İKTİSAT SOSYOLOJİSİ

Editör: Doç. Dr. M. Yavuz ALPTEKİN

nobel

İktisat Sosyolojisi
Editör: Doç. Dr. M. Yavuz Alptekin

Yayın No. : 2892
İktisat/Ekonomi No.: 229
ISBN : 978-625-406-281-0
E-ISBN : 978-625-406-282-7
Basım Sayısı : 1. Basım, Eylül 2020

© Copyright 2020, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ. SERTİFİKA NO.: 40340
Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir. Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

Nobel Yayın Grubu, 1984 yılından itibaren ulusal ve 2011 yılından itibaren ise uluslararası düzeyde düzenli olarak faaliyet yürütmekte ve yayınladığı kitaplar, ulusal ve uluslararası düzeydeki yükseköğretim kurumları kataloglarında yer almaktadır.

Genel Yayın Yönetmeni : Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-
Yayın Koordinatörü : Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Redaksiyon : Dicle Korkmaz -dicle@nobelyayin.com-
Sayfa Tasarım : Samet Tekin -samet@nobelyayin.com-
Kapak Tasarım : Mehtap Yürümez -mehtap@nobelyayin.com-
Baskı Sorumlusu : Yavuz Şahin -yavuz@nobelyayin.com-
Baskı ve Cilt : Atalay Matbaacılık / Sertifika No.: 15689-
Büyük Sanayi 1 Cad. Elif Sok. No.:7/236-237 İskitler / ANKARA

Kütüphane Bilgi Kartı

Alptekin, Musa Yavuz.
İktisat Sosyolojisi / *M. Yavuz Alptekin*
1. Basım. XIV + 328 s. 16x23,5 cm. Kaynakça var, dizin yok.
ISBN: 978-625-406-281-0
E-ISBN: 978-625-406-282-7
1.

Genel Dağıtım

ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.
Adres: Bahçekapı mh. 2465 sk. Oto Sanayi Sitesi No:7 Bodrum Kat Şaşmaz-ANKARA - siparis@nobelyayin.com-
Telefon: +90 312 278 50 77 - **Faks:** 0 312 278 21 65
E-Satış: www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com / www.atlaskitap.com - info@atlaskitap.com

Dağıtım ve Satış Noktaları: Alfa Basım Dağıtım, Arasta, Arkadaş Kitabevi, D&R Mağazaları, Dost Dağıtım, Ekip Dağıtım, Kida Dağıtım, Kitapsan, Nezih Kitabevleri, Pandora, Prefix, Remzi Kitabevleri

ÖN SÖZ

İktisadi faaliyet ve toplumsal olan arasında ayrılmaz bir ilişki vardır. Neredeyse her ikisi de bir diğeriyle var olabilir. Bununla birlikte iktisadi faaliyet temelde üç merhaleye ayrılır, ilkine *maddi hayat* veya *geçimlik hayat düzeyi*, ikincisine *iktisadi hayat* ve üçüncüsüne de *kapitalist hayat* adı verilirse, denebilir ki geçimlik ekonomi ve maddi hayat boyutuyla birlikte toplum iktisadi faaliyet olmadan var olabilir ama iktisadi faaliyet hiçbir şekilde toplumsuz var olamaz. Dolayısıyla bu iki olgu arasında ayrılmaz bir ilişkiden bahsedilebilirse de esas olan toplumdur. Benzer bir şekilde, toprak, hava, madenler, su ve bitkiler kendiliklerinden iktisadi faaliyeti meydana getirmekten uzaktırlar. İnsan faktörü devreye girmeden bu unsurların adına *iktisadi faaliyet* denebilecek bir hareketliliğe, dinamizme, etkileşime ve dönüşüme kavuşmaları mümkün olamayacaktır. Oysa insan faktörü bu sürece iki ayrı boyutta katılabilmektedir. Bunlardan ilki insan unsurunun bu sürece *birey* olarak müdâhil olması iken, ikincisi ise bireyin de içerisinde yaşadığı *toplumun* müdâhil olması şeklindedir. Bunlardan ilki iktisadi faaliyeti inceleyen *İktisat bilimi*nin ve ikincisi de *İktisat Sosyolojisi* alt disiplininin inceleme konusunu temsil ederler.

Dolayısıyla İktisat Bilimi ve İktisat Sosyolojisi alt disiplini farklı konuları, farklı kavramlarla, metotlarla ve farklı yaklaşımlarla ele alır. Bu temel farklılıklar onların iki ayrı disiplin olduklarına da işaret eder. Bu iki disiplin arasında temel olarak *altı* fark bulunduğu söylenebilir. Bunlardan ilki aynı zamanda bu iki disiplinin varlık sebebi de olan hususdur, yani İktisat biliminin iktisadi faaliyet anlamında bireyin faaliyetlerini esas alması, inceleme birimi olarak bireyin üretimini ve tüketimini ölçü alması, İktisat Sosyolojisinin ise inceleme birimi olarak bireyin diğer bireylerle, gruplarla, kurumlarla ve toplumla *etkileşimini* esas almasıdır.

İkinci fark, iktisadi davranışın prensipteki tanımıyla ilgilidir. Zira İktisat Bilimi bireyin davranışının *rasyonel* olduğunu düşünür. Buna göre insanlar tabiatın, toplumun ve çevrelerinin kendilerine sunduğu fırsat ve seçeneklerden kendileri için en faydalı olanını ve kendi durumlarına en yararlı olanını, kendi yarar ve çıkarlarını en üst düzeye taşıyacak olanı seçeceklerini varsayarlar. Bu yakla-

şım aslında bildiğimiz *rasyonel seçim kuramı*na işaret eder. İktisat Sosyolojisi disiplini ise, bireyin davranışının rasyonel olabileceği gibi, olmayabileceğini de prensip olarak kabul eder. Hatta çok zaman bireyin davranışının İktisat biliminin anladığı anlamda rasyonel olmayıp, duygusal, kültürel olabileceğini kabul eder. İnsanlar daha uzak ve belki daha pahalı olmasına rağmen akrabasının, fikri müttefikinin bakkalına gitmeyi, yakındaki ve muhtemelen daha ucuz, en azından daha taze ürün bulunduran markete gitmeye tercih edebilirler. Özellikle yurt dışında bu durum çok yaygın bir tecrübedir. İnsanlar kısmi dezavantajlarına rağmen "Türk bakkalı"na, marketine veya kafesine gitmeyi tercih ederler. Dolayısıyla İktisat Bilimi için prensipteki doğru davranış rasyonel olan iken, İktisat Sosyolojisindeki doğru davranış bazen rasyonel hatta çok zaman da rasyonel olmayan yani sosyal ve duygusal olandır. Bu çok zaman akrabalık ilişkilerini, iç grup ilişkilerini, cemaat içi ilişkileri, diaspora ilişkilerini kapsayabilen temelde materyal çıkarın ötesindeki moral çıkarı ve moral motivasyonu esas alan davranışları kapsar.

Üçüncü fark, ikinci farkla ilişkili olarak, iktisadi faaliyet bağlamında rasyonel davranışın tanımıyla ilgilidir. İktisat Bilimi için doğru davranış kesinlikle rasyonel olandır ve rasyonel olan da kesinlikle materyal yararı en üst düzeye taşıyan davranıştır. Oysa İktisat Sosyolojisi disiplini için doğru davranış bağlama göre değişebilmekle birlikte çok zaman bireysel yararı değil, topluluk yararını gözeten ve bunu en üst düzeye çıkaran davranıştır. Dolayısıyla İktisat bilimi doğru davranış anlamında rasyonel davranışı bireysel çıkarın maksimizayzonu ile ilişkilendirirken; İktisat Sosyolojisi disiplini bireyin de içerisinde bulunduğu grubun, mahallenin, topluluğun veya toplumun yararının maksimize edilmesiyle ilişkilendirir. İlkinin rasyonalite anlayışı tümüyle materyalist, bireyci, hatta bencil iken; ikincisinin rasyonalite anlayışı toplulukçu ve moral bir bağlama ilişkindir.

Dördüncü fark, iktisadi faaliyet içerisindeki aktörün niteliğiyle ilgilidir. İktisat bilimine göre iktisadi faaliyeti gerçekleştiren aktör aynı zamanda bir *homo economicus*tur. Bu aktör, her şeyi kendi bireyci hatta bencil çıkarı için ve tümüyle akılcı yöntemlerle yapar ve yerine getirir. Oysa İktisat Sosyolojisinin kabul ettiği ve incelediği hâliyle iktisadi aktör aynı zamanda diğergam bir kişiliktir ve maddi çıkarların yanı sıra maddi olmayan ilişkileri de dikkate alarak faaliyet gösterir.

Beşinci fark iktisadi faaliyetin bağımsızlığı veya ilişkiselliği ile ilgilidir. İktisat bilimi iktisadi faaliyetin ontolojisinin ve özellikle başarısının üretim, dağıtım ve

tüketimin toplumsal ilişkilerden tümüyle bağımsız bir alan olduğunu düşünür. Oysa İktisat Sosyolojisi, iktisadi faaliyetin toplumsal ilişkiler bütününün bir parçası olduğunu kabul eder. İktisat bilimine göre, iyi bir iktisadi planlama yapılmışsa bu planlama her toplumda başarılı bir sonuç üretebilecektir. Dolayısıyla temel olan üretim planlamasının akla, bilime ve tecrübeye uygun olarak yapılıp yapılmadığıdır. Oysa İktisat Sosyolojisi her toplumun ideal veya uygun üretim stratejisinin farklılaşabileceğini düşünür. Bir üretim planlaması bir toplumda çok iyi sonuçlar verebilirken, başka bir toplumda pekâlâ başarısız olabilecektir. Dolayısıyla İktisat Sosyolojisi için en ideal veya en uygun üretim planlaması akla, mantığa, genel geçer-evrensel kurallara, bilime uygun olan değil pekâlâ yerel, bölgesel, kültürel ve her toplumun kendi değerlerine ve alışkanlıklarına uygun olan planlama olabilecektir. Daha da açık söylenirse, İktisat bilimi için iktisadi faaliyet kendi başına bağımsız ve evrensel bir olgudur ve dünyanın her yerinde aynı hâliyle var olabilir. İktisat Sosyolojisi bilimi içinse iktisadi faaliyet bireysel, rasyonel veya evrensel değil, toplumsal bir faaliyettir ve toplumsal olandan, bu arada kültürden, özgün toplumsal yapıdan, toplumsal alışkanlıklardan ve geleneklerden bağımsız düşünülemez. Bu anlamda o tümüyle yerel ve topluma, kültüre özgü bir faaliyet alanıdır.

Altıncı fark, iktisadi *kalkınma* ve *gelişme* kavramlarının tanımıyla ilgilidir. İktisat bilimi için kalkınma hemen tamamıyla materyal bir durumdur ve para ile ölçülür. Buna göre kalkınma kişi başına gelirle, ülkenin gayri safi millî hâsılasının yüksekliğiyle ölçülür. Oysa İktisat Sosyolojisi disiplini kalkınmayı maddi ve materyal gelişmenin ötesinde aynı zamanda maddi olmayan gelişme ile de ilişkilendirir. Bu anlamda kişi başına gelir veya ülke millî hâsılasının ötesinde refah kavramına, gelir dağılımı ve gelir adaletine, orta sınıfın genişliğine vurgu yapılır. Böylece İktisat Sosyolojisi için kalkınmadan çok *gelişme kavramı* öne çıkar ve bu da *toplumsal gelişme* olarak anlaşılır.

Nihayet maddeler hâlinde verilecek olursa bu farklar şöylece özetlenebilir:

(1) İktisadi faaliyetin aktörünün birey veya toplum olarak alınması,
(2) İktisadi davranışın rasyonel veya duygusal-toplumsal olması,
(3) Rasyonalitenin tanımının her iki disiplinde farklı olması,
(4) İktisadi aktörün bireyci-çıkarcı veya toplumcu-diğergam olması,
(5) İktisadi faaliyetin bağımsız veya toplumla ilişkili olması,
(6) Kalkınma ve gelişme anlayışlarının farklı olması.

Bu kitap İktisat Sosyolojisi derslerinde eksikliği hissedilen konuların hepsini içeren bir ders materyali olmak umuduyla hazırlanmıştır. Bu anlamda içindekiler kısmında da görüleceği üzere, daha önceki sınırlı sayıdaki İktisat Sosyolojisi ders kitaplarının kapsamına ilave olarak bu kitapta kapitalizm, girişimcilik ve az gelişmişlik konusu dersin gündemine ilave edilmiştir. Bu ilave konularla birlikte kitabın, İktisat Sosyolojisi derslerinde daha tatminkâr bir eğitimin sunulabilmesine katkı yapacağı umulmaktadır.

Kitabın hazırlanmasında büyük emeği geçen bölüm yazarı hocalarımıza ve kitabın dizgi, mizanpaj süreçlerinin yürütülmesini ve nihayet basılmasını sağlayan Nobel Yayınlarına ve çalışanlarına teşekkür ederim. Eserin, öğrencilerimize daha verimli ve daha keyifli İktisat Sosyolojisi dersi almalarını sağlaması temennisiyle…

25.07.2020

Doç. Dr. Musa Yavuz ALPTEKİN

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

Trabzon/TÜRKİYE

YAZAR BİLGİLERİ

İKTİSAT VE TOPLUM
Prof. Dr. Taner Tatar - İnönü Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi,
Sosyoloji Bölümü Öğr. Üyesi

İKTİSAT SOSYOLOJİSİNİN DOĞUŞU İLK DÜŞÜNÜRLER, TEORİSYENLER ve TEMEL KAVRAMLAR
Prof. Dr. Neriman Açıkalın - Mersin Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi,
Sosyoloji Bölümü Öğr. Üyesi

KARL MARX'TA VE MARKSİZMDE İKTİSAT VE TOPLUM
Dr. Yonca Altındal - Balıkesir Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi,
Sosyoloji Bölümü Öğr. Üyesi

İKTİSAT, DİN VE TOPLUM İLİŞKİSİ: MAX WEBER ve WERNER SOMBART
Prof. Dr. Hüsniye Canbay Tatar - İnönü Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi,
Sosyoloji Bölümü Öğr. Üyesi

KAPİTALİZM VE TOPLUM
Doç. Dr. Musa Yavuz Alptekin - Karadeniz Teknik Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi
Sosyoloji Bölümü Öğr. Üyesi

GELİŞMENİN VE AZ GELİŞMİŞLİĞİN TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL ANALİZİ
Dr. İsmail Öz - Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi,
Sosyoloji Bölümü Öğr. Üyesi

ÇALIŞMANIN TARİHİ, EVRİMİ VE ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ
Prof. Dr. Veysel Bozkurt - İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Öğr. Üyesi

Dr. Öğr. Üyesi Uğur Dolgun - İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Öğretim Üyesi

KÜLTÜR VE GİRİŞİMCİLİK
Prof. Dr. Ömer Aytaç - Fırat Üniversitesi, İSBF, Sosyoloji Bölümü Öğr. Üyesi

Dr. Mevlüt Yılmaz - Fırat Üniversitesi, İSBF, Sosyoloji Bölümü Öğr. Üyesi.

TÜKETİM İDEOLOJİSİ VE TÜKETİM TOPLUMU
Prof. Dr. Yavuz Odabaşı - Anadolu Üniversitesi, İİBF Emekli Öğr. Üyesi

MODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜNDEN POSTMODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜNE TÜRK TÜKETİM KÜLTÜRÜ
Doç. Dr. İsmail Kitapçı - Pamukkale Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü Öğr. Üyesi

BİLGİ TOPLUMUNDA İKTİSADİ FAALİYET VE KÜLTÜR
Dr. Uğur Çağlak - Necmettin Erbakan Üniversitesi, SBBF,
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Öğr. Üyesi

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ ..... **iii**
YAZAR BİLGİLERİ ..... **vii**

İKTİSAT VE TOPLUM **1**
Taner Tatar

İKTİSAT VE İKTİSADÎ DAVRANIŞ 2
İktisat Nedir? 2
İktisat ve Sosyoloji İlişkisi 3
Birey ve Davranış 5
Bencil İnsan Modeli 7
Toplumsal Bir Varlık Olarak İnsanın Davranışı 7
Zihniyet 10
İktisadi Zihniyet 11
İktisadi Davranış 12
TOPLUM VE TÜRLERİ 16
Geleneksel-Modern Toplum Ayrımı 16
Modern-Postmodern Toplum Ayrımı 21
Tarım-Sanayi Toplumu Ayrımı 22
Tarım Toplumu 23
Sanayi Toplumu 25
Bilgi Toplumu/Sanayi Ötesi Toplum 28
Tüketim Toplumu 31
Kitle Toplumu 35
KAYNAKÇA 36

İKTİSAT SOSYOLOJİSİNİN DOĞUŞU: İLK DÜŞÜNÜRLER, TEORİSYENLER ve TEMEL KAVRAMLAR **41**
Neriman Açıkalın

İKTİSAT SOSYOLOJİNİN TANIMI 42
İKTİSAT SOSYOLOJİSİNİN KONUSU 43
İKTİSADİ LİBERALİZMİN TEMEL FELSEFESİ 44
Fizyokratlar 45
Klasik Okul 46

Neoklasik Okul 50
İKTİSAT BİLİMİ VE İKTİSAT SOSYOLOJİSİNİN YÖNTEMSEL FARKLILIKLARI 50
İKTİSAT SOSYOLOJİSİNİN TARİHÇESİ 52
İKTİSAT SOSYOLOJİSİNİN ORTAYA ÇIKIŞINDA
SOSYOLOJİ GELENEĞİNİN ETKİSİ 52
İKTİSAT SOSYOLOJİSİNİN BİR BİLİM DALI OLARAK ORTAYA ÇIKIŞI 53
Alman İktisat Sosyolojisi Geleneği (1890-1930) 55
Klasiklerden Sonra 67
İktisat Sosyolojisinde Amerikan Geleneği 73
Yeni İktisat Sosyolojisi 76
Kültür Sosyolojisinin İktisat Sosyolojisine Katkıları 78
Rasyonel Seçim Teorisi 82
Rasyonel Seçim Teorisine Yöneltilen Eleştiriler 83
KAYNAKÇA 85

KARL MARX'TA VE MARKSİZMDE İKTİSAT VE TOPLUM 89
Yonca Altındal

KARL MARX: HAYATI VE DÜŞÜNCELERİ 90
KARL MARX VE MARKSİZM'DE İKTİSAT VE TOPLUM İLİŞKİSİ 91
Sınıf 92
Emek 94
Meta 97
Metaların Fetişizmi 99
Şeyleşme 100
Neo-Marksizm 100
Post Marksizm 101
KAYNAKÇA 102

İKTİSAT, DİN VE TOPLUM İLİŞKİSİ: MAX WEBER ve WERNER SOMBART 105
Hüsniye Canbay Tatar

WEBER'DE İKTİSADÎ FAALİYET KAVRAMI 107
MODERN KAPİTALİST EKONOMİNİN AYIRT EDİCİ HÂKİM ÖZELLİĞİ:
RASYONELLEŞME 112
DİN-İKTİSAT İLİŞKİSİ VE "PROTESTAN AHLAKI": KAPİTALİZMİN RUHU 115
WEBER'E YÖNELİK ELEŞTİRİLER 121
BRAUDEL'İN FETİHÇİ AZINLIKLARI 125
SOMBART VE KAPİTALİST ZİHNİYETİN DİNİ: YAHUDİLİK 127
KAYNAKÇA 130

KAPİTALİZM ve TOPLUM 133
Musa Yavuz Alptekin

KAPİTALİZMİ HAZIRLAYAN TARİHSEL ŞARTLAR 135
FEODAL DÜZEN-FEODAL TOPLUM 136
FEODAL EKONOMİ 138
KAPİTALİZMİN FEODAL EKONOMİYE NİSPETLE
BELLİ BAŞLI KARAKTERİSTİKLERİ 141
KAPİTAL, KAPİTALİST VE KAPİTALİZM KAVRAMLARI 145
Kapital 145
Kapitalist 146
Kapitalizm 146
Piyasa (Pazar) Ekonomisi ve Kapitalizm 150
Kâr Olgusu ve Kapitalizm 151
Siyaset, Devlet ve Kapitalizm 152
KAYNAKÇA 155

GELİŞMENİN VE AZ GELİŞMİŞLİĞİN TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL ANALİZİ 157
İsmail Öz

COĞRAFYA YAKLAŞIMI 158
İbni Haldun 159
Montesquieu 160
Jared Diamond 161
KÜLTÜR YAKLAŞIMI 163
Arthur de Gobineau 164
Max Weber 166
CEHALET YAKLAŞIMI 167
Modernleşme Kuramı 168
Bağımlılık Kuramı 170
KAYNAKÇA 173

ÇALIŞMANIN TARİHİ, EVRİMİ VE ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ 175
Veysel Bozkurt - Uğur Dolgun

ÇALIŞMANIN ANLAMI 176
PRE-MODERN TOPLUMLARDA ÇALIŞMA 180
MODERN TOPLUMLARDA ÇALIŞMA VE ZİHNİYET DÖNÜŞÜMLERİ 185
ENDÜSTRİYEL DÖNÜŞÜM VE PROTESTAN ÇALIŞMA KÜLTÜRÜ 187
Püritanizmin Eleştirisi 192

Püritanizmin Düşüşü ve Hedonizmin Yükselişi 194
Post-Endüstriyel Dönüşüm, Püritenizm ve Yeni Çalışma Kültürü 195
Hedonizm, Tüketim Toplumu, Narsisizm ve Eleştirel Söylem..... 200
KAYNAKÇA..... 201

KÜLTÜR VE GİRİŞİMCİLİK 207
Ömer Aytaç – Mevlüt Yılmaz

KÜLTÜR KAVRAMI VE ÖNEMİ..... 209
GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI 210
KÜLTÜR VE GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ 212
KÜLTÜR, BENLİK VE GİRİŞİMCİLİK..... 215
GİRİŞİMCİLİK VE TOPLUMSAL/KÜLTÜREL HABİTUS..... 217
KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİĞE ETKİSİ: BELİRLEYİCİ DİNAMİKLER 220
Toplumsal Yapı 220
Aile..... 221
Eğitim 223
Din 223
KÜLTÜREL FARKLILIK NOSYONU VE GİRİŞİMCİLİK..... 225
KAYNAKÇA..... 229

TÜKETİM İDEOLOJİSİ ve TÜKETİM TOPLUMU 233
Yavuz Odabaşı

TÜKETİM TOPLUMUNUN İDEOLOJİSİ..... 234
TÜKETİM TOPLUMUNUN EVRİMİ 241
TÜKETİM TOPLUMUNUN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ 244
TÜKETİM TOPLUMUNUN BELİRGİN UNSURLARI 247
TÜKETİM TOPLUMUNUN GELECEĞİ..... 251
KAYNAKÇA..... 258

MODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜNDEN POSTMODERN TÜKETİM KÜLTÜRÜNE TÜRK TÜKETİM KÜLTÜRÜ..... 261
İsmail Kitapçı

TÜKETİM VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ: TÜKETİMİN FARKLI ANLAMLARI 262
TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE YAPAY İHTİYAÇLAR: KAPİTALİZMİN HAZ ODAKLI TÜKETİM ANLAYIŞI 263
TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN GENEL ÖZELLİKLERİ..... 265

TÜKETİM KÜLTÜRÜNE İLİŞKİN FARKLI DÜŞÜNÜRLERİN GÖRÜŞLERİ 266
Karl Marx'ın Yaklaşımı 267
Max Weber'in Yaklaşımı 267
Thorstein Veblen'in Yaklaşımı 267
Pierre Bourdieu'nun Yaklaşımı 268
Georg Simmel'in Yaklaşımı 268
Theodor Adorno'nun Yaklaşımı 268
Erich Fromm'un Yaklaşımı 269
Jean Baudrillard'ın Yaklaşımı 269
TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN GELİŞİM SÜRECİ 270
Modern Tüketim Kültürü 270
Post-Modern Tüketim Kültürü 272
Türk Tüketim Kültürü 276
Türkiye'deki Tüketim Kültürünün Oluşum Süreci 277
Gösterişçi Tüketimden Kültür Endüstrisine Postmodern Tüketim Kültürünün Türkiye'deki Yansımaları 286
Gösterişçi Tüketim ve Kültür Endüstrisinin Türkiye'deki Dini Hayat Üzerindeki Etkileri 288
Gösterişçi Tüketim ve Kültür Endüstrisinin Özel Günler Yoluyla Türk Tüketim Kültürüne Etkileri 291
Gösterişçi Tüketim ve Kültür Endüstrisinin Türkiye'deki Reklamlar, Televizyon Dizileri, Moda ve Markalar Üzerindeki Etkileri 294
Gösterişçi Tüketim ve Kültür Endüstrisinin Türkiye'deki AVM'ler Üzerindeki Etkileri 296
KAYNAKÇA 299

BİLGİ TOPLUMUNDA İKTİSADİ FAALİYET VE KÜLTÜR 303
Uğur Çağlak

BİLGİ TOPLUMU 305
Bilgi Toplumun Öncüsü Bilgi Teknolojisi 306
Bilgisayar Kullanımı ve Gelişimi 306
Bilgi Toplumunun Özellikleri 308
BİLGİ TOPLUMUNDA EKONOMİ VE KÜLTÜR 312
Genel Olarak Kültür 313
Ekonomik Alanın Kültürel Alana Etkisi 315
Kültürel Alanın Ekonomik Alana Etkisi 316
BİLGİ TOPLUMUNDA YENİ EKONOMİ VE YENİ EKONOMİK FAALİYETLER 317
Yeni Ekonomi ve Özellikleri 318
Sosyal ve Ekonomik Açıdan Yeni Ekonomi 323
KAYNAKÇA 327