

## ***Etkinlikler - Voyvoda Caddesi Toplantıları 2000-2001***

### **Ekonomik Hayatı Belirleyen Ekonomi Dışı Unsurlar: Türkiye’de Tüketim Kalıplarının Değişmesiyle ilgili Bir Çalışma**

#### **Prof. Dr. Ayşe Buğra**

Cumhuriyet döneminde Türkiye'nin geçirdiği kapitalist gelişme süreci, politik iktisatçılar tarafından pek çok yönden ve farklı bakış açılarından incelendi. Bu araştırmaları yönlendiren en önemli sorulardan biri, kuşkusuz Türkiye'deki sosyoekonomik dinamiklerin özgün niteliğiyle, onları gelişmiş Batı toplumlarında gözlemlenenlerden ayıran özelliklerle ilgiliydi. Bu soru, büyük ölçüde devlet-piyasa ikilemine atıfla ele alındı. Oysa, Türk ekonomisinin işleyişini, gelişmiş Batı ekonomilerinin işleyişinden ayıran belki de en önemli unsurlar, devlet müdahalesi ve piyasa ilişkilerinin dışında kalan ilişki biçimleri gibi görünüyor.

Sosyal antropologlar sözünü ettiğim durumun farkındaydılar ve bunu açıkça ortaya koyan pek çok çalışma yaptılar. Ama bu çalışmalar, politik iktisatçıların yaklaşımlarını pek etkilemedi.

Halbuki bu iki alan arasında bir köprü kurulması, özellikle bugün çok yararlı, hatta çok gerekli görünüyor.

Bu tür bir köprü kurulmasında çalışmalarından yararlanabileceğimiz en önemli düşünürlerden biri olan Karl Polanyi, farklı toplumlarda ekonominin toplumdaki yerini incelemek için bir formel çerçeve geliştirmiştir.

"Ekonominin toplumdaki yeri", belirli bir toplumda ekonominin işleyişini belirleyen kurumlar ve ilişki biçimleridir. Bu kuramların ve ilişki biçimlerinin anlaşılmasına yaptığı katkı da Polanyi'nin en önemli katkısıdır. Bu katkı, Polanyi'nin antropoloji çalışmalarından aldığı üç davranış ilkesini, modern toplumların incelenmesinde kullanmasına dayanıyor.

Sözünü ettiğim üç davranış ilkesi: Piyasa ilişkilerini belirleyen "değişim" ilkesi, devlet müdahalesini belirleyen "yeniden dağıtım" ilkesi ve kişisel nitelikli ilişkileri belirleyen "karşılıklık" ilkesidir.

Bu çerçeve içinde, gelişmiş batı ülkelerinde ekonomik faaliyeti anlamak için değişim ve yeniden dağıtım ilkelerine, piyasa ve devlet kurumlarına birlikte bakmak gerekirken, Türkiye'de karşılıklık ilkesinin merkezi önem kazandığı bir durum söz konusudur. Karşılıklık ilişkilerini, değişim ve yeniden dağıtım ilişkilerinden ayıran en önemli unsur, bu ilişkilerin enformel ve anonim olmayan nitelikleri; bunların, tarafların sosyal konumlarından kaynaklanan ve yazılı kurallara dayanmayan sorumluluklar, güven ve dayanışma bağları içermeleridir.

Birbirlerini tanıyan insanlar arasında kurulan bu tür ilişkilerin tipik örneklerini, aile, hemşehrilik, komşuluk dini ve etik cemaatler ve mafya tipi örgütlerde buluyoruz.

Karşılıklık ilişkileri, doğal olarak bu farklı topluluklar içinde farklı biçimler alabiliyorlar ama genel olarak, bu toplulukların hepsinin işleyiş mantığı ve metoforuna dayanıyor. Bu mantık, Türkiye ekonomisinde hakim bir konuma gelerek, piyasa ve devlet kurumlarının işleyişini de önemli bir biçimde etkiliyor.

#### **Ekonominin Türk Toplumundaki Yeri**

Ekonominin Türk toplumundaki yeriyle, gelişmiş batı toplumlarındaki yeri arasındaki bu temel fark, özellikle tüketim alanında açıkça görülebilir. Bunu söylerken, tüketimi, insanların içinde yaşadıkları topluma katılmak, bu toplumun bir parçası olmak için giriştikleri, çalışma hayatının dışında kalan faaliyetler olarak tanımlıyorum. Bu tanım doğrultusunda, tüketim faaliyetinin çerçevesi, toplum tarafından belirlenen ihtiyaçlar ve ihtiyaç karşılama biçimleri tarafından çiziliyor. Bu, piyasa ilişkileriyle sınırlı bir çerçeve değil. Devletin vatandaşlarına tanıdığı sosyal haklarla kişisel nitelikli ilişkiler de bireyin toplumsal konumunu belirlemekte etkili olabiliyorlar. Dolayısıyla belirli bir toplumun vatandaşı olmanın, bireyin ekonomik yaşamı açısından ne anlama geldiği, değişim, yeniden dağıtım ve karşılıklık ilkelerinin görece önemi ve etkileşim biçimlerine bakılarak anlaşılabilir. Benim savduğum tez bu. Bu tezi geliştirirken, konut ve dayanıklı tüketim malları sektörlerinde ortaya çıkan ihtiyaçları ve bu ihtiyaçları karşılama biçimlerini inceledim. Gelişmiş batı ekonomilerinin bu yüzyıldaki, özellikle de II. Dünya Savaşı sonrasındaki gelişme süreçlerinin belirlenmesinde büyük önem taşıyan bu sektörlerin gelişmesinde devlet, bütün batı toplumlarında çok önemli bir rol oynamış.

Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin bir projesi olarak modernizasyon projesi içinde de tüketim kalıplarının, özellikle ev hayatını tanımlayan tüketim kalıplarının değişmesi çok önemli. Fakat gelişmiş batı toplumlarında devlet, ihtiyaç karşılama biçimlerini piyasaya doğrudan müdahale ederek etkilerken, Türkiye'de bu tip doğrudan müdahaleye rastlamıyoruz. Batıda devletin piyasaya müdahale ettiği yerde, Türkiye'de karşılıklık ilişkileri devreye giriyor.

Bunun en açık ortaya çıktığı alanlardan biri, konut sektörü ve Türkiye'de bu sektörü tanımlayan gecekondu olgusudur. Ben, Türkiye'nin sosyoekonomik ve politik yapısını anlamakta en aydınlatıcı ipuçlarını burada bulduğumuzu düşünüyorum. Az önce tüketimi, insanların içinde yaşadıkları topluma katılma çabalarıyla ilgili bir faaliyet olarak tanımladım. Dolayısıyla, tüketim faaliyeti, hem bireyin katılmaya çalıştığı toplumun niteliğini, hem de farklı sosyal kesimlerin toplumdaki yerlerini yansıtan bir faaliyet. Bu, bazı alanlarda özellikle net bir biçimde ortaya çıkan bir olgu ve konutla ilgili tüketim faaliyetleri bu alanlardan belki de en önemlisi.

Nitekim, Cumhuriyet'in ilk dönemlerindeki modernizasyon çabaları içinde, "modern Türk evi" tartışmaları çok önemli bir yer tutuyor. Modern Türkiye Cumhuriyeti'ne özgü konut biçiminin ev mi, apartman dairesi mi olacağı, bu konut biçiminin geleneksel mimariyle ve batı mimarisine ilişkisi üzerine pek çok tartışma yapıyor.

Modern Türk evinin nasıl olması gerektiğini tarif etme çabaları sürerken, devletin de konut sektörüne bazı müdahalelerde bulunması gerektiği belirtiliyor. Nitekim, Ankara'da memurların oturduğu yeni mahallelerin inşasında planlı bir gelişme sağlanmaya çalışıldığını ve devletin bu doğrultuda önemli bir rol üstlendiğini biliyoruz. Ankara'daki memur kooperatifleri de Tek Parti Dönemi boyunca önemli sayıda memur konutu üretilmesine katkıda bulunuyorlar. Devletin bu rolünün, yalnızca memurların mesken ihtiyacını karşılamaya yönelik olmadığını, aynı zamanda örnek konut oluşturma çabaları içerdiğini de görebiliyoruz. Zaman zaman, bu yoldaki çabaların Ankara dışında, özellikle doğu illerine taşınmasına niyetlendiği de görülüyor.

Bu bağlamda, Recep Peker Hükümeti sırasında mesken meselesi ilk defa hükümet programına giriyor Hükümetin mesken sorununu ciddiye alması dönemin mimarlarını memnun etmekle birlikte, sorunun sadece memurlar için başka kesimler tarafından taklit edilmesi beklenen örnek konutlar inşa etmek şeklinde algılanmasından rahatsızlık duyuluyor. Bu mimarlardan bazılarının, batı ülkelerinde devletin konut sektöründe oynadığı rolün önemini kavradıkları ve bu rolü farklı yönleriyle tartıştıkları görülüyor. Ama Tek Parti Dönemi'nden çok partili döneme geçildikten sonra da sürüp giden bütün bu tartışmalar boyunca, Türkiye'de devletin hem sosyal konut üretimindeki rolü, hem de konut piyasasının yasal çerçevesini çizmek ve bu piyasayı düzenlemek için aldığı önlemler son derece kısıtlı kalıyor. Bunun örneklerini, Ankara'da Yenişehir imar projesinden başlayarak, Cumhuriyet dönemi boyunca konut politikasının ya da politikasızlığının aldığı biçimlerde açıkça görebiliyoruz. Bu açıdan, Jansen'in Yenişehir imar planını hazırlarken büyük bir alanın düşük gelirli kesimlerin konut ihtiyaçlarına cevap vermek üzere kamulaştırılmasını ve bu alandaki imar faaliyetlerinin merkezi denetim altında gerçekleştirilmesini ön gördüğünü ama bu önerilerin ciddiye alınmadığını hatırlamak önemli. Bu örnekler ve daha sonraki pek çok örnekte görüldüğü gibi, şehir yoksulları bu çok temel ihtiyacın karşılanmasında büyük ölçüde kendi başlarına bırakılmışlar.

Ama bu ihtiyaç, dünyanın her yerinde olduğu gibi, Türkiye'de de piyasa ilişkileri içinde çözülmemiş.

Türkiye'de bu sorunu çözmek için geliştirilen sosyal mekanizma, bildiğimiz gibi, gecekondular üzerine yapılmış çalışmalara toplu olarak baktığımız zaman, gecekondular olgusunu belirleyen çok önemli üç özellik ortaya çıkıyor. Bunlardan biri, gecekondular yaparak karşılanan konut ihtiyacında aile ve hemşehrilik ilişkilerini tanımlayan karşılıklılık ilkesinin önemi. İkincisi, gecekonduların kamuya ait topraklar üzerinde yapılması ve hem bu alandaki devlet mülkiyetinin önemine hem de özel mülkiyeti düzenleyen kuralların oturmamışlığına yaslanarak yaygınlaşması. Üçüncü özellik ise bu yaygınlaşmayla birlikte, gecekondular yapımını tanımlayan karşılıklılık ilişkilerinin, gecekonduların devlet arasındaki ilişkilere ve giderek formel konut sektörü içindeki ilişkilere de yayılması. Bu da bizi, konut tüketimi alanında Cumhuriyet dönemi Türk modernleşmesinin çok önemli bir çelişmesine götürüyor. Başka bir deyişle, devletin konut ihtiyacının karşılanmasını karşılıklılık ilişkilerine terk etmesi ve konut sektöründe kamu arazisini oy karşılığında gecekonduların devrederek oynadığı dolaylı rol sonucu, karşılıklılık ilkesinin, hem piyasa kurallarına göre işlediği düşünülen formel konut sektörünü, hem de yeniden dağıtım ilkesi çerçevesinde işlemesi gereken devlet müdahalesini belirlemeye başladığını görüyoruz.

### **Yeni Tartışılan İhtiyaçlar: Dayanıklı Tüketim Malları**

Tüketim kalıplarının değişmesinin modernleşme projesinin çok önemli bir boyutunu oluşturduğunu daha önceden belirtmiştim. Konut sektörünün yanı sıra, dayanıklı tüketim malları sektörü de, bunun net bir biçimde ortaya çıktığı alanlardan biri. Nitekim, Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde açıkça ifade edilen bir çağdaşlaşma misyonu yükselmiş olan çeşitli kadın dergilerinde, modern ev gereçlerinin çağdaş yaşamın vazgeçilmez ihtiyaçlarını oluşturduklarına dair tartışmalar yer alıyor. Mesela, 1947-69 yılları arasında haftalık olarak yayınlanan, daha sonra da aylık bir dergi olarak çıkmaya başlayan Kadın dergisinin çeşitli sayılarında, yeni ve kullanışlı ev aletlerinin kolaylıklarına dair haberler ve bu aletlerin mutlaka satın alınması yolunda öğütler yer alıyor. Oysa bu haberler ve öğütler o yılların ekonomik ortamı içinde, gerçek dışı fanteziler ya da Uğur Tanyeli'nin ifadesiyle, insanlara sunulan "çağdaş fetişler" olarak kalıyorlar. Bu fantezilerle gerçeklik arasındaki uçurumun büyüklüğünü görmek için elektrikleşmeyle ilgili birkaç istatistiğe göz atmak yeterli olabilir. 1944 yılında, 461 ilçe merkezinin sadece 123'ünün, 940 bucağın 21'inin, 35 bin 43 köyün 8'inin elektrikleştiğini görüyoruz.

Fantezinin en azından belirli kesimlerin gerçek koşullarına nispeten yaklaşması, ancak 1950'lerin sonunda Arçelik firmasının kurulup, 1959'da çamaşır makinesi, 1960'da buzdolabı üretmeye başlamasıyla gerçekleşiyor. Arçelik'in üretime geçtiği bu ilk yıllarda üretilen mallara sahip olabilen ev kadınlarının sayısı fevkalade kısıtlı görünüyor. Aşağı yukarı 28 milyon nüfuslu ülkede, 1959'da satılan çamaşır makinelerinin sayısı 2 binden az, 1960'da satılan buzdolaplarının sayısı ise 1.500'den az. Ancak, ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyinin düşüklüğüne ve 1960'lı yıllarda elektrikleşme ve akarsuya sahip olmayan hane sayısının hala çok yüksek olmasına rağmen, bu satış rakamlarının büyük bir hızla arttığını ve hem çamaşır makineleri ve buzdolaplarının, hem de Koç Grubu'nun daha sonraki yıllarda Arçelik, Beko ve Aspen gibi farklı markalarla üretmeye başladığı elektrik süpürgesi ve fırın gibi malların, kitle tüketim malları haline geldiklerini görüyoruz. Bu süreç içinde ikinci bir grup, Profilo Grubu da bu alanda üretim yapmaya başlıyor ve sektör, yakın zamana kadar tipik bir duopol özelliği taşıyarak geliyor.

Ama bu gelişmenin içinde yer aldığı koşullarla gelişmiş batı ülkelerindeki görünen kitle tüketiminin toplumsal çerçevesi birbirinden son derece farklı. Türkiye'nin ekonomik gelişme düzeyinin düşüklüğü dışında bu fark, büyük ölçüde, devletin ekonomideki rolüyle ilgili.

Batı toplumlarında devlet, özellikle iki alanda çok önemli bir rol oynuyor. Emek piyasasını düzenleyen önlemler kanalıyla istihdam ve gelir istikrarının sağlanması ve tüketici kredisi uygulamalarının yasal çerçevesini çizerek, tüketim malları piyasasına yapılan düzenleyici müdahaleler. Bunlar, doğrudan doğruya, yeniden dağıtım ilkesi doğrultusunda gerçekleşen ve bu ilke temelinde kitle tüketim piyasalarını oluşturan müdahaleler.

### **Piyasaların Oluşumunda Devletin Rolü**

Türkiye'de bu piyasaların oluşumunda hem devlet, hem de üreticiler batıda olduğundan çok farklı roller üstleniyorlar. Devletin bu alana yeniden dağıtım ilkesi temelindeki müdahalesi, korumacılık önlemleriyle tüketicileri dış rekabetten korumakla, yani tüketiciye değil, üreticiye yönelik bir önlemle sınırlı. İstihdam ve gelir politikasının ise batıda oynadığı rolü oynaması, çoğu tarım sektöründe bulunan bir küçük üreticiler toplumunda zaten imkansız. Ayrıca dayanıklı tüketim mallarının yerel üretimine geçilen 1960'lı yıllarda, bu malların fiyatlarının nispeten istikrarlı istihdam olanaklarına sahip ücretli ve maaşlı kesimin gelirlerine göre de çok yüksek oldukları görülüyor. Mesela, Arçelik'in ilk olarak 1960'da ürettiği buzdolabının fiyatı 4 bin 425 TL, bu bir maden işçisinin yıllık ücret geliri olan 3 bin 900 TL'nin üstünde, tekstil sektöründeki ortalama yıllık ücret geliri olan 4 bin 891 TL'nin ise ancak biraz altında. Aynı yıl, ticaret ve finans sektöründeki görece olarak epeyce yüksek ücretleri de kapsayan ortalama yıllık ücretler 5 bin 198 TL civarında. Daha da önemlisi, Türkiye'de tüketici kredisini düzenleyen önlemlerin, dayanıklı tüketim mallarının piyasasının oluşumunda hiç etkili olmamaları. Bu bağlamda, özellikle Koç Grubu'na bağlı üreticilerin, taksitle satışları düzenleyen modern tüketici kredisi mevzuatı ve kurumlarının gelişmesi için yoğun bir lobi faaliyeti sürdürdükleri görülüyor. Ama 1990'lara kadar bu faaliyetlerden ciddi bir sonuç alınmıyor.

Bunun yanı sıra, Türkiye'deki mevzuat yakın zamana kadar, batı ülkelerinde yüzyılın başından beri işleyen ve dayanıklı tüketim malları piyasalarının gelişmesinde büyük rol oynayan tüketici kredisini müesseselerinin oluşumuna imkan vermiyor. Oysa gelişmiş batı ülkelerinin tarihsel gelişmesi içinde ve özellikle Türkiye şartları içinde, etkin bir taksitle satış mekanizması, dayanıklı tüketim mallarının kullanımının yaygınlaşmasının olmazsa olmaz koşulunu oluşturuyor. Nitekim, Türkiye'de sektörün gelişmesini sağlayan da bu mekanizma olmuş. Ama söz konusu mekanizma devletin yeniden dağıtım ilkesi doğrultusunda yaptığı düzenleyici müdahalelerle değil, Türkiye'ye özgü son derece etkin bir kurum oluşturan bayi sistemi aracılığıyla işlerlik kazanmış. Başka bir deyişle, gelişmiş batı ülkelerinde devlet tarafından kurulan dayanıklı tüketim malları piyasaları Türkiye'de devlet müdahalesinden de, piyasadan da farklı prensiplere dayanan bayi ağlarınınca gerçekleşmiş.

Bu binlerce Arçelik ve Beko satıcısını kapsayan bayiler ağının dayandığı prensipler, karşılıklılık ilkesiyle bağdaşan, ama formel nitelikli yeniden dağıtım ve değişim ilkelere son derece yabancı, kişisel güven ve dayanışma prensipleridir. Bir yandan üreticilerle bayileri, bir yandan da bayilerle tüketicileri, "bir büyük aile gibi" birbirine bağlayan ilişkiler, bu prensipler temelinde, sistematik çabalarla oluşturulmuş, güçlendirilmiş ve korunmuştur. İçinde aile metaforunun sürekli kullanıldığı bu çabaları, ilk olarak, bayilerin çevrelerinde saygın ve güvenilir insanlar olarak temayüz etmiş, özetle çevrede herkesin bir "ağabey" olarak tanıdığı, sevdiği ve saydığı kişiler arasından seçilme süreci içinde bulunuyoruz. Daha sonra, üreticilerin, yerel denetim mekanizmalarıyla, bayilerin sadece ticari faaliyetlerini değil, özel hayatlarını ve üreticiye bağlılıklarını da gözetim altında tuttuklarını görüyoruz. Bunun yanı sıra üretici firmayla bayiler arasındaki güven ve dayanışma ilişkilerinin güçlendirilmesi için çeşitli yöntemler geliştiriliyor. Bununla ilgili olarak çeşitli bölgesel toplantıların dışında, her yıl "Arçelik ailesinden" yüzlerce bayiye aileleriyle birlikte bir araya getiren ve birkaç gün süren toplantılar düzenleniyor. Vehbi Koç'un ölümüne kadar bu toplantılardan hiçbirini kaçırmadığını, "aile babası" olarak her yıl bu güven ve dayanışma tazeleme toplantılarına katıldığını görüyoruz.

Bayi sisteminin Türkiye'deki dayanıklı tüketim malları piyasasında üstlendiği fonksiyonlara bakınca, güven ve dayanışmanın neden bu kadar önem kazandığı kolayca görülebilir. Bayilerin hem pazarlama, hem de finansman alanında üstlendikleri sorumluluk çok büyük. Taksitle satış uygulamaları tamamen bayi ile tüketici arasındaki güvene dayanıyor ve tüketicinin sözleşmeye uymamasından kaynaklanan riski, ilgili mevzuatın yetersizliği nedeniyle, bütünüyle bayi üstleniyor. Bu büyük risk sorumluluğunun yanı sıra, tüketim mallarının bir ihtiyaç olarak görülmesinde ve tüketicinin son derece esnek nitelikli ödeme planlarıyla bu ihtiyaç maddelerine sahip olabileceğine ikna edilmesinde de, bayiler çevreleriyle iyi ilişkilerini kullanarak büyük bir rol oynuyorlar. Bu sorumluluğu üstlenen güvenilir satıcılar bulmanın hiç kolay olmayışı ise iki üretici firma arasında önemli bir bayi rekabetine yol açıyor ve el altından anlaşmalarla diğer firmaların bayisini ayartma eğilimleri güçleniyor. Bu da sadakat konusunun önem kazanmasına yol açıyor.

Sadık bayilerle üretici arasındaki ilişki de esnek nitelikli bir güven ilişkisi. Bu ilişki içinde ödeme sıkıntısı çeken güvenilir bayilere çeşitli kolaylıklar gösterilebilir. Aynı şekilde, üretici firmaların ciddi zorluklarla karşılaştığı durumlarda, bayilerin üreticiyi desteklediklerini görüyoruz.

Bunun en açık örneği, 1970'li yılların ikinci yarısındaki yaygın grevler sırasında ciddi bir nakit krizine giren Arçelik'in, bu krizi bayilerden, grev sonucu mal verme taahhüdü dışında hiçbir teminat vermeksizin borç olarak atlatmasıdır. Grevlerin ne zaman ve hangi sonuçlarla biteceği, bu noktada şirketin ne durumda olacağı tamamen belirsiz olmasına rağmen, bayilerin üretici firmaya nakit desteği vermeyi kabullenmeleri, piyasa ilişkilerinin anlık ve anonim niteliği çerçevesinde hiç de kolay anlaşılır bir şey değil. Bu davranışın mantığı, ancak ilişkinin dayandığı aile dayanışması modeli doğrultusunda anlam kazanıyor.

Taksitle satış mevzuatının ne kadar yetersiz olduğu ve sistemin işleyişinin ne kadar yasal güvenceden yoksun olduğu düşünülürse, gerçekten de Türkiye'de bu kadar yaygın olan taksitle satış uygulamasının yalnızca piyasa ilişkileri çerçevesinde gelişemeyeceği kolayca görülebilir. Dolayısıyla aile metaforu etrafında yürüyen karşılıklı ilişkilerin bayi sisteminin ve dayanıklı tüketim malları piyasalarının işleyişinde ciddi bir yeri olduğu açıkça ortaya çıkıyor. Sonuç olarak, gelişmiş batı ülkelerinde konut ve dayanıklı tüketim malı piyasalarının oluşmasında devletin düzenleyici müdahalelerinin oynadığı rolü, Türkiye'de başka mekanizmaların, karşılıklılık ilkesine dayanan, kişisel ve enformel nitelikte güven ve dayanışma ilişkilerinin oynadığını görüyoruz. 1980'lerden sonra batıda yeni tüketim kalıplarının ortaya çıktığı ve bu kalıpların oluşum süreci içinde, tüketim alanında devlet müdahalesinin eski önemini kaybettiği öne sürülüyor.

Türkiye'de ise 1980'lerden sonra devletin hem konut, hem de dayanıklı tüketim malları alanındaki rolü daha sistemik ve kurallı bir müdahale biçimine doğru evriliyor ya da evrilmesine çalışılıyor.

Konut alanında, 1984'te bir yasa ile Toplu Konut ve Kamu Ortaklığı İdaresi'nin kurulması ve Toplu Konut Fonu'nun oluşturulması, devletin konut sorununa örgütlü ve formal bir yaklaşım geliştirme çabalarına işaret ediyor. Bu çabaların, hem gecekonduların hem de geleneksel olarak onların yerleştikleri şehir çevresi alanlarına kaymaya başlayan formal konut sektörünün spekülasyon amaçlarının çelmeye başladığı noktada ortaya çıktıklarını ve büyük ölçüde bu çelişkileri yansıttıklarını görebiliyoruz. Konut sektörünün geleneksel yapısı içinde, bu çelişen amaçlar, piyasa ilişkileri ve oy pazarlıkları ile savunuluyor. Dayanıklı tüketim malları sektöründe de taksitle satışlar, 1990'larda, tüketici kredisi düzenlemeleri ile ilk defa formal bir çerçeveye oturmaya başlıyor. 1994 Bankalar Kanunu değişikliğiyle tüketici kredisi kurumları oluşuyor ve Koç Finans faaliyete geçiyor. Ama bu modern tüketici kredisi kurumunun işleyişine baktığımız zaman, geride gene bayileri buluyoruz. Dolayısıyla, konut alanında da dayanıklı tüketim malları sektöründe de devletin düzenleyici müdahaleleri yılların oluşturduğu piyasa yapısını kısa vadede değiştirebilecek nitelikte görünmüyorlar. Gelecekteki muhtemel gelişmelerin yönünden bağımsız olarak, tüketimin en önemli iki alanından olan konut ve dayanıklı tüketim mallarında, Cumhuriyet dönemi gelişmelerini, karşılıklılık ilkesinin oynadığı belirleyici rolü göz ardı ederek, devlet ve piyasa ikilemi içinde anlamak imkansız.

Kanımcı karşılıklılık ilkesinin rolü, sadece bu iki sektörle ve sadece tüketim alanıyla sınırlı değil. Türkiye'nin sosyoekonomik ve politik dinamiklerini, karşılıklılık ilişkilerini içeren aile, hemşehrilik, komşuluk, etnik ve dini cemaatler ve mafya tipi örgütlenmelerin önemini dikkate almayan bir yaklaşımla anlamak imkansız görünüyor. Bu bağlamda, gecekondular ve bayi olgularını, çok önemli analitik ipuçları içeren olgular olarak görüyorum.

\* *Ayşe Buğra'nın Voyvoda Caddesi Toplantılarında katılımcılarla paylaştığı bu çalışmanın tamamı aşağıda adı geçen eserde yayınlanmıştır.*

*Bilanço 1923-1998: Türkiye Cumhuriyeti'nin 75 Yılına Toplu Bakış, Uluslararası Kongresi. Ankara 10-12 Aralık 1998, yay. haz. Zeynep Rona, İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, 1999. cilt 2, s.143-153.*