine dumping uygulayan ülkelerde endüstriyel tasarımların yasalar tarafından korunmaması sebebiyle "taklitçilik" yoğun olarak görülmektedir.

İnsan sağlığı ve çevre güvenliğinin sigortası sayılan uluslararası teknik düzenleme ve standartlara ihracatçı firmanın uyum sağlayamaması dumping uygulamasına ortam yaratmaktadır. Zira, bu tür yatırımlardan kaçınan ithalatçı firmalar maliyetlerini düşük tutabildiklerinden, iç piyasadaki daha düşük bir fiyatla ihracat yaptığında da dumping uygulamış olmaktadır. (Yalçınkaya ve Çakır, 2004:8).

Tekstil endüstrisinde ise uzun yıllar Çok Elyafli Tekstil Anlaşması uygulanmıştır. Bu anlaşma, kritik ürünlerde yapılan düşük maliyetli ithalatın artışı durdurmuş ve diğer ürün ithalatlarının büyüme oranlarına da kotalar koymuştur (www.muhasibeturk.org). Ticari kotalar koyan ve korumayı sadece gümrük vergileri ile sağlayan ÇETA'nın 2005 yılında yürürlükten kaldırılması ile tekstil endüstrisindeki üretim Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinden GYÜ'lere kaymıştır. Gelişmiş ülkelerdeki tekstil üreticileri miktar kısıtlamalarından minimum düzeyde etkilenmek ve yüksek gümrük vergisi ödememek amacıyla GYÜ ve EAGÜ'lerin firmaları ile alt sözleşmeler imzalamıştır (Gökçü, 2005).

4.1.2 Vergisel Açıdan Olumsuz Etkileri

Moda dünyasında vergisel açıdan olumsuz etkiler daha çok "vergi kaçakçılığı" şeklinde görülmektedir.

Domenico Dolce ve Stefano Gabbana 1.38 milyar dolar vergi kaçırmak suçuyla hapis cezası almıştır. Başlangıçta 20 ay olarak aldıkları ceza temyiz mahkemesinde 18 aya düşürülmüştür (www.finansgundem.com).

İtalyan savcılar Lüksemburg'daki Gado Srl şirketini İtalya'da vergi ödemekten kaçınmak için yaratılmış hayali bir varlık olduğunu iddia etmekteydi. Buna karşın temyizde İtalya'daki vergi kaçakçılığı mahkemesi tarafından aklanmışlardır (www.vogue.co.uk).

Gucci ise 2011-2017 yılları arasında 1 milyar Euro'nun üzerinde vergi kaçırmaktan suçlandı. Milano ve Floransa'daki ofisleri 2017 yılının sonlarında İtalyan polisi tarafından basılmıştır (www.reuters.com).

İtalyan moda tasarımcısı Valentino Garavani ikametini farklı bir ülkeye taşıyarak gelir beyan etmekten kaçınmış ve İtalyan yetkililer Garavani'nin vergi kaçakçılığı iddiasıyla 39 milyon dolar ödemesine hükmetmiştir (www.express.co.uk).

4.1.3 Ekonomik Kriz ve Ekonomik Durgunluk Dönemindeki Olumsuz Etkileri

Ekonomik kriz mal, hizmet, üretim faktörleri fiyatlarının ve ulusal para biriminin değerinin çeşitli nedenlerle ve ani olarak kabul edilebilir limitleri aşan şekilde dalgalanması ve bunun sonucunda ekonomik faaliyetlerin yavaşlaması ve ileriye dönük olarak ekonomide büyük bir belirsizliğin ortaya çıkmasıdır (www.doviz.com).

Bir ülkenin ekonomisinde büyüme hızının yavaşlaması ise ekonomik durgunluğu ifade eder.

Birçok ekonomik kriz ve durgunluk döneminde elbette ki tekstil ve moda sektörü de etkilenmiştir. Aşağıda belli başlı birçok örnek görülebilmektedir;

➤ 1895'te yılında “Büyük Depresyon” olarak adlandırılan ekonomik krizde modacı Worth Avrupa'daki devalüasyon nedeniyle masrafları kısma dönemine girmiştir (Fogg, 2014:175)

➤ 1929 Büyük Buhranı öncesi etek boyları kısalmıştır. George Tailor kadınların etek boyları ve ekonominin gidişatı arasında bir korelasyon olduğunu savunmuş ve “Hemline (etek boyu) endeksi” teorisini ortaya atılmıştır. Buna göre etek boyu kısalığı ekonomik durumun iyi olduğuna işaret eder.

➤ Büyük Buhran sırasında birçok kişinin yaşam sloganını “Tamir etmek, yeniden kullanmak, yapmak, hiçbir şeyi israf etmemektir”. Büyük Buhran ile halkın giyim tarzı çarpıcı biçimde değişime uğradı ve halk moda daha muhafazakâr bir yaklaşımla yöneldi (www.thevintagenews.com).

➤ 1980 sonrası yaşanan Meksika Krizi, Asya Krizi, Rusya Krizi gibi krizler Türkiye’deki tekstil ve moda sektörünü de ciddi anlamda etkilemiştir.

➤ Şubat krizi ile 2001 yılında pamuğun, pamuk ipliğinin ve ham örgü kumaş fiyatlarının iç piyasa satış fiyatları %75’in üzerinde artmıştır (Hedef Dergisi, Temmuz 2001 Sayısı’ndan aktaran Öztürk, 2010: 393:394).

➤ 2005 yılında ihracatta yaşadığı sıkıntılar nedeniyle Türk tekstil sektörünün iflasına ramak kalmıştır. 2008 yılındaki dünya ekonomik krizinin baş göstermesi ile beraber birçok büyük tekstil şirketi üretim faaliyetlerini durdurmak, piyasadan çekilmek veya küçülmeye gitmek durumunda kalmıştır (Aracı, 2010:68).

➤ 2009’da ABD’ye giren ithal mallardaki 15,7 düşüşle dünyadaki birçok büyük giysi üreticisi kayba uğramıştır. Çin’de üretim durma noktasına geldiğinden Çin’de 10 milyon; Hindistan’da 1 milyon; Pakistan’da 200.000, Endonezya’da 100.000, Kamboçya’da 75.000, Vietnam’da ise 30,000 işçi işini kaybetmiştir (Hoskins, 2015:165-166).

4.1.4 Borçlanmayı Tetikleyen Ödeme Unsurlarının Kullanımı Bakımından Olumsuz Etkileri

Kapitalizm, tüketimi artırmak adına tüketim bağımlılığı yaratarak bireylerin gelecekteki gelirlerini şimdiden harcayabildikleri bir kredili yaşam düzeni sunmaktadır. Tüketiciler, yeni bir arzu nesnesi satın almanın, sürekli borç içinde olmanın yol açtığı iç sıkıntısını gidereceğine inanırlar (Kadıoğlu, 2014:25-27).

Kişilerin çoğalan arzu ve gereksinimleri kredi kartı kuruluşlarının hizmetlerinin de değişmesini sağlamıştır. Teknolojinin gelişmesiyle yeni ödeme araçlarına ihtiyaç duyulması, kartlı ödeme sistemlerinin gelişmesine neden olmuştur. Borçlanmayı tetikleyen ödeme sistemleri; kredi kartı, harcama kartı, banka kartı, mağaza kartı ve katalog usulü ödeme olarak aşağıda incelenmektedir (Kaya, 2009:5).

4.1.4.1 Kredi Kartı

ABD'deki kredi kartı borcunun 2019 yılında 1 trilyonu aştığı görülmektedir (www.usatoday.com). Wall Street Journal'ın haberine göre maaşların yetmemesi ve haneye giren gelirin giderleri karşılayamamasından dolayı oluşan kredi kartı borcu sebebiyle 2011 yılından beri 5000'den fazla tutuklama emri çıkartılmıştır (www.wsj.com).

Bu durum tüketenlerin mesuliyetsizliğinden doğan bir durum değildir. Zira tüketiciler sistemli bir biçimde devlet tarafından borçlanmaya teşvik edilmektedirler. Devlet, gün geçtikçe zamlanan birçok ürünün satın alınması için faiz oranlarını kasti olarak düşük tutmaktadır. Tüketiciler de bunun farkında olarak maaşlarının yetmediği durumlarda borç para veyahut kredi kullanarak ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar.

Birçok insan küresel ekonomik kriz sebebiyle asgari ücretin altında hayatını idame ettirmeye çalışırken, Britanya'da borç danışmanlığı hizmeti veren Step Change kuruluşu 2008-2010 yılları arasında danışmanlığa gerek duyan insan sayısının %21 arttığını bildirmektedir. Gün geçtikçe moda biraz daha borç ile yakından ilişkili hale gelmektedir. Genç kadınların oluşturduğu tüketici grubu için borçlanmak artık normal sayılacak bir durum haline gelmiştir (Hoskins, 2015:130-131).

Moda yönlülük tüketicilerin kredi kartı kullanımına etki eden bir başka unsurdur. Moda yönlülük, satın alma davranışıyla doğrudan bağlantılı olan hayat tarzı karakteristiklerini tanımlamaktadır (Gutman ve Mills, 1982:68'den Aktaran Yeniçeri ve Akturan, 2007:246). Moda yönlü bireyler, modayı takip eder ve şık görülmeye önem verirler. Bu bireyler için yeni trendleri kullanmak ve bir moda öncüsü olmak önem arz eder. Bu nedenle kredi kartları kullanmanın sağladığı kolaylık ve “şimdi al,

sonra öde” mantalitesi bireyleri moda trendlerini takip etmeye sevk eder (Park ve Burns, 2005:138’den Aktaran Yeniçeri ve Akturan, 2007:247).

Kredi kartı kullanıcıları için alışverişten alınan haz da oldukça önemlidir. Tüketiciler herhangi bir ürün satın almayacak olsalar bile sıklıkla mağaza gezerek ve vitrinlere göz atarak zevk almaktadırlar. Bu nedenle alışverişten aldıkları zevk açısından kredi kartı kullanımının artıracağına inanılmaktadır. Tokonaga (1993)’nın bir araştırmasına göre sıklıkla kredi kartı kullananlar, sık kullanmayanlara göre fiyat konusunda daha az bilinçlidir. (Wang, 2006:24’ten Aktaran Yeniçeri ve Akturan, 2007:247). Araştırmanın anakütlesini kredi kartına sahip olan ve giysi alışverişinde kredi kartı kullanan kadın tüketiciler oluşturmaktadır. Kadınlar erkeklere oranla dış görünüşlerine daha çok önem verdikleri, moda ile daha fazla ilgili oldukları ve görünüşleri için daha çok para harcamadıkları bilindiği için araştırma kapsamı daraltılmıştır (Burton vd., 1994:71; Mitchell ve Walsh, 2004:333’den Aktaran Yeniçeri ve Akturan, 2007, 247-248). Ayrıca araştırmaya sadece giyim ürünlerini dâhil edilmiştir.

Kredi kartı ile yapılan ödemeler kişilerin ödeme ve borçlanma olanaklarını genişletmiş ve tedbir amacıyla elde tuttukları para miktarını azaltmıştır. Bu durum gelir adaletsizliği gibi sebepler ile değişen para dolaşım hızının dengelemeye ve toplam talebi canlı tutmaya yardımcı olmaktadır (Kaya, 2009:96).

Kredi kartlarının tüketiciye sağladığı taksit, promosyon ve limit artırımı gibi uygulamalar tüketicilerin gelirleri ile harcamaları arasında büyük bir fark oluşmasına sebep olmakta ve onları harcamaya teşvik etmektedir. Borcun zamanında geri ödenmemesi ise borca faiz eklenmesine ve tüketicinin bütçesinin zarar görmesine neden olmaktadır.

4.1.4.2 Harcama Kartı

Harcama kartı, sahiplerinin vadesi geldiğinde her ay ödünç aldıkları tutarın tamamını geri ödemekle yükümlü oldukları, tam ödemeli, kredi kartı benzeri bir ödeme yöntemidir.

Harcama kartlarının en önemli özelliklerinden biri, önceden belirlenmiş bir harcama limiti olmamasıdır. Bu, bir kullanıcının kredi için ne kadar para harcayabileceği veya kredi kartı şirketlerinden “ödünç alma” konusunda kesin bir sınırın olmadığı anlamına gelir. Kısmen bu sebepten ötürü, tüm harcama kartlarının yıllık ücreti 95 ABD Doları ile 450 ABD Doları arasında değişebilir (Marc, 2018).

Harcama kartının ay sonu bakiyesi ödenmediğinde yüksek cezalar ödenmektedir. Money.com’un verilerine göre, Amerika’da bir ailenin harcama kartı borcu ortalama 15,950 Dolar’dır (www.valuepenguin.com).

4.1.4.3 Banka Kartı

Mevduat kabul eden kuruluşların hesap sahiplerine verdikleri, kart sahibine ATM’lerden hesabından nakit çekme imkânı sağlayan, şifreyle kullanılabilen kartlardır. Kredi kartıyla harcama yapmak için kartın hesaba bağlı olma zorunluluğu yokken banka kartlarıyla kart bir hesaba bağlı olmadan alışveriş yapılamaz. Banka kartlarıyla yapılan harcamada alışveriş tutarı anında kart sahibinin hesabından alınıp üye işyerinin hesabına aktarılmaktadır (Ceylan, 2006: 11).

4.1.4.4 Mağaza Kartı

Mağaza kartları, belirli mağazalardan mal satın almanızı ve paralarını sonradan ödemenizi sağlayan bir tür finans anlaşmasıdır.



Resim 4.1. Mağaza kartı görselleri

Mağaza kartının kullanımı iyi bir fikir gibi görünmesine rağmen faiz oranı birçok kredi kartından daha yüksektir. Ancak hemen ödeme yapılmazsa faiz oranı daha yüksek olan bir meblağ ödemek durumunda kalınır. Mağaza kartları genellikle küçük bir kredi limitine sahiptir, ancak kartı kullanmaya devam ettikçe bu limit artabilir. Daha yüksek bir kredi limiti, geri ödemesi zorlaşacak olan daha büyük bir borç alma riski olduğu anlamına gelir (www.stepchange.org).

Kasada satın aldığı elbisenin ücretini ödemekte olan bir tüketici genellikle “mağaza kartı” pazarlaması atağına maruz kalır. 2011’de mağaza kartı sahibi olan 13 milyon kişiye yapılan satışlardan toplam 1,83 trilyon sterlin tahakkuk etmiştir (Evans, 2011).

Step Change’e göre evli olmayan kadınların evli olmayan erkeklere oranla 3 katı fazla mağaza kartı sahibi olduğu, ve bu kartlara ilişkin ortalama borç tutarının kişi başına yaklaşık 1.301 sterlin olduğu tahmin edilmektedir. Step Change harcamaların büyük kısmının fevri biçimde yapılmış moda harcamaları olduğunu altını çizmektedir (Farrell, 2013’ten aktaran Hoskins, 2015:132). Mağaza kartları lüksün ve saygınlığın altındaki finansal gerçeği gizlemektedir. Tüketiciler aşına oldukları mağazadan tanıyıp bildikleri logoyu taşıyan kartları kullanarak alışveriş yapmaktadırlar. Kişilere kredi

kartları ve bireysel kredi olanağı sağlayan Santander gibi 3. parti finans kuruluşları House Fraser, Laura Ashley ve Debenhams mağaza kartlarını da işletmektedir. Santander, mağaza kartını uzun süre kullanmayan kart sahiplerini kartlarının kullanım dışı bırakmakla cezalandıracak kadar ileri gidebilmektedir (Rosie, 2010).

4.1.4.5 Katalog Usulü Ödeme

Katalog kredisi, İngiltere, Amerika gibi ülkelerde yaygın olarak kullanılan, normalde posta yoluyla, haftalık veya aylık taksitler halinde ödenebilen bir alışveriş yöntemidir. Katalog kredilerinde “şimdi al, sonra öde” sistemi ile ödemeler yapılabilmektedir. En çok bilinenleri Grattan, K&Co, Freemans ve Littlewoods gibi İngiliz ve Amerikan şirketleridir. Posta havalesi veya katalog kredisi, öğenin maliyeti belirli bir süre içinde, genellikle üç ila 12 ay arasında geri ödendiği sürece faizsiz olabilir. Kayıt yaptırmadan önce sözleşmede yazan koşulların dikkatlice kontrol edilmesi önemlidir. Bazı borçlanma biçimleri kadar pahalı olmasa da, katalog kredisi ucuz değildir (www.moneyadvice.service.org.uk).

Örneğin; Studio isimli katalog sitesi “şimdi al taksitle öde” sloganı ile kıyafetten, ev tekstiline kadar birçok ürünü satarken ödemeleri aylara bölerek düşük gelirli aileleri hedef almaktadır. 21.000 kelimelik şartnamenin sonunda firma müşterilerine yıllık faiz oranının % 41,2’ye kadar varacağını ibraz etmektedir (www.studio.co.uk).

Katalog usulü ödemede faiz ödemesini 500 sterlinlik örnek bir harcama üzerinden ifade edersek; bu tutar 12 aylık bir sürede eşit taksitlerle ödendiğinde 118,35 sterlin faiz ödenmiş olacak, bu yüzden ödenecek toplam tutar 618,35 sterlin olacaktır. Şayet müşteri ödemesini geciktirirse her geciken ay için ödeme uyarısı ile beraber 20 sterlin ceza ödeyecektir.

Katalog şirketinin şartnamesi okunduğunda aşağıdaki ücretlerin tahsil edileceği de söylenmektedir;

➤ Asgari ödemenin zamanında yapılmaması veya vadesi geçmiş borçları tam olarak karşılayacak kadar ödeme yapılmaması durumunda 12 sterlin,

- Katalog şirketine haber vermeden tebligat adresi değiştirilirse 12 sterlin
- Bildirimin basılı bir kopyasını talep edildiğinde 12 sterlin (www.studio.co.uk).

Borçlanma biçimleri olarak karşımıza çıkan kapitalist sistem içerisinde borç kontrol altına alınmaksızın alışveriş yapıldığında faizlerin ne denli yüksek olduğu görülmektedir.

4.1.5 Kâr Marjını Artıran Sebepler Bakımından Etkileri

Kapitalizmin esaslarından biri olan artı değer, emek değeri ve emeğin ürettiği metanın değeri arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Moda endüstrisindeki firmalar üretimlerini GYÜ'lerdeki taşeron firmalar üzerinden gerçekleştirerek ve ucuz hammadde kullanarak devasa kazançlar elde etmektedirler. Taşeron firmalarda ise işçilere düşük ücret verilir. Böylece son derece düşük maliyetlere üretilen ürünler aslında üretim maliyetlerinin katbekat üzerinde satılır.

Louis Vuitton veya Hermès el çantalarının üretim maliyeti çeşitli faktörlere bağlıdır. Talepleri sınırlı olduğu için, kusursuz bir tasarım, yüksek bir teknoloji ve mükemmel bir işçilikle üretilirler. Çanta yapımında devekuşu, timsah, piton ve Himalaya leoparı gibi hayvanların derilerini kullanırlar. Ayrıca bu markaların hedef kitlesi üst sınıf ve son derece zengin kişilerden oluşmaktadır. Bir Louis Vuitton veya Hermès el çantasının üretim maliyeti 200-400 dolar arasında iken, satışı 1.500-40.000 dolar arasında olmaktadır (Spencer, 2019).

Louis Vuitton'un Paris'teki merkezinin bodrum katındaki test laboratuvarında, mekanik bir kol kahverengi ve kahverengi bir çantayı yerden yarım metre yukarı kaldırır ve düşürür. 3,5 kg ağırlığında yüklenen torba dört gün boyunca tekrar tekrar kaldırılacak ve düşürülecektir. Diğer bir laboratuvar ekipmanı solmaya karşı direnci test etmek için el çantalarına ultraviyole ışın tutmaktadır. Yine bir başka ekipman sayesinde ise fermuarlar 5.000 kez açılıp kapatılarak test edilmektedir (Matlack, 2004).

İsmi açıklanmayan bir Louis Vuitton yöneticisi çalıştığı markanın monogramlı çantalarını “yılan yağından beri en büyük el çabukluğu” olarak nitelendirmiştir. “Bunlarının tümünün plastik kaplamalı ve biraz deri kaplamalı kanvas tuvaline dayandığını hayal edebiliyor musunuz?” (www.nytimes.com).

Bu tanımlamalara rağmen Louis Vuitton çantalar fahiş fiyatlara satılmaya devam etmektedir. Şirket, bir önceki yıla göre % 10 artışla 2018'de 46,8 milyar Euro gelir elde etmiştir (www.lvmh.com).

Zara, Massimo Dutti, Bershka ve iç giyim mağazası Oysho dâhil sekiz marka işleten Indidex firması 2011 yılında 944 milyon Euro'luk net kâr bildirmiştir. Inditex 7,1 milyar Euro tutarındaki tahminlere kıyasla 7,2 milyar Euro, FAVÖK öncesi ise 1.6 milyar Euro satış geliri elde etmiştir (www.telegraph.co.uk).

“Disney için taşeron üretim yapan çalışma yerlerinden birinde, işçilerin her biri günde 50 gömlek üretir. Gömleklerin bir tanesinin satış fiyatı 10.97 dolarken bir balyası 548,50 dolardır. 8 saatlik çalışma süresinin karşılığında işçi 2.22 dolar kazanır. 2,22 dolar ile 548,50 doların arasındaki fark, Disney'in gömlekler satılır satılmaz kaymağını yediği artı değerdir”(Hoskins: 2014:138-139).

4.1.5.1 Menşey Kurallarının Uygulanması Bakımından Olumsuz Etkileri

Tekstil ithalatında ürünün menşeyine göre gümrük vergisi, anti dumping vergisi, telafi edici gümrük vergisi, miktar kısıtlaması ve koruma önlemleri uygulanarak ithal ürün ülkelere sokulmaktadır. Birçok tekstil sanayicisi bu kısıtlama ve vergilerden kaçmak adına ürünün menşeyini ve rotasını değiştirmektedir.

Örneğin; Türkiye’de Çin’den gelen ürünlere karşı anti dumping önlemi alınmıştır. Hazır giyim üreten firmalara tedarikçilik yapan birçok Türk firması, Çin’den ithal ettikleri polyester ve astar ağırlıklı kumaşları doğrudan Çin’den getirmek yerine dolaylı olarak Yunanistan, Bulgaristan ve Romanya üzerinden ülkeye sokmaktadır (www.sabah.com.tr).

Bu durum g m ruk kanunlarının çiğnenmesine, düşük vergilerle ülkeye ürün sokulmasına ve bunların düşük fiyatlarla satılmasına, dolayısıyla haksız rekabete ve haksız kazanca neden olmaktadır.

“Made in Italy” ve ”Made in France” gibi ibarelerin lüks, kalite ve seçkinlik çağrışımı yaptığı yadsınamaz. Bu algı ile alıcılar, bu ibareleri bulunduğu ithal ürünleri daha çok para ödemeyi göze alarak satın almaktadırlar.

Birçok lüks moda markası ürünlerini daha pahalıya satmak adına ürünlerin menşelerini değiştirmekte ve alıcıları kandırma yoluna gitmektedirler. Dünyaca  nl  moda markası Balenciaga, Triple S model spor ayakkabıları “(Made in Italy) İtalya’da üretildi” ibaresi ile piyasaya s rmuşt r. Ancak ucuz işgücü ve hammadde sebebiyle ayakkabının üretim kısmen Çin ve diğer uzak doğu ülkeleri ile bazı Doğu Avrupa  lkelerinde yapılmış, fakat İtalya ve Fransa gibi ülkelerde bitirilmiştir.

Mağazalarında Gucci, Balenciaga ve Saint Laurent marka g zl k satan seçkin g zl k perakendecisi Selima Optique, 2016 yazında bu markaların ana şirketi olan Kering’e “bait and switch” illegal pazarlama yöntemi ile ürün sattığı iddiasıyla dava açmıştır. Bu pazarlama yöntemine göre Kering, Selima Optique’e ürünlerini satmak istemiş, fakat Selima Optique alıcı konumuna geldiğinde firmaya ürün   kalmadığını söyleyerek onu alacağı ürüne çok benzer ve daha ucuz olan başka gözlüklere yönlendirmiştir. İtalyan üretilmiş olduğu belirtilen gözlükler ise gerçekte Çin’de üretilmiş, nihai montaj ve paketleme için İtalya’ya gönderilmiştir (www.thefashionlaw.com).

Bu markalar, Fransa’da ya da İtalya’da üretilenlerin kalitesinden daha düşük olduğu algısı nedeni ile Çin, Romanya gibi ülkelerde yapılan ürünlerin etiketlerini değiştirmektedirler. Bu durum yasal olabilir, çünkü Avrupa Birliği’nin menşe kurallarına göre menşe ülkesi, nihai üretim sürecinin gerçekleştirildiği yerdir. Fakat “Bait and Switch” yöntemi ile alıcıları kandırarak menşei değiştirmek suç teşkil etmektedir.

4.1.5.2 Emeğin Sömürülmesi ve Ucuz İş Gücü

Moda endüstrisi ucuz işgücü ile işçi sömürüsüne sebep olmaktadır. Sektördeki muhtemel bir ekonomik darboğazın faturası ilk olarak işçilere kesilmektedir. İş gücünün kullanım değerini kapitalist patronlara sunan işçiler çalışma hayatlarında birçok olumsuz duruma maruz kalmaktadır. Bunların başlıcaları; yoğun üretim dönemleri bahane edilerek fazla mesai yaptırılması, işten çıkarılmaları, fazla mesai ücretlerinin verilmemesi, maaşlarının asgarisini yatırarak gelecekte eksik kıdem ve emeklilik tazminatı almalarına sebep olunması, sosyal haklarının kısıtlanması ve yıllık izinlerini kesilmesidir. Ayrıca taşeron üretimi yapan firmalar çalışanları daha çok sömürmekte, zaman zaman hamile kadınlara gece mesaisi yaptırılmakta, çocuk işçiler çalıştırılmakta ve işçilerin sendikal faaliyetlerde bulunmaları yasaklanmaktadır.

4.1.5.3 Medya Eli İle Yürütülen Kapitalist Girişimler Bakımından Olumsuz Etkileri

Moda endüstrisi “Influencer marketing”, Youtube, Instagram, Facebook, Twitter gibi dijital ve sosyal medya araçlarının yanı sıra, moda blogları, trend şirketleri, internet, moda dergileri ve diğer basılı dergiler gibi bileşenlerden oluşan moda medyasını kullanarak kapitalist sistemde var olan tüketim olgusunu hızlandırmayı amaçlamaktadır. Moda firmaları ürünlerini daha çok tüketiciye satmak, yüksek kâr elde etmek ve piyasadaki diğer moda firmalarıyla rekabet etmek amacıyla sürekli reklam yapmaktadır. 2007 verilerine göre bir insan günde ortalama 5.000 adet reklam görmeye maruz kalmaktadır (Tunikova, 2018).

Nefes altıkları her saniyede yerli yersiz birçok reklama maruz kalan tüketiciler bilinçaltılarına gönderilen “satın al” komutları ile bir çeşit “hipnoz” olmakta ve yeni kıyafetler satın almaktadırlar. Ürünleri satın almaya gücü yetmeyen, fakat satın almaktan da kendini alıkoyamayan tüketiciler borca düşmektedir. “Think of me as evil” raporu reklam panolarına aşağıdaki uyarı ibaresinin yazılmasını tavsiye etmektedir;

“Bu reklam sizi bilinçli olarak etkileyebilir. Tüketici malları satın alarak refahınızı düzeltmeniz olası olmamakla birlikte, satın almak için borç almak akıl işi değildir; borç köleleştirebilir.” (Alexander vd., 2011, 53).

4.1.5.4 Firmaların Fikir Hırsızlıklarına Girişmeleri Bakımından Olumsuz Etkileri

Firmaların tasarımlarını ve markaları yaygınlaştırmak için fikir hırsızlıklarına girişmektedir. En üretken suçlular moda dünyası şirketleridir, çünkü trendleri kopyalamak ve hızla piyasaya sürmek isterler (Lieber, 2018).

Zara ve Forever 21 gibi hızlı moda markaları lüks moda markalarının ürünlerini taklit etmektedir. Tüketiciler podyumda gördükleri tasarımların benzerlerini birkaç hafta sonra hızlı moda mağazalarında bulabilmektedir. Örneğin; aşağıda Resim 4.2’de yer alan fermuar detaylı, kürk yakalı siyah ceket Acne 2.700 dolara satarken, Zara ceketin aynı modelinin 149 dolara satışa sürmüştür (Hanbury, 2018).



Resim 4.2. Acne'nin Ceket (Solda) ve Zara'nın Kopyaladığı Ceket (Sağda)

Kopyalama işi sadece hızlı moda markalarına özgü bir davranış değildir, lüks markaların da yaptığı bir uygulamadır.

Chanel'in 2015 yılında tasarımcı Mati Ventrillon'a ait olan desenli siyah kazağı "Paris'te Roma" adlı defilesinde süveter olarak kullanması bir kopya skandalı olarak görülmüştür (Chung, 2015).



Resim 4.3. Chanel'in Kopyaladığı Mati Ventrillon'a Ait Desenli Kazak

4.2 Fiziksel Etkileri

Kapitalistler işçiden fiziksel olarak yararlanmakta ve işçinin emeği sayesinde zenginleşmesine rağmen onların emeklerinin hakkını vermemekte, üstüne üstlük kötü muamelede sınır tanımamaktadırlar.

Aşağıdaki başlıklar altında moda endüstrisi içerisinde çalışmanın bir sonucu olarak işçi ve modellerin yakalandığı hastalıklar, işçilerin kötü çalışma koşulları ve onlara yapılan kötü muameleler ele alınmakta, ayrıca modanın ideal bedeni dayatma biçiminin yarattığı algılar ve bunların etkileri irdelenmektedir.

4.2.1 İşçilerin Kötü Çalışma Koşulları

Geneli çocuk ve kadınlardan oluşan milyonlarca işçiyi asgari geçim düzeyinin altındaki ücretlere razı ederek çoğu zaman insanlık dışı çalışma koşulları altında günde 18 saate yakın çalıştıran taşeron işletmelere “sweatshop” denilmektedir. Sweatshop’larda çalışan işçilerin sosyal haklarının olup olmadığı hiçbir şekilde sorgulanmazken, işyerindeki ortamın sağlıksız koşullarının onları nasıl etkilediğine de önem verilmemektedir. Bu işletmeler çok uluslu firmaların taşeronluklarını yapmakta ve genellikle ekonomisi ya hiç gelişmemiş ya da az gelişmiş ülkelerde görülmektedir. Ekonomisi gelişmeyen veya az gelişen ülkelerde bu tür işletmelerin yoğun şekilde oluşmasını nedeni ise o ülkedeki hayat şartlarının ekonomik açıdan oldukça zor olması ve bu tür işletmelerin insanlara hayatla mücadele etmek için çalışacakları bir ekmek kapısı olarak sunulmasıdır (Ali, 2019).

Sweatshop sahipleri kendi kârlarına odaklanırken, işyerinde her gün hayatlarını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalan işçiler tehlikeli koşullarda çalışmaya devam etmek zorundadır. 24 Nisan 2013’te Bangladeş’te binlerce batı markası için kıyafet üreten bir iş merkezi olan Rana Plaza’nın yıkılmasıyla 1313 kişi hayatını kaybetmiştir. Bu olay en yüksek ölümlü konfeksiyon fabrikası felaketi olarak tarihe geçmiştir.



Resim 4.4. Resim Rana Plaza Enkazı

Rana Plaza’da Benetton, Primark, Mango, Matalan, Primark, Walmart, Zara, KIK, Wal-Mart, Benetton ve C&A gibi tanınmış firmalar işçi çalıştırmaktadır. Ayrıca olay yerinin enkazında bir Türk firması olan LC Waikiki’nin etiketi de çıkmıştır (Çelik, 2013). Bu elim olayın tüm vahametini gözler önüne belgeselin 19. dakika, 25. saniyesinde Rana Plaza’da yitirdiği kızının mezarına giderken Rana Plaza enkazı arasından geçen bir işçi yakını da şöyle demektedir: “Bu işçiye (erkek işçiye) ait (bir giysi) değildi. Bunu ürettiyordu. (LC Waikiki markasını gösteriyor.) Ürettiği buydu. Burada markalar için üretilen birçok hazır giyim eşyası vardı.” (www.youtube.com).



Resim 4.5. Rana Plaza Enkazında Bulunan LC Waikiki Marka Gömlek

2012 yılının Kasım ayında meydana gelen Tazreen fabrikasındaki yangında ise 100’den fazla kişi ölmüş, hayatta kalmayı başarabilen pek çok insan ise sakat kalmıştır.

Nike firması ise işçilere sunduğu kötü çalışma koşulları ile nam salmıştır. Örneğin: Nike markası için çalışan sweatshop işçileri ayakkabı üretiminde hata yaptıklarında ayakkabılarla dövülmektedir. Bu ceza biçimine ise “nayklanmak” adı verilmiştir (Ali, 2019).

Ayrıca Nike işçileri haftada 70-80 saat arasında çalıştırır, bunun karşılığında ise işçilere saatte 10 cent ila 2 dolar arasında bir ücret ödemektedir. Sadece havalı taban üretimini kendisi yapan firma, imalatın neredeyse tamamını Doğu Asya

ülkelerinde taşeron firmalara yaptırmaktadır. İşçiler bu durumu protesto etse dahi yerlerine bulunacak birçok işçi olabildiğinden taşeron firma yetkilileri eylemleri önemsememekte ve çalışma koşullarını düzeltmemektedir. Çocuk işçi de çalıştıran Nike firması, taşeronlarda çalıştırdığı işçilerin sömürüsü ile üretilen moda metalarını satarak elde ettiği yüksek getiriye kapitalist sistemine daha çok katkı sağlayacak bir yatırıma dönüştürerek 90 milyon dolarlık bir reklam antlaşması karşılığında LeBron James'e vermektedir (Elçi).

Nike'in işçilere kötü muamelesi bu kadarla da kalmamıştır. Jakarta'da Nike için Converse marka ayakkabı üreten imalathanenin nakış bölümünde çalışan bir kadın işçi, ustabaşlarının "ayakkabıları ve ellerine geçirdikleri objeleri onlara fırlattıklarını" ve "kızdıklarında homurdanıp tokatladıklarını" söylemiştir. Başka bir işçi ise doktor raporu almasına rağmen 2009 yılında hastalık izni almaktan kovulduğunu söylemektedir. Aynı işyerindeki patronlar "çalışanlarına ayaklarını göstererek" küçümsemekte ve "köpek, domuz veya maymun" gibi kötü sıfatlarla onlara seslenmektedir. Bilindiği üzere Endonezya dünyanın en kalabalık Müslüman ülkesidir ve özellikle "domuz" sözü Müslüman bir insan için büyük bir hakarettir.

Bir başka Converse fabrikasındaki bir ustabaşı ise 60 düzine ayakkabının tamamlanma hedefine zamanında ulaşmadıkları gerekçesiyle altı kadın işçiyi yakıcı güneşin altında durmaları şeklinde bir cezası vermiştir (www.ndtv.com).

Bir başka vaka ise Ivanka Trump için ayakkabı üreten bir fabrikada gerçekleşmiştir. Saat başına 1 dolara yakın ücretle uzun süre çalıştırıldığı için işi bıraktığını söyleyen bir işçi, yöneticisi tarafından yüksek topuklu ayakkabının keskin ucuyla kafasına vurulmak suretiyle darp edilmiştir. Kafası kanayan işçinin mesai arkadaşları adlarının gizli tutulması şartıyla verdikleri beyanlarda "dayakların ve sözlü tacizlerin durmadığını, verilen izinlerin ayda 2 günü aşmadığını, şişirilmiş rakamlı sahte maaş makbuzu imzalamaya zorlandıklarını ve çalışma koşulları hakkındaki anketleri önceden onaylanmış cevaplarla doldurmadıkları takdirde tehdit edildiklerini" söylemektedir (Kinetz, 2017).

Gildan markasının Honduras'taki El Progreso fabrikasında 2004 yılında 1800 işçi işten çıkarılmıştır. İşten çıkarılanlar arasında yer alan ve 39 yaşında dört çocuklu

kalite kontrol işçisi Ingrid Alicia Benitez, Guardian Gazetesi'ne oradaki kötü koşullardan bahsederken yemeklerini ortalama 10 dakikada yediklerini ve tuvalete çıkmak için çok kısıtlı bir zamanları olduğunu, hatta hasta olduklarında bile işe gitmek zorunda olduklarını söylemiştir. 6000 adet olan günlük kalite kontrol kotalarını zamanında tamamlayamadıklarında ustabaşlarının onları "Yarın burada olmak istiyor musun, istemiyor musun?" diyerek tehdit ettiği iddia etmektedir. Gildan'daki çalışma hayatının üçüncü yılında sürekli kas ağrıları çekmeye başladığını, ayrıca kendisinin ve departmandaki diğer işçilerin makineden çıkan dumandan muzdarip olarak öksürmeye başladıklarını ifade eden Benitez, beraberindeki diğer 1799 işçi ile birlikte El Progreso tesisinin kapanması sırasında emek sömürsünü şikâyet etmek için gösterdikleri sendikalaşma çabalarından dolayı toplu iş akdi feshi ile işten çıkarılmıştır (İbrahim, 2017).

İşçi sömürsünün elim örnekleri elbette ki Türkiye'de de görülmüştür. Zara, Mango ve Next adına üretim yapan işçiler, bu markaların İstanbul'daki birçok mağazasında diktikleri ceketlerin, pantolonların, kazakların ve gömleklerin üzerine uyarı mahiyetinde bazı etiketler ilişirmiştir ve bunların üzerinde şöyle yazmaktaydı:

"Alacağınız ürünü ben yaptım ama paramı alamadım! Yıllarca Zara için üretim yaptık. Son 3 aylık maaşlarımızı ve kıdem tazminatımızı almadan fabrika bir gecede kapandı. Lütfen Zara'ya söyleyin paramızı ödesin!".

Çocuk ve Genç İşçilerin Çalıştırılma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'e göre (Resmi Gazete: 6/4/2004-25425) sektördeki çocuk ve genç işçilerin "4857 sayılı İş Kanunu'nun 69'uncu maddesinde belirtilen gece dönemine rastlayan sürelerde yapılan işlerde, Ağır ve Tehlikeli İşler Yönetmeliği'nde 18 yaşını doldurmamış kişilerin çalışmasının yasaklandığı işlerde, gürültü ve/veya vibrasyonun yüksek olduğu ortamlarda yapılan işlerde, aşırı sıcak ve soğuk ortamda çalışma gerektiren işler ile sağlığa zararlı ve meslek hastalığına yol açan maddeler ile yapılan işlerde, fazla dikkat isteyen ve aralıksız ayakta durmayı gerektiren işlerde, parça başı ve prim sistemi ile ücret ödenen işlerde çalıştırılmaları" yasaktır (ttb.org.tr).

Ağır ve Tehlikeli İşler Yönetmeliği'nde belirtilen Ağır İşlere Ait Çizelge'nin 1 no'lu ekine göre tekstil sektörü içerisinde 16 yaşını dolduran fakat 18 yaşını bitirmeyen genç işçilerin çalışmasının yasak olduğu ağır ve tehlikeli işler aşağıdaki tabloda yer almaktadır;

Tablo 4.1 Tekstil Sektörü İçerisinde 16 Yaşını Dolduran Fakat 18 Yaşını Bitirmeyen Genç İşçilerin Çalışmasının Yasak Olduğu Ağır ve Tehlikeli İşler

TEKSTİL SEKTÖRÜ İÇERİSİNDE 16 YAŞINI DOLDURAN FAKAT 18 YAŞINI BİTİRMİYEN GENÇ İŞÇİLERİN ÇALIŞMASININ YASAK OLDUĞU AĞIR VE TEHLİKELİ İŞLER
Suni lifler ve diğer sentetik lifler ile bunlardan mamul maddelerin imali işleri
Tabakhaneler ile her çeşit deri fabrika ve imalathanelerin de tabaklama, nakil ve depolama işleri
Tüylü olarak kullanılacak derileri hazırlama işleri
Ham kürkleri işleme ve boyama işleri
Kauçuk ve lastik sanayiinde, lastik hamurunun hazırlanmasından her çeşit şekillendirilmiş mamul yapımına kadar bütün işler
Pamuk keten, yün, ipek, paçavra ve benzerleri ve harman, işleri ile bunların döküntülerini ayırma ve didikleme işleri
Pamuk, keten, yün ipek ve benzerleriyle bunların döküntülerinin hallaç haşıl, tarak, presleme ve kolalama işleri
Her türlü ilkel ve mamul maddelerin temizlenmesi, boyanması, gazlanması, ağartılması, basılması ve hazır hale getirilmesi işleri
Suni ipek imalinde hazırlama ve üretme işleri
Pamuk, yün ve sentetik elyaf ile üretilmiş ipliklerden dokunarak üretilen bezlerin, verniklenmesiyle dayanıklılık veya su geçirmezliği sağlanmış bezler imali (Kord bezi, yelken bezi, çadır bezi çuval bezi vb.)
Kıl mensucat, her türlü keçe ve aba imali işleri
Linolyum ve diğer sert satıhta zemin döşemeleri, suni deri (Plastik hariç muşamba ve kaplanmış kumaşlar, hasır, lif ve sair keçeler, paspaslar ve her türlü elyaftan votka ve koltukçuluk malzemesi imali işleri), bu ürünlerin döküntü ve paçavralarının elyaf haline getirilmesi işleri
Keten, kenevir ve jütten iplik, sicim, halat imali ve bunlarla yapılan dokuma işleri
Deri sanayiinde mamul derilere yüz ve fantezi fason yapma ve derileri perdahlama işleri
Deri, suni deri, plastik, ağaç ve diğer malzemelerden mamul her türlü ayakkabı, terlik ve benzerleri imalat işleri

Kaynak: www.isguvenligi.net

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde çocuk işçiler daha çok çalıştırılmaktadır. Nüfus artışı, iç göçler ve çarpık kentleşme gibi faktörler ailelerin parçalanmasına sebep olmakta ve bundan dolayı çocuklar erken yaşlarda çalışma hayatına atılmaktadır.

Ucuz işgücü sağlamak adına işe alınan çocuk işçiler işveren ve ustabaşları tarafından yoğun baskıya maruz kalmakta ve ağır koşullarda çalıştırılmaktadır.

Tekstil endüstrisinde başta Kamboçya ve Bangladeş gibi ülkelerde çocuk emeği kullanılmaktadır. TÜİK'in 2017 yılındaki hanehalkı işgücü araştırması sonuçlarına göre; bu yılda 15-17 yaş grubundaki işçi sayısı %20,3 iken bu oran 2018 yılında %21,1'ye yükselmiştir (bianet.org). Çocuk işçiler pamuk toplama, tekstil veya ayakkabı üretiminde çalıştırılmaktadır. Suriyeli mültecilerin Türkiye'ye gelmesi ile birlikte çocuk işçi sayısında artış meydana gelmiştir. Kumaş taşımak ve kesilmiş kumaşları istiflemek için işe alınan Suriyeli çocuk işçiler ucuza çalıştırılmaktadır. Reuters'ın haberine göre; Gaziantep'te bir ayakkabı atölyesinde Defacto firması için çalıştırılan çocuk işçiler kayıt dışı çalıştırıldıkları fark edildiği anda işyeri ile ilişkileri kesilmektedir. Esprit, Next, H&M ve Espirit gibi firmalar da Türkiye'deki taşeron firmalarında Suriyeli çocuk işçileri çalıştırdıklarını kabul etmektedirler (Afanasieva, 2016).

Gaziantep'te bir ayakkabı atölyesinde çalışan 11 yaşındaki Suriyeli Ahmed Abo Baker günde 12 saat, haftanın altı günü 35 dolar civarında bir ücrete alın teri dökmektedir. Oğlunun işte değil okulda olmasını dileyen babası ise yabancılarla paylaşılan bir dairenin kirasını ödemek ve Suriye'de kalan aile üyelerine para göndermek için ek gelire ihtiyaçları olduğunu söyleyerek durumu "Başka seçeneğimiz yok" diye açıklamaktadır. UNICEF'e göre, Türkiye'deki 2,7 milyon Suriyeli mültecinin yarısından fazlası çocuklardan oluşmaktadır. Bu çocukların 325.000'i bir okulda öğrenci olarak kayıtlıdır. Yaklaşık yarım milyon okul çağındaki çocuk ise okula gitmemektedir. Denetim mekanizmasının zayıf olması sebebiyle Türkiye'deki kaç Suriyeli çocuk işçinin çalıştırıldığı kesin olarak bilinmemektedir (Şimşek ve Wieting, 2016).

Fotoğrafta, okulda olması gereken yüzlerce çocuk işçiden biri olan Mohammed'in bunun yerine diğer çocuklar için ayakkabı üretmek üzere Gaziantep'te bir ayakkabı imalathanesinde çalıştığı görülmektedir.



Resim 4.7. Ayakkabı İmalathanesinde Çalışan Çocuk İşçi Mohammed

Deri tabaklama, kot taşlama gibi işlemler de işçilerin sağlığını kötü etkilemektedir. Bilindiği üzere hayvan derileri bozulmamaları için krom ile kaplanmaktadır. Krom tuzları ise işçilerde astıma sebep olmaktadır. Zararları bilinmesine rağmen moda sektörü ne bu işlemlerden ne de bu kimyasalların kullanılmalarından vazgeçememektedir. Bu kimyasallar krom intoksikasyonu, karaciğer ve böbrek bozuklukları ve karaciğerde toksik etki oluşması gibi çeşitli meslek hastalıklarına sebep olmaktadır (Cengiz, 2002:30).

Kot taşlama işçileri ise taşlama esnasında akciğerlerine kaçan kum sayesinde “slikosiz” hastalığına yakalanmaktadır. Yavaş seyreden bir hastalık olması sebebiyle şikâyetler genelde 50’li ve 60’lı yaşlarda başlamakta, zamanla kalp yetmezliği, verem, akciğer kanseri ve fibrozis hastalıkları geliştirebilmektedir. İşçiler bir süre çalıştıktan sonra o işten ayrılırsalar dahi hastalık ilerleyebilmektedir. Hastalık

ileri dereceye vardığında ise solunum yetmezliği oluşmakta ve maalesef işçiler hayatını kaybetmektedir. İlerleri seviyeye gelen hastalığın ise günümüzde bilinen bir tedavisi yoktur (kotiscileri.org).

4.2.2 Dar Bir Güzellik Anlayışı Çerçevesinde Beden İmajı Açısından Olumsuz Etkileri

Görsellik üzerine kurulu bir endüstri olan moda, ideal olarak tanımlanan güzellik ve zayıflık kıstasları ile beden ölçülerinin dışında kalan herkesi görmezden gelmekte ve bedeni tektipleştirmektedir. Bazı kadınlar modanın dayattığı bu güzellik ve beden normlarına uymadıkları için utanç ve suçluluk duymuşlardır. Bu durumun kapitalist sistemin bir oyunu olduğu bilincinde olsalar dahi, yine de bu düzenine uymaya çalışmaları onları utanç ve suçluluk döngüsüne doğru itmekte ve kendilerini yetersiz hissetmelerine sebep olmaktadır. (Hoskins, 2015:217-218)

19. yüzyılda kapitalist sermayenin emek gücüne olan ihtiyacının artması bedeni çeşitli sömürü işlevlerinin konusu olmaya zorlamıştır. Bu dönemde beden kavramı artık tamamen materyalist bir bakış açısı ile kapitalist sermayenin ihtiyaçları üzerinden şekillenmeye başlamıştır. Endüstri devrimi ile birlikte fabrikalarda çalışan işçilerin bedenlerini ve beden güçlerini belli bir süre ile kapitaliste satmak ya da kiralamak durumunda kalmaları bedene yönelik bakış açısının büyük oranda değişmesine ve bedenin bir mal ya da alınıp satılabilen bir meta olarak algılanmasına imkân yaratan bir yapının oluşmasına imkân tanımıştır.

Kapitalizmin doğuşu ile birlikte insanlar beden gücüyle yoğun şekilde üretim yaparak hayatlarını kazandıkları için tıbbın imkânlarını kullanarak kendi bedenlerine en iyi şekilde bakmak durumunda kalmışlardır.

Kapitalizmin dayattığı ideal beden ölçülerine sahip olmak adına bireyler kendi bedenlerine spor, bakım, kozmetik, diyet ve estetik cerrahi gibi yollarla müdahale etmektedir.

Yabancılaşma kavramı beden üzerinde de görülebilmektedir. İdeal beden ölçülerine sahip olmanın önem kazanması insanı bireysellik bağlamından koparmakta ve topluma mal etmektedir. İnsan, sahip olduğu veya olacağı ideal beden ölçülerinin

kendi iç dünyası, insani değerleri ve bilgi birikiminin önüne geçmesiyle bedenini bir tüketim nesnesi olarak görür ve kendi bedenine yabancılaşır.

İdeal beden ölçütü olarak insanlara sunulan “uzun boy, zayıflık, fit olma, tam yuvarlaklık, gençlik, dirilik” gibi kavramlar, kapitalizminin bedeni kendine bir sömürü kaynağı olarak oldukça uygun bulmasından dolayı ortaya çıkmıştır. Kapitalist toplumlarda bireyler bedenleri sayesinde statü yoluyla gücü elde edeceklerini düşünmektedir. İdeal beden ölçüsü dışında kalan insanlar ise doğru uygulamalara yatırım yaparak söz konusu forma ulaşabileceğini düşünerek kapitalizmin sunduğu hizmetlere servet harcamaktadır.

Gazete, dergi, televizyon programı, dizi ve film gibi medya organları da her fırsatta ideal beden ölçütlerinin vurgusunu yapmaktadır. Buralarda yansıtılan imajlar üzerinden ilgili beden ölçütlerine ulaşmak bir amaç olarak gösterilmekte ve bu amaca ulaşmalarının bir sonucu olarak da onlara para, aşk ve başarı ve mutluluk vaat edilmektedir.

4.2.3 Modellerin Yeme Bozuklukları Bakımından Olumsuz Etkileri

Moda endüstrisinin sıfır beden olmaya zorlanan modelleri kilo alarak işlerini kaybetmemek adına zorlu diyetler uygulamakta, kalori hesapları yapmakta ve kilo almamak adına anoreksiya ve bulimia gibi hastalıklara yakalanmak durumunda kalmaktadırlar. Anoreksiya olan modeller aşırı zayıf olmalarına rağmen yemek yemeye başladıklarında kontrolü kaybedebilecekleri düşüncesiyle çok az yemek yerler. Yemek yemeyi kaygı verici bulurlar (Bayraktar).

Bulimia’da modeller aşırı şekilde yiyip yediklerini kusmaktadır. Bu hastalıklar adet düzensizliğinden yemek borusu yırtılmasına, dışkılayamamaktan duygu durum bozukluklarına kadar bir dizi olumsuz duruma neden olmaktadır.



Resim 4.8. Anoreksiyanın Pençesindeki Modeller

4.3 Çevresel Etkileri

Bu başlık altında hava, su ve toprak kirliliği, hayvanlarına derisi, kürkü, tüyü için yapılan kötü muameleler, tekstilde kimyasal kullanımının çevreye etkileri ve örnek vakalar anlatılacaktır.

4.3.1 Su, Toprak ve Hava Kirliliği

Moda, kapitalizmle oluşan kâr hırsıyla çevreye zarar vermektedir. Kapitalist sistem suyu, toprağı, havayı ve hayvanları sömürürken pek çok sorunu da aslında beraberinde getirir.

Sanayileşme atık sorununu da beraberinde getirmiştir. Bazı gelişmelere karşın atıklar problem teşkil etmektedir. Katı ve sıvı atıklar denizleri, gölleri ve okyanusları kirletirken, gaz atıklar da havayı ve ozonu olumsuz etkilemektedir.

Dünyanın en kirli olan nehirlerinden biri olan Citarum, zehirli endüstriyel atıklarla kirlendiği için pis bir kokuya sahiptir ve çöplerle doludur. Fabrikalar zehirli kimyasallar içeren atık suları doğrudan su kaynağına pompalamaktadır. Bölgede yer

alan PT Gistex firması tekstil ürünleri üretmekte nehri kirletmektedir. Fakat firma, taşeron olması sebebiyle perdenin arkasında büyük uluslararası markalar da yer almaktadır. Endonezya'nın başkenti Jakarta, içme suyunun % 80'inin Citarum'dan karşıladığı düşünürse bu durumun oradaki insanlar için oldukça zararlı olduğu anlaşılacaktır (Birry, 2013).

Atık sular, kurşun, cıva ve arsenik gibi toksik maddeler içermektedir. Bunlar sudaki yaşam ve sudan faydalanan milyonlarca insanın için son derece zararlıdır. Kirlenme aynı zamanda denize ulaşır ve sonunda dünyaya yayılır.

Bir diğer önemli su kirliliği kaynağı, akıntı sularını ve buharlaşma sularını ağır biçimde kirlüten pamuk üretimi için gübre kullanımınıdır.

Endüstriyel su kirliliğinin % 20'si tekstil işlemeden ve boyamadan kaynaklanmaktadır. Her yıl atıklara 200.000 ton boya kaybedilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki atık suların % 90'ını arıtmadan nehirlere boşaltılmaktadır.

Ayrıca 1 kilogram pamuk üretmek için 22.500 litre suya ihtiyaç vardır Bu durum Aral Gölü'nün çölleşmesine neden olmuştur. 1 kg pamuk için ortalama su ayak izi 10,000 litredir. Sulamada bile, ABD pamuğu kilogram başına sadece 8,000 litre kullanır.



Resim 4.9. Pamuk Tarımı Sonucunda Çölleşen Aral Gölü

Dünyanın gelen pamuk üreticisi ülkelerden Özbekistan, böcek ilaçlarından da en çok etkilenen bir ülkedir. 50 yıldır uygulanan tarım kimyasalları şimdi ülkenin

topraklarını, havasını ve suyunu kirletmekte, insan sağlığına ve çevreye ciddi zararlar vermektedir.

1948 yılında Paul Müller böcek ilacını keşfettiği için Nobel Ödülü'nü kazandı; böylece tarımsal haşere kontrolünde, işçilik ve makine kullanımına ucuz bir alternatif sağladıkları için bu kimyasallar yaygın olarak kullanılmaya başlandı.

Hindistan'da 100 milyon kişi içme suyuna erişememektedir (Leahy, 2015).

Sentetik bir giysiyi (polyester, naylon, vb.) her yıkadığımızda, yaklaşık 1.900 ayrı mikrofiber suya salınmakta ve okyanuslarımıza girmektedir. Bilim adamları bu mikrofiberlerin balıklar tarafından suda yuttuğunu ve balıkların insanlar tarafından yenildiğinde gıda zincirimize girdiğini keşfetmişlerdir.

Moda endüstrisinde her yıl 1 trilyon litre su kullanılmaktadır. 1 ton kumaşı boyamak için 200.000 ton temiz su gerekmektedir. Her yıl 250.000 ton mikroplastik tekstil elyafı okyanuslara dökülür.

Giysiler moda sayesinde tek kullanımlık hale geldikçe daha fazla tekstil atığı üretilmektedir. Batı dünyasında bir aile, her yıl ortalama 30 kg kıyafet atmaktadır. Bunların sadece % 15'i geri dönüştürülmekte veya bağışlanmaktadır. Geri kalan kısım doğrudan çöpe atılmakta veya yakılmaktadır.

Polyester, poliamid, polivinil, poliolefin ve poliüretan gibi sentetik lifler biyolojik olarak doğada hemen çözünememekte ve ayrışmaları 200 yılı alabilmektedir. Giysilerimizin % 72'sinde sentetik lifler kullanılmaktadır (www.sustainyourstyle.org).

Tekstil üretiminde ağartma yapmak ve kumaş boyamak için de kimyasallar kullanılmaktadır. Mağazalara vardıklarında, "% 100 doğal" elyaftan yapılmış giysiler bile birçok kimyasal madde içermektedir. Bazı çalışmalar, pijamalarda bulunan bazı kimyasal maddelerin, giyildikten 5 gün sonra bile bir çocuğun idrarında bulunabileceğini göstermektedir.

Karbon salımı bakımından en kirli enerji türü kömürdür. Giysilerimizin çoğu, yakıt olarak hala kömürü kullanan Çin, Bangladeş ve Hindistan gibi Uzak Doğu ülkelerinde üretilmektedir.

Moğolların topraklarının % 90'ı, özellikle kaşmir keçilerinin üremesi nedeniyle, çölleşme tehdidiyle karşı karşıya kalmaktadır. Her yıl, binlerce hektar orman arazisinde suni ipek, viskon ve kip gibi ahşap esaslı kumaşlar yapmak için ağaçlar kesilmektedir (Badore, 2014).

Küresel tarıma elverişli arazilerin yüzde 2,4'ünde pamuk üretimi yapılmaktadır. Ayrıca küresel pamuk tarımında dünyadaki böcek ilaçlarının yüzde 24'ü kullanılmaktadır. 1 kg pamuk üretmek için ortalama 20.000 litre su gerekmektedir. Basit bir pamuklu tişört üretmek için pamuk üretiminde ortalama 2.700 litre, jean üretmek için ise ortalama 11.000 litre su kullanılmaktadır (Noe, 2018).

4.3.2 Hayvanlardan Yararlanmak Adına Yapılan Kötü Muameleler

İnsanlar eskiden beri sadece soğuktan korunmak amacıyla kürk giyerlerdi. Antik çağlardan beri kürkün en çok yönetici sınıf tarafından kullanılması ve sahiplenilmesi onu bir statü simgesi yapmıştır. 11. yüzyılda samur, mink, çinçila ve kakım kürkleri sadece krallar, kraliçeler, soylular, rahipler ve kentsoylular tarafından giyilebiliyordu. 1970'lerdeki funky modası ile kürk ceketleri erkekler de kullanmıştır.

“Moda endüstrisi kapitalist sistemin ağır çarklarıyla hızla dönerken, her sonbahar-kış koleksiyonlarında kürkü kullanmaktan utanmamaktadır”. 2014 yılının sonbahar-kış sezonunda kürk yoğun şekilde kullanılmış, Alexander Mcqueen, Fendi, Roberto Cavalli, Chloe, Pucci ve Versace gibi modacılar yamalı ve renkli görünümle “ölü hayvan bedenleri” yeniden yorumlamıştır (Süzmen, 2015:84-85 Modanın İktidarı).

Moda endüstrisinde kaplan, rakun, astragan, timsah, kanguru, yılan, kaz, devekuşu gibi hayvanların deri, kürk ve tüyleri de yoğun biçimde kullanılmış, bunlardan kürk manto, çanta, sapka, eldiven ve mont dolgusu yapılmıştır. Kuş türlerinde deriler kıpkırmızı kalana kadar tüyler yolunmuş, diğer hayvanlar rahatsız edici katliam yöntemleri ile öldürülmüşlerdir.

Bir kürk palto üretilmesi için öldürülmesi gereken hayvan sayısı hayvan türlerine göre aşağıdaki tabloda gösterilmektedir;

Tablo 4.2 Bir Kürk Palto Üretilmesi İçin Öldürülmesi Gereken Hayvan Sayısı

Hayvan Türü	Öldürülmesi Gereken Hayvan Sayısı
Koyun-Kuzu	25-45
Evcil Kedi	20-30
Yabani kedi	12-15
Köpek	15-20
Fare	30-300
Tilki	10-30
Sincap	60-400
Fok	6-10
Kanguru	20-30
Tavşan	30-40
Kurt	3-30
Kokarca	60-70
Su Samuru	10-30
Vaşak	8-15
Puma	6-8
Vizon	30-80
Opossum (Keseli sıçan)	30-40

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr>, 2018

Son yıllarda ucuz tekstil ürünleri ile adından söz ettiren Çin, birkaç yıl içinde dünyanın en büyük kürk ürünleri ihracatçısı haline gelmiştir. Uluslararası kürk tüccarlarının ve moda tasarımcılarının birçoğu, ucuz işgücü sağlaması, kâr marjını yükseltmesi ve hayvan katliamını düzenleyen yasaların olmamasından dolayı Çin'e yönelmiştir (www.animal-protection.net).

Kürk için yetiştirilen yabani türler arasında kırmızı ve kutup tilkileri, rakun köpekleri, vizon ve Rex Tavşanlar bulunur. Çin Deri Sanayicileri Birliği'ne göre, SAP Raporu'nun Yabani Hayvanların Korunması bölümündeki atfa istinaden, Çin'de kürk çiftliklerin sayısının 10.000'i bulduğu belirtilmektedir. İngiltere merkezli bir yardım kuruluşu olan Care for the Wild International'ın raporunda Çin'de her gün 5.400 köpek ve kedinin katledildiğini belirtilmiştir. Dolayısıyla ucuza aldığımız Çin menşeli gerçek kürkten yapılmış eldivenlerin bile kedi ve köpek kürkünden yapılmış olma olasılığı hayli yüksektir. Uluslararası Kürk Ticareti Federasyonu'na göre, 2005 yılında küresel kürk satışı, 2004'e göre yüzde 9,1 artmış ve 12.8 milyar dolara ulaşmıştır. 1999'da ise satışlar 8,2 milyardı ve son altı yıldan beri her yıl düzenli olarak artmaktadır (Feuerberg, 2007).

Modacı Hatem Yavuz, dünya fok ticaretinin %82'sini elinde tuttuğu ve yılda 200.000'e yakın fok avladığı için yüzlerce sivil toplum örgütü ve hayvan hakları savunucusunun tepkisini çekmiştir. Kurduğu "Hatem Yavuz FOK You" markası ile fok derisinden ceketleri 1500 dolar ile 25000 dolar arasında sattığını ve bir konsorsiyum gibi farklı kuruluşlarla iş ortaklığı yürüterek yıllık 40 milyon civarında ciro yaptığını söylemiştir (Dalan, 2014).



Resim 4.10. Finlandiya'da Kürkü İçin Kafese Kapatılan Tilki

Resim 4.10. modanın kapitalist işlevini tamamlaması uğruna hayvanlara eziyet edilmesini gözler önüne sermektedir. Finlandiya'da kafeslere kapatılan tilkiler daha fazla kürk elde edilmesi adına kendi ağırlıklarının 5 katı fazlasını taşımak zorunda bırakılmışlardır. Normal ağırlığı 3,5 kilogram olan bu tilkiler kilo aldırma yöntemi ile 19 kiloya ulaşmaktadır. Kötü koşullarda tutulan bu tilkilerin ortopedik sorunların yanı sıra görme kaybı yaşadığı da bilinmektedir (www.cnnturk.com).

4.4 Sosyopsikolojik Olumsuz Etkileri

Sosyopsikolojik olumsuz etkiler olarak sınıf ve statü, sembolik tüketim, meta fetişizmi, hedonik tüketim, yabancılaşma ve ırkçı yaklaşımlar anlatılacaktır.

4.4.1 Sınıf ve Statü Bakımından Etkileri

Kapitalizmin tüketime dayalı sınıf ölçütü bireyleri gösterişe yönelik harcamalar yapmaya itmektedir. Bir kişinin bir sosyal sınıfa üye olması için o sınıfa üye olma bilincini hissetmesi kâfi gelmemekte, diğer insanların da onun bu sınıfa üye olduğu düşünceleri gerekmektedir. İnsanları, hangi sınıfa üye olduklarını giyimleriyle duyurmaya çalışmaktadırlar. Moda alt sınıf ve üst sınıfları birbirinden ayırmaktadır. Kişi, hangi sınıfa ait olduğunu insanlara göstermek istiyorsa o sınıfa ait bir giyim tarzını benimseyecektir.

Weber'e göre sosyal statü iktisadi güce sahip olmaya dayanmakta, ama bu durum eşitsizliği ifade etmekte yetersiz kalmaktadır. Zira iktisadi bakımdan üstün olan insanlar politik ya da sosyal statü bakımından yeterince gelişmemiş olabilmektedirler. (tarihbilgi.org).

Statü kavramının giysi ve ayakkabı ile ölçüldüğü bir sistemde insanlar alışveriş yaparak kapitalistleri zengin etmektedir. Bu sistem içerisindeki kişiler eli kolu dolu vaziyette satın aldıkları yeni kıyafetlerle mağazalardan çıktıkları zaman kendilerini diğer insanlardan farklı görmekte ve psikolojik bir yanılsama ile diğer insanlardan kendilerini üstün tutmaktadırlar.

Kapitalizm yakın ilişkide olduğu statü ve sınıf kavramları bireyler arasında eşitsizlik, üstünlük gibi farklar yaratarak toplumlar arasında iktisadi güç ayrımı yaratırlar.

4.4.2 Yabancılaşma ve Meta Fetişizmi Bakımından Etkileri

Karl Marx'ın, ortaya koyduğu “yabancılaşma” kavramı birçok kavramın özütünü oluşturmaktadır. Kapitalizmle birlikte kapitalistler üretim faaliyetlerinde asgari işgücü ile azami iş yapılması için işçilere baskı yapmaktadırlar. Sürekli üretmek zorunda olan işçi, bir süre sonra doğaya ve kendi iç dünyasına yabancılaşır ve kendisini

üretimde önemli biri olarak değil, üretime sadece ufak bir katkısı olan biri olarak görebilmektedirler. Örneğin; bir ayakkabıya iplik delikleri açarak cüzi bir haftalık için çalışan işçiler, kendilerini “patronun kölesi” olarak görmektedirler.

Meta fetişizminde ise, emeğin ürünü olan bir meta, özerk bir anlam kazanarak bir güç haline gelir ve kendi anlamının üzerine çıkar. Böylelikle metalar itaat edilmesi gereken ürünler haline gelir (Artural, 2016)

Yabancılaşma ve meta fetişizmi bireylerin duygularını yoksunlaştırarak onları homoekonomikus’tan roboekonomikus’a çevirmektedir. Duygularını kaybederek biyomekanikleşen insanlar monoton hayatları içerisinde üretmekten haz almaz ve hayatın anlamı kaybederler. İçten içe mutsuzluk girdabına giren bireyler zamanla mutsuz bir topluma dönüşmeye olanak tanır.

4.4.3 Sembolik Tüketim ve Hedonik Tüketim Bakımından Etkileri

Moda dünyası temsilcileri ve sektördeki kapitalistler, yaşanan teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak fonksiyonel açıdan birbirlerine benzeyen ürünlerin piyasada yer alması ve bu ürünlerin satın alınabilirliğini sağlama gayesi ile ürünlerde bir takım anlamlı farklılıklar yaratmak istemiş ve ürünlerin sembolik özelliklerini ön plana çıkartmaya başlamıştır.

Tüketim eylemi sembolik tüketim kavramı çerçevesinde ele alındığında tüketimin geçmişte daha çok zaruri gereksinimleri karşılamak adına yapılmakta olduğu, günümüzde ise bu anlamının ötesine geçerek daha çok sosyopsikolojik ve imgesel yönleriyle varlığını gösterdiği görülmektedir.

“Gösterişçi tüketim” olarak da anılan “sembolik tüketim” kavramı; tüketicilerin ürünleri sembolik özelliklerine göre değerlendirerek satın almaları ve tüketmeleri olarak tanımlanmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008:31).

Sembolik tüketimde bireyler bir metayı yalnızca faydalı olduğu için almamakta, onu aynı zamanda markası ve prestijli görünümü sebebiyle de satın almaktadır. Bu bağlamda markaların birer sembol halini aldığı görülmektedir. Sembolik tüketimde üst sınıfa mensup bireyler alt sınıftakilerden ayrışabilmek için

zenginliklerini tüketimleriyle gösterme çabası içerisinde olmuşlardır. Alt sınıfta mensup bireyler ise kendi sınıflarından ayrılabilmek için üst sınıfın tüketim alışkanlıklarını taklit ederek pahalı ve lüks ürünler satın almakta, böylelikle üst sınıfa ait olma arzularını gerçekleştirdiklerini düşünerek manevi bir doyum yaşamaktadırlar (Göker).

Bu noktada medyanın da insanları yönlendirme gücü elbette yadsınmaz. Medya, reklamlar sayesinde sembolik tüketim öğelerini ön plana çıkartarak insanı ve toplumu şuursuzca tüketime sevk etmeyi amaçlamaktadır. Asgari ücret alan birinin arzularını gerçekleştirmek üzere “iPhone” marka telefon satın almaya ve kullanmaya teşvik edilmesi bu duruma örnek olarak verilebilir (Eyice vd.,2014:92-93).

Hedonik tüketim, bir ürüne karşı sürekli olarak arzu hissedilen, tatmin olmanın mümkün olmadığı ve alışverişin haz verdiği bir eylem olarak görüldüğü bir tüketim tarzıdır (Aytekin ve Ay, 2015:141). Hedonik tüketimde kişinin arzuladığı ürüne ulaşamaması hazzı sağlar. Fakat ürüne ulaşıldığı anda haz ortadan kalkar ve kişi yeni arayışlara girer. Böylelikle sürekli bir tüketim döngüsü amaçlanır (Göker).

Sembolik tüketim ve hedonik tüketim kavramları tüketimin ileri boyutlarını ifade ettikleri için zamanla israf halini almakta, mutsuz ve borçlu toplumlar zinciri yaratmaktadır.

4.4.4 Irkçılık Bakımından Olumsuz Etkileri

Podyumlara bakıldığında mankenlerin tektipleştirildiği görülmektedir. Genel olarak bütün mankenler beyazdırlar. Ancak pek az marka siyah ve kıvıllı teni kullanır. 2009 yılındaki New York Moda Haftası defilelerinde 116 marka toplamda 3798 manken podyuma çıkarmıştır. 3697 mankenin yalnızca 688'i, yani %18'i beyaz tenli olmayan mankenden oluşmaktaydı. Defilede yer alan Calvin Klein'in kullandığı 35 modelini yalnızca 1'i, Donna Karan'ın kullandığı 45 modelin ise yalnızca 3 tanesi beyaz olmayan mankenlerden oluşuyordu. Defileye katılanlar 19 marka ise sadece beyaz manken kullanmıştır (Anderson, 2009).

Ancak ırkçılık sadece beyaz olmayan mankenleri kullanmamaktan ibaret değildir. Dünyanın en iyi markalarından bazıları, ırkçı temelli görünen bazı tasarımlara

da imza atmıştır. Örneğin; Gucci'nin 2019 sonbahar-kış koleksiyonunda kullandığı çene ve burnu kapatan, geneli siyah ama dudak çevresi kırmızı “Balaklava” yün kazağı ırkçılık tartışmalarına sebep olmuştur. Kazağın siyah olması zencilerin ten rengine, dev kırmızı dudaklara benzeyen halkalı yarık ise zencilerin sahip olduğu büyük dudaklara benzetilmiştir.



Resim 4.11. Gucci'nin “Balaklava” siyah kazağı

Prada markası ise 2018 yılında çıkardığı “Pradamalia” koleksiyonunda kullandığı maymun figürlü oyuncak anahtarlık da yine zencilere benzemesi sebebiyle başka bir ırkçılık çağrışımına konu olmuştur. Prada gelen tepkilerle oyuncak figürlerin satışını durdurmuş ve kamuoyundan özür dilemiştir (Joho).

2018 yılında H&M'in web sitesinde satışa sunduğu “Coolest Monkey In The Jungle” (Ormandaki en havalı maymun) yazılı yeşil tişörtün tanıtımında zenci bir çocuğa model olarak kullanması yüzlerce insanın tepkisini topladıktan sonra ürün web sitesinden kaldırılmıştır. H&M'in yine aynı koleksiyonunda “Survival Expert” sloganlı tişörtte beyaz bir çocuğu model olarak kullanması ise sosyal medyada öfke toplayan başka bir unsur olmuştur (Heller, 2018).

SONUÇ

İlk çağın sonuna kadar giyim, ihtiyaçlar doğrultusunda bir örtünme biçimini ifade ederken feodalizmle birlikte toplumsal sınıfların meydana gelmesiyle alt sınıf-üst sınıf, zengin-fakir ve aristokrat-burjuva-prolaterya farkını ortaya koyan bir simge haline gelmiştir. Kökeni neredeyse giyim kadar eski olan kapitalist faaliyetler ise varlık biçimini belirleyen ekonomik, sosyal, çevresel, kültürel ve sosyopsikolojik süreçlerin tamamlanmasıyla 16. yüzyılda yerini “Kapitalizm”e bırakmıştır.

Kapitalizm, iktisat alanındaki birçok düşünürün ilgilendiği önemli bir konu olmuştur. Kapitalizmle birlikte giyimde seri üretime geçilmesiyle, ortaya çıkan üretim fazlasını kâra çevirmek isteyen kapitalistler bunun için yapay ihtiyaçlar oluşturarak insanları daha çok satın almaya ve tüketime teşvik etmektedir.

Kapitalizmin en önemli istihdam alanlarından biri olan ve 20. yüzyılda Houte Couture’ün sade, modern, rahat ve kreatif bir hal alması ile tarih sahnesine çıkan moda, kapitalizmin meşrulaştırdığı yapay ihtiyaç objelerini sahip olunması gereken standart gereksinimlere dönüştürmüştür. Kapitalizm, modanın sürekli gelişmesini, kendini yenilemesini ve albenisini kullanarak bireylere tüketimin kapılarını sonuna kadar açmaktadır.

Uzun yıllardır moda ile işbirliği içerisinde olan kapitalizm birçok yönü ile olumsuz etkilere neden olmaktadır. Kapitalizmin yol açtığı kâr hırsı sebebiyle kapitalistler daha çok hammadde, işgücü, üretim tesisi ve pazar kullanarak daha çok mal üretmeyi ve bunları satmayı amaçlamaktadır. Tüketiciler ise medya ve kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın öteki ucunda bulunan metalara neredeyse ışık hızında ulaşarak satın almaya devam etmektedir. Kapitalizm, özellikle genç neslin dikkatini çekerek tüketimi süreklileştirmeyi sağlamaktadır. Bu durum iktisadi döngülerin çökmesine ve tüketimin kontrolden çıkmasına sebep olmaktadır.

Yaşadığımız yüzyıla kadar özgün kültürlerine ve ekonomik güçlerine göre farklı şekillerde giyinen insanlar, teknoloji, sosyal medya ve her an karşımıza çıkan yeni trendlerin sonucunda ekonomik güçlerinin yetip yetmediğine bakmaksızın üst sınıflara benzer şekilde giyinmeye başlamışlardır. Kapitalizm, teptipleşen insanlara

farklı sınıf ve statülere tabi olmayı dayatarak bu yolda yapılan tüketim harcamalarının onları diğer insanlardan ayıracağını ve tükettikleri ölçüde belli bir statü elde edebileceklerini empoze etmektedir. Netice itibarıyla kapitalistleri zengin etmeye yarayan bu durum bireyler arasında iktisadi ve sınıfsal ayrımlar yaratmaktadır.

Yaşanan teknolojik gelişmelerin de etkisiyle kapitalizm “vahşi kapitalizm” boyutuna gelmiştir. Global tüketim kültürünün yaygınlaşmasını takiben tüketicilerin tüketim alışkanlıkları tamamen değişerek adeta bir fast food kültürüne dönüşmüştür. Mevcut düzenin tüketim çılgınlığı halini alması bazı sosyopsikolojik nedenleri de beraberinde getirmiştir. Metanın faydasından ziyade görünümüne bedel ödeyen tüketiciler, haz dürtülerinin okşanmasıyla arzu ettikleri bu metalara sahip olmayı önemli bir hedef haline getirerek onları arzu nesnesi haline getirmiş ve ürünü ne pahasına olursa olsun satın almanın peşine gitmişlerdir. Ürünün satın alınması ile ürüne ve amaçlarına ulaşan tüketiciler yeni arayışlara giderek daha çok tüketmeye meyilli hale gelmektedir. Sembolik ve hedonik tüketim, tüketici alışkanlıklarını ve toplumları değiştirmekte, israfa ve borçlanmaya neden olmakta ve toplumlar için oldukça önemli olan birtakım etik değerlerin kaybolmasına yol açmaktadır.

Kapitalizm, evlerine ekmek götürmeye çalışan çocuk işçilerin ve yetişkin emekçilerin emeklerini sömürerek onları üç otuz paraya uygunsuz ve sağlıksız çalışma koşulları altında, iş güvenliklerinden yoksun bir şekilde çalışmaya mecbur bırakmaktadır. Bu uğurda moda endüstrisinde çalışan işçiler bazı hastalıklara yakalanmakta, dayağa ve şiddete maruz kalmakta ve bazı elim kazalar sonucunda hayatlarını kaybetmektedirler.

Görselliği son derece önemli kılan moda, kapitalistlerin belirlediği beden ölçüsü ve fiziksel standartlara insanları hapsederek modelleri ve moda tüketicilerini bu kriterlere uymak durumunda bırakmaktadır. Kapitalist ideoloji kâr amacını gerçekleştirmek adına tıp, kozmetik, fiziksel aktivite ve ekonomik imkânların zorlanmasını telkin etmektedir. Kriter dışındaki ölçü ve özelliklere sahip bireyler ise toplum dışına itilmek ve beğeni dışı bırakılmakla tehdit edilmektedir. Modeller de yine kapitalizmin beden normu dayatmasına paralel olarak sağlıklarını kaybetmekte ve sonlarını öngörmelerine rağmen bazı hastalıklara bile isteye ve kaçınılmaz şekilde yakalanmak durumunda kalmaktadır.

Kapitalizm içerisinde kendisine geniş bir yer bulan yabancılaşmanın sonucunda, sürekli üretmek zorunda olan işçiler kendilerine, ürettiklerine ve doğaya yabancılaşmaktadır. Yabancılaşma ile iç içe olan meta fetişizminde ise metalar özerk anlamlar kazanarak kapitalizme hizmet etmektedir. Bu iki kavram bireylerin duygularını yitirmesine ve mutsuz toplumların oluşmasına sebep olmaktadır.

Podyumlarda beyaz ten haricinde manken kullanmaktan genel olarak imtina eden ve bu kriterin dışında kalan insanları ten renkleri üzerinden ötekileştiren moda endüstrisi, kapitalizmin kutuplaştırma eğilimine hizmet ederek insanların bilinçaltlarına bir takım ırkçı mesajlar yerleştirmeyi amaçlamaktadır. Ürettiği ırkçı temelli metaları moda ve reklamlar sayesinde şirin göstermeye çalışan kapitalistler, ırkçı ideolojilerini adeta toplumun geneline yaymak istemektedirler.

Modanın ve kapitalizmin kölesi haline gelen tüketiciler ise modanın peşinden giderek aslında yaşadıkları çevreye, doğaya, hayvanlara ve hatta kendilerine verdikleri zararları göz ardı etmektedir. Kapitalist düzenin daha uzun yıllar varlığını sürdüreceğine dair kanıtlar gün gibi ortadayken bizlerin tüketiciler olarak kapitalizmin sonuçlarının görmemiz, bu sonuçların gezegenimizi nereye götürebileceğini hesap ederek hayatlarımızı ona göre şekillendirmemiz, yaşanmışlıklarla yaşanacaklar arasında bir bağ kurmamız ve ortaya çıkan bu yeni dünya düzenini değiştirmemiz gerekmektedir. Artan dünya nüfusunun önünün alınamadığı düşünülürse, tüketim alışkanlıklarımızın mevcut kaynakları bitirmek üzere olduğu rahatlıkla görülebilmektedir. Bizlerin sorumluluk bilinciyle çevreye ve insana saygılı bir moda üretimini talep etmemiz ve tüketimi de bu saygı çerçevesinde gerçekleştirmemiz gerekmektedir. Zira yaşadığımız dünya, kapitalistlerden ve tüketicilerden ne aldıysa onlara aynısını geri verecektir.

Son olarak tezimin bana kattığı değerlere ve kazandırdığı görüş açılarına naçizane değinmek isterim. Gezegenimize, insanımıza ve üretime olan saygı ve sorumluluk çerçevesinde kapitalizm ve moda ilişkisi hakkında bilinmesi gereken çarpıcı nitelikteki gerçekleri ilk etapta kendim özümseyerek sonra ailem ve yakın çevremle paylaştım ve bu konuda bir farkındalık oluşturdum. Birçok kişiyi moda alışverişi ve tüketim çılgınlığından uzak tutarak onlara aslında bu metalara ihtiyacımızın olmadığı konusunda telkinlerde bulundum. Herhangi bir giysi satın

almadan önce gerçekten ihtiyaç olup olmadığına dair samimi bir sorgulama yapmanın, işçi emeğine saygı duymak ve tüketimde bilinçlenmek adına etiket okuma alışkanlığı kazanmanın, tasarrufun, dönüşümün, giysi tamirâtı ve tadilatının ve ikinci el kıyafetin önemini kavrayarak, elde ettiğim bu bakış açısını birçok kişiye aşılama gereği duydum. Tezimin öncesinde kendimi homoekonomikus ve moda tüketicisi olarak tanımlarken tez konumdaki birçok önemli nokta ve gerçekçiliğin yarattığı bilinçle kendimi çevreye ve insana duyarlı bir birey olma yolunda gördüğümü belirtmek isterim.



KAYNAKÇA

- Afanasieva, Dasha. “In Turkish Sweatshops, Syrian Children Sew To Survive”, 2016. <https://www.reuters.com/investigates/special-report/europe-migrants-turkey-children/>
- Akalın, Kürşat Haldun. “Ortaçağ Avrupası’nın İktisat Tarihinde Faiz Yasağının Kökenleri”. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 15, sayı 2 (2013): 187–208.
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/deuosbil/article/view/5000064144/5000060015>
- Akdoğan, Hasan. “Bazı Soru ve Cevapları”, 2011. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/bazi-sorular-ve-cevaplari/11714>
- Akgün, Elif. “Antik Yunan’da Yurttaşların Özgürlüğünün Temeli Olarak Demokrasi”. Eskiçağ Bilgileri 1 (2011): 163–72
https://www.academia.edu/4660392/Antik_Yunan_da_Yurttaşların_Özgürlüğünün_Temeli_Olarak_Demokrasi
- Alexander, Jon, Tom Crompton, ve Guy Shrubsole. “THINK OF ME AS EVIL? OPENING THE ETHICAL DEBATES IN ADVERTISING”, 2011.
https://www.globalpolicy.org/images/pdfs/think_of_me_as_evil.pdf
- Ali. “Sweatshop Nedir?”, 2019. <https://dunyadaticaret.com/sweatshop-nedir.html>
- Alkan, Yaşar. “Kapitalist Öncesi ve Sonrası Dönemde Sosyal Yapı-Ekonomik Yapı İlişkisi Yüksek Lisan Tezi”. Celal Bayar Üniversitesi, 2014.
https://www.academia.edu/35159289/KAPİTALİST_ÖNCESİ_VE_SONRASI_DÖNEMDE_SOSYAL_YAPI-EKONOMİK_YAPI_İLİŞKİSİ_The_Relation_Between_Social_Structure_and_Economic_Structure_in_Pre_Capitalist_and_Post_Capitalist_Era
- Alptekin, Musa Yavuz. “Kapitalizmin Ortaya Çıkışı: Jeo-Kültürel Yaklaşım”. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi 5, sayı 10 (11 Mart 2016): 232.
<http://dergipark.gov.tr/sbed/issue/20719/221390>
- Altunışık, Remzi, ve Ahmet H. İslamoğlu. Tüketici Davranışları. 2.Baskı. İstanbul: Beta Yayınları, 2008.
- Anderson, Donna M. “‘Whites-Only’ Designers Reap What They ‘Sew’ with Mrs. O?”, 2009. https://www.huffpost.com/entry/whites-only-designers-rea_b_184917

Appleby, Joyce. Amansız Devrim Kapitalizm Tarihi. Çeviren Ali Cevat Akkoyunlu. Alfa Yayınları, 2012.

Aracı, Alp. “1929 Büyük Ekonomik Buhan’dan 2008 Ekonomik Krizi’ne Dünya Ekonomik Krizleri ve Türk Tekstil Sektörüne Etkileri Yüksek Lisans Tezi”. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2010.
<http://acikerisim.nku.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/20.500.11776/798/0036083.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arık, Tuğrul. “Osmanlı-İngiliz Ekonomik İlişkilerinin Başlangıcının Arka Planı ve 1675 Senesine Kadarki Seyri”. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi 12, sayı 45 (2016): 137–52.
https://www.researchgate.net/publication/294580832_OSMANLI-INGILIZ_EKONOMIK_ILISKILERININ_BASLANGICININ_ARKA_PLANI_VE_1_SENESINE_KADARKI_SEYRI

Armitage, John, ve Joanne Roberts. “The Spirit of Luxury”. Cultural Politics 12, sayı 1 (2016): 1–22. <https://read.dukeupress.edu/cultural-politics/article/12/1/1/60202/The-Spirit-of-Luxury>

Arslan, Ümit Çağlayan, ve Yelda Hatice Demirağ. “Sanayi Devrimi: Sonuçları ve Uluslararası Sistem Yansımaları”. Başkent Üniversitesi, 2017.
https://www.academia.edu/35814711/Sanayi_Devrimi_Sonuçları_ve_Uluslararası_Sisteme_Yansımaları

Artural, Yusufcan. “Seksin Toplumsal Politikası 3: Moda Endüstrisi ve ‘Özgürlük Meşaleleri’”, 2016. <https://gaiadergi.com/seksin-toplumsal-politikasi-3-moda-endustrisi-ve-ozgurluk-mesaleleri/>

Aydemir, Cahit, ve Sema Yılmaz Genç. “Ortaçağın Sosyoekonomik Düzeni: Feodalizm”. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi 10, sayı 36 (2011): 226–41.
https://www.researchgate.net/publication/322835413_Ortacagin_Sosyoekonomik_Duzeni_Feodalizm

Aydemir, Cahit, ve Hüseyin Haşimi Güneş. “Merkantilizmin Ortaya Çıkışı”. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi 5, sayı 15 (2006): 136–58.
<https://dergipark.org.tr/download/article-file/69877>

Aydın, Hasan. “Avrupalıların Karanlık Yüzü: Sömürgecilik”, 2017.
<https://www.timeturk.com/avrupalilarin-karanlik-yuzu-somurgecilik/haber-758120>

Aytekin, Pınar, ve Canan Ay. “Hedonik Tüketim ve Anlık Satın Alma İlişkisi”. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 8, sayı 1 (2015): 141–56.
https://pdfs.semanticscholar.org/c336/bd745e55c33c05149b09656235c4f2df9069.pdf?_ga=2.29997880.681141308.1569452631-1997148114.1567963128

- Badore, Margaret. “How Rainforest Destruction Hides In Our Clothes”, 2014. <https://www.treehugger.com/sustainable-fashion/how-rainforest-destruction-hides-our-clothes.html>
- Bank, Eric. “3 Key Differences-Charge Card vs. Credit Card”, 2018. <https://www.cardrates.com/advice/charge-card-vs-credit-card/>
- Bayraktar, Feyza. “Yeme Bozuklukları: Doğru Bilinen Yanlışlar”. Erişim 09 Eylül 2019. <https://www.elele.com.tr/blog/psikolog-dr-feyza-bayraktar/yeme-bozukluklari-dogru-bilinen-yanlislar>
- Birry, Ahmad A. “Fashion Brands Including Gap & Brooks Brothers Dumping Toxic Wastewater In Indonesia Waterways”, 2013. <https://www.greenpeace.org/usa/fashion-brands-including-gap-brooks-brothers-dumping-toxic-wastewater-in-indonesia-waterways/>
- Cengiz, Nihal. “Deri Sanayiinde Kullanılan Kimyasalların İşçi Ve Çevre Sağlığı Üzerine Etkileri”. Kocatepe Tıp Dergisi 3 (2002): 09–21. [https://kocatepetipdergisi.aku.edu.tr/PDF/OCAK_2002/3\)DERI_SANAYIINDE_KULLANILAN_KIMYASALLARIN_ISCI_VE_CEVRE_SAGLIGI_UZERINE_ETKILERI.pdf](https://kocatepetipdergisi.aku.edu.tr/PDF/OCAK_2002/3)DERI_SANAYIINDE_KULLANILAN_KIMYASALLARIN_ISCI_VE_CEVRE_SAGLIGI_UZERINE_ETKILERI.pdf)
- Ceylan, Ozan. “Türkiye’de Yıllara Göre Kredi Kartı Kullanım Durumu ve Batık Kredi Kart Borç Sahiplerinin Profili Yüksek Lisans Tezi”. İstanbul Üniversitesi, 2006. <http://acikerisim.istanbul.edu.tr/bitstream/handle/123456789/26374/41819.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chung, Madelyn. “Chanel Apologizes For Copying Mati Ventrillon’s Designs In Its Metiers d’Art Show”, 2015. https://www.huffingtonpost.ca/2015/12/08/chanel-mati-ventrillon-apology_n_8749640.html
- Clouting, Laura. “10 Top Tips For Winning At Make Do And Mend”. Erişim 09 Eylül 2019. <https://www.iwm.org.uk/history/10-top-tips-for-winning-at-make-do-and-mend>
- Clouting, Laura. “8 Facts About Clothes Rationing In Britain During The Second World War”, y.y. <https://www.iwm.org.uk/history/8-facts-about-clothes-rationing-in-britain-during-the-second-world-war>
- Clouting, Laura, ve Amanda Mason. “How Clothes Rationing Affected Fashion In The Second World War”, 2018. <https://www.iwm.org.uk/history/how-clothes-rationing-affected-fashion-in-the-second-world-war>
- Conlon, Scarlett. “Dolce & Gabbana Case Officially Closed”, 2016. <https://www.vogue.co.uk/article/dolce-and-gabbana-tax-evasion-case-closed>
- Crane, Diane. Moda ve Gündemleri. Çeviren Özge Çelik. Ayrıntı Yayınları, 2000.

- Çelik, Özlem A. “Markalar Ve 38 Dolarlık Hayatlar”, 2013.
<https://www.aksam.com.tr/ozlem-akarsu-celik/yazarlar/markalar-ve-38-dolarlik-hayatlar/haber-209634>
- Dalan, Necla. “Fok You!”, 2014. <http://www.gazetevatan.com/fok-you--698412-ekonomi/>
- Devecioğlu, Can. “İktisat Okulları: Merkantilizm ve Merkantilist nedir?”, 2017.
<https://kolayekonomi.com/iktisat-okullari-merkantilizm-ve-merkantilist-nedir/>
- Dinçer, Fehmi. “Kelimelerin Tarihi: ‘Kapitalizm’”, 2008.
<http://blog.milliyet.com.tr/kelimelerin-tarihi--kapitalizm--kelimesinin-tarihi/Blog/?BlogNo=103577>
- Dobb, Maurice. Kapitalizmin Gelişmesi Üzerine İncelemeler. Çeviren F Akar. Belge Yayınları, 2007.
- Duran, Muzaffer. “Satraplık Sisteminin Pers Yönetim Teşkilatındaki Yeri”. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi 34 (2015): 61–86. <https://dergipark.org.tr/download/issue-file/1134>
- Emin ŞEN, Mehmet, ve Mehmet A. Türkmenoğlu. “Avrupa Feodalitesi İle Osmanlı Tımar Sistemi Üzerine Bir Mukayese”. The Journal of Academic Social Science Studies Volume 5 I, sayı 4 (2012): 189–204.
<https://arastirmax.com/en/system/files/dergiler/79201/makaleler/5/4/arastirmax-avrupa-feodalitesi-ile-osmanli-timar-sistemi-uzerine-bir-mukayese.pdf>
- Evans, Richard. “Discount Ban ‘Could Kill Off Store Cards’”, 2011.
<https://www.telegraph.co.uk/finance/personalfinance/borrowing/creditcards/8907992/Discount-ban-could-kill-off-store-cards.html>
- Elçi, Selcen “Küresel Markalar ve Çocuk İşçiliği”.
https://www.academia.edu/7301778/Küresel_Markalar_ve_Çocuk_İşçiliği
- Eyice, Sinem, Sezin İlbasmış, ve Serdar Pirtini. “Sosyal Tüketim Davranışı ve Sembolik Tüketim Ürünü Olarak Tek Taş Yüzük Üzerine Bir Araştırma”. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi 11, sayı 42 (2014): 89–103.
<http://dSPACE.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/2772/5000065508-5000083444-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Febvre, Lucien. Uygarlık, Kapitalizm ve Kapitalistler. Çeviren M.Ali Kılıçbay. İmge Kitapevi, 1995.
- Feuerberg, Gary. “Dogs and Cats Skinned Alive for Their Fur in China”. Epoch Times, 2007. https://www.theepochtimes.com/dogs-and-cats-skinned-alive-for-their-fur-in-china_1530831.html

- Fogg, Marnie. Modanın Tüm Öyküsü. Çeviren Emre Gözgül. Hayalperest Yayınevi, 2014.
- Fülberth, Georg. Kapitalizmin Kısa Tarihi. Çeviren Sadık Usta. İstanbul, 2011.
<http://elibrary.beykent.edu.tr/edsDetails?An=1299405&dbId=nlebk>
- Giddens, Anthony. Kapitalizm ve Modern Sosyal Teori. Editör Ümit Tatlıcan. İletişim Yayınları, 2009.
- Girit, Selin. “Bir Gün Bir Geldik, Firma Yok. Patronumuz Kaçmış Gitmiş”, 2017.
<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-41981594>
- Gökçü, Şebnem. “Tekstil ve Giyim Anlaşması Sonrasında Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü”. T.C. Dışişleri Bakanlığı Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi 19 (2005): 25–29. <http://www.mfa.gov.tr/tekstil-ve-giyim-anlasmasi-sonrasinda-tekstil-ve-konfeksiyon-sektoru.tr.mfa>
- Göker, Semahat. “Hedonik (Hazcı) Tüketim Nedir? İnsanlar Neden Hedonik Tüketim Yaparlar?” Erişim 09 Eylül 2019.
<https://www.bilgiustam.com/hedonik-hazci-tketim-nedir-insanlar-neden-hedonik-tketim-yaparlar/>
- Göker, Semahat. “Sembolik Tüketim (Gösterişçi Tüketim) Nedir?” Erişim 09 Eylül 2019. <https://www.bilgiustam.com/sembolik-tketim-gsterisi-tketim-nedir/>
- Greenberg, Jessica S. “Welcome to Debtors’ Prison, 2011 Edition”, 2011.
<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704396504576204553811636610>
- Güriz, Adnan, ve Gülfem Ersoy. “Avrupa’da Reform Hareketi ve Mülkiyet Sorunu”. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 25, sayı 1 (1968): 237–71.
<http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/38/335/3397.pdf>
- Hanbury, Mary. “Zara And Forever 21 Have A Dirty Little Secret”, 2018.
<https://www.businessinsider.com/zara-forever-21-fast-fashion-full-of-copycats-2018-3>
- Harvey, Lan. “Fashion During the Great Depression-The Impact Of The Political Upheaval On The Fashion Industry”, 2016.
<https://www.thevintagenews.com/2016/12/18/fashion-during-the-great-depression-the-impact-of-the-political-upheaval-on-the-fashion-industry/>
- Hatıplı, Mustafa. “Türkiye-AB Gümrük Birliği Anlaşması ve Anlaşmanın Türkiye Ekonomisine Etkileri”. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 13, sayı 1 (2011): 14–32. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/321536>
- Heller, Susanna. “H&M Apologizes For Using A Black Child In A ‘Racist’ Sweatshirt Ad — But Some People Don’t Think It’s Enough”, 2018.

<https://www.businessinsider.com/hm-coolest-monkey-sweatshirt-apology-reactions-2018-1>

Hirst, John. Kısa Avrupa Tarihi. Çeviren Mihriban Doğan. Say Yayınları, 2012.

Hoskins, Tansy, E. Foya- Modanın Anti-Kapitalist Kitabı. Çeviren Derya Bayraktaroğlu. Ütopya Yayınevi, 2014

Huberman, Leo. Feodal Toplumdan 20. Yüzyıla. Çeviren Murat Bardak. İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2013.

https://www.academia.edu/34800673/Leo_Huberman_-_Feodal_Toplumdan_Yirminci_Yüzyıla

Ibrahim, Noor. “The new American Apparel: Claims Of ‘Ethically Made’ Abroad Clash With Reality”, 2017.

<https://www.theguardian.com/business/2017/nov/12/the-new-american-apparel-claims-of-ethically-made-abroad-clash-with-reality>

Joho, Jess. “Prada Apologizes For ‘Pradamalia’ Toys That Evoke Racist Blackface Imagery”. Erişim 09 Eylül 2019. <https://in.mashable.com/culture/1460/prada-apologizes-for-pradamalia-toys-that- evoke-racist-blackface-imagery>

Kadıoğlu, Zeynep K. Tüketim İletişimi: Süreçler, Algılar ve Tüketici. 1. baskı. İstanbul: Pales Yayınları, 2014.

Kaya, Ferudun. Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması. Türkiye Bankalar Birliği, 2009. <https://www.tbb.org.tr/Dosyalar/Yayinlar/Dokumanlar/263.pdf>

Kayın, Mehmet. “Marksizim Bağlamında Kapitalizmin Gelişim Süreci”. Yayımlanmamış Makale, y.y.

https://www.academia.edu/23678954/Marksizim_Baglaminda_Kapitalizmin_Gelisim_Sureci

Kaymak, Muammer. “Adam Smith’i Anlamak”. Erişim 09 Eylül 2019.

<https://ozgurlukdunyasi.org/arsiv/32-sayi-212/251-adam-smithi-anlamak->

Kinetz, Erika. “Making Ivanka Trump Shoes: Long Hours, Low Pay And Abuse”, 2017. <https://apnews.com/6cfff3ca3c7d422594556044369bfb86>

Köylüoğlu, Burak. “Hiperenfilyasyonun Kıskacındaki Almanya”, 2016.

<https://www.stratejivefinans.com/single-post/2016/09/15/Untitled>

Leahy, Stephen. “World Water Day: The Cost of Cotton In Water-Challenged India”, 2015. <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2015/mar/20/cost-cotton-water-challenged-india-world-water-day>

- Lieber, Chavie. “Fashion Brands Steal Design Ideas All The Time. And. It’s Completely Legal.”, 2018. <https://www.vox.com/2018/4/27/17281022/fashion-brands-knockoffs-copyright-stolen-designs-old-navy-zara-h-and-m>
- Mardin, Şerif. Din ve İdeoloji. İletişim Yayınları, 1992.
- Marx, Karl. Kapital (1.Cilt). Çeviren Erkin Özalp, Mehmet Selik, ve Nail Satlıgan. İstanbul: Yordam Kitap, 2010. https://media.turuz.com/users/bey-1395/0766-Kapital-1-Karl_Marx-Mehmet_Selik-Nail_Satıgan.pdf
- Matlack, Carol. “The Louis Vuitton Money Machine”, 2004. <https://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/the-louis-vuitton-money-machine-566199.html>
- Menkes, Suzy. “Louis Vuitton Celebrates 150 Years of Luxury”, 2004. <https://www.nytimes.com/2004/02/03/style/louis-vuitton-celebrates-150-years-of-luxury.html>
- Modleski, Tania. Eğlence İncelemeleri-Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar. Çeviren Nurdan Gürbilek. Metis Yayınları, 1995.
- “Nike Admits Supervisors Throw Shoes, Slap Workers In factory”. The Associated Press Interview, 2011. <https://www.ndtv.com/world-news/nike-admits-supervisors-throw-shoes-slap-workers-in-factory-461368>
- Noe, Rain. “Patagonia’s Materials Choices and Their Impacts, Part 1: Organic Cotton”, 2018. <https://www.core77.com/posts/73853/Patagonias-Materials-Choices-and-Their-Impacts-Part-1-Organic-Cotton>
- Oğuzhan, Mehmet. “Moda Nasıl Ortaya Çıktı, Kısa Tarihçesi”, 2017. <http://www.mehmetoguzhan.com.tr/moda-nasil-ortaya-cikti-kisa-tarihcesi/>
- Okudan, Gülseri. “Haçlı Seferleri Tarihi”. Akdeniz Üniversitesi Tarih Bölümü, 2015. https://www.academia.edu/28000104/Haçlı_Seferleri_Tarihi.pdf
- Öner, Sinan. “İtalyan Rönesansı ve Kapitalizm”, 2011. <http://sinanonersroad.blogspot.com/2011/12/italyan-ronesans-ve-kapitalizm.html>
- Özen, Duygu, çev. Moda Geçmişten Günümüze Giyim Kuşam ve Stil Rehberi. Kaknüs Yayınları, 2013
- Özkan, Murat Sultan. “Orta Çağ’da Batı Dünyasında Otoritenin Sorunsallığı Tarihi ve Felsefi Bir Çözümleme”. Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 4, sayı 8 (2017): 94–134. <https://docplayer.biz.tr/59116956-Kafkas-universitesi-ilahiyat-fakultesi-dergisi-yil-2017-cilt-iv-sayi.html>

- Öztürk, Aziz. “Kriz Yönetimi ve Tekstil Sektörüne Etkileri İle İlgili Bir Araştırma”. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi 10, sayı 20 (y.y.): 387–410. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/289127>
- Parlak, Ahmet. “Geçmişten Bugüne Endüstri Devrimleri”. Erişim 24 Mayıs 2019. <https://www.dorukotomasyon.com/Blog/Gecmisten-Bugune-Endustri-Devrimleri.aspx>
- Parodi, Emilio, ve Sarah White. “Gucci Owner Kering Agrees Record Italian Tax Settlement”, 2019. <https://www.reuters.com/article/us-kering-tax-italy/gucci-owner-kering-agrees-to-1-25-billion-euros-italy-tax-settlement-idUSKCN1SF1X9>
- Pehlivan, Meriç. “Din-Ekonomi İlişkisi İle Bu İlişkinin Toplumların ve Bireylerin Davranışlarındaki Yansımaları”. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 3, sayı 6 (2016): 29. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/263506>
- Rosamond, Mack, E. Doğu Malı Batı Sanatı/İslam Ülkeleriyle Ticaret ve İtalyan Sanatı 1300-1600. Çeviren Ali Özdamar. Kitap Yayınevi, 2005.
- Saray, Mehmet O., ve Levent Gökdemir. “Çin Ekonomisinde Büyüme Aşamaları (1978-2005)”. Journal of Yaşar University 2, sayı 7 (y.y.): 681–86. https://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/05/No_7_vol2_04_saray_gokdemir.pdf
- Spencer, John. “How Much Does It Cost Louis Vuitton Or Hermès To Make One Handbag?”, 2019. <https://www.quora.com/How-much-does-it-cost-Louis-Vuitton-or-Hermès-to-make-one-handbag>
- Stebbins, Samuel. “Where Credit Card Debt Is The Worst In The US: States With The Highest Average Balances”, 2019.
- Süzmen, Arzu. Modanın İktidarı. İstanbul, 2015.
- Şahin, Armağan. “Adam Smith’in İktisat Teorisindeki Yeri ve Önemi İktisadi Düşünceleri, Katkıları, Günümüze Yansımaları”, y.y., 1–10. https://www.academia.edu/16042239/Adam_Smithin_İktisat_Teorisindeki_Yeri_ve_Önemi_İktisadi_düşünceleri_katkıları_günümüze_yansımaları
- Şevketoğlu, Seda. “Moda Nedir, Neden ve Nasıl Ortaya Çıkmıştır?”, 2017.
- Şimşek, Berza, ve Ayşe Wieting. “Syrian Refugee Children Labor In Turkish Factories”, 2016. <https://apimagesblog.com/blog/2016/06/10/refugee-children-labor-in-turkish-factories>
- Telegraph Staff And Agencies. “Zara Owner Inditex Grows Market Share And Profits”. 2012. Erişim 09 Eylül 2019.

<https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/retailandconsumer/9552298/Zara-owner-Inditex-grows-market-share-and-profits.html>

Thoreau, Henry D. Walden-Ormanda Yaşam. Çeviren Aykut Örküp. Zepelin Kitap, 2017. https://issuu.com/aycandemirel/docs/walden_20-20ormanda_20ya_c5_9fam_2

Tunikova, Oksana. “How Many Ads Do You Actually See Daily?”, 2018. <https://stopad.io/blog/ads-seen-daily>

Waquet, Dominique, ve Marion Laporte. Moda. Editör Işık Ergüden, 2011.

West, Rosie, M. “Store Card Holders To Face Charges If They Don’t Spend”, 2010. <https://www.telegraph.co.uk/finance/personalfinance/borrowing/8194968/Store-card-holders-to-face-charges-if-they-dont-spend.html>

Yalçinkaya, Timur, ve Aytül Çakır. “Küresel Rekabet Ekseninde İhracatçı Firmalar İçin Bir Risk Faktörü: Sosyal ve Ekolojik Damping”. İşgüç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi 6, sayı 1 (2004).

Yavuz, Özge. “Tekstilde Menşe Oyunu”, 2014. <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2014/08/14/tekstilde-mense-oyunu> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

Yavuz, Şahinde. “Türk Toplumunun Tüketim Toplumuna Dönüşümünde Reklamcılığın Rolü”. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, sayı 36 (2013): 219–40. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423903272.pdf>

Yeniçeri, Tülay, ve Ulun Akturan. “Kredi Kartını Bilinçli Kullanan Tüketiciler ile Bilinçsiz Kullanan Tüketicileri Ayırmada Kullanılabilecek Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Pilot Araştırma”. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 25, sayı 2 (2007): 243–66. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3856.4966>

Yıldırım, Selçuk. “Yeni Dünyanın Oluşumu 1”, 2017. <http://www.gazeteilksayfa.com/yeni-dunyanin-olusumu-1-2231yy.htm>

“Ticaretin Sınır Tanımayan Anlaşmaları: STA’lar”. Moment Dergisi-Ekim Sayısı 113 (2017). <http://www.moment-expo.com/ticaretin-sinir-tanimayan-anlasmalari-stalar>

<http://www.animal-protection.net/furtrade/index.html> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<http://bianet.org/bianet/cocuk/207629-tuik-verilerine-gore-cocuk-isci-sayisi-artti> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<http://www.burclar.net/moda-modanin-kisa-tarihcesi/> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.cnnturk.com/2005/ekonomi/genel/07/25/tekstil.ihracatinde.turkiyeninonu.acildi/113093.0/index.html> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.cnnturk.com/yasam/sirf-kurku-icin-bu-hale-getirdiler?page=509> Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.csd.org.tr/corabin-tarihcesi> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.dersinozu.com/ikinci-sanayi-devrimi-1850-1914/> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.doviz.com/makale/ekonomik-kriz-nedir/82> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.express.co.uk/celebrity-news/80253/Valentino-slapped-with-39-million-tax-fine> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.finansgundem.com/haber/moda-devlerine-vergi-kacakligi-hapsi/413159> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://haber.tobb.org.tr/ekonomikforum/2019/294/92-96.pdf> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.haberturk.com/gundem/haber/2763-fransa-kralina-o-meshur-ferman> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/abd-cin-sutyeni-icin-kota-koydu-3872366309> Eylül 2019 tarihinde erişildi..

<https://www.kenandabirkuyu.com/dunden-bugune-kapitalizm-ve-moda> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<http://kotiscileri.org/silikozis-nasil-bir-hastalik/> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.lvmh.com/news-documents/press-releases/record-results-for-lvmh-in-2018/> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi

<http://www.mehmetoguzhan.com.tr/moda-nasil-ortaya-cikti-kisa-tarihcesi/> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<http://www.milliyet.com.tr/ekonomi/cinde-ucuz-mal-devri-bitiyor-1376163> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.moneyadviceservice.org.uk/en/articles/catalogue-credit-or-shopping-accounts> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.muhasebeturk.org/nedir/olcme-hatalari-nedir> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://oguzyilmaz90.files.wordpress.com/2012/05/3-hafta-modern-dc3b6nemde-dinsel-dec49fic59fim-luther-ve-calvin.pdf> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.stepchange.org/debt-info/store-card-debt.aspx> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi

<https://www.studio.co.uk/content/terms-your-account> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://tarihibilgi.org/max-weberin-sinif-teorisi/> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=181939 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=KAPITAL 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<http://www.thefashionlaw.com/home/are-your-made-in-china-luxury-goods-just-as-luxurious> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

http://ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&view=article&id=275:cuk-ve-genler-liirilma-usul-ve-esaslari-hakkinda-yetmel&catid=2:yemelik&Itemid=33 Çocuk ve Genç İşçilerin Çalıştırılma Usul Ve Esasları Hakkında Yönetmelik Resmi Gazete: 6/4/2004 - 25425. 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.turkcebilgi.com/moda> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.valuepenguin.com/charge-card-vs-credit-card-differences> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

<https://www.youtube.com/watch?v=TiPm0tfdZ6w> 09 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

ÖZGEÇMİŞ

1984 yılında İstanbul’da doğdu. İlk ve ortaokulu Ülkü İlköğretim Okulu’nda okudu. Liseyi Yabancı Dil İngilizce Ağırlıklı olarak Vefa Poyraz Anadolu Lisesi’nde okudu ve 2002 yılında mezun oldu. Anadolu Üniversitesi Kamu Yönetimi bölümünden mezun oldu. Anadolu Üniversitesi’nde İktisat alanında ise ikinci lisansı devam etmektedir. 2015 yılında Beykent Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı bölümünde Yüksek Lisan eğitimi almaktadır.

Çalışma hayatına Erdikler Bağımsız Yeminli Mali Müşavirlik A.Ş.’de başladı. Uzun yıllar Yönetici Asistanı pozisyonunda çalıştı. Moda ve tasarıma olan ilgisiyle Modelistlik, Bilgisayarlı Modelistlik, Adobe Illustrator ve Photoshop eğitimleri aldı.13 yıldır çalışma hayatı içerisinde.

Ayşe ÇALIŞKAN