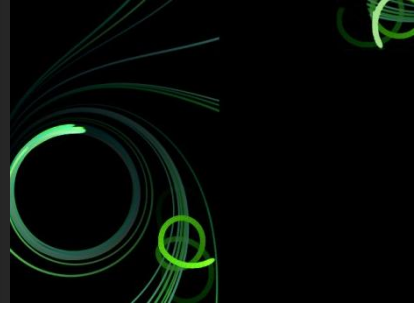


# Kavramlar



- Meta kavramını, insanlar tarafından **gereksinim duyulan ve kullanım değeri** taşıyan nesne olarak tanımlamak mümkündür.

# Kavramlar

- "Metalar, dünyaya, kullanım-değerleri ya da demir, keten bezi, buğday vb. gibi ticari mallar olarak gelirler. Bu, onların, sade, yalın, maddi biçimidir. Bununla birlikte, bunlar, yalnızca iki yanlı bir şey oldukları, hem yararlılığın nesnelere ve hem de değer taşıyıcıları oldukları için metadırlar. Birisi fiziksel ya da doğal biçim, birisi de değer-biçim olmak üzere, iki biçime sahip oldukları sürece, ancak meta olarak görünürler ya da meta biçimine bürünürler.“\*

# Kavramlar

- Nesnenin / ürünün / metanın *niteliksel değeri*, yani onun kullanım değeri ve bunun karşısında *niceliksel değeri*, yani değişim değeri vardır. Bunlar nesnede bir bütün halinde bulunur ya da öyle algılanır. Ancak metayı meta yapan onun **değişim değeridir**. Alınıp satılabilen bir şey olarak “**emek gücü**” de bir metadır ve işçinin metalaşması sürecinin temeli de buradadır.\*

# Kavramlar

- Meta olarak tanımlanan nesne, rastgele bir nesne olmaktan öte, ona değer veren insanın dikkatini çekmiş, onun duygu dünyasında yer etmiş, o insanın beğeni duygusu karşısında bir değer olarak ortaya çıkmış bir nesnedir. Bu durumda olan bir nesne, **satın alınmaya değer bir nesne** olarak, meta kavramı içinde incelenmeye değer hale gelmiştir.\*

# Kavramlar

- Meta kavramının temellenmesinde ana kural, elinde fazla miktarda meta olan insanın bu mala ihtiyacının olmaması ve elinde bu maldan bulunmayan bir başka insanının da bu mala ihtiyaç duymasıdır (Buğday: Çiftçi, un fabrikası, buğdayı alan market ya da fırın, un mamulü yapmak için un alan ya da doğrudan mamulün kendisini alan tüketici).
- Bu bağlamda meta, herhangi bir insan elindeki ekonomik açıdan değer ifade eden bir malın, başka bir insandaki yine ekonomik açıdan değer taşıyan bir başka mal ile değiş tokuşundan, yani ekonomik bir durumdan ortaya çıkar.
- İnsanın satın alma değeri yüklediği nesne yani meta için, satıcı, alıcı, üreten ve karşılığında verilmesi gereken değer yani paranın bir arada bulunması gerekir.

# Kavramlar

Bu bakış açısı ile bir nesnenin meta olarak ele alınabilmesi için;

1. Nesnenin insan açısından bir ihtiyaç olarak hissedilmesi,
2. İnsanın ihtiyaç olarak hissettiği o nesnenin aynı zamanda estetik bir görünüme sahip olması,
3. Estetik bir görünüme sahip olan nesnenin, ihtiyaç sahibi olan bireyin beğeni duygusuna hitap etmesi,
4. Estetik beğeni duygusuna hitap eden nesne ile karşılaşan bireyin, ekonomik açıdan o nesneyi satın alabilecek güce sahip olması gerekmektedir

# Kavramlar

- Meta kavramının modern toplum hayatına girmesiyle birlikte, meta üretimine ve tüketimine yön veren yeni meslek gurupları ortaya çıkmıştır. Bu meslek gurupları arasında endüstri mühendisliği, endüstri ürünleri tasarımı, grafik tasarımı, moda tasarımı, peyzaj mimarlığı, iç mimarlık, reklamcılık vb. ön plana çıkmaktadır. Bu meslekler bütünü insanların beğeni yargılarına hitap edecek ürünler üretmede baş rolü oynamaktadırlar.

# Kavramlar

- İnsanların günlük hayatta ihtiyaç duydukları (ya da duymadıkları) tüm metaların kullanışlı olmasının yanında, güzel de olması, tüketicilerde satın alma dürtüsü yaratacak denli estetik beğeni uyandırması, metanın sahip olduğu estetik değerin bir toplumsal statü simgesine dönüşmesi, kısacası, tüketim toplumunun teorideki ve pratikteki tüm işleyişi bu meslek guruplarının sorumluluğundadır.



# Kavramlar

- Modern toplum, kent yaşamı ve kitle kültürü gibi sanayi devriminin etkisiyle 20. yüzyıla birlikte gelişen kavramlar, kapitalist (sınırsız) üretim biçimi ve beraberinde gelişen “tüketim toplumu” gibi birbirleriyle güçlü neden-sonuç ilişkisi içersindeki olgular gündelik hayatta ihtiyaç duyduğumuz her türlü ticari metanın sahip olduğu kullanım değeri karşısında estetik değerinin giderek yükselmesine sebep olmuştur. Meta üretime ve tüketimine yön veren yeni meslek gurupları , metaları ticari birer ürün olarak ele almakta ve bu ürünleri hem estetik ve hem de kullanışlı olması açısından değerlendirmektedir.

# Kavramlar

- Özellikle ürün piyasasında, tüketimi artırma açısından ön plana çıkarılmakta olan **meta estetiği** olgusuyla birlikte, yeni piyasaya sürülen ticari ürünün görüntüsünde sürekli bir yenilenme ve değişim süreci amaçlanmakta ve toplum nezdinde bu ürünün yenisinin farklı olduğu imajı oluşturulmaktadır. Böylelikle, oluşturulan bu imaj sonucunda tüketim (ya da bireyin tüketme arzusu) körüklenmektedir.

# Meta estetiği

- **Meta estetiğinin** çıkış noktası Estetik, meta ve kapitalizm arasındaki karşılıklı ilgidir.
- Toplumu oluşturan bireylerin her birinin ilgi ve ihtiyaçları birbirinden farklıdır. Bireyler bu ilgiler doğrultusunda ihtiyaçlarını giderme yollarına başvurduklarında ihtiyaçların ekonomik ve estetik değerini göz ardı etmezler.

# Meta estetiği

- "Meta estetiği" ifadesinde, iki belirleme ortaya çıkar:
  1. Metanın , yani satın alacağım metanın güzelliği, bende duyusal olarak hoşuma giden veya haz uyandıran bir görünüşe sahip olması gerekir.
  2. Metada bulunan güzellik, değiş tokuş değerinin gerçekleşmesine hizmet etmeli; metaya bakan kimsede, sahip olma isteğini uyandıırıp, onu satın almaya özendirici olmalıdır. Kısaca metanın ekonomik değerini, anlamı güçlendirmelidir.

# Meta estetiği

- Metanın güzelliği; kendi başına ortaya konan bir güzellik değil, metanın ekonomik etkinlik içinde talep edilebilmesi için ortaya konan bir güzelliktir.

# Meta estetiği

- Bu durum, metayı üretenler tarafından, güzelliğin kullanılmasıdır.
- Metayı üretenler; metanın kullanılma objesi olabilmesi için estetik bir görünüŖe sahip olunması gerektiğini çok iyi bildiklerinden metanın estetik niteliğine önem veren endüstri tasarımı alanlarının çalışmalarına hız vermişlerdir.

# Meta estetiği

- Meta estetik bağlamında “estetik” olgusu; yenilik ve yaratmaya d6n6k bir amaç değil, tersine salt ekonomik ilginin gelişmesi için bir araçtır.
- Çoğunlukla da dış g6r6n6şten dolayı o nesneye olan ihtiyacın nasıl artırılacağı meta estetiğinin konusu içerisindedir.
- Metaya y6klenen estetik yenilikler belirli bir g6r6n6ř alanında değil, t6m g6r6n6ř alanlarında k6kten değişimleri dile getirir.

# Meta estetiği

- Metanın görünüşünün ekonomik değerini de artırdığı bir gerçektir. Üretici güçler de bundan yararlanmak istemekte ve metaya yeni şekiller vererek para kazanmak istemektedirler. Bunu da iki şekilde günlük hayatımızda görürüz:
- Birincisi yeni gereksinimler yaratarak, bunların karşılanması için yeni üretim objeleri ortaya çıkarmaktır; Bu durumda üretici güçler yeniliğe açık onu benimseyebilecek alıcıyı meydana getirmeyi amaçlar ; genç nesil buna örnek gösterilebilir.



# Meta estetiği

- İkinci olarak da ürünün kullanılma zamanını kısaltarak yeniden aranmasını sağlama ve görünüşte yeni tasarımlar meydana getirmedir.

# Kavramlar

- Meta estetiği kapitalist toplumdaki en etkili güçlerden biridir. Geleneksel ideolojik güçleri - din, eğitim ve sanat- dikkate alır ve onları bir noktaya kadar süzgeçten geçirir. Yeni medya ile bağlantısını kuran, belki de her gün milyonlarca insanın kollektif hayal gücünü belirleyen en etkin güçtür.