



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

**1990'LAR HOLLYWOOD SİNEMASINDA TÜKETİM TOPLUMU,  
ERKEKLİK KRİZİ VE ŞİDDET ELEŞTİRİSİ**

Ezgi SERTALP

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2015



1990'LAR HOLLYWOOD SİNEMASINDA TÜKETİM TOPLUMU, ERKEKLİK  
KRİZİ VE ŞİDDET ELEŞTİRİSİ

Ezgi SERTALP

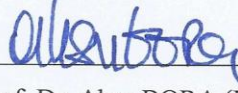
Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

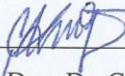
Ankara, 2015

## KABUL VE ONAY

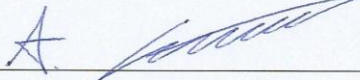
Ezgi SERTALP tarafından hazırlanan “1990’lar Hollywood Sinemasında Tüketim Toplumu, Erkeklik Krizi ve Şiddet Eleştirisi” başlıklı bu çalışma, 22.06.2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



Prof. Dr. Aksu BORA (Başkan)



Yrd. Doç. Dr. Çağla KARABAĞ SARI (Danışman)



Doç. Dr. Ahmet GÜRATA

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Yusuf ÇELİK

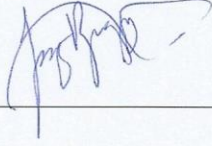
Enstitü Müdürü

## BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin 2 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

22.06.2015



Ezgi SERTALP

## TEŞEKKÜR

Çok kıymetli tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Çağla KARABAĞ SARI'ya gerek tez sürecinden önce derslerimde ve ödevlerimde bana yol göstererek beni yüreklendirdiği ve eksiklerimi daima yapıcı bir şekilde dile getirerek kendimi geliştirmemi sağladığı için, gerek ise tez yazım sürecinde gösterdiği sonsuz desteği, ilgisi, sabrı, değerli yardımları, yönlendirmeleri ve en önemlisi umutsuzluğa kapıldığım zamanlarda dahi bana olan inancı için çok teşekkür ederim. *Çağla Hocam, bu tezi siz olmadan yazamazdım.*

Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yüksek lisans eğitimim boyunca derslerde ve dersler dışında her zaman bana yardımcı olmaya çalışan, değerli bilgilerini ve deneyimlerini benimle paylaşan ve sorularımı hiçbir zaman cevapsız bırakmayarak desteklerini esirgemeyen tüm hocalarıma teşekkür ederim. *Bu tez, üç yıllık eğitimim süresince bana kattığınız her şeyin bir ürünüdür.*

Hayli yoğun ve zor geçen tez yazım süreci boyunca bana sonsuz anlayış gösteren ve sonu gelmeyen sızlanmalarımı dinleyen Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'nda çalışan mesai arkadaşlarıma teşekkür ederim. *Anlayışınız ve desteğiniz sayesinde bu sıkıntılı süreci daha rahat atlattım.*

Ankara'daki ailem Bengü SERTALP, Erol SERTALP, Şule SEZENER ve Kerem AGUN'a sevgilerini ve desteklerini esirgemeyerek her zaman yanımda oldukları için çok teşekkür ederim. *Yanımda olduğunuzu bilmek ve hissetmek benim için çok değerli.*

Birtanecik eşim Evren SERTALP'e hayatımı anlamlı kıldığı ve her zaman yüzümü güldürerek hayatıma neşe kattığı için sonsuz teşekkür ederim. *Varlığın karşıma çıkan tüm zorlukları aşmak için ihtiyaç duyduğum gücü sağlıyor; seninle her şey daha güzel, daha özel. İyi ki varsın, seni çok seviyorum.*

Canım annem Nükhet BUGEY ve babam Oktay BUGEY'e bugün olduğum her şey için ne kadar teşekkür etsem azdır. Tüm başarılarımın ve mutluluklarımın kaynağı olan aileme bana kattıkları, verdikleri her şey için ve her daim hissettirdikleri sonsuz güvenleri, inançları ve sevgileri için binlerce kez teşekkür ederim. *Benim ailem olduğunuz için çok şanslıyım; iyi ki varsınız, sizi çok seviyorum.*

## ÖZET

SERTALP, Ezgi. *1990'lar Hollywood Sinemasında Tüketim Toplumu, Erkeklik Krizi ve Şiddet Eleştirisi*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2015.

Bu çalışmada kültürel ürünlerdeki temsillerin incelenmesinin anlamlı ve değerli olduğu noktasından hareketle 1990'lar Hollywood sinemasından örneklem olarak seçilen *Dövüş Kulübü* (1999, Yön. David Fincher), *Amerikan Güzeli* (1999, Yön. Sam Mendes) ve *Truman Show* (1998, Yön. Peter Weir) filmleri, 1990'ların ekonomik, toplumsal ve politik gelişmeleri göz önünde bulundurularak tüketim toplumu, medya, erkeklik krizi ve şiddet temaları etrafında incelenmiş ve filmlerin söylemsel olarak ne derece eleştirel oldukları ve söz konusu eleştirilerin gelip dayandığı sınırların neler olduğu tartışılmıştır. Çalışmanın temel iddiası, örneklem alınan filmlerin tüketim toplumu, medya, erkeklik krizi ve şiddet gibi konularda eleştirel bakış açıları sundukları ve gerek kullandıkları eleştirel dil gerek ise biçimsel ve teknik özellikler bakımından klasik anlatı sinemasından farklılaştıkları ve “alternatif” olasılıklara göz kırptıkları; ancak bunun yanında kendilerinin de bir parçası olduğu ideolojik sınırların ve kapitalist ekonomik düzenin güvenli sığınaklarının tamamıyla dışına çıkamadıkları ve eleştirilerinin ancak belirli çerçeveler dâhilinde dile getirilebildiğidir. Bu bağlamda ilgili literatürün taranmasının ve kavramların kuramsal çerçevede tartışılmasının ardından filmlerin metin analizleri yapılmış, sinematografik unsurların anlamları üretmek/yeniden üretmek üzere nasıl kullanıldığı da incelemeye dâhil edilmiştir. Belirli bir tarihsel ve toplumsal bağlam içinde bahse konu temaların, her biri birer toplumsal ve politik inşa olan bu filmler aracılığıyla nasıl temsil edildiğini incelemenin egemen ve “alternatif” anlamların filmlerde nasıl yeniden üretildiğini ve dolaşıma sokulduğunu anlama çabasına katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Çalışmanın sonunda filmlerin anlatsal, biçimsel ve görsel analizleri Hollywood sinemasının bağlı olduğu ideolojik ve ticari kodları göz ardı edemediğini ve eleştirilerinin ticari kaygıların gelip dayandığı noktada son bulduğunu yahut geçersiz kılındığını göstermiştir. Yine de filmlerin meselelere yüzeysel dahi olsa değinmelerinin kendisinin de değerli olduğu düşünülmektedir. Zira filmlerin hâlihazırda egemen ideolojiyi onaylayan ve kalıplaşmış düşünce ve kavramları yeniden üreten çoğu ana akım film den bir nebze olsun ayrılarak en azından bireylerin bu meselelere ilişkin fikir

yürütmesi ve kalıplaşmış düşüncelerin yerinden oynatılması yolunda bir adım attıklarını söylemek mümkündür.

### **Anahtar Sözcükler**

Hollywood sineması, kimliğin toplumsal inşası, temsil, postmodernizm, tüketim toplumu, medya, erkeklik krizi, şiddet



## ABSTRACT

SERTALP, Ezgi. *Criticism of Consumer Society, Masculinity in Crisis and Violence in the 1990s Hollywood Cinema*, Master's Thesis, Ankara, 2015.

The present study aims to examine the 1990s Hollywood movies *Fight Club* (1999, Dir. David Fincher), *American Beauty* (1999, Dir. Sam Mendes) and *Truman Show* (1998, Dir. Peter Weir) over the themes of consumer society, media, masculinity in crisis and violence in light of the economic, social and political developments in the 1990s based on the consideration that the analysis of the representations in cultural products is significant and valuable, and to discuss how critical the movies are and what the boundaries are in their criticism. The main argument of the study is that the movies analyzed within the study do offer a critical point of view regarding consumer society, media, masculinity in crisis and violence and differentiate themselves from the classical narrative cinema in terms of the critical language they use and the stylistic and technical features they have, and thus they wink at the “alternative” opportunities; however, they fail to cross the ideological boundaries and leave the safe shelters offered by the capitalist economic system, and the criticism can only be expressed within certain boundaries. Therefore, the present study first reviews the relevant literature and analyzes the themes within the theoretical framework, and then it conducts the film analyses including the use of cinematography in order to produce/reproduce meaning. The writer of the present study considers that analyzing how the above-mentioned themes are represented through the films, each is a political and social construction, within a historical and social context is significant in that it contributes to understanding of how dominant and “alternative” meanings are reproduced and transmitted in these films. The study concludes that the Hollywood cinema fails to ignore the economic and ideological codes it depends and the criticisms end or become invalid once faced with commercial concerns. However, the movies are considered significant in that they address the above-mentioned issues even on superficial grounds. The movies are determined to at least differentiate themselves from many mainstream movies confirming the dominant ideology and reproduce stereotyped concepts and values, and to take a step towards enabling the viewers to think about these issues and towards shaking the foundations of stereotyped thoughts.

**Key Words**

Hollywood cinema, social construction of identity, representation, postmodernism, consumer society, media, masculinity in crisis, violence

## İÇİNDEKİLER

<b>KABUL VE ONAY</b> .....	<b>i</b>
<b>BİLDİRİM</b> .....	<b>ii</b>
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>viii</b>
<b>RESİMLER DİZİNİ</b> .....	<b>x</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>1. BÖLÜM: KÜRESEL HOLLYWOOD VE HOŞNUTSUZLUKLARI</b> .....	<b>5</b>
1.1. STÜDYO SİSTEMİ AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİNİN YÜKSELİŞİ VE KLASİK HOLLYWOOD SİNEMASI .....	6
1.2. SAVAŞ SONRASI KÜRESELLEŞME VE YENİ HOLLYWOOD SİNEMASI.....	11
<b>2. BÖLÜM: 1990’LAR HOLLYWOOD SİNEMASINDA ELEŞTİREL FİLMER: TÜKETİM TOPLUMU, ERKEKLİK KRİZİ VE ŞİDDET</b> .....	<b>18</b>
2.1. 1990’LAR AMERİKA’SINA SOSYO-EKONOMİK VE POLİTİK BİR BAKIŞ.....	19
2.2. KAPİTALİZM, POSTMODERNİZM VE TÜKETİM TOPLUMU .....	24
2.2.1. Kapitalist Üretim ve Tüketim: Ekonomik Bir Kavram Olarak “Tüketim”.....	24
2.2.2. Postmodernizme Doğru: Tanımlar, Temsil ve Gerçeklik, Postmodern Kimlikler .....	28
2.2.2.1. Modernizmden Postmodernizme: Bir Kopuş Mu Yoksa Bir Devamlılık Mı? .....	28
2.2.2.2. Postmodernist Temsiller: Gerçekliğe Dokunuyor Mu yoksa Artık Gerçeklik Yok Mu?.....	31

2.2.2.3.	Postmodern Kimliğin Bunalımı: Bana Nasıl Göründüğünü Söyle, Sana Kim Olduğunu Söyleyeyim.....	34
2.2.3.	Tüketim Kültürü ve Tüketim Toplumu.....	36
2.2.3.1.	Uygarlık ve Hoşnutsuzlukları: Freud'dan Marcuse'ye Bir "Uygar" Toplum Analizi.....	36
2.2.3.2.	Sosyal, Kültürel ve Psikolojik Bir Kavram Olarak "Tüketim".....	45
2.2.3.3.	Tüketim Toplumu Bağlamında Erkeklik Krizi ve Erkekliğin İspatı Olarak Şiddet Kavramı.....	60
2.3.	TÜKETİM TOPLUMU, ŞİDDET VE ERKEKLİK KRİZİ BAĞLAMINDA 1990'LAR HOLLYWOOD SİNEMASI: <i>DÖVÜŞ KULÜBÜ</i> , <i>AMERİKAN GÜZELİ</i> VE <i>TRUMAN SHOW</i> .....	71
2.3.1.	Parçalanmış Filmler, Parçalanmış Benlikler, Parçalanmış Hayatlar.....	74
2.3.2.	Benliğin Kurulması ve Kimliğin İnşasında Tüketim Toplumu ve Medyanın Rolü.....	92
2.3.3.	Erkeklik Krizi ve Erkekliğin İspatı Olarak Şiddet Kavramı .....	118
2.3.4.	Genel Değerlendirme .....	143
	<b>SONUÇ.....</b>	<b>147</b>
	<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>156</b>
	<b>EK 1: ÖRNEKLEMİ OLUŞTURAN FİMLERİN KÜNYELERİ.....</b>	<b>163</b>
	<b>EK 2: TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU.....</b>	<b>164</b>
	<b>EK 3: ETİK KURUL İZİN MUAFİYET FORMU.....</b>	<b>165</b>

## RESİMLER DİZİNİ

- Resim 1. Açılış sekansındaki zayıf ışık ve aydınlatma ile koyu ve soluk renkler filmin başının aslında filmin sonu olması ile ilintilidir. ....76
- Resim 2. Tyler ortaya çıkmadan önce Anlatıcı'nın hayatının monotonluğu ve sıradanlığı, gerçeğe yakın bir ışık ve aydınlatma ile gri ağırlıklı tekdüze renkler aracılığıyla anlatılmıştır. ....76
- Resim 3. Tyler'in saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirmediği ilk sahne. ....77
- Resim 4. Tyler'in saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirmediği ikinci sahne. ...78
- Resim 5. Tyler'in saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirmediği üçüncü sahne. 78
- Resim 6. Tyler'in saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirmediği son sahne. ....78
- Resim 7. Tyler'in kameraya dönerek doğrudan izleyici ile konuşmaya başladığı ve kameranin hızlı bir şekilde sağa sola sallandığı sahne. ....80
- Resim 8. Anlatıcı'nın izleyicilere dönerek Tyler hakkında bilgi vermeye başladığı sahne filmde yabancılaştırıcı bir unsur olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. ....81
- Resim 9. Anlatıcı'nın filmin öykü dünyasından bağımsız bir unsurmuşçasına izleyici ile konuştuğu sahnede Tyler'in onun sözlerine cevap verircesine ekranın sağ üst köşesini göstermesi yine yabancılaştırıcı bir unsur olarak kullanılmıştır. ....82
- Resim 10. Lester'in müşterisiyle konuşurken yüzündeki yapmacık ifade ve işinden duyduğu memnuniyetsizlik masa başı işinde çalışan bireylerin durumunu örnekler niteliktedir. ....84
- Resim 11. Lester'in önündeki bilgisayar ekranına düşmüş yansıması ve o esnada ekranda birkaç sütun halinde akan rakamlar Lester'ı hapseden demir parmaklıkmış gibi görünür. Bu görüntüyle karakterin çaresizliği, içine kapanıklığı, sıkışmışlığı, yabancılaşmışlığı ve yalnızlığı anlatılmak istenmiştir. ....85
- Resim 12. Film boyunca Lester'in devamlı olarak kapalı çerçeveler içinde ve çerçevenin kenarında veya altında parçalanmış bir benlik olarak gösterildiği sahneler. ....85
- Resim 13. Truman'ı çeken gizli kameranin objektifinin görünür olduğu sahneler. ....90
- Resim 14. Filmde kullanılan *Starbucks* bardakları ve çöp kutusundaki markalaşmış gıda ambalajları, tüketim toplumuna gönderme yapmak amacıyla bilinçli olarak kullanılmış gönderenlerdir. ....93
- Resim 15. CGI tekniği kullanılarak oluşturulmuş görüntülerin birleştirilmesiyle izleyici Anlatıcı'nın evini adeta bir IKEA kataloğuna bakıyormuşçasına gezmektedir. ....94
- Resim 16. Tyler'in "süslü" bir erkek bedeninin nesneleştirildiği bir Gucci reklam panosunu eleştirirken film boyunca Brad Pitt'in bedeninin tüm çıplaklığı ile sergilenmesi filmin paradoksal biçimde tüketim toplumunun kalelerini görsel olarak yeniden inşa ettiğini göstermektedir. ....97

- Resim 17. Lester’in sokağını tanıtırken görülen birbirinin aynı evler ve sokaklar, adeta daha başından tüketim toplumunun aynılaştırdığı bireyleri ve standartlaştırdığı yaşamları göstermektedir. ....105
- Resim 18. İzleyici Carolyn hakkında ilk kez bu sahnede fikir sahibi olurken bir yandan da filmin önemli sembollerinden Amerikan Güzeli gülleri ile ilk kez karşılaşmaktadır. 105
- Resim 19. Amerikan Güzeli filminin hemen her sahnesinde Amerikan bayrağının renkleri olan mavi, kırmızı ve beyaz renklerinin kullanımı, tüketimci Amerikan toplumuna vurgu yapması açısından son derece önemlidir. .... 107
- Resim 20. Truman Show, canlı yayında olduğundan bihaber Truman’ın banyo aynasında kendine bakarken kendisini yakın plan çeken bir gizli kameranın ekranındaki görüntüsü ile başlar. ....109
- Resim 21. Truman Show programının televizyonda yayımlanan 30. yıl tanıtımından kareler. ....111
- Resim 22. Programın tüm gelirleri ürün yerleştirmelerden sağlanmakta, programda hiç reklam kullanılmamaktadır. ....113
- Resim 23. “Omuz Omuza Erkekçe” gruba katılan erkekler birbirlerini kendileri de buna inanmak istermişçesine “Biz hala erkeğiz.” diyerek teselli etmektedir. ....119
- Resim 24. Anlatıcı’nın Bob’un “kadınsı memeleri”nde (*bitch tits*) huzur bulduğu an. ..120
- Resim 25. Çerçeve içi konumlandırma ve kamera açıları ile odadaki güç ilişkilerini görsel olarak aktarılmıştır. ....125
- Resim 26. Lester’in aile içindeki değişen konumu, çerçeveleme ve mizansen unsurları ile izleyicilere görsel olarak da aktarılmaya çalışılmıştır. ....127
- Resim 27. Albay’ın evinin penceresinden gizlice Lester ve Ricky’i gözetlediği ve gördüklerini yanlış yorumladığı sahne. ....129
- Resim 28. Lester’in öldürüldüğü sahne, Amerikan Güzeli güllerinin ve kırmızı rengin sembolik kullanımı göstermesi açısından önemlidir. .... 131

## GİRİŞ

Hollywood sineması gerek ekonomik gerekse içerik ve biçime dair özellikler bakımından dünya çapındaki egemenliğini korumaktadır. 1990'lar Hollywood sineması ise, bir yandan tüketim toplumu ve medya eleştirisi, erkeklik krizi, şiddet gibi temalarla eleştirel bir perspektif sunan öte yandan çok sayıda izleyiciye ulaşarak dünya çapında popüler olmuş ve ticari başarı elde etmiş filmlerle dikkat çekmektedir. Özellikle 1990'ları karakterize eden ekonomik, toplumsal ve politik gelişmelerle beraber düşünüldüğünde, bu filmlerin hem kültürel ürünler olarak dönemin koşullarını, sosyo-ekonomik yapısını ve politik atmosferini okuyabilmek için veri sunmaları hem de kendileri bütün bu değerlere ve durumlara ilişkin içerdiği ve oluşturduğu temsiller aracılığıyla toplumu değiştirme ve dönüştürme ya da en azından bazı anlamları dolaşıma sokma gücüne sahip olmaları nedeniyle önem teşkil ettiği düşünülmektedir.

Kültürel ürünlerdeki temsillerin incelenmesinin anlamlı ve değerli olduğu noktasından hareketle bu çalışmada 1990'lar Hollywood sinemasından örneklem olarak seçilen *Dövüş Kulübü* (1999, Yön. David Fincher), *Amerikan Güzeli* (1999, Yön. Sam Mendes) ve *Truman Show* (1998, Yön. Peter Weir) filmleri yukarıda da anılan tüketim toplumu ve medya eleştirisi, erkeklik krizi ve şiddet temaları etrafında incelenecek ve filmlerin söylemsel olarak ne derece eleştirel oldukları ve söz konusu eleştirilerin gelip dayandığı sınırların neler olduğu tartışılacaktır. Çalışmanın temel iddiası, örneklem alınan filmlerin tüketim toplumu, medya, erkeklik krizi ve şiddet gibi konularda eleştirel bakış açıları sundukları ve gerek kullandıkları eleştirel dil gerek ise biçimsel ve teknik özellikler bakımından klasik anlatı sinemasından farklılaştıkları ve “alternatif” olasılıklara göz kırptıkları; ancak bunun yanında kendilerinin de bir parçası olduğu ideolojik sınırların ve kapitalist ekonomik düzenin güvenli sığınaklarının tamamıyla dışına çıkamadıkları ve eleştirilerinin ancak belirli çerçeveler dâhilinde dile getirilebildiğidir.

Bu doğrultuda çalışmada örneklem olarak seçilen üç film, üretildikleri dönem olan 1990'ların ekonomik, toplumsal ve politik gelişmeleri de göz önünde bulundurularak çalışmanın kilit kavramlarını oluşturan tüketim toplumu, medya, erkeklik krizi ve şiddet temaları üzerinden ilgili kuramsal çerçeve ışığında incelenecektir. Tüketim toplumu ve medya, erkeklik krizi ve şiddet temalarına ilişkin literatürün taranması ve bu kavramların

kuramsal çerçevede tartışılmasının ardından filmlerin metin analizi yapılacak, sinematografik unsurların anlamları üretmek/yeniden üretmek üzere nasıl kullanıldığı da incelemeye dâhil edilecektir.

Çalışma, sinemanın mevcut temsilleri olumlayarak veya yıkarak ya da temsiller inşa ederek bireylerin alışkanlıklarına, düşüncelerine, inançlarına, benliklerine ve kimliklerine, kısacası yaşamlarının hemen her alanına etki etme gücü ve rolünden yola çıkarak, filmlerde yer verilen anlatıların, söylemlerin ve temsillerin bireyleri doğrudan olmasa dahi dolaylı olarak değiştirebileceği ve dönüştürebileceği yolundaki düşüncesi nedeniyle anlamlı ve önemli kabul edilmektedir. Zira Michael Ryan ve Douglas Kellner'ın *Politik Kamera: Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası* (2010: 408) adlı eserlerinde belirttikleri gibi “düşünce, algı ve davranışlar kalıplarını belirleyen (...) insanların dünyayı yaşantılamasına aracılık eden başat biçim ve tarzlar, yani temsillerdir.”. Dolayısıyla, özellikle Hollywood sinemasının egemen anlamların daha baskın olduğu politik bir mücadele alanı olduğu düşünüldüğünde, sinemanın toplumsal temsiller aracılığıyla bireylerin gerçeklik algılarına ve bu gerçeklik içinde benliklerini kurarken ve kimliklerini inşa ederken benimseyecekleri değerlere, kavramlara ve olgulara etki ettiği görülmektedir. Bu durum ise, içerik, imge ve işaretler aracılığıyla dolaylı bir toplumsal gerçeklik inşasına neden olmakta ve bireylerin nasıl düşünmesi, nasıl eylemesi ve nasıl varlık göstermesi gerektiği yönünde bir algı meydana getirmektedir. Belirli bir tarihsel ve toplumsal bağlam içinde bahse konu temaların, her biri birer toplumsal ve politik inşa olan bu filmler aracılığıyla nasıl temsil edildiğini incelemenin egemen ve “alternatif” anlamların filmlerde nasıl yeniden üretildiğini ve dolaşıma sokulduğunu anlama çabasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bunun için çalışmanın birinci bölümünde genel hatlarıyla Hollywood sinemasının hem küresel bir endüstri hem de anlam üreten/yeniden üreten bir mekanizma haline gelmesi tarihsel süreç içinde anlatılacak, böylece kullandığı araçlar ve temsiller aracılığıyla hâkim kurum ve değerleri meşrulaştıran ve ideolojileri empoze eden Hollywood sinemasının günümüz sosyo-ekonomik koşullarındaki konumu ve sahip olduğu gücün nedenleri anlaşılmasına çalışılacaktır. Bu bağlamda Klasik Hollywood Sineması'ndan Yeni Hollywood sinemasına doğru gelişen süreç toplumsal ve politik gelişmelerin ışığında



incelenerek Hollywood'un küresel bir endüstri ve anlam üretim mekanizmasına dönüşme süreci ele alınacaktır.

Çalışmanın ikinci bölümünde 1990'lar Hollywood sineması masaya yatırılacak ve 1990'lar Amerika'sının toplumsal, politik ve kültürel gelişmeleri göz önünde bulundurularak çalışma için temel teşkil eden kapitalizm, postmodernizm ve tüketim toplumu kavram ve kuramları ayrıntılı olarak tartışılacaktır. Çalışma için gerekli olan toplumsal, ekonomik ve politik altyapının incelenmesinin, çalışmanın örnekleme olarak 1990'lar Hollywood sinemasının gerek gişede gerekse eleştirilenler ve izleyiciler arasında ses getirmiş filmleri arasından seçilen üç filmin eleştirel bir bakış açısı ile analizlerinden önce üretildikleri dönemin doğru bir şekilde anlaşılması ve değerlendirilmesi için değerli ve gerekli olduğu düşüncesinden hareketle çalışmanın kavramsal ve kuramsal zemini oluşturulacaktır. Bu bölümde incelenecek olan kapitalizm, postmodernizm ve tüketim toplumu kavramlarının, örneklem olarak seçilen filmlerin analizine olanak sağlaması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda kapitalizmin yalnızca ekonomik bir kavram olarak değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve politik bir sistem olarak da düşünülmesi ve tartışılması gerektiği noktasından hareketle tüketim kavramının da ekonomik bir kavram olmanın yanı sıra sosyal, kültürel ve psikolojik bir kavram haline geliş süreci incelenecek ve modernizm-postmodernizm diyalektiği ele alınacaktır. Postmodernizme geçiş sürecinin anlamlandırılması ve konumlandırılması ile birlikte çalışmanın temel kavramlarından biri olan tüketim toplumunun kapsamlı bir analizi ve eleştirisi için gerekli olan kavramsal ve kuramsal zemin hazırlanmış olacaktır.

Çalışmanın ikinci bölümü, tüketim kültürü ve tüketim toplumu tartışması ile devam edecek ve ekonomik bir kavram olan tüketimin nasıl sosyal, kültürel ve psikolojik bir kavram haline geldiği üzerinde durulacaktır. Bunun için ise tüketim toplumuna temel teşkil eden Freud ve Marcuse'nin uygar birey ve uygar toplum tartışmalarına yer verilecek, böylece tüketim toplumu tartışmaları içi hayli yararlı olacak sosyolojik ve psikolojik zemin oluşturulacaktır. Uygar bir toplumun bireylerin benlikleri üzerindeki toplumsal ve psikolojik etkilerine yer verilmesinin ardından çalışmanın sonraki kısmında sosyal, kültürel ve psikolojik bir kavram olarak tüketim kavramı incelenecek ve tüketimin nasıl bireylerin benliklerini kurdukları ve kimliklerini inşa ettikleri bir kavram haline

geldiğine değinilecektir. Bu noktada tüketim kavramı özne, kimlik, yabancılaşma, arzu ve sembol kavramları ile birlikte tartışılacak ve tüketim toplumunun varlığı ve devamlılığı için oldukça önemli bir kavram olan arzunun bilinçdışı süreçlerle ve konumlandırmalarla nasıl inşa edildiğinin anlaşılabilmesi için psikanalizin kavram ve kuramlarından yararlanılacaktır. Arzular, kimliğin inşası, tüketim malları yani metalar, imgeler ve semboller arasındaki karşılıklı ilişkinin kurulmasının ardından ise kitle iletişim araçları ve reklamların tüketimde oynadığı rollere değinilecektir.

*Dövüş Kulübü, Amerikan Güzeli ve Truman Show* filmlerinin analizlerine geçmeden önceki son kısımda ise çalışmanın bir diğer inceleme alanı olan tüketim toplumu bağlamında erkeklik krizi ve erkekliğin ispatı olarak şiddet konuları ele alınacak ve 1960'lardan itibaren Amerika'da gerçekleşen sosyo-kültürel değişimlerin ve ilerleyen yıllarda etkisini giderek arttıran tüketim kültürünün erkeklik krizinin ortaya çıkmasına etkileri değerlendirilecektir. Erkeklik krizinin nedenlerine ve sonuçlarına ilişkin yürütülen bu tartışmaların ardından şiddetin erkeklerin erkekliklerini ispat etmek için başvurdukları en önemli araçlardan biri olduğu hususuna değinilecek ve şiddetin altında yatan asıl nedenler tartışılacaktır. Bütün bu kavram ve kuramların incelenmesi ve tartışılmasının ardından ise bahse konu filmler bu bilgiler ışığında analiz edilecek, analizlerde anlamın görsel ve teknik olarak nasıl kurulduğunu anlamak için kamera açıları ve hareketleri, ışık ve aydınlatma, renk, ses ve görsel efekt kullanımı gibi sinematografik unsurlardan da yararlanılacaktır. Analizlerin ardından ise filmlerin çalışmanın iddiası doğrultusunda ne derece eleştirel olabildikleri ve eleştirilerinin gelip dayandığı sınırlar genel değerlendirme başlığı altında kısaca değerlendirilerek genel bir sonuca varılmaya çalışılacaktır.

## 1. BÖLÜM

### KÜRESEL HOLLYWOOD VE HOŞNUTSUZLUKLARI

*Eğer Amerikan sinema dünyasını kontrol edebilseydim, tüm dünyaya komünizmi yaymak için başkaca hiçbir şeye ihtiyacım olmazdı.*

Stalin<sup>1</sup>

Michael Ryan ve Douglas Kellner, *Politik Kamera: Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası* (2010: 13,17) adlı kitaplarında, Hollywood sinemasının toplumsal enerjileri harekete geçirmede giderek daha da önem kazanmakta olduğunu ve Hollywood'un, kullandığı araçlar ve temsiller aracılığıyla hâkim kurum ve değerleri meşrulaştırma ve ideolojileri empoze etme amacı taşıdığını belirtirler. Hollywood sinemasının hem bir endüstri hem de anlam üreten/yeniden üreten bir mekanizma olarak günümüz sosyo-ekonomik koşullarındaki konumu ve sahip olduğu güç göz önüne alındığında, bu ifadenin geçerliliğini koruduğunu söylemek mümkündür. Sinemanın toplumu, bireyleri, toplumsal cinsiyeti, ırkı, cinselliği, siyaseti, ideolojiyi, sanatı, iyiyi, kötüyü, kısacası insanı ve insanlığa dair her şeyi hangi bağlam çerçevesinde ve ne şekilde temsil ettiği sorunu, tüm bunların 'gerçek hayatta' algılanış, deneyimleniş ve yaşanış biçimlerine açıkça etki etmektedir. Bir başka şekilde, Hollywood bir yandan verili egemenlik ilişkilerinden beslenirken, öte yandan insanların anlam çerçevelerine girdi sağlayan bir mekanizma olarak da işlemekte, egemen anlamların yeniden üretiminde hayati bir rol oynamaktadır. Ancak egemenliğin sabit ve verili olmaması, içinde çatlaklar ve çelişkiler barındırması ve karşıt güçlerin ve söylemlerin mücadelesinin her zaman devam etmesi nedeniyle Hollywood sinemasını da bir mücadele alanı olarak görmek mümkündür. Ne var ki bu mücadelede baskın anlamlar, güçlü söylemler ve hâkim ideolojiler daima avantajlı bir konumdadır. Bu bağlamda, başlangıcından itibaren Hollywood'un küresel bir anlam üretim mekanizmasına dönüştüren sürece tarihsel olarak bakmakta yarar vardır.

---

<sup>1</sup> Aktaran: Miller ve arkadaşları, 2012: 9.

## 1.1. STÜDYO SİSTEMİ AMERİKAN FİLM ENDÜSTRİSİNİN YÜKSELİŞİ VE KLASİK HOLLYWOOD SİNEMASI

Sinemanın ortaya çıkış ve gelişme serüvenine bakıldığında, birçok farklı icadın, ihtiyacın ve girişimin bugünkü anlamıyla sinemanın doğuşuna etki ettiği görülmektedir. Sinemanın tarihi gelişiminin incelenmesi bu çalışmanın kapsamına girmemekle beraber, onun ilk kez ticari bir eylem olarak duyumsanmasına ve kullanılmasına yol açan gelişmelere çok kısaca değinmekte yarar vardır. Thomas Edison'ın 1891 yılında geliştirdiği Kinetoskop adlı alet, üzerindeki delikten bakarak filmin izlenmesine imkân veren ve dolayısıyla bireysel bir izleme deneyimi sunan kapalı bir kutudur (Abisel, 2006: 29). Tasarladığı aletin barındırdığı ekonomik potansiyeli fark edemeyen Edison, ürününü yalnızca ABD sınırları içinde patent ile güvenceye almış ancak ürünün bu sınırların ötesinde kullanımı için herhangi bir girişimde bulunmamıştır. Ne var ki Kinetoskop'un namı kısa süre içinde yayılmış ve iki yıl içinde Edison'dan bağımsız bir Kinetoskop Şirketi kurulmuştur. 1894 yılında ilk kamusal tanıtımın büyük ses getirmesinin ardından Edison, para karşılığında Kinetoskop üretimi yapmayı kabul etmiştir. Çok geçmeden bir filmin aynı anda birden fazla kişi tarafından izlenmesi sağlanırsa çok daha fazla para kazanılabileceğini fark eden bir Kinetoskop şirketi 'Panoptikon'<sup>2</sup> adlı bir projektör geliştirmiştir (Kuhn ve Abel, 2007: 12) ve belki de tarihteki ilk geniş ekran film formatını piyasaya sürmüştür. Ancak bilinen anlamda film seyretme eyleminin ve sinemanın ortaya çıkması Lumière kardeşler ile gerçekleşmiştir. Lumière kardeşler bu gelişmelerden bir yıl sonra Fransa'da Sinematograf adlı bir alet tasarlamış ve hareketli resimleri perde üzerinde oynatarak sinemayı para verilerek dâhil olunan bir sosyal paylaşım olgusu haline getirmiştir. Lumière kardeşler ile hayat bulan bu gösterim tarzı ise zamanla dünya çapında bir standart haline gelmiş ve

---

<sup>2</sup> Panoptikon kavramı, ilk olarak 1785 yılında İngiliz düşünür ve sosyal kuramcı Jeremy Bentham tarafından hapisanedeki tüm mahkûmların gözetlenebilmesine imkân veren ancak gözetlenenin gözetleyeni göremediği ve dolayısıyla ne zaman gözlendiğini bilmediği sistemi ifade etmek üzere geliştirilmiştir. Amaç, her an gözetleniyormuş hissi ile mahkûmların kendilerini disipline ederek kurallara uygun davranmasını sağlamaktır. Kavram yaklaşık iki yüzyıl sonra Fransız düşünür ve sosyal kuramcı Michel Foucault tarafından *Hapishanenin Doğuşu* (1975) adlı çalışmasında modern disiplin toplumlarında hüküm süren gözetleme pratiklerini ifade etmek için kullanılmıştır. Foucault, toplumu düzenleyen ve yöneten tüm kurumların ve yapıların Bentham'ın 'Panoptikon' kavramından yola çıkarak yapılandırıldığını ve bugünkü haline geldiğini öne sürmüştür. Burada, öncekinden çok daha uzun süreli filmlerin gösterimini olanaklı kılan ve belki de tarihteki ilk geniş ekran film formatını piyasaya süren cihazın 'Panoptikon' olarak adlandırılmasının, tam da Foucault'nun değindiği şekliyle izleme pratiklerinin değişmeye başladığına işaret ettiği düşünülebilir.

Pathé gibi Fransız film şirketleri Hollywood stüdyolarının hâkimiyetinden çok önce sektöre öncülük etmiştir (Benshoff ve Griffin, 2009: 30).

Sektörün yavaş yavaş Amerika'ya kadar uzanması ile filmlerin henüz sessiz olduğu bu dönemde Amerikalı yönetmenler hikâyelerini daha sade ve anlaşılır bir dilde anlatma yoluna gitmiş, böylece kamera açıları, ışık, ses, alan derinliği ve kurgu gibi sinematografik unsurlarda gelişmişlerdir. 1911 yılında Hollywood'un Los Angeles, Kaliforniya'da bir kasaba olarak kurulmasının ardından bölge yönetmenlerin gözdesi haline gelmiş ve kısa süre içinde Hollywood sinema sektörünün merkezi olmuştur. Bu duruma etki eden faktörlerden bazılarını şöyle sıralamak mümkündür: dönemin teknolojisinin film çekiminin en önemli iki unsuru aydınlatma ve ışık için yeterli olmaması ve Kaliforniya'nın iklimi nedeniyle yıl boyu güneşli olması, bölgede sahillere ormanlara, dağlardan çöllere birçok farklı arazinin bulunması ve bunların film çekiminde mekân olarak kullanılabilmesi, henüz yeni kurulmuş semtin ekonomik olarak hayli uygun olması ve yapımcıların rahatlıkla bu bölgeye yerleşerek az paralar karşılığında stüdyolar kurabilmesi, ucuz iş gücü... (Benshoff ve Griffin, 2009: 31). Bütün bu bileşenlerin bir araya gelmesi ile birlikte sinema bir sektör olarak gelişmiş ve sektörün kalbi Hollywood'da atmaya başlamıştır.

1920'lerde büyük film stüdyolarının kurulması ile filmlerin üretiminin yanı sıra gösterilmek üzere dağıtım yapılmaya başlanmış, 1930'larda sinemada sesin kullanılması ise Klasik Hollywood Sineması olarak adlandırılan dönemin (1930-1950) başlamasına önayak olmuştur. Sinema sektörünün 5 büyük film şirketi (Warner Brothers, Metro-Goldwyn-Mayer [MGM], 20th Century-Fox, RKO ve Paramount) ve belli başlı birkaç küçük şirket (Columbia, Universal) tarafından yönetildiği ve filmlerin yapımından dağıtım ve gösterimine kadar bütün süreçlerin bu şirketlerce kontrol edildiği bu dönem, gerek ekonomik gerekse biçimsel olarak Hollywood sinemasının zirvesi olarak görülmektedir. Şirketler, film yapım sürecinde ihtiyaçları olabilecek her türlü fiziksel koşulu ve hizmeti sağlayan stüdyo sistemini geliştirmiş ve Hollywood'da adeta devasa *sanayi tesislerini* andıran film stüdyolarını kurmuşlardır. Stüdyo sistemi ile birlikte film yapımı, aynı yıllarda Henry Ford tarafından geliştirilen Fordist üretim sistemi ile benzerlik gösterir. Fordizm, işçilerin üretimin tamamına kıyasla işin yalnızca çok küçük bir kısmından sorumlu olduğu, her işin ayrı bir işçisinin olduğu ve üretimin üretim bandı

ile seri bir şekilde yapıldığı sistemdir. Bu sistemle birlikte işçiler vasıfsızlaşmış, makinelerin üretimdeki hâkimiyeti artmış ve sanayi sonrası kapitalist üretim ve tüketimin temelleri atılmıştır. Benzer şekilde, her türlü imkânı bir arada toplayan stüdyo sistemi ile birlikte filmler seri bir şekilde üreilmeye başlamış, her biri kendi işinden sorumlu stüdyo çalışanları üstlerine düşeni yaparak nihai ürünün (filmin) ortaya çıkmasına katkıda bulunmuş, böylece üretim kontrol altına alınarak serileşmiştir. “Klasik dönemde Hollywood sineması yılda yaklaşık 500 film ya da stüdyo başına haftada bir film üretmiştir. (Bugün Hollywood yılda ortalama 200 filmin altında olmak üzere çok daha az üretim yapmaktadır).” (Benshoff ve Griffin, 2009: 35-36).

1920’li ve 1930’lu yıllarda stüdyo sisteminin kurulması ve sinemada sesin kullanılmaya başlaması, sinema tarihinde Klasik Hollywood Sineması olarak adlandırılan dönemin başlangıcı olarak kabul edilmiştir. Klasik Hollywood Sineması, yönetmenler tarafından anlatılar inşa etmek üzere geliştirilen bir dizi biçimsel kodun zaman içinde devamlı olarak tekrarlanması sonucunda film yapımının tek veya en doğru yolu olarak düşünüldüğü klasik anlatı türüne dayanmaktadır. Bu sinematik kodlar kamera açıları, çerçeveler, mizansen ve kurgu gibi sinematografik unsurlara ilişkin belirli standartları, daha doğrusu kalıplaşmış düşünce veya yapıları içermektedir.

Klasik anlatı sinemasında, hikâyenin bir girişi, gelişmesi ve sonucu bulunur ve olaylar belirli bir gizem ve bu gizemin çözülmesi etrafında düzenlenir. Hikâye, kurulu bir düzenin sergilenmesi ile başlar ve kısa bir süre içinde bu düzeni bozacak bir olay gerçekleşir. Bunun üzerine hikâye karşılaşılan sorunların çözülmesi için verilen mücadeleler ile devam eder ve filmin sonunda düzenin yeniden sağlanması ile anlatı kapanır. Olaylar birbirlerine neden-sonuç ilişkisi ile bağlıdır. Klasik anlatının amacı, izleyiciye hikâyeye ilişkin gerekli her türlü bilgiyi vererek her şeyin anlaşılır olmasını sağlamak ve akıllarda hiçbir soru işareti bırakmamaktır. Hikâyede kahraman (*hero*) olarak adlandırılabilir bir başkarakter ve başkarakterin yanında hikâyeyi besleyen/destekleyen yan karakterler vardır. Olaylar bu karakterler etrafında döner ve genellikle başkarakterin kahramanca davranışlar sergileyerek tüm sorunları çözmesi ile son bulur. Olayların çözüldüğü an, filmde heyecanın en yüksek olduğu doruk noktası (*climax*) olarak adlandırılır ve filmin sonunda bütün sorunlar çözülmüş, kötü iyiye yenik düşmüş ve anlatı kapanmıştır (Kuhn, 2007: 45-48). Anlatının kapanışında en önemli

unsur izleyicinin aklında herhangi bir soru işareti kalmaması ve anlatıya ilişkin her sorunun yanıtlanmasıdır. Zira kapanış ile birlikte izleyicinin aklını kurcalayan hiçbir soru/n kalmamalı, izleyici çoğu zaman mutlu sonla biten filmin ardından kendini iyi hissetmeli ve herhangi bir olumsuzluğa kapılmamalıdır. Mutlu sonla bitmeyen filmlerde dahi kapanışın öyle olması gerektiği ve bunun önüne geçilemediği, doğal olanın o son olduğu hissiyatı uyandırılarak izleyicinin huzur içinde hayatına devam etmesi sağlanmalıdır. Zira Hollywood filmleri düşündürmek istemez. Çatışmalar, sorgulamalar, eleştiriler Hollywood sinemasında istenmeyen şeylerdir; amaç her şeyden önce (ancak elbette maddi çıkarılardan sonra) eğlendirmektir ve sistem bunu sağlamak için işlemektedir (Maltby, 2003: 14).

Klasik Hollywood anlatısı ile bütün bir film izleme süreci boyunca izleyicinin hikâyesinin içine girerek karakterlerle ya da durum veya olaylarla özdeşleşmesi ve adeta bir film izlediğini unutarak filmin teknik özelliklerini veya metnin ideolojik altyapısını çözümlenmekle ve değerlendirmekle uğraşmaması amaçlanmaktadır.

Hatta en iyi klasik Hollywood anlatılarında izleyici herhangi bir biçimsel tercih yapıldığının farkında bile değildir: çoğu eğitimsiz izleyici setlerdeki aydınlatmanın ya da sahneler arasındaki kurgunun bilincinde olmaz. Biçimsel kararları gizlemek izleyicinin ilgisini bilinçsiz bir şekilde hikâyeyi takip etme üzerinde yoğunlaştırmakla kalmaz aynı zamanda izleyicinin filmde neleri önemli göreceği konusunda vereceği kararları sınırlar. (Benshoff ve Griffin, 2009: 24).

Bu nedenle Hollywood sinemasında yukarıda bahsi geçen sinematik kodlar geliştirilmiş ve klasik anlatıda belirli sinematografik unsurlar kullanılmıştır. Bunlardan devamlılık kurgusu ise, klasik anlatı sineması içinde en önemli olan unsurlardan biridir. Devamlılık kurgusu, her bir sahnenin gerek görsel ve işitsel gerekse mantıksal olarak bir öncekinin devamı niteliğini taşıması ve sahneler arasında biçimsel ve anlamsal kopukluklar olmaması anlamına gelmektedir. Böylece izleyici yaratılmaya çalışılan büyülü atmosferden kopmamış, hikâyeden uzaklaşmamış olacaktır.

Klasik Hollywood sineması, biçimsel olarak belirli kodlar ve standartlar üzerinden ilerlemesinin yanı sıra içerik ve konu olarak da belirli stereotipleri (kalıplaşmış düşünce ve yargıları) kullanır. Filmlerde çoğu zaman hiç değişmeyen karakterler ve temsiller vardır; başkarakterden yan karakterlere kadar filmdeki hemen herkesin belirli bir rol tanımı vardır ve bu rolleri neredeyse bütün Hollywood filmlerinde görmek mümkündür. Örneğin başkarakter (*protagonist*) genellikle iyiyi temsil ederken sorun yaratarak var olan

düzeni bozan bir de kötü karakter (*antagonist*) bulunur. Bunların etrafında ise belli başlı “hazır karakterizasyonlar” (Benshoff ve Griffin, 2009: 25) yer alır: âşık olunan güzel ve çekici bir kadın veya başarılı ve yakışıklı bir erkek, ilgili en yakın arkadaş, kendini beğenmiş ve/ya kıskanç arkadaş, geçinilemeyen ebeveynler, patronlar, vs. Böylece uzayıp giden listede dikkat edilmesi gereken nokta ise tüm bu karakterlerin toplumda yerleşmiş toplumsal ve kültürel stereotipler olduğu gerçeğidir.



## 1.2. SAVAŞ SONRASI KÜRESELLEŞME VE YENİ HOLLYWOOD SİNEMASI

Klasik Hollywood sineması olarak adlandırılan ve yaklaşık olarak 1930'lardan 1950'li yıllara kadar süren dönem boyunca Hollywood sineması gerek A.B.D sınırları içinde gerekse Avrupa'da hâkimiyetini sürdürmüş, yılda yaklaşık 500 film üreterek büyük bir sektör haline gelmiştir. 1939 yılında patlak veren ve tüm dünyayı bir anda etkisi altına alan İkinci Dünya Savaşı ile birlikte, Avrupa'da sinema sektörü büyük bir yıkıma uğramış, bu durum ise Hollywood sinemasına dünya genelinde sinema sektörüne hükmetme fırsatı tanımıştır. Savaş yıllarında ürettikleri filmlerin tüm dünyaya dağıtımını yapmaya başlayan Hollywood, bir kere daha bu işten kârlı çıkan taraf olmuş ve hatırı sayılır gelirler elde etmiştir. Durumun sürekliliğini sağlamak isteyen büyük Hollywood şirketleri 1946 yılında Amerikan Film Vakfı'nı (*Motion Picture Export Association*) kurarak önceki yıllarda Amerika'nın dağıtım yapması yasak olan 13 ülkeye dağıtımları finanse etmiştir. Böylelikle Hollywood, Amerika'nın yanı sıra dünya genelinde sinema sektörünün hâkimi olagelmiştir. 1960'lı yıllara geldiğinde dış piyasa Hollywood'un toplam kazancının neredeyse yarısını oluşturur hale gelmiştir (Balio, 2007: 50).

Savaş sona erdikten sonra Hollywood, savaştan önceki tutumunu bir kenara bırakarak toplumsal meselelere değinen filmler de üretmiş, önceden sinematik kodların dışına çıkarak ele alınması riskli kabul edilen politik konuları filmlerde işlemiştir. Ne var ki bu durum, özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın ardından Amerika ve Rusya arasında çıkan Soğuk Savaş ile birlikte Hollywood'un aleyhine olmuş ve Amerikan sinema sektöründe büyük değişikliklere yol açmıştır. Amerikan şirketlerine ve ürünlerine solcu ve komünist görüşlerin sızdığı iddiası ile zan altında bırakılan Hollywood şirketleri çok geçmeden çalışanlarına bağlılık sözleşmeleri imzalatmaya ve kara listeler hazırlamaya başlamıştır (Benshoff ve Griffin, 2009: 38). Kısa sürede toplumsal ve politik meseleleri işleyen filmlerin yapımı, dağıtımı ve gösterimine son verilmiş ve bunların yerini yapımcıları sıkıntıya sokmayacak apolitik yapımlar almıştır. Perdeye yansıtılan mükemmel aile ve toplum tablosu her ne kadar gerçekleri yansıtmasa da o dönemin gerçeğini oluşturmuş ve toplumsal meseleler dışarıda bırakılarak yeniden sinematik kodların güvenli sığınağına dönülmüştür.

Bu döneme damgasını vuran ve Klasik Hollywood sinemasının sonunu getiren bir diğer olay ise 1948 yılında Paramount Davası olarak da bilinen Amerikan Yüce Mahkemesi'nin Hollywood sinema sektörüne karşı açtığı davadır. Mahkeme, Hollywood'un yasalara aykırı olarak oligopolistik bir yapılanma içinde olduğuna karar vermiş ve filmlerin tüm yapım, dağıtım ve gösterim haklarını elinde tutan ve aynı zamanda birçok sinema salonunun da sahibi olan büyük stüdyoların dağıtım ve gösterim haklarını elinden almış veya kısıtlamıştır. Buna göre büyük stüdyolar filmlerin blok halinde dağıtımına son verecek ve sinema salonlarının işletme haklarını ellerinde tutamayacaklardır. Bu durum, Hollywood şirketlerinin sahibi oldukları sinema salonlarını satmalarına ve filmlerinin gösterim haklarından vazgeçmelerine neden olmuş, dönemin gelişen teknolojisinin ve savaş sonrası göçlerin de etkisiyle insanlar sinemaya gitmek yerine artık evlerinde oturup televizyon izlemeyi tercih etmeye başlamıştır. Bütün bunlar, Hollywood'un tarihi boyunca en çok üretim yaptığı ve kısa bir süre içinde yalnızca Amerika'da değil dünya genelinde sinema sektörünün lideri konumuna geldiği Klasik Hollywood Sineması döneminin sonunu getirmiş, bu da bağımsız yapımcıların ve yönetmenlerin sektörde yer bulmalarını sağlamıştır (Maltby, 2003: 128-129).

Bağımsız yönetmenlerin sektörde daha fazla söz sahibi olmaya başlamasının üzerine sektörü canlandırmak ve eski şaşaalı günlerine geri dönmek isteyen büyük Hollywood stüdyoları Amerikan üniversitelerinde işin okulunu okumuş ve eğitimini almış genç sinemacılarla çalışmaya başlamıştır. İçlerinde George Lucas, Steven Spielberg, Martin Scorsese ve Francis Ford Coppola gibi isimlerin de bulunduğu ve "Sinemanın Veletleri" (*Film Brats*) olarak anılan bu genç sinemacılar, Klasik Hollywood Sineması'nın geleneklerini ve kodlarını makul dozda cinsellik ve şiddet öğeleriyle birleştirerek Hollywood sinemasına 'yeni' bir soluk getirmiştir (Benshoff ve Griffin, 2009: 40). Dönemin Avrupa sinemasından hayli etkilenmiş olan bu genç yönetmenler sinemayı bir sanat olarak görmüş ve bu bakış açılarını filmlerine yansıtmışlardır. 1960'lar ve 1970'lerde yaşamış ve birçok toplumsal, ekonomik ve politik değişime şahit olmuş gençler, kendilerinden önceki izleyici kitlesinden oldukça farklı bir profil sergilemiş ve Hollywood'un "Yeni" olarak anıldığı döneme kadar ayakta kalabilmek için ürettiği müzikal ve tarihi filmler yerine Avrupa sinemasının aykırı ve/fakat bilinçli sinemasını tercih etmişlerdir. Dolayısıyla Yeni Hollywood'un yapımcı ve yönetmenleri, bu kitlenin ilgisini çekmeyi başarmış ve Hollywood sinemasını canlandırmayı amaçlamışlardır.

Bu dönemde üretilen filmleri Klasik Hollywood Sinemasından ayıran belli başlı unsurlar vardır. Bu unsurlardan biri, klasik ‘görünmez’ anlatının görünmezliğini elinden alan biçim ve tekniklerin kullanılması olmuştur. Klasik anlatının en temel özelliklerinden biri izleyiciye filmde bilinçli olarak kullanılmış biçim ve tercihler olduğunu hissettirmemek, adeta izleyiciye izlediğinin bir film olduğunu unutturmaktır. Yeni Hollywood sinemasında ise kullanılan biçim ve teknikler ile paylaşılan bilgilerin filmlerin bu şeffaf doğasına karşıt nitelikte olduğu görülmektedir. Bir diğer önemli unsur, Yeni Hollywood Sinemasında klasik anlatının aksine anlatıda sorulan tüm soruların filmin doruk noktasında ve kapanışında çözüme ulaşmaması, hikâyede açık uçlar bırakılmasıdır. Böylelikle daha farklı bir anlatı izlenmiş ve izleyiciye farklı bir sinema deneyimi yaşatılmış olmaktadır. Yeni Hollywood Sinemasını Klasik Hollywood Sinemasından ayıran bir diğer temel özellik ise klasik anlatının doğrusal ve kronolojik seyrinin yerini doğrusal olmayan bir anlatının alması, böylece izleyicide gerilimin ve heyecanın dozunun arttırılmasıdır. Bunların yanı sıra içerik olarak da filmler önceki döneme göre farklılık göstermektedir. Klasik anlatıda filmler ne kadar apolitik ise ve ‘normal’<sup>3</sup> olanın dışına çıkan anlatılardan kaçınılmışsa, bu yeni sinema da bir o kadar farklılıkları, dışlanmışları ve tabuları filmlerine konu etmiş, “anti-kahramanları” (King, 2007: 60) olan alternatif filmler üretmiştir. Özellikle *rock* müziğin ve cinselliğin filmlerde geniş yer bulması, dönemin izleyici kitlesini oluşturan eğitilmiş ve açık fikirli gençleri Hollywood sinemasına yöneltmiştir.

Ne var ki Hollywood sineması üzerine araştırmalar yapmış bazı akademisyen ve kuramcılar Yeni Hollywood sinemasının Klasik Hollywood Sinemasından pek de farklı olmadığını, aslında o kadar da ‘yeni’ olmadığını öne sürmüştür. David Bordwell ve Janet Staiger, *Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production* (1985: 377) adlı eserlerinde ticari Hollywood sinemasının klasik geleneği sürdürdüğünü öne sürmüş ve Yeni Hollywood Sineması anlatıda yeni ufuklar keşfetmeye çalışsa da bu girişimlerin klasik sinemanın gölgesinde kaldığını ifade etmiştir. Ancak bütün sinema

---

<sup>3</sup> Klasik Hollywood Sinemasında ‘normal’ olan beyaz, heteroseksüel erkekler, ikinci planda kalmış kadınlar ve mutlu Amerikan aileleridir. Gerçek hayatta yer alan farklı toplumsal cinsiyetler, farklı renkler, farklı ırklar, farklı sınıflar, farklı cinsellikler, farklı yaşamlar ve farklı tercihler Hollywood sinemasında yer bulamamış, görmezden gelinmiş ve hatta bilinçli olarak yok sayılmıştır. Farklılıkların nadiren de olsa Hollywood sinemasında yer bulması ancak bu karakterlerin veya durumların kötü olarak resmedilmesi ve klasik anlatının büyüsünü bozan kişiler veya olaylar şeklinde yansıtılması aracılığıyla olmuştur.

eleştirmenlerinin ve yazarlarının hemfikir olduğu konu, Yeni Hollywood sinemasının asıl belirleyicisinin ve dönüm noktasının 1975 yılında Steven Spielberg'in *Jaws* (1975) adlı yapımı olduğudur (King, 2007: 63). Zira gişede büyük bir başarı yakalamış bu film ile Hollywood, film yapımının ne kadar kazançlı bir iş olabileceğini fark etmiş ve tam anlamıyla ticari Hollywood sinemasının ya da gişe filmlerinin hükümdarlığının önünü açmıştır. Gişe filmleri döneminde, bir kere daha klasik anlatının belli başlı unsurlarına geri dönmüş, belirli karakterler ve temsiller kullanılmaya başlanmıştır: beyaz, heteroseksüel erkekler, ikinci planda veya 'dişil' rollerde veya tiplerde kadınlar ve kötü karakteri veya hizmetlileri canlandıran 'farklı' insanlar. Filmlerin konusu ise daha önce tutmuş hikâyelerden (romanlar, televizyon dizileri...) esinlenerek yapılmaya başlanmış, böylece damağa çalınmış o taze ticari başarı garanti altına alınmaya çalışılmıştır. Bu dönemde üretilen filmler *high-concept* filmler olarak adlandırılmıştır. Burada, *high-concept* kavramı ile ekonomik ve kurumsal güçler tarafından şekillendirilen film yapım türü anlatılmak istenmiştir (Wyatt, 1994: 8; aktaran: Cook, 2007: 64).

Bu dönemde, teknolojinin gelişmesi ile çok daha farklı bir ivme kazanan medya ve reklamcılık sektörleri gişe filmlerinin tanıtımını üstlenmiş, böylece giderek daha fazla seyircinin salonlara giderek gişe hasılatını arttırması amaçlanmıştır. Büyük film stüdyoları ile ortaklıklar kurarak dünya çapında şirketler haline gelen belli başlı medya kuruluşları yalnızca filmlerin üretiminden ve dağıtımından değil, aynı zamanda tanıtımından da sorumlu olmuş ve inanılmaz bir sektör haline gelen sinema sektörü aracılığıyla filmlerin yanı sıra onların kitapları, dergileri, müzik CD'leri ve DVD'leri, televizyon programları, oyunları, oyuncakları ve hatta kıyafetlerini de üretmiş ve pazarlamış, böylece kazançlarını her geçen gün katlamışlardır. Yine aynı medya kuruluşları temalı parkların, spor takımlarının, kablolu televizyon yayınlarının, video ve DVD kiralama şirketlerinin ve binlerce sinema salonunun sahibi olmuştur. Bu ise sektörde yeni bir hâkimiyet türünün ortaya çıktığına işaret etmektedir.

1975 yılından itibaren filmler gerek kendi içlerinde bir ürünler zincirinin bir parçası olarak gerekse diğer ürünlerin satışlarını arttırıcı rolleri ile giderek metalaşmışlardır (Maltby, 2003: 190). Büyük stüdyoların sinema salonlarına sahip olma ve onları işletme hakları ile dağıtım ve gösterim haklarının ellerinden alınması, onların ürünlerini başka yollar aracılığıyla dağıtımına sokmasına neden olmuştur. 1980'lerin başında bu durumun

ekonomik olarak getirisi fark edilmeye başlandığında film gösterimlerine verilen önem azalmış, büyük şirketler filmleri uygun fiyatlara izleyicilerin evinin konforuna getirmek için çalışmalara başlamıştır. Takip eden yıllarda ise Reagan yönetiminin ülke ekonomisine katkıda bulunmak amacıyla özel sektöre rahat ticaret imkânları sunması ile büyük şirketlerin çoğu yeniden sinema salonları satın almaya ve işletmeye başlamıştır. Üretim ve dağıtım yapan şirketlerin filmlerin gösterim haklarını yeniden ellerine almalarındaki amaç Klasik Hollywood dönemindeki yatay bütünleşme (bir şirketin üretimin birden fazla veya tüm süreçlerini elinde tutması) sistemine geri dönmek değil; pazarda yeni bir strateji güderek farklı şirketler ile işbirliği içine girmek, sektörün yeni ihtiyaçları ve gereksinimleri ile doğru orantılı olarak dikey bütünleşme sistemini benimsemektir (192).

Videonun sektörde büyük getirisi olan bir araç haline gelmesi ile sinema sektörünün ekonomik yapısı ve pazarlama stratejileri büyük oranda değişmeye başlamıştır. Başlangıçta denetimleri altında olmayan bir dağıtım sisteminden gözleri korkan şirketler tıpkı televizyonun evlere girmeye başladığı zamanlardaki gibi videoya da şiddetle karşı çıkmışlar, kazançlarının düşeceğinden endişe etmişlerdir. Ancak daha sonra videonun ne kadar kazançlı bir dağıtım yolu olduğunun keşfedilmesi üzerine bu alanda yatırımlar yapılmıştır. Videokaset kayıt cihazlarının evlere girmesi ile birlikte video sektörü daha da hareketlenmiş, 1980'lerin sonlarına doğru büyük şirketler ev yapımı videolardan film gösterimlerinden kazandıklarından çok daha fazla kazanç sağlamışlardır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte büyük şirketler değişen şartlara ayak uydurabilmek ve kazançlarını katlayabilmek amacı ile dikey bütünleşme yoluna gitmiş ve eğlence ve teknoloji sektörlerinin büyükleri ile ortaklıklar kurmuşlardır. Ortaklıklar kurulan şirketler arasında televizyon yapım ve yayın kuruluşları, elektrik ve elektronik şirketleri, donanım ve yazılım şirketleri ve büyük medya kuruluşları yer almaktadır. 1980'li yıllara damgasını vuran bu birleşmelerin nihai amacı ise diğer sektörlerdeki yeni teknolojilerin sunduğu nimetlerden faydalanmaktır (Maltby, 2003: 189-195).

1980'li yılların sonuna gelindiğinde, filmlerin aynı anda ülke genelinde ve hatta uluslararası sinema salonlarında gösterime girdiği yaygın gösterim (*wide release*) sistemi sektöre hâkim olmaya başlamıştır. Zira Hollywood artık filmlerin gösterime girmesini takip eden ilk haftalarda hasılat yaparak maliyetini çıkarması anlayışına dayanmaktadır.

Bu nedenle de filmlerin tanıtımlarının yapılması çok büyük önem kazanmış, bu noktada da devreye dönemin gözdesi televizyon girmiştir. Hollywood filmlerinin gösterimini yapmadan belirli bir süre önce televizyon reklamları aracılığıyla tanıtımlarını yapmış, böylelikle ilgiyi arttırarak kazanç sağlamayı hedeflemiştir. Bu durum ise dağıtımçıların filmleri yalnızca birkaç hafta vizyonda tutmalarına ve böylelikle filmlerin gösteriminden çok daha kârlı olan video, paralı televizyon yayınları ve televizyon kanalları için satışına yönelmelerine neden olmuştur. Dolayısıyla artık filmlerin vizyonda kalma süreleri eskisine oranla kısılırken bir ürün olarak piyasadaki varlıkları çok daha fazla olmuştur. 1980'lerin sonlarında eğlence sektörü dünya çapında bir sektör haline gelmiş, filmlere gösterilen ilgi inanılmaz boyutlara ulaşmıştır. Gerek Batı Avrupa'daki ekonomik büyüme, gerek Soğuk Savaş'ın sona ermesi, gerekse teknolojinin gelişmesi ile birlikte yayıncılığın ticarileşmesi ve yeni dağıtım ve pazarlama politikalarının ortaya çıkması bu duruma etki etmiş, bütün bunların sonucunda ise Hollywood küresel bir sektör haline gelmiştir. Burada, küreselleşme kavramı ile sektörün önde gelenlerinin mevcut durumlarını garanti almak için çeşitli stratejiler geliştirmesi ve zaman içinde daha da büyüerek “dünyanın önde gelen pazarları arasında birincil bir konuma” gelmesi ifade edilmektedir (Simpson ve diğerleri, 2004: 312).

Bugün, Hollywood sineması tamamen ticari kaygılar üzerine kurulu bir sistem olarak hala gişe filmleri üzerinden işlemektedir. Sektörler arası birleşmeler ve ortaklıklar sonucunda bugün belli başlı film stüdyoları filmleri yine kendi denetimleri ve hâkimiyetleri altında olan diğer birçok sektörde gelir sağlayacak olan temel bir ürün olarak görmektedir. Ne de olsa onlar artık “filmlerini televizyon kanallarına, kablolu yayına, uluslararası dağıtımçılara ve yayıncılara satabilirler. Bir film müziği (*soundtrack*) albümü piyasaya sürebilirler. Hem çocuklar hem de yetişkinler için oyuncaklar satabilirler. Temalı parklar inşa edebilirler. Bir *fast-food* zinciriyle anlaşabilirler. II, III ve IV şeklinde devam filmleri çekebilirler.” (Wolf, 1999: 228; aktaran Maltby, 2003: 210). Bugün, küresel stüdyolar ve medya kuruluşları “neredeyse tüm dünyanın kitle iletişim araçlarını elinde tutmaktadır.” (Benshoff ve Griffin, 2009: 41-42).

Hollywood'un küresel bir endüstri ve anlam üretim mekanizmasına dönüşme sürecini tarihsel bir akışla aktardıktan sonra ilerleyen bölümlerde, bu tezin konusunu oluşturan 1990'lar Hollywood sinemasının arka planındaki toplumsal, politik ve kültürel

gelişmelere yakından bakılacak, örneklem alınan filmlerin çözümlenmesinde anahtar kavramlar olan tüketim toplumu, şiddet, erkeklik krizi gibi kavramlar ayrıntılı olarak tartışılacaktır.

## 2. BÖLÜM

### 1990'LAR HOLLYWOOD SİNEMASINDA ELEŞTİREL FİLMER: TÜKETİM TOPLUMU, ERKEKLİK KRİZİ VE ŞİDDET

1990'lı yıllar, gerek Amerika'da gerekse dünya genelinde dönemin ekonomik, toplumsal ve kültürel değişimleri ve yaşanan büyük politik dönüşümler sonucunda yepyeni bir yüzyılın habercisi olarak görülmüştür. Özellikle “dijital teknolojilere ilişkin bir sözcükler ve kavramlar selinin bireylerin yaşamlarını değiştirmesi” (Holmlund, 2008: 1) ile birlikte savaş, barış, toplum, birey, benlik, cinsiyet, cinsellik, şiddet ve medya gibi kavram ve alanlar yeniden inşa edilmeye ve yapılanmaya başlamıştır. Medyanın dönemin değişimleri, dönüşümleri ve yeniliklerinden bağımsız düşünülüp değerlendirilmesinin doğru ve mümkün olmayacağı düşüncesinden hareketle, Amerikan tarihinde barış ve refah dönemi olarak anılan bu yılların betimlendiği ve işlendiği 1990'lar Hollywood sinemasının, çalışma açısından önemli bir inceleme alanı oluşturduğu ve önemli veriler sağlayacağı düşünülmektedir.

Bir dönem olarak 1990'lar Hollywood sinemasını incelemeye geçmeden önce, 1990'lı yılların Amerika'sına bakmakta ve dönemin sosyo-ekonomik ve politik koşullarını ele almakta yarar vardır. Zira çalışmanın örnekleme olarak 1990'lar Hollywood sinemasının gerek gişede gerekse eleştirmenler ve izleyiciler arasında ses getirmiş ürünleri arasından seçilen üç filmin eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilebilmesi için öncelikle üretildikleri dönemin iyi anlaşılması ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle bu bölümde sırasıyla öncelikle 1990'lar Amerika'sı toplumsal, ekonomik ve politik temeller üzerinden ele alınacak ve dönemin 1990'lar olarak anılmasına neden olan koşullar tartışılacaktır. Ardından kapitalizm, postmodernizm ve tüketim toplumu başlığı altında kavramlar gerek kendi içlerinde ve gerek ise birbirleri ile ilişkileri açısından incelenecek ve çalışmanın temel sorunsalları olan tüketim toplumu ve medya, erkeklik krizi ve şiddet temalarının anlaşılabilmesi için gerekli olan kavramsal ve kuramsal çerçeve çizilecektir. Sonraki bölümde ise 1990'lar Hollywood sinemasından örneklem olarak seçilen üç film, önceki kısımlarda tartışılan kavramsal ve kuramsal bilgiler ışığında incelenerek çalışmanın problemi doğrultusunda analiz edilecek ve bir sonuca varılmaya çalışılacaktır.



## 2.1. 1990'LAR AMERİKA'SINA SOSYO-EKONOMİK VE POLİTİK BİR BAKIŞ

1990'lar, birçok Amerikan vatandaşı için teknolojik, toplumsal ve politik anlamda önemli değişimlerin yaşandığı bir barış ve refah dönemi olarak anılmaktadır. Bu değişimlerin ortaya çıkmasının nedenleri ise 1980 yılında başa gelen Reagan hükümetinin politikalarına ve bu politikaların da etkisi ile 1990 yılında Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği ile süregiden Soğuk Savaş'ın sona ermesi, Berlin Duvarı'nın yıkılması ve Batı Almanya ile Doğu Almanya'nın birleşmesine kadar uzanmaktadır. 1980'ler, dünya genelinde yeni sağın iktidara geldiği, yeni ekonomi-politik uygulamaların görüldüğü ve sosyo-ekonomik durumların değiştiği bir dönem olmuştur. Özellikle Amerika'da, Reagan hükümetinin özel sektörün, işverenin ve tüketicilerin serbest bırakılması ile ekonomik büyümenin önünün açılacağı yolundaki politikası doğrultusunda büyük vergi kesintileri yapılmış, böylece yatırım ve harcamaların ve nihayetinde hükümet gelirinin artacağı öngörülmüştür (Embassy of the United States, 2015). Ne var ki işler beklendiği gibi gelişmemiş ve ülke genelinde büyük bir ekonomik gerileme yaşanmıştır. Vatandaşlar arasındaki gelir dağılımı hızla değişmiş, yoksullar daha da yoksullaşırken zenginler daha da zengin olmuşlardır. Bu da özelleştirmeler ile dışarıya bağımlı bir ekonominin oluşmasına yol açmış ve kapitalist uygulamalara zemin hazırlamıştır. (Erdoğan, 2000: 191-192).

Kalkınma, modernleşme, ulus kurma sloganlarıyla başlatılan girişimlerin sonucu 'gelişme' yerine, 1980'lere gelindiğinde, gelişmişlerle az gelişmişler, sömürenlerle sömürülenler arasındaki uçurumların daha da arttığı görül[müş;] 1990'larda egemenliği ele alacak olan postmodernlik, yerellik, globallik, karşılıklı bağımlılık, deregülasyon vb. kavramlarla gelen yeni yönetim politikaları ve ideolojik biçimlendirmeleri ön plana çıkmaya başla[mıştır]. (Erdoğan, 2000: 193).

1990 yılında Irak'ın komşu ülke Kuveyt'i işgali, her daim demokratik Amerika görüşünü savunan ve ekonomik ve stratejik çıkarlarını gözeten Amerika'nın Körfez Savaşı'na dâhil olmasına neden olmuştur. Başta Amerika olmak üzere Birleşik Krallık, Fransa, Suudi Arabistan ve Mısır'ın da bulunduğu 37 ülkenin Irak'a karşı mücadele ettiği savaş, 1991 yılının Şubat ayında Irak'ın Kuveyt'ten çekilmesi ile son bulmuştur. Körfez Savaşı, Amerika'nın 1990'larda girdiği birkaç çatışmadan biridir; zira ülke çıkarlarını korumak amacı ile gerektiğinde askeri gücünü sergilemekten geri durmamış, ancak dış ilişkilerinde büyük bir anlaşmazlığa düşmemiştir. Körfez Savaşı'nın sona ermesi ve Sovyetler'in dağılmasının ardından kapitalizmin boyunduruğu altına girmeye başlayan devletler

genelinde askeri gücün yerini ekonomik güç almış, özelleştirmeler ve yayılmacı politikalar ile birlikte toplumsal ve kültürel alanda da kapitalist düzenin etkileri görülmeye başlamıştır. Bütün bu gelişmeler sonucunda “adeta dünya tarihinde büyük bir sayfa kapanmış ve yenisi açılmıştır” (U.S. Department of State [U.S.], 2005).

1992 yılında Amerika’da yapılan başkanlık seçimlerinde gençlik ve yenilik teması üzerinden yaptığı seçim propagandası sonucunda Bill Clinton, ekonomik büyüme vaatlerini gerçekleştiremeyen George Bush’dan daha fazla oy alarak Amerika’nın 42. Başkanı olmuş ve Bush’un aksine yalnızca ekonomik olarak değil, eğitim, iletişim, sağlık ve ulaşım alanlarında da adım atılması gerektiğini ileri sürerek bu yönde çalışmalar yapmıştır. Liberal ve ılımlı kesimlerden oluşan Demokrat Parti’de Clinton her iki tarafı da yabancılaştırmadan isteklerini yönetmiş, bu tutumuyla sevilen bir lider haline gelmiştir. Clinton’un bu merkezci tutumu zaman zaman bazı kesimlerde hararetli tartışmalara yol açan ve tepki gören kararlar almasına ve politikalar uygulamaya koymasına yol açmıştır. Clinton’un özellikle geylelerin haklarını korumak için başlattığı çalışmalar Başkanlığa seçildiği bu dönemde büyük ses getirmiştir (U.S., 2005).

Başkan Clinton’un dönemi, Amerika’nın ekonomik olarak en parlak dönemlerinden biri olarak görülmektedir; ne var ki, Amerikan vatandaşlarının fikir ayrılığına düştüğü tek konu Clinton’un karar ve politikaları olmamıştır. Amerika’nın tarihi boyunca en temel sorunlarından biri olan ırkçılık mevzusu Clinton’un başkanlığa geldiği 1992 yılında Los Angeles’ta dört beyaz polisin siyahi bir adamı hız yaptığı ve kırmızı ışıkta geçtiği gerekçesiyle öldüresiye dövmesiyle iyice alevlenmiştir. Olayın bu kadar yankı uyandırmasının nedeni ise faillerden habersiz çevredeki bir vatandaş tarafından kameraya alınması ve medyada gösterilmesi olmuştur. Milyonların protesto için sokağa döküldüğü bu olayın sonucunda birçok insan yaralanmış ve çok ciddi bir maddi hasar oluşmuştur (Holmlund, 2008: 12). Bu olay, 1990’lara damgasını vuran teknolojik ilerlemelerin de etkisiyle medyanın nasıl giderek bireylerin gündelik hayatlarına dâhil olduğuna ve yaşam pratiklerini değiştirip dönüştürdüğüne örnek teşkil eder niteliktedir ve gelecek nice haberlerin ve yaşanacak olayların habercisidir.

1995 yılında Başkan Bill Clinton’ın Beyaz Saray’da stajyerlik yapan Monica Lewinsky ile yaşadığı ilişki bir “seks skandalı” olarak medyanın gündemine bomba gibi düşmüştür. Bir siyasi liderin özel hayatının medyada bu denli yer bulması, özel olanın modern

toplumda nasıl aynı zamanda politik olduğunu gözler önüne sermiştir. Toplumsal ve politik değişikliklerin eşliğinde medya içerikleri de değişmeye başlamış; özel hayatlar, skandallar, ayaklanmalar, seri katiller, cinayetler, doğal afetler, tacizler, ünlü simaların bilinmeyen yönleri ve daha niceleri her gün binlerce eve girmiş, izleme pratiklerini değiştirmiştir. Televizyon programları, diziler ve spor bireylerin hayatlarında geniş yer tutmaya başlarken “aktörler ailelerimizin birer parçası haline gelmiştir” (Holmlund, 2008: 14). Medyanın bireylerin hayatlarına bu derece dâhil olması ise reklamcılık sektörünün doğru orantılı olarak gelişmesine neden olmuş, bu da 1990’ların ikinci yarısından itibaren dünya genelinde hâkim olan tüketim kültürünün ortaya çıkışına büyük ölçüde etki etmiştir.

1990’lı yılların ortalarından itibaren Amerikan ekonomisi büyük bir patlama yaşamış ve tarihindeki en büyük ve en uzun süreli ekonomik büyüme yaşanmıştır. Ekonomik büyümeye etki eden en önemli faktörlerden biri, Clinton’un 1994 yılında imzaladığı Kuzey Amerika Ülkeleri Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA) olarak görülmektedir. Zira 1994-1999 yılları, Amerika’da yeni bir ekonominin ortaya çıktığı zaman dilimi olarak kabul edilmektedir (Castells, 2008: 104). NAFTA, Amerika, Kanada ve Meksika arasında serbest ticareti ve yatırımları olanaklı kılmış ve ilerleyen yıllarda kurulacak olan Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması’nın (GATT - daha sonra Dünya Ticaret Örgütü (WTO) olacaktır) temelini hazırlamıştır. Bu anlaşma ile Amerika’nın Kanada ve Meksika ile mal ve hizmet ticareti artmış, tarım ihraçları gelecek on yıl içerisinde büyük bir artış göstermiştir. Verimliliğin büyük oranda artması ile birlikte gayri safi yurtiçi hasıla %3,3 oranında büyümüş, enflasyon %2’nin, işsizlik ise %5’in altına düşmüştür (117). Aynı yıl dünya genelinde serbest ticareti düzenlemek ve yönetmek amacı ile WTO kurulmuş ve Amerika’nın da girişimi ile imzalanan anlaşmalar ve alınan kararlar ile uluslararası ticaret güçlendirilirken küreselleşme yolunda da yeni bir adım atılmıştır. Uluslararası ticaret ile mal ve hizmetlerin dünya çapında üretimi, dağıtımı ve yönetimi söz konusu olmuş, yabancı yatırımlar ve işbirlikleri artmış ve çokuluslu şirketlerin ekonomik varlıkları dünya genelinde güçlenmiş ve pekişmiştir.

Manuel Castells’e göre “[t]am bir ekonomik küreselleşme, ancak yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri temelinde ilerleyebilirdi.” (2008: 171). Bu noktadan hareketle, Amerika’da yaşanan ekonomik büyümeye etki eden bir diğer faktörün hızla ilerleyen

teknoloji ve küreselleşmenin etkisi ile giderek yayılan ve bireylerin gündelik hayatlarının bir parçası haline gelen bilgisayar ve İnternet teknolojileri olduğunu söylemek yerinde olacaktır. “20. Yüzyılın son otuz yılında İnternet’in ortaya çıkışı ve gelişimi, askeri strateji, bilimin büyük işbirliği, teknolojik girişimcilik ve kültürel yeniliğin benzersiz bir bileşiminin ürünüydü.” (58). İnternet, 1960’larda ABD Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Kurumu tarafından Amerikan iletişim ağlarının çökertilmesini önlemek amacıyla geliştirilmiş bir sistemin ürünü olarak ortaya çıkmıştır. ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) adı verilen bu ilk bilgisayar ağı, kuruluş amacının çok dışında birçok farklı amaç için kullanılagelen bir ağ sisteminin temelini oluşturmuştur. Başlangıçta Savunma Bakanlığı, üniversite ve araştırma kurumları arasında kullanılan bu ağ sistemi, daha sonraları akademik çevrelere ve sonunda halka yayılmış, kısa bir süre içinde gündelik hayatın vazgeçilmez bir ögesi olagelmıştır. 1980’lere gelindiğinde ilerleyen teknolojiye ayak uydurmakta zorlanan ARPANET 1990 yılında kapatılmış, İnternet Ulusal Bilim Vakfı tarafından işletilen NSFNET’in (National Science Foundation Network) denetimine bırakılmıştır. Ne var ki 1990’lı yılların ekonomik ve politik gelişmeleri sonucunda devlet kurum ve kuruluşları özelleştirilmiş, bu durumdan İnternet de nasibini alarak özelleştirmelere açık hale gelmiştir. Herhangi bir otoriteye bağlı olmaksızın 1990’lı yılların sonlarına kadar kâr amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlarca çeşitli düzenlemelere tabi tutulan İnternet’in bu durumu onun “hem teknolojik hem de kültürel açıdan serbestçe yuvarlanıp gitme özelliğinin bir göstergesidir” (58-60).

Teknolojik ilerlemelerin ışığında bilgisayarlar çoğalmış, güçlenmiş ve daha ulaşılabilir fiyatlarda satılmaya başlanmıştır. Bütün bu faktörler bilgisayar kullanımını arttırmakla birlikte 1990’larda internetin bütün toplum geneline yayılmasını sağlayan asıl buluş ‘world wide web’ arama sistemi olmuştur. Bununla birlikte protokoller ve sunucular geliştirilmiş, web siteleri kurulmaya başlanmış ve interneti dünya çapında bir fenomen haline getiren tarayıcılar tasarlanmıştır. Böylece dünya genelinde bir ağ sistemi oluşturulmuş ve İnternet toplumun hemen her alanına yayılmıştır. Uluslararası şirket ve kuruluşlardan küçük ve büyük işletmelere kadar her türlü iş kolunda kullanılmaya başlanan İnternet ile ulusal ve uluslararası düzeyde iletişimin sağlanmasının yanı sıra üretimde standartlaşmaya gidilmesinin önü açılmış, üretim, tüketim ve dağıtım süreci birçok koldan koordine bir şekilde yürütülebilmştir. Ticaretin yanı sıra İnternet eğitim,

sağlık, ulaşım, taşımacılık ve eğlence sektörlerinde de kullanılmaya başlanmış, böylece toplumun her alanında toplumsal, kültürel ve ekonomik bir ilerleme söz konusu olmuştur.

Peki neden ABD? Bunun, hepsi de birbirini güçlendiren teknolojik, ekonomik, kültürel ve kurumsal etkenlerin bir bileşkesinin sonucu olduğu söylenebilir. ABD, özellikle de California, enformasyon teknolojisinde en devrimci atılımların doğum yeri, (...) bu yeniliklere dayalı sektörlerin kurulduğu yer oldu. Ekonomik bakımdan, ABD piyasasının çapı, tüm dünyada küresel sermaye ve emtia piyasalarındaki egemen konumu teknolojik yeniliklere dayalı sektörlerle nefes aldırdı, onların kolayca piyasada fırsatlar bulmasını, sermaye yatırımlarını çekmesini ve dünyanın dört bir yanından yetenekleri işe almasını sağladı. Kültürel bakımdan, girişimcilik, bireycilik, esneklik ve çok etnili bir yapıda olmak hem bu yeni sektörlerin hem de ABD'nin kilit bileşenleri haline geldi. Kurumsal bakımdan, ekonomik faaliyetlere ilişkin yasal düzenlemelerin gevşetilmesi, bu faaliyetlerin serbestleştirilmesi biçimindeki kapitalist yeniden yapılanma, sermaye hareketliliğini kolaylaştırarak, kamu araştırma kesimindeki yeniliklerin yayılmasını sağlayarak (örneğin İnternet ABD Savunma Bakanlığı'nın bir projesiydi, biyoteknoloji kamu sağlığı kurumlarının ve kâr amacı gütmeyen hastanelerin), kilit tekelleri yıkarak (örneğin 1984'te ATT'nin telekomünikasyon sektöründen uzaklaştırılması) ABD'de dünyanın geri kalan kısımlarından çok çok daha önce gerçekleşti (Castells, 2008: 186).

Bütün bu gelişmeler 1990'lı yıllarda Amerikan toplumunun merkezinde olduğu küresel bir ekonomiye ve iletişim ve teknoloji ağına işaret etmektedir. Başarılı bir ekonomik küreselleşmenin, ideolojik, düşünsel, bilinçsel, bilişsel ve kültürel küreselleşme ile mümkün olacağı düşüncesinden yola çıkarak (Erdoğan, 2000: 267), 1990'larda Amerika başta olmak üzere dünya çapında yaşanan toplumsal, ekonomik ve politik değişim ve gelişmelerin, kapitalist düzenin ekonominin yanı sıra toplumsal ve kültürel alanlara da etki ettiğini gösterdiği, teknolojinin ise başlı başına bütün bu ilerlemelerin en temel unsuru olarak ortaya çıktığı gözler önüne serilmektedir. İlerleyen bölümlerde, kapitalist ekonomik düzene ve tüketime dayalı kapitalist gelişim sürecine değinilecek ve ardından çalışmanın temel sorunsalları olan tüketim toplumu ve medya, erkeklik krizi ve şiddet temaları üzerinde durulacaktır.

## 2.2. KAPİTALİZM, POSTMODERNİZM VE TÜKETİM TOPLUMU

### 2.2.1. Kapitalist Üretim ve Tüketim: Ekonomik Bir Kavram Olarak “Tüketim”

Joyce Appleby *Amansız Devrim: Kapitalizm Tarihi* (2012: 17) adlı kitabında, bir akademisyen olarak ekonomik gelişmelerin bireylerin gündelik ve çalışma hayatlarını, düşüncelerini ve değer yargılarını nasıl değiştirdiğine ve dönüştürdüğüne duyduğu hayranlığı dile getirir ve tarihsel bağlamda kapitalizmi ele aldığı kitabına kapital sözcüğünün şu tanımını ile başlar:

Kapital yani sermaye, belirli bir kullanım için ayrılan paradır. Kara gün için yastık altına saklanır ya da alışverişte harcanır. Her iki kullanımda da para olma özelliğini korur. Kapital olması için, birinin o parayı çabası karşılığında iyi bir kazanç elde etmek umuduyla bir girişime yatırması gerekir. Daha basit bir ifadeyle, kapital kişinin genellikle bir şey üreterek, para kazanmak için kullanmasıyla kapital olur. “Kapital” sözcüğünün sonuna “izm” eklememiz için, önce İngiltere ve Hollanda’da, ardından Batı Avrupa’da, daha sonra da Amerikan sömürgelerinde gerçekleşmiş olduğu gibi, özel yatırım gerekleri ve stratejilerinin baskın duruma gelmesi gerekir. (...) Kapitalist uygulamalar günümüzde dünyanın büyük bölümünde egemendir. (4-5).

Appleby’nin kapitalizme yaklaşımı, onun yalnızca ekonomik bir kavram olarak değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve politik bir sistem olarak da düşünülmesi ve tartışılması gerektiğini göstermesi ve/ya hatırlatması bakımından önemlidir. Bu çalışma süresince ve sonrasında da görülmüştür ki ekonomi, kapital, tüketim gibi iktisadi terimler hiçbir zaman yalnızca ekonominin alanına girmemekte, daima başka alanlarda da etkileşim içinde bulunmakta ve bu şekilde anlamlı olmaktadır.

[Zira t]üketicinin modern kapitalizmin kendisine sağladığı mal ve hizmetleri satın alma arzusu ve olanağı ile bu malları bir pazar için üretip satmak yoluyla kazancın sürdürülmesi gibi ekonomik hareketler, daha geniş bir toplumsal ve kültürel bağlam içinde oluşurlar. Bunlar hiçbir zaman, klasik liberal ekonomik kuramın varsaydığı rasyonel ekonomik özne modelinin öne sürdüğü gibi “yalnızca” ekonomik hareket ve kararlar değildir. [Marx] üretim ve tüketimle ilgili ekonomik hareketlerin oluşabilmeleri için kültürel bir zemine gerek olduğunu vurgulamaya çalışmış[tır] (Bocock, 2009: 47).

Kapitalizmin, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yer alacak olan inceleme ve tartışmalara temel teşkil etmesi amacı ile üretim ve özellikle de tüketim bağlamında kısaca ele

alınacağı bu kısımda adı geçen belli başlı düşünür ve kuramcılarının bütünüyle tartışılması ve değerlendirilmesi mümkün olmadığı gibi çalışmanın asıl meselelerinden uzaklaşmasına neden olacaktır. Bu nedenle burada bu kişilerin kuramlarına uzun uzun değinmek yerine günümüz küresel kapitalizmi ve tüketim toplumu çerçevesinde nerede durdukları ve etkileri üzerinde durulacaktır.

Kapitalizmin nasıl, nerede ve ne zaman başladığına dair araştırmacı ve kuramcılarının fikir birliğine vardığı bir nokta olmasa da, Alman düşünür ve sosyolog Max Weber'in de çalışmalarıyla desteklediği üzere kapitalist uygulamaların temelini oluşturan ilk tüketim modellerinin on yedinci yüzyılda İngiltere'de ortaya çıktığı düşünülmektedir<sup>4</sup>. O dönemde üretim sistemi özgür ve ücretli işçilere dayanmaktadır ve üretilen malların serbest pazarda satılması ile elde edilen gelir eşit bir şekilde dağıtılmaktadır. Dağıtılan bu gelirler ise kapitalist toplumlarda olduğu gibi 'ihtiyaçlar' için harcanmak yerine yeni yatırımlar yapmak için kullanılmıştır (Bocock, 2009: 21). Kuşkusuz İngilizlerden önce ve onların dışında da işgücü ve sermaye alanında yeniliklere imza atanlar olmuştur; ne var ki Appleby, kapitalizmin yalnızca ticari başarıların bir ürünü olmadığını, ticaretin kapitalizm için gerekli ancak tek başına yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Ona göre İngiltere'yi diğerlerinden ayıran nitelik, yeniliklere açık olmanın yanı sıra yenilikleri, değişimi ve ilerlemeyi sürekli kılma konusunda gösterdikleri kararlılıktır (2012: 10-11). İngilizler, girişimcilerin riskli ekonomik atılımlarının başarılı sonuçlar verdiğini gördüklerinde mevcut düzeni koruma yönündeki düşüncelerini yavaş yavaş terk etmiş ve ekonomik gelişmeler ile birlikte düşünce sistemlerini de değiştirmeye başlamışlardır. Böylelikle ekonomik anlamda büyük girişimlerde bulunmuş, sermaye ise toplumda kendine önemli bir yer edinmiş ve bir daha hiç inmemecesine tahtına oturmuştur.

On sekizinci yüzyıla gelindiğinde sanayi devrimi ile birlikte bugün meta kültürü (*commodity culture*) olarak bilinen ve metaların üretimi ve tüketimini ifade eden sistemin temelleri atılmış ve yaklaşık iki yüzyıla yayılan bu gelişim süreci boyunca birçok

---

<sup>4</sup> Alman düşünür ve sosyolog Max Weber 1904–1905 yıllarında yazdığı *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu* (*Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*) adlı eserinde geleneksel toplumdaki modern topluma geçişte kapitalizmin rolünü incelemiş ve kapitalizmin gelişimini Protestan ahlakının yaygınlaşmasına bağlamıştır. Zira çalışmayı ve sorumlu ve tutumlu olmayı bir ödev bilen Protestan ahlakı, tembelliğe ve israfa karşı çıkararak ve çalışıp kazanılanların biriktirilmesi gerektiğini öne sürerek kapitalizmin temel niteliklerine zemin hazırlamıştır. Protestan ahlakı sayesinde üretkenlik artmış, sermaye birikimi sağlanmış ve çalışmaya atfedilen kutsal değer ile meslektaşlarının ve işçi sınıfının ortaya çıkışının önü açılmıştır.

bilimsel, toplumsal, ekonomik, politik, kültürel ve teknolojik gelişmeye tanıklık edilmiştir. Bütün bu gelişmelerin kalbinde ise, serbest pazarın, yani rekabete dayalı ekonomik düzenin ortaya çıkması yatmaktadır<sup>5</sup>. Sanayi devrimi ile birlikte tarıma dayalı ekonomi yerini sanayiye dayalı ekonomiye bırakmış, tarım ürünlerinin yerini ise kapitalizmin en önemli kavramlarından biri olan metalar almıştır. Serbest ticaret, hâkim üretim, dağıtım ve tüketim biçimlerini değiştirmekle kalmamış, aynı zamanda toplumun devamlılığı ve idaresini de değiştirmiştir (Lindner, 2003: 3-4). Küçük ölçekli işletmeler giyim eşyaları, takılar ve süs eşyaları gibi tüketim malzemeleri üretirken, gazete ve dergilerde reklamcılık kavramı gelişmeye başlamıştır. “İnsanların, evlerini ve bedenlerini süsleyebilecekleri mal çeşitlerinin farkına varması ve bunları satın alabilme güçlerinin artması yoluyla, on sekizinci yüzyıl (...) bir ‘tüketim devriminin’ gerçekleşmesine şahit ol[muştur]” (Bocock, 2009: 23, 24). Sanayi devrimi ile birlikte fabrikasyon üretime geçilmesi, üretim hacminin artması ve tüketimin gelişmesi kapitalist toplumun gelişinin habercileri olmuştur. Amerikalı Henry Ford’un fabrikalarda seri üretime geçerek araba üretmeye başlaması “toplu üretim ve toplu tüketim” kavramlarını ortaya çıkarmış ve bugünkü anlamıyla kapitalizmin gelişiminde oldukça önemli bir rol oynamıştır (29). Fordizm olarak adlandırılan bu üretim şekli standartlaştırılmış bir ürünün devamlı olarak standart bir üretim sürecinden geçerek üretilmesi anlamına gelmektedir. Fordist üretim, tasarım ve üretim, girişimcilik ve pasiflik, özgürlük ve itaatkârlık, yaratıcılık ve kararlılık arasında yaptığı keskin ayrımlar ile toplumsal bir düzen sağlama konusunda şüphesiz tüm zamanların en büyük başarısı olagelmıştır (Bauman, 2000: 57). En parlak dönemlerinde Fordizm, sanayileşmenin, birikimin ve düzenin mükemmel birlikteliği olarak görülmüş ve beraberinde yeni bir tüketim şeklini ve tüketici tipini getirmiştir.

On sekizinci yüzyıl boyunca yaşanan gelişmelere bakıldığında, üretimin ihtiyaçları karşılamaktan öte kâr elde etmek ve temel ihtiyaçlar dışında istek ve arzuların yönettiği ‘ihtiyaçlar’ı tüketmek için gerçekleştirildiği ve toplumda güç dengelerinin değişerek kiliselerin ve toprak sahiplerinin yerini ekonomik güç sahibi olanların aldığı görülmektedir. İngiltere’de, Avrupa ülkelerinde ve Amerika’da yayılmaya başlayan bu

---

<sup>5</sup> Joyce Appleby, buradaki “serbest” sözcüğünün kapitalizmdeki zorlamayı örtbas etme ideolojik amacını taşıdığını öne sürer. Zira ona göre, insanlar bir işte çalışmayı veya çalışmamayı seçebilirler, ne var ki bu seçme ‘özgürlüğü’ hayatlarını sürdürmek için çalışmak zorunda olduklarını gerçeğini değiştirmemektedir (2012: 23).



yeni üretim ve tüketim şekillerinde önceki dönemlerin aksine ücretli çalışan kesim temel gereksinimlerinin dışında harcamalar yapmaya ve üretilen tüketim mallarını satın almaya başlamıştır. Bu yeni tüketici tipi daha önce hiç karşılaşmadığı bir mal ve ürün çeşitliliğine maruz kalmış, bu çeşitlilik ise kişinin kimliğini oluşturması için geniş imkânlar sunmuştur. Appleby'e göre işin püf noktası da tüketicinin ihtiyaç olduğu için değil tercihe dayalı olarak istendiği için yapılmasıdır, zira bu beraberinde satın alma gücünün yanı sıra "tercih gücü"nü de getirmiştir (2012: 228-229). Çok geçmeden reklamlar bireylerin bu tercih gücünü kullanması için harekete geçmiş ve reklamcılık sektörü yükselişe geçmiştir. Bireyler reklamlar aracılığıyla gördükleri metaları arzulamış ve kendilerine sunulan seçenekler arasından seçim yapmaya başlamıştır.

On dokuzuncu yüzyılda kapitalizm hızla gelişmeye ve ilerlemeye devam etmiş, etki alanı ve kapsamı giderek genişlemiştir. On sekizinci yüzyılda kültür ve ekonomi alanlarını değiştiren ve dönüştüren meta kavramı, on dokuzuncu yüzyılda kendisi kültürel ve ekonomik bir kavram haline gelmiştir. Ekonomik olan aynı zamanda toplumsal olmuş, metalar kapitalist ekonomik sistemin temel yapıtaşı iken on dokuzuncu yüzyılda toplumun temel yapıtaşı haline gelmiştir. Artık toplumda asıl vurgu üretime değil tüketime yapılır olmuş, asıl mesele bireylerin metaları nasıl arzuladıkları ve satın aldıkları, onlarla nasıl bir etkileşim ve iletişim içinde oldukları, onlar ile neler yaptıkları, onlara nasıl baktıkları ve onlarla nasıl göründükleri, onları hayatlarında nasıl konumlandıkları ve onlar aracılığı ile toplum içinde nasıl konumlandıkları olagelmiştir (Lindner, 2003: 7, 10). Bu da, meta kültürünün giderek kitle kültürüne dönüşmesine neden olmuş, böylece postmodernist tüketim kültürünün temelleri inşa edilmiştir.

## 2.2.2. Postmodernizme Doğru: Tanımlar, Temsil ve Gerçeklik, Postmodern Kimlikler

### 2.2.2.1. Modernizmden Postmodernizme: Bir Kopuş Mu Yoksa Bir Devamlılık Mı?

*Postmodernizm, kendi kendinin farkında, kendi kendisiyle çelişen, kendi kendinin altını oyan ifade sanatıdır. Söylenen şeyleri, aynı zamanda tırnak içine alarak söylemek gibidir. Amaç, vurgulamak veya "vurgulamak"tır... ve ruh hali de "bilinçli" ve ironik – veya "ironik"- bir ruh halidir. Postmodernizmin ayırt edici karakteri, çift anlamlılığa veya ikili olmaya dönük bu toptan "dikkat çekici" taahhütte yatar.*

Linda Hutcheon – The Politics of Postmodernism (1989)<sup>6</sup>

Mike Featherstone, tüketim ve tüketim kültürü gibi kavramların nasıl sosyal bilimlerin inceleme alanına girdiğini ve bunların postmodernizm ile ilişkisini incelediği *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü* (2013: 11) adlı kitabına şu sorular ile başlar: "Toplumsal ilişkilerin ve kültürel temsillerin analizinde nasıl olup tüketim ve kültür incelemesine (...) giderek artan bir yer ayrılıyor? Bu, hem kültürün hem de tüketimin daha hayati bir rol oynadığı, yeni bir toplumsal ya da toplumlararası örgütlenme aşamasına girdiğimiz anlamına mı gelir?". Bu sorulara doğrudan olumlu veya olumsuz yanıtlar vermek yerine değişenin gerçekliğin kendisi değil belki de insanların gerçeklik algısı olduğunu öne süren Featherstone postmodernizm kavramının böylesine güçlü bir kültürel imge olarak ortaya çıkmasına neden olan koşulların incelenmesi gerektiğini ifade eder. Zira bu koşullar ekonomik bir kavram olan tüketim kavramını sosyal, kültürel ve psikolojik bir kavram haline getiren koşulların ta kendisidir. Dolayısıyla tüketim toplumunun kapsamlı bir analizine ve eleştirisine geçmeden önce postmodernizmin farklı bir başlık altında farklı bir dönem olarak değerlendirilmesinin nedenlerine bakmak yararlı olacaktır.

'Modern' kavramı, 17. ve 18. yüzyıl Avrupa'sında ortaya çıkarak hızla tüm Batı'yı etkisi altına alan Aydınlanma ile birlikte sık sık kullanılmaya başlamış ve özellikle ilerleme,

---

<sup>6</sup> Ward, 2014: 45.

rasyonalizm ve mutlak bilginin/hakikatin varlığı değerleri ile tanımlanmıştır. Modern toplumun nihai amacı devamlı olarak ilerleme ve "insanlığın aşama aşama kusursuzlaşması" (Ward, 2014: 10) olarak değerlendirilmiştir. Ne var ki bu değerlerin evrensel bir hale gelmesi ve dünya üzerindeki tüm toplumlar tarafından uygulanması mümkün olmadığından bu durum zamanla Batı toplumlarının gelişmesine ve diğer toplumların sömürülmesine yol açmış, bu da nihayetinde söz konusu 'evrensel' değerlerden uzaklaşılmasına, Fredric Jameson'ın deyişiyle "köktenci bir kopuş"a (2011: 29) neden olmuştur. Bu uzaklaşma ve kopuş ise 'modern' olandan farklı bir oluşumu meydana getirmiş ve toplum daha farklı bir dönemsel başlık altına incelenmeye başlamıştır. Modern toplumun aksine postmodern toplum tükenme ve tüketme, rasyonel olandan uzaklaşma ve mutlak bilginin/hakikatin reddi değerleri ile tanımlanmıştır. Burada postmodernin modernin zıttını/reddini yansıttığı düşünülebilir, bir bakıma öyledir de; ancak yine de modern olan her şeyin geride bırakıldığı veya yalanlandığı düşünülmemeli, postmodern şu veya bu şekilde modernin devamı, çağın gereklilikleri ışığında değişerek evrilmiş ve yön değiştirmiş hali olarak değerlendirilmelidir.

Modernizm ve ondan türeyen postmodernizm kavramlarının temelinde kültür yatmaktadır. Dolayısıyla her iki kavramın da öncelikli olarak sanat alanındaki değişim ve dönüşümler ile ortaya çıkması tesadüf değildir. Modernizm gibi sanatta gerçekleşen değişimler ile ortaya çıkan postmodernizm daha sonra edebiyat ve mimari alanlarına yayılmış ve ardından çağdaş toplum ve kültürdeki hemen tüm değişim ve dönüşümler için kullanılır hale gelmiştir. Bu değişim ve dönüşümler başta genellikle ideolojik veya estetik bir temelde gerçekleşirken postmodernizm kavramı zaman içinde gündelik hayatın her alanında kullanılan kapsamlı bir kavram olagelmıştır. Kavram, toplumun gidişatını, bu gidişatı tanımlayan veya açıklayan fikirler grubunu, belirli bir sanatsal tarzı veya yaklaşımı ya da tüm bunları kapsayan daha genel bir tanımları anlatmak için kullanılabilir (Ward, 2014: 4). Postmodernizm üzerine yapılan birçok çalışmada ve yazılan birçok yazıda kavramı tanımlamanın zor olduğunun ifade edilmesi onun bu çok anlamlı doğasından kaynaklanmaktadır. Ne var ki daha önce de belirtildiği gibi bu çalışma için postmodernizm kavramını önemli kılan şey onun çok anlamlı ve çok kapsamlı oluşu değil böylesi sık kullanılagelen ve günümüz toplumunun her alanını tanımlarken karşılaşılan bir kavram oluşudur. Bu çalışmada postmodernizm sözcüğü ile günümüz koşullarına ve içinde bulunduğumuz topluma ilişkin olan vurgulanmak istenmektedir. Jameson'ın

sanayi sonrası toplum veya tüketim toplumu, medya veya gösteri toplumu ya da çok uluslu kapitalizm olarak adlandırdığı bu postmodernizm tanımı çalışmanın dönemseld zeminini oluşturmakta ve kitle iletişim araçlarına, enformasyon ve iletişim teknolojilerine, tüketim kültürüne, mallara ve metalara ve bunların benlik, kimlik, gerçeklik ve bireylerin gerçeklik algıları üzerindeki etkilerine işaret etmektedir. Bu bağlamda ele alındığında burada incelenen postmodernizm, toplumdaki ve bireydeki şu değişim ve dönüşümleri kapsamaktadır: yüksek kültürle alçak kültür arasındaki sınırların ortadan kalkması, “kültür endüstrisinin tüm formlarını, kategorilerini ve içeriklerini kapsayan yeni metin türlerinin ortaya çıkması”, medyanın bireylerin hayatları üzerindeki hâkim gücü, imgelerin ve sembollerin toplumu ve bireyi belirleyici konumları, bireylerin benlik ve kimliklerinin tüketim toplumunun değer ve normları ile inşa edilmesi, “kitsch, TV dizileri ve Reader’s Digest kültürü, reklamlar, gece şovları, ikinci sınıf Hollywood filmleri” (Jameson, 2011: 31)...

Postmodernizm kapsamında ele alınan konu başlıklarına bakıldığında kavramı yalnızca kültürel bir zeminde ele almanın yanlış ve yetersiz olacağı görülmektedir. Zira postmodernizm, kültürel olduğu kadar sosyal, politik ve ekonomik bir kavramdır. Jameson’ın da öne sürdüğü gibi “postmodernizmle ilgili her konum aynı zamanda ve zorunlu olarak, bugün çokuluslu kapitalizmin doğasına yönelik açık ya da örtük bir politik tavidir.” (2011: 32). Ne şekilde adlandırılırsa adlandırılınsın ve nasıl dönemselleştirilirse dönemselleştirilsin, postmodernizmin kapitalizm ile bağlantısı kaçınılmazdır. Modernizm sanayi devrimi ile birlikte gelişen bir süreç olarak görülürken postmodernizm sanayi sonrasına (*post-industrial*), modernizmden farklı bir döneme işaret etmektedir. Modernizmde toplumda sınıflar önemliken postmodernizmde asıl önemli olan “birey, yaş, cinsiyet ve grup gibi elemanlar ve onların kültürleri”dir (Erdoğan, 2000: 216). Dolayısıyla toplumun temel belirleyicileri postmodernizm ile birlikte değişmiş ve bu değişimin merkezinde yer alan bireyler de zamanla benliklerini ve kimliklerini toplumun bu yeni belirleyicileri aracılığıyla tanımlamaya ve inşa etmeye başlamıştır.

#### 2.2.2.2. Postmodernist Temsiller: Gerçekliğe Dokunuyor Mu Yoksa Artık Gerçeklik Yok Mu?

Dil aracılığı ile anlam üretme anlamına gelen temsil kavramı, gerek dilbilim alanında gerek ise sosyal bilimler alanında hayli tartışılmalı ve kullanılmıştır. Tartışmaların temelinde ise dilin dünyayı temsil etmek için nasıl ve ne şekilde kullanıldığı sorusu yer almaktadır. Dil ve anlam ikilisini kültür bağlamında buluşturan ve dünyayı anlamlandırmak ve açıklamak amacı ile kullanılan temsiller, dil, işaret ve imgeler aracılığı ile bir şeyi ifade veya temsil ederler (Hall, 2013). Postyapısalcı ve postmodernist tartışmaların yükselişiyle birlikte temsil meselesi de giderek önem kazanmış, çok anlamlılık ve metinlerarasılık meseleleri gündeme gelirken teknolojik gelişmelerin de ışığında içerik, imge, işaretler ve işlevler çoğalmıştır. Bu durum ise, böylesi bir anlam ve uyaran bolluğunun bulunduğu bir ortamda gerçeğin ne derece var olduğunun ve temsil ile gerçeklik arasındaki ilişkinin sorgulanmasına yol açmıştır.

Özellikle televizyon, postmodernist toplumda temsil ve gerçeklik meselelerinin en çok gündeme geldiği unsurdur. Zira ses ve görüntüler aracılığıyla gerçekliği yansıtan ya da izleyiciye sunduklarını gerçeklik olarak kabul ettiren televizyon bireylerin gerçeklik algılarına etki etmekte ve dolaylı olarak dünyalarını dönüştürmektedir. Elbette televizyon, postmodernizme ilişkin tartışmalardan çok önce akademik ve bilimsel araştırma ve çalışmalara konu olmuş (Ward, 2014: 86), televizyonun insan sağlığına, sosyal hayata ve bireyler arası ilişkilere olan etkileri incelenmiş ve sorgulanmıştır. Ancak yukarıda da belirtildiği üzere çağın düşünsel, toplumsal, ekonomik ve teknolojik gelişmeleri ile birlikte televizyonun toplumdaki rolü ve toplum üzerindeki etkileri değişmiş ve evrilmiştir. Postmodern toplumda televizyon ile temsil ve gerçeklik meselelerini inceleyen Jean Baudrillard, medyanın gerçekliği yansıtmak gibi bir kaygısı olmadığını ve izleyicilerin maruz kaldıkları görüntülerin gerçeklikle ilgisi olmadığını öne sürerek büyük tartışma yaratmıştır. Postmodernizm alanında çalışmalarıyla ve iddialarıyla en çok ses getiren isimlerden biri olan Baudrillard kendini “postmodernist” olarak adlandırmasa da ve çalışmalarında “postmodernizm” kavramını pek kullanmasa da, çalışmaları ve öne sürdüğü düşünceleri mevcut yeni düzeni yansıtmış ve çoğu zaman eleştirel tutumu bir hayli yankı uyandırmıştır (Ward, 2014: 96).

Baudrillard, günümüz toplumunda bireylerin sonu gelmez bir imge bolluğuna maruz kaldığını öne sürmüştür. Benzer şekilde John Berger, *Görme Biçimleri* (2010: 129) adlı eserinde “Tarihte başka hiçbir toplum böylesine kalabalık bir imgeler yığını, böylesine yoğun bir mesaj yağmuru görmemiştir.” demiştir. Evde televizyonun karşısında, sokakta reklam panolarında, dergilerde, mağazalarda ve metalarda, akıllı telefonlarda, bilgisayarlarda, sinemalarda... hayatlarının her anında ve her alanında imgeler tarafından kuşatılan bireyler, aslında her biri birer temsil olan bu imgeler nedeniyle yaşadıkları dünyayı daha farklı deneyimlemeye başlamış ve sonuç olarak gerçeklik algılarında bozulmalar yaşamışlardır. Glenn Ward *Postmodernizmi Anlamak* (2014: 97) adlı kitabında “Dünyayı yalnızca görüntülere boğulmuş bir kültür tarafından peşinen üretilmiş bir tür önyargılar ve beklentiler filtresi aracılığıyla deneyimleyebiliriz” demektedir. Televizyon ve reklamların başrolde olduğu Baudrillard’ın gerçeklik kuramında medya incelemelerinin yanı sıra birçok alan ve disiplinden de faydalanılmaktadır. Baudrillard, gerçeklik konusunu ayrıntılı olarak *Simülakrlar ve Simülasyon* (2011: 14) adlı kitabında ele almıştır. Burada, hiper-gerçeklik ya da simülasyon olarak adlandırılan şey “bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesi” anlamına gelmektedir. Baudrillard, simülasyonu gerçeğin karşıtı olarak konumlamaz, zira ona göre artık öyle bir hale gelinmiştir ki gerçeğin varlığından söz etmek mümkün değildir. Simülasyonun kopyaladığı/temsili ettiği gerçek yok olmuş, onun yerini simülasyonlar almıştır. Dolayısıyla zaman içinde temsillerin gerçekliğinin değerlendirilip sorgulanabileceği bir dayanak kalmamış, simülasyonlar gerçekliğin kendisi olagelmışlerdir.

Baudrillard’ın simülasyon kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için, onun simülasyon olarak değerlendirdiği örnekler bakmakta yarar vardır. Bu örneklerden en çarpıcı olanlarından biri ise Baudrillard’ın *Disneyland* örneğidir:

Disneyland bütün simülakr<sup>7</sup> düzenlerinin iç içe geçmiş olduğu kusursuz bir modeldir. Disneyland her şeyden önce: Korsanlar, Geleceğin Dünyası vb. şeylerden oluşan bir illüzyon ve fantazm oyunudur. Bu düşsel evren kendine düşen görevi başarıyla yerine getirmektedir. Aslında kalabalıkları buraya çeken şey çelişkileri ve güzellikleriyle gerçek Amerika’nın minyatürleştirilmiş toplumsal bir mikrokozmosuna benziyor olması ve alınan kolektif (dinî denilebilecek türden) keyiftir. (...) Başka bir deyişle içerdeki bin bir çeşit oyuncak, insanları bir nehir misali oradan oraya sürüklerken, dışarı çıkan insan yalnızlığa (oyuncağına),

<sup>7</sup> Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm (Baudrillard, 2011: 7).

arabasına doğru ilerlemek zorunda kalmaktadır. (...) Disneyland “gerçek” ülkenin, “gerçek” Amerika’nın bir Disneyland’a benzediğini gizlemeye yaramaktadır. Bu durum sıradan gündelik yaşantısının bir hapishaneyi andırmadığını gizlemeye çalışan toplumsal bir yapının hapishaneler inşa etmesine benzemektedir. Disneyland’ı çevreleyen Los Angeles ve Amerika, gerçeğe değil hipergerçeğe ve simülasyona aittir. Burada sorun yanıltıcı bir yeniden canlandırılmış gerçeklikten (ideoloji) çok, gerçeğin gerçeğe benzemediğini gizleyebilmek ve gerçeklik ilkesinin devamını sağlayabilmektir (2011: 29,30).

Baudrillard, özellikle Amerikan toplumunu ele aldığı *Disneyland* örneğinde toplumun yozlaşmışlığına ve insanların yabancılaşmalarına gönderme yaparak *Disneyland*’ın Amerikan toplumunun bir kopyası/temsili olduğunu ve amacın insanların ‘gerçek’ hayatlarında bulamadıkları mutluluğu ve huzuru geçici de olsa bu ‘gerçekçi’ dünyada tatmaları olduğunu öne sürer. Böylece bireylerin, yalnız ve memnuniyetsiz hayatlar yaşadıkları gerçeği örtbas edilmekte ve gerçek hayat ile *Disneyland*’ın sunduğu gerçekliğin aynı olduğu yanılsaması yaratılmaktadır. Bu sayede bireylerin mutsuzlukları ve tatminsizlikleri normalleştirilerek etkisiz hale getirilmekte, üstü örtülerek yok sayılmaktadır. Bu, birbirlerine ve yaşadıkları topluma yabancılaşan, yüz yüze iletişimden ve etkileşimden uzaklaşan ve her şeyin birer metaya indirildiği ve üzerlerindeki fiyat etiketi ile değerlendirildiği bir tüketim toplumunda yaşayan bireylerin hayatlarını olabildiğince normal gösterme çabasından başka bir şey değildir.<sup>8</sup>

Baudrillard’ın simülasyon kuramının en çok ses getiren ve tepki uyandıran örneği ise 1991 yılında Körfez Savaşı’nın bir simülasyon olduğunu öne sürmesi olmuştur. Ona göre savaş ‘gerçekten’ yaşanmamıştır. Zira medya aracılığıyla savaş canlı olarak yayınlanmakta, bireyler evlerinin rahatlığında savaşı televizyonda yayınlanan herhangi başka bir programdan farksız izlemektedirler. Onlar için savaş, televizyonlarının açık olduğu süre boyunca vardır, televizyonu kapattıkları anda savaş bitmiş demektir. Bu durum, Baudrillard’ın kavramların içinin boşaltıldığı bir toplumda savaşın anlamını ve medya aracılığıyla evlere ulaşan savaş görüntülerinin gerçekliğini sorgulamasına neden olmuştur. Ona göre medyanın gerçekleri ne derece yansıttığı bilinmemektedir ve muhtemelen de asla bilinmeyecektir; zira medya aracılığıyla bireylere sunulan her tür bilgi, içerik ve imge, medyanın denetimini elinde tutan hâkim güçlerin ideolojilerinin süzgecinden geçmektedir. Dolayısıyla savaş esnasında bireylere ulaştırılan görüntü ve

---

<sup>8</sup> Metalurji, tüketim kültürü ve tüketim toplumu kavramları çalışmanın ilerleyen bölümünde tartışılacaktır. Bu nedenle bu kısımda bu kavramlar açıklanmamıştır.

içeriklerin ‘gerçek’ ve tarafsız olduğunu düşünmenin sorunlu ve hatta tehlikeli olacağı düşünülebilir. İşte bireylerin içinde yaşadığı bu ‘gerçeklikten uzak gerçeklik’, Baudrillard’ın simülasyon olarak adlandırdığı dünyadır. “Anlam ve iletişim hipergerçekleşmiştir. Gerçeğe bir son veren şey gerçekten daha da gerçek gibi görünendir.” (2011: 120).

### 2.2.2.3. Postmodern Kimliğin Bunalımı: Bana Nasıl Göründüğünü Söyle, Sana Kim Olduğunu Söyleyeyim

Postmodernizm ile birlikte çoğalan anlamlar, içi boşalan kavramlar ve artan içerik, imge, işaret ve işlevler bireylerin toplumdaki kimliklerini ve konumlarını bilinçli veya bilinçsiz olarak sorgulamalarına neden olmuştur. Ward, kimliğin değişim ve dönüşümlerini genel olarak üç başlık altında incelemiştir: modern öncesi kimlik, modern kimlik ve postmodern kimlik. Buna göre modern öncesi kimlik, toplum tarafından önceden belirlenmiş ve tanımlanmış değerler ve roller çerçevesinde gelişir, belirli bir sınırı ile tanımı vardır ve nereden geldiği ve nereye gideceği bellidir. Modern öncesi toplumlarda “[k]imlik, bir sorun değildir.” Modernizm ile birlikte kimlik ilk kez krize girer; zira her ne kadar tanımı kısmen belli olmaya devam etse de sınırları genişlemiş ve farklı değerler ve roller ile etkileşime girmeye başlamıştır. Dolayısıyla birey, tek bir kimliğin sınırları içine hapsolmek yerine birden fazla kimliğe bürünebilir ya da toplumda farklı konumlar *seçebilir* hale gelmiştir. Buradaki seçim sözcüğü, modern kimliğin (ve daha sonraları postmodern kimliğin) en belirleyici özelliklerinden biridir. Zira kimlik, doğuştan gelen bir özellik olmaktan çıkıp seçilebilen bir şey haline gelmiştir. Bu ise beraberinde kimliğin nasıl olması gerektiğine ilişkin soruları ve sorunları getirmiş, modern toplumlarda “kimlik bir ‘sorun’ haline gel[miştir].” Postmodern toplumlar ise giderek değişen, dönüşen ve parçalanan toplumlardır ve beraberlerinde bölünen ve parçalanan bireyler yaratırlar. Toplumun her alanında süregelen çokanlamlılık ve uyaran bolluğu kimlikleri ve toplumsal rolleri çeşitlendirmiş, içlerini boşaltmış ve sınırlarını yeniden çizmiştir. Tüketim toplumunun hâkim olduğu postmodern toplumlarda bireyler kim oldukları ile değil nasıl göründükleri ile ve sahip oldukları ile ilgilenmektedir (Ward, 2014: 180-183).



Postmodern kimlik kavramı, yukarıda da belirtildiği üzere tüketim kültürü ve tüketim toplumu konularının inceleme alanına girmektedir. Bu nedenle bir sonraki bölümde tüketim kültürü ve tüketim toplumu kavramlarına yer verilecek, tüketim toplumunun yabancılaşmış, yalnız ve benliklerini ve kimliklerini kaybetmiş bireyleri ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Bunun için öncelikle Freud ve Marcuse'nin uygar birey ve uygar toplum analizlerine yer verilerek günümüz tüketim toplumu tartışmalarının psikolojik ve sosyolojik zemini oluşturulacak, ardından tüketim toplumunun kapsamlı bir incelemesine yer verilecektir.

### 2.2.3. Tüketim Kültürü ve Tüketim Toplumu

*Bütün maddi tatminleri sağlayın ona, öyle ki uyumak, çörek yemek ve dünya tarihini sürdürmeyi dert edinmekten başka yapacak bir şeyi kalmasın; yeryüzünün tüm mallarına boğun ve saç diplerine kadar mutluluğa gömün: Bu mutluluğun yüzeyine küçük kabarcıklar çıkacaktır, suyun üzerinde olduğu gibi.*

Dostoyevski – Yeraltından Notlar<sup>9</sup>

#### 2.2.3.1. Uygarlık ve Hoşnutsuzlukları: Freud'dan Marcuse'ye Bir "Uygar" Toplum Analizi<sup>10</sup>

Sigmund Freud, *Uygarlık ve Hoşnutsuzlukları* (Orj. *Das Unbehagen in der Kultur*, 1930) adlı eserine insanların hayatlarını yanlış ölçütlerle değerlendirdiğini ve güç, başarı ve zenginlik peşinde koşarken hayatın asıl değerlerini göz ardı ettiklerini öne sürerek başlar (2000: 2). İşte tam olarak bu iddia, tüketim toplumunun tartışılacağı bu bölüme neden Freud ile başladığını çok güzel ifade etmektedir. Zira Freud'un 1929 yılında yazdıkları ve ardından 1955 yılında Herbert Marcuse'nin Freud'un düşüncelerini Marksist kuramlar ışığında ele aldığı *Eros ve Uygarlık* (Orj. *Eros and Civilization*) adlı eseri, aradan geçen onca yıla, bütün bu zaman süresince değişen onlarca '-izm'e ve tüm gelişmelere rağmen günümüz toplumunun buhranlarına ve sıkıntılılarına çok da uzak durmamaktadır ve tüketim toplumu tartışmaları için anlamlı bir temel teşkil ettikleri düşünülmektedir.

Freud, hayatın yegâne amacının mutlu olmak olduğunu öne sürer ve insanoğlunun varlığının başından günümüze haz ilkesi<sup>11</sup> etrafında şekillendirildiğini ifade eder. Ne var ki haz ilkesi, dünya düzenine aykırı işlemektedir ve bu nedenle mutluluk ancak dayanılmayacak bir noktaya gelen bastırılmış ihtiyaçların anlık doyumu ile mümkün olmaktadır. Bu doyum ve mutluluk anı ise doğası gereği geçicidir; dolayısıyla mutluluk uygar toplumlarda rastlanılması pek mümkün olmayan bir durumdur ve bu da uygarlığın

<sup>9</sup> Jean Baudrillard, 2015: 9.

<sup>10</sup> Burada uygarlık sözü moderne karşılık gelmektedir (Featherstone, 2013).

<sup>11</sup> Freud'un haz ilkesi ve gerçeklik ilkesi kavramları tartışmanın ilerleyen kısımlarında ayrıntılı olarak açıklanacaktır.

hoşnutsuzluklarının temelini oluşturmaktadır (2000: 8). Freud'a göre insanoğlunun mutsuzluğunun üç temel sebebi vardır: doğanın üstün gücü, çürümeye mahkûm bedenlerimiz ve toplumun her bir biriminde insan ilişkilerini idare etmekteki yetersizliğimiz. İlk iki sebep için yapılabilecek tek şeyin bu iki gerçeği kabullenmek ve ona göre yaşamak olduğunu söyleyen Freud, insanoğlunun mutsuzluğunun toplumsal kaynağı olan üçüncü sebep için ise insanların hâlihazırda kendilerinin yarattıkları bu sistemin nasıl olup da onlara huzur ve refah getiremediğini anlayamadıklarını belirtir ve bu durumun ardında insanların kontrolünün dışında bir unsur, insan zihninin yapısı olduğunu öne sürer. Buna göre, insanoğlunun mutsuzluğunun en büyük sebebi uygarlığın ta kendisidir; zira Freud, ilkel koşullara dönülse insanlığın çok daha mutlu olacağını iddia etmiştir (13).

Bu noktada, Freud'un bu iddiasını temellendirdiği birkaç hususa değinmekte fayda vardır. Uygur bir toplumda her şey insanlığın yararına kullanılmak üzere sömürülmekte, üretilmekte ve tüketilmektedir. Doğanın üstün gücüne dahi karşı gelmekte, doğal güzellikler, ormanlar ve topraklar insanların kullanımı için işlenmekte veya aynı uğurda yok edilmekte, hayvanların nesli tükenmekte veya uygun olan (fayda sağlanacak) türler evcilleştirilmekte, iletişim alanındaki gelişmeler ve teknolojik ilerlemeler dünyanın her an her yerinde iletişimi mümkün kılarken yüz yüze iletişim ve karşılıklı duygusal ve fiziksel etkileşim giderek daha da değersizleşmektedir. Uygur toplumun bireyleri bir tutam yeşillığe hasret adeta kollarını açmış doğanın intikamını beklerken ve birbirleriyle 'gerçekten' bir şeyler paylaşmaya dahi mecalleri yokken, uygarlık aynı zamanda onlardan son derece bilinçli, bilgili ve görgülü, düzenli, tutumlu ve anlayışlı olmalarını da bekler. Her bir noktasını fabrikaların, sanayilerin, yüksek yüksek binaların ve betonun kapladığı uygar bir yerleşimde yemyeşil alanlar, parklar, bahçeler, ağaçlar ve ormanlar da aranır. Yaratılan tüm çirkinliğe ve şehirlerin griliğine karşın uygar bir toplumda estetik unsurlar ve güzellikler de olmalıdır. Tertemiz sokaklar, yemyeşil parklar ve bahçeler ve düzenli bir şehir yaşamı o yerleşimin ne kadar da uygar olduğunu gözler önüne serer niteliktedir. Uygurlığın bu ikili yapısı, bireylerin doğalarına aykırı olmanın yanı sıra son derece güç ve yorucu bir durumdur ve nihayetinde çaresiz, dengesiz, mutsuz ve yalnız bireyler yaratmaktadır (Freud, 2000: 15-16).

Temizlik, Freud'un uygarlığa ilişkin özelliğe değindiği bir unsurdur. Ona göre uygar bir toplumda kirli ve pis olma hali hiçbir koşul altında kabul edilemez. Hatta Freud, sabunu medeniyetin temel bir ölçütü olarak kabul eder. Freud'un sabuna ilişkin bu düşüncesi, yıllar sonra tüketim toplumunun ayrıntılı bir eleştirisinin yaptığı *Tüketim Toplumu* (2015) adlı kitabında Baudrillard tarafından yinelenmiştir. Baudrillard'a göre sabun medeniyetin simgesidir. Kendisini temizlenmesi gereken bir virüs olarak gören postmodern insan, temizliğe, hijyene, temiz olana ve saflığa bilinçdışı bir bağlılık ve imrenme geliştirmiştir. Sabuna atfedilen bu önem, çalışma için de ayrıca önem teşkil etmektedir. Zira çalışmanın örneklemini oluşturan Hollywood filmlerinden biri olan *Dövüş Kulübü*'nde sabunun tam da Freud ve Baudrillard'ın değindiği şekliyle gerek karakter gerek ise filmin konusu bakımından özel bir yeri vardır. (Bu konu film analizlerinin yapıldığı bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak incelenecektir.) Temizlik, düzen ve güzellik, Freud'un uygarlığın gereksinimleri olarak önem verdiği kültürel unsurlardır; ancak elbette uygarlığın temelinde bunların dışında başka unsurlar da yatmaktadır.

Freud, uygarlığın insanlığa en büyük yaptırımının onlardan içsel istek ve arzularını bastırmalarını talep etmesi olduğunu düşünür. Zira ona göre uygarlık, içsel hazlardan vaz geçilmesi üzerine kurulmuştur; uygarlığın varlığı güçlü içsel dürtülerin tatmin edilmemesini ya da bastırılmasını gerektirir. Freud'un *kültürel yoksunluk* olarak adlandırdığı bu durum, insanlar arasındaki tüm toplumsal ilişkileri düzenlemekte ve yönetmektedir. Toplumda bastırılması beklenen en temel dürtü ise Freud'un birçok araştırma ve çalışmasının temelini oluşturan libido, yani cinsel arzu veya dürtü kavramıdır. Uygar toplumda bir haz kaynağı veya hayatın anlamı olarak cinselliğin yeri yoktur. Freud, bunun gerekçesi olarak uygarlığın bireyler arasındaki ilişkiler üzerine kurulduğu gerçeğini göstermiş ve iki kişi arasındaki bir paylaşımından ibaret olan ve üçüncü bir kişinin müdahalesinin anlamsız ve rahatsızlık verici olacağı cinselliğin bu sebepten ötürü uygarlıkla çatışma içinde olduğunu belirtmiştir. Zira uygar bir toplum enerjisini cinsellikten alır; amaç, toplumun bireylerini libidinal bağlarla birbirine bağlamaktır. Bunun da en etkili yolu cinsel yaşamı kısıtlamaktır (Freud, 2000: 23).

Uygarlığın bir diğer temel unsuru ise, Freud'a göre insan doğasının özünde yatan şiddete yer vermemesidir. Çünkü şiddet, uygar bireylerin birbirleri ile sağlıklı ilişkiler kurmasını engellemekte ve toplumun düzenini bozmaktadır. Bu nedenle uygarlığın bir diğer

yaptırımı, bireylerin şiddete meyilli doğalarını kısıtlayacak ve düzenleyecek kurallar ve uygulamalar getirmesidir. Zira daha önce de belirtildiği gibi içsel istek ve arzular her daim baskın olmak ve bireye hükmetmek ister. Uygur bir toplumun en temel görevlerinden biri de bu içsel dürtüleri engelleyecek çözümler üretmek ve bunların dışavurumlarını kontrol altına almaktır. İşte bu nedenle bireyler belirli kalıplara sokulmaya ve belirli ilişkiler çerçevesinde yaşamaya zorlanmakta ve bu nedenle cinsel hayat ve insanın vahşi doğası kısıtlanmaktadır. Bütün bu kısıtlamalara ve baskılara bakıldığında uygur insanın neden mutsuz olduğunu anlamak zor değildir. Freud, bu nedenle ilkel insanların çok daha özgür ve mutlu olduğunu ileri sürmüştür. Bugün insanoğlu varlığı boyunca başardığı, sahip olduğu ve hükmettiği her şeye rağmen hayattan aldığı hazzın ve mutluluğun artmadığını görmenin yarattığı hayal kırıklığı içindedir ve üstelik her geçen gün toplumun dayattığı sorumluluklar ve zorunluluklar altında ezilmekte, giderek nevrotik bireyler haline gelmektedirler (Freud, 2000: 13).

Freud'un insan zihni ve doğasına ilişkin görüşlerini sosyo-ekonomik ve politik durum ve koşullarla ilişkilendirerek Marksist kuram ışığında yorumlayan ve yeniden ele alan Herbert Marcuse'nin düşüncelerinin, tüketim toplumu tartışmaları için önemli bir temel teşkil ettiği düşünülmektedir. Bu nedenle bu noktada, Freud'un uygur birey ve topluma ilişkin yukarıda kısaca değinilen görüşlerinin, Marcuse tarafından ne şekilde değerlendirildiği incelenecek ve ardından kurulan bu temeller üzerine günümüz tüketim toplumunun buhran ve sıkıntılara değinilecektir. Marcuse'nin, Freud'un kavram ve kuramlarını Marksizm ile harmanlamadaki amacı, Marksist kuramı mevcut koşullara uyarlayıp geçerlilik kazandırmaktır. Düşüncelerinin ve eserlerinin yıllar sonra günümüz toplumuna ışık tutabildiği göz önünde bulundurulursa Marcuse, bu amacında başarılı olmuş görünmektedir. Marcuse *Eros ve Uygurlık* (1955) adlı eserine, Freud'un uygurlığın insanoğlunun içgüdülerinin devamlı olarak bastırılması üzerine kurulduğu yönündeki önermesinin hafife alındığını belirterek başlar. Ona göre insanoğlunun uygurlık uğruna çektiği sıkıntılara değip değmediği sorusu yeterince ciddiye alınmamıştır. Ancak insanların içsel istek ve arzularının özgürce tatmini uygur toplumun gereksinimleri ve nitelikleri ile uyumsuzluk içindedir; zira ilerlemenin birincil koşulu tatminin bastırılması ve ertelenmesidir. Marcuse, libidonun devamlı olarak bastırılmasını, başka bir deyişle libidonun zorunlu olarak sosyal aktivitelere ve dışavurumlara kanalize edilmesini kültür

olarak adlandırmıştır ve kültür için ödenmesi gereken bedel bir nevi tutsaklık ve baskıdır (1955: 3, 17).

Marcuse, büyük bir ilerlemenin ancak büyük fedakârlıklarla gerçekleşeceğini belirtmiştir. Ona göre tarih boyunca insanın insana en fazla hükmettiği ve zulmettiği dönem uygarlık ile başlamıştır (1955: 4). Zira bir toplumun refahı, malların, aletlerin, modanın ve sürekli bir yıkımın aşırı üretimi ve tüketimine bağlıdır; bu nedenle bireylerin hiç olmadığı kadar bu gereksinimlere uyum sağlaması (uyum sağlamalarının sağlanması) gerekmektedir. Bu uyum sağlama da, ancak onların bastırılması ile mümkündür. Freud'a göre insanlığın tarihi onun baskılanışının tarihidir. Burada baskılanmadan kasıt içinde yaşadığımız toplumun ve kültürün kişinin sosyal ve biyolojik varlığını ve içsel yapısını kısıtlamasıdır. Zira Freud, uygarlığın ancak insanlığın en birincil amacının, yani içgüdülerin ve ruhani ihtiyaçların tatmininin reddi ile mümkün olabileceğini ifade etmektedir (Marcuse, 1955: 11). İnsanların medeni bir şekilde bir toplumda yaşayabilmeleri ve o toplumun bir üyesi olmanın getirdiği gereklilikleri yerine getirebilmeleri için özlerinden vazgeçmeleri ve/veya benliklerini değiştirip dönüştürmeleri gerekmektedir. Burada söz konusu olan tatminin ertelenmesi, hazzın kısıtlanması ve eğlencenin yerini çalışmanın, açık görüşlülüğün yerini üretkenliğin ve rahatlığın yerini güvenliğin almasıdır. Bahsedilen bu değişim ve dönüşüm Freud tarafından haz ilkesinden (*pleasure principle*) gerçeklik ilkesine (*reality principle*) geçiş olarak adlandırılmakta ve bu iki ilke Freud'un psişik aygıt kuramının ve zihin modelinin temelini oluşturmaktadır (12). Psişik aygıt kuramına göre birey, bilinç ve bilinçdışı olmak üzere iki farklı boyutta varlık göstermektedir. Burada bilinç gerçeklik ilkesi, bilinçdışı ise haz ilkesi tarafından yönetilmektedir.

Ruhta haz ilkesine yönelik güçlü bir eğilim bulunmaktadır ama bu daha başka güçler ya da ilişkilerle çatışmaktadır ve sonuç her zaman haz ilkesine uygun olmayabilmektedir. (...) Benin kendini koruma dürtülerinin etkisi altında haz ilkesi, haz kazanma amacını elden bırakmadan doyumun ertelenmesi, kimi doyum olanaklarından vazgeçilmesi ve bir süre hoşnutsuzluğa katlanmak gibi uzun ve dolambaçlı yollardan hazzı sağlayan ve gücünü gösteren *gerçeklik ilkesi* ile yer değiştirir (Freud, 2014: 23).

İhtiyaçlarının tam ve eksiksiz olarak tatmininin mümkün olmadığını fark eden birey, toplumsal yaşama uyum sağlamak için ipleri gerçeklik ilkesinin, yani bilincinin eline vererek haz ilkesini, yani bilinçdışını denetim almaya çalışmaktadır. Ancak burada haz ilkesinin tamamen ortadan kalktığı düşünülmemelidir. Aksine, haz ilkesi bilinçaltında

varlığını sürdürmeye devam etmekte ve bireyin gerçeklik algısını etkilemektedir. Freud'a göre, bastırılanın geri dönüşü uygarlığın tabulaşmış ve gizlenmiş tarihini oluşturmakta ve bireylerin psikolojisi aslında toplumun psikolojisini yansıtmaktadır (Marcuse, 1955: 16).

Freud'un insan zihnini bilinç ve bilinçdışı olarak ayırması, çalışmaları ilerledikçe karşılaştığı olguları açıklamakta yetersiz kalmıştır. Bu da onu 1923 yılında insan zihninin işleyişini ve insanı güdüleyen şeyleri incelediği Ego ve İd adlı kitabını yazmaya yöneltmiştir. Buna göre zihin üç kısma ayrılmıştır: ego, id ve süperego. Bu ayırım fiziksel bir ayırım olmasa da farklı bilinç düzeylerini açıklaması ve bunlar arasındaki ilişkileri ortaya koyması açısından önemlidir.

Psikanalitik çalışmanın gelişmesiyle birlikte, bu sınıflamanın da (bilinç ve bilinçdışı) yetersiz olduğu anlaşılmıştır.<sup>12</sup> Bunu işaret eden birçok durum vardır, ancak en kesin gösterge şudur: Her bireyde ruhsal olguların birbirine bağlı, anlamlı bir örgütlenmesi olduğunu tasavvur ettik ve buna *Ben* dedik. Bilinç bu bene bağlıdır; devingenliğe, yani uyarılmaların dış dünyaya boşaltılmasına o egemendir; bütün kısmi süreçler üzerinde denetimi yürüten, geceleri uyuyan, ama düşlerin sansürünü de elinde tutan ruhsal yapı odur. Belli ruhsal uğraşları yalnız bilinçten değil, başka türlü değerlendirme ve kullanımlardan da uzak tutan bastırmalar da bu benden kaynaklanır (Freud, 2014: 78).

Freud'un incelediği bu kısımlar onun deyişiyle aslında kendi ben'imiz, en içten-ben'imizdir. Latince 'ben' anlamına gelen ego tamamen olmasa da zihnin bilinçli kısmı olarak adlandırılır. Düşünürken ve karar alırken zihinde anlam yapılarının oluşmasını sağlar ve neyin gerçek olup olmadığını söyler. "Ego, Freud'un 'algısal bilinç' dediği ve zihinsel aygıtın en yüzeydeki bölümü olarak gördüğü sistemle ilişkilidir. Bu, bizi dış algılardan koruyan ve aynı zamanda zihnin iç kısımlarında neler olup bittiğine dair bilgi veren bir tür koruyucu deri olarak tanımlanabilir" (Snowden, 2012: 131).

Latince 'o' anlamına gelen id zihnin doğuştan gelen ilkel ve bilinçdışı kısmı olarak adlandırılır. Başlangıçta psikanalizde bilinçsizlik olarak adlandırılan bu kısım alanda karışıklıktan başka bir şey yaratmadığı gerekçesiyle Freud tarafından id olarak adlandırılmış ve o şekilde kullanılmaya başlamıştır. Freud'a göre id zihnin arzularla kaynayan, karanlık kısmıdır. Tamamen kendi bencil ihtiyaçları doğrultusunda güdülenir ve yalnızca haz ilkesinden beslenir. Mantık ve ahlak kurallarına aykırı hareket eder. "O kaos dediğimiz kaynayan bir kazandır. ... Bastırmalar sonucunda ortaya gömülüp kalmış

---

<sup>12</sup> Parantez yazara aittir.

olan izlenimler gibi id'den hiç dışarı çıkmamış olan istekler kendiliğinden yok olmaz, uzun yıllar boyunca öyle kalır” (Freud, 2013: 101). Ego ve id arasındaki ilişkiye bakıldığında, benin dış dünyanın etkilerini id ve onun eğilimleri üzerinde geçerli kılmaya ve id'de hüküm süren haz ilkesinin yerine gerçeklik ilkesini geçirmeye çalıştığı görülür. Zihinde ben akıl ve sağduyuyu temsil ederken id arzuları ve tutkuları temsil eder. Benin id ile ilişkisi “atın üstün gücünü dizginleyecek olan binici gibidir, ama bir farkla; binici bunu kendi gücüyle yapmaya çalışırken, ben ödünç alınmış güçlerle çalışır. (...) tıpkı attan düşmek istemediği içim başka çare kalmadığında, atın onu kendi istediği yere götürmesine razı olan binici gibi, ben de idin isteklerini, kendi istekleriymişçesine eyleme geçirmeye gayret eder” (Freud, 2014: 86).

Latince ‘üst-ben’ anlamına gelen süperego ise, benin içindeki dayatma ya da daha bilinen ifadesiyle vicdan olarak adlandırılır. Hastalarından edindiği bilgiler ve bulgular ışığında Freud, insanların içinde davranışlarını gözleyen, yönlendiren ve yeri geldiğinde cezalandıran bir kısım olduğunu ileri sürmüştür. Çok küçük yaşlarda bu içsel kontrole sahip olmayan çocuklar anne-babaları tarafından gözlenir, yönlendirilir ve cezalandırılır. Ancak zaman içerisinde çocuk büyüdükçe idin istek ve arzuları doğrultusunda doğru yolda ilerlemeye çalışan ego gerçek hayatta çeşitli engellerle karşılaşır. İşte bu tıpkı anne-babanın otoritesi gibi kişinin içinde de bir çeşit öz-otorite oluşmasını sağlar. Halk arasında vicdan ve suçluluk duygusu olarak da adlandırılan süperego bene neyin doğru neyin yanlış olduğunu söyler ve davranışlarını buna göre yönlendirmesini sağlar.

Toparlamak gerekirse ben aslında id'in kendini savunmak ve dış dünyayı algılamak için düzenlenmiş, koşullar ve kurallar gereğince değişikliğe uğramış kısmıdır. “Halkça bilinen terimlerden yararlanarak psişik yaşamda ben akli, ihtiyatı, id ise taşkın tutkuları temsil eder” (Freud, 2013: 104). Süperego ise id'e karşıt bir biçimde toplumun istek ve kuralları çerçevesinde hareket eder, “kendini ahlak savunucusu yerine koyar” (88). İşte ego, id ve süperego arasındaki bu ilişki, Freud'un toplumsal kuramının temelinde yer almaktadır. Bireylerin bilinçdışı hedef alan ve yönlendiren toplumsal kurallar ve bu kuralların uygulanmaması halinde hissedilen suçluluk duygusu ve vicdan azabı, çalışmanın bu bölümünde tartışılacak olan tüketim toplumunun bireyler üzerinde kurduğu denetimin ve hâkimiyetin psikanalitik temelini oluşturmaktadır.



Marcuse, Freud'un suçluluk ve vicdan azabı duygularının uygar bir toplumsal düzenin oluşmasında kilit faktörler olduğu düşüncesinden yola çıkarak günümüz uygar toplumunun oluşumunu incelemiştir. Freud, ilk insan topluluklarının bir kişinin diğerleri üzerinde hâkimiyet kurması ile kurulduğunu ve sürdürüldüğünü ifade etmiştir. Buna göre, diğer kişiler üzerinde hâkimiyet kurmayı başaran kişi o topluluktaki kadınların arzuladığı ve onlardan sağlıklı çocuklar yapan kişidir ve bu kişi 'baba' olarak adlandırılmaktadır. Baba kadınları, yani hazzı, kendine saklarken, topluluktaki diğer kişileri ise kendine itaat etmeye zorlamış, yani hazdan mahrum bırakmıştır. Bu durum topluluktaki diğer erkeklerin, özellikle de babanın öz oğullarının sıkıntı çekmesine ve içsel enerjilerini başka yönlere kanalize etmeye çalışmalarına neden olmuştur. Zira babaya karşı gelmenin cezası topluluktan atılma, iğdiş edilme ve hatta ölümdür<sup>13</sup>. Baba tarafından hazzın bastırılması, içsel istek ve arzuların tatmininin kısıtlanması ve bu istek ve arzuların topluluğun işlerine kanalize edilmeye zorlanması toplu yaşamda hâkimiyet unsurunun ve iş gücünün temellerini atmıştır. Talep ettiği itaatin karşılığında ise baba, topluluğa koruma ve güvenlik sağlamakta, böylece diğerleri üzerinde hem korku hem de hayranlık uyandırarak neden liderin başkası değil de o olması gerektiğini devamlı olarak hatırlatmaktadır. Böyle yaparak baba aslında bir nevi gerçeklik ilkesini uygulamakta, gerçeklik ilkesinin yerini almaktadır (Marcuse, 1955: 60-62).

Ancak Freud, bu düzenin zamanla oğulların babaya karşı gelip ayaklanmasına ve nihayetinde onu öldürmesine neden olduğunu ifade etmiştir. Babalarını öldüren oğullar topluluğun başına geçerek tabuları yıkmış ve topluluğun ortak çıkarı için hareket etmeye başlamışlardır. Başlangıçta kardeşler arasında kimin başa geçeceğine ilişkin tartışmalar yaşanmış ancak daha sonra kardeşler bu tartışmaların babalarının zamanında yaşadıkları şartların kendisi kadar kötü ve tehlikeli olduğunu anlayarak birlik içinde hareket etmeye başlamışlardır. Bu da, ortak çıkar ve yükümlülüklerin hüküm sürdüğü ilk toplumsal düzenin, yani daha sonraları toplumda ahlak ve hukuk olarak ortaya çıkacak olan yapının kurulmasına neden olmuştur. Kardeşlerin suç ve şiddet eylemleri aracılığıyla birbirlerine bağlandığı ve topluluğun devamlılığını sağladıkları bu düzen, Freud tarafından 'Kardeşler Rejimi' olarak adlandırılmıştır (Elsaesser ve Buckland, 2002: 243). Ne var ki babalarını

<sup>13</sup> İğdiş edilme kavramı çalışma için hayli önem teşkil eden kavramlardan biridir. Zira örneklem olarak seçilen filmlerin analizlerinde de karşılaşılan bu kavram erkin ve erkekliğin yitirilmesine işaret etmesi nedeniyle önemlidir.

öldürerek mevcut düzeni ve güvenli ortamı bozan ve böylece hem kendilerini hem de topluluktaki diğer kişileri tehlikeye atan kardeşler, yaşadıkları suçluluk duygusu ile herkesi ve her şeyi bir arada tutan, topluluğun dirliğini, düzenini ve devamlılığını sağlayan ve hazzı ve gerçekliği bir arada mümkün kılan babayı tanrılaştırmış, onun sahip olduğu hâkimiyeti kendileri için de isteyerek yeni bir tür hâkimiyet kurmuşlardır (Marcuse, 1955: 63-65).

Bütün bunlar, Freud'a göre, günümüz toplumunda ahlaki ve toplumsal düzeni sağlayan kanun ve kuralların, diğer bir deyişle uygar/modern toplumda süperego'nun temellerini oluşturmuştur. Süperego, önceleri baba tarafından gerçekleştirilen koruma ve kollama görevini üstlenmiştir; dolayısıyla Freud'un kültürü ebeveyne benzetmesi bir tesadüf değildir (MacCannell, 1991: 9). Ataerkilliğin yerini Kardeşler Rejimi'ne, Kardeşler Rejimi'nin ise yerini süperego'ya bırakması, bireylerin hayatları üzerinde kontrol sahibi oldukları yanılsamasına yol açarak süperego'nun "ebeveynvari" niteliğinin geride kaldığını düşündürmüştür (11). Ne var ki aslında burada yalnızca Oedipal senaryonun ataerkinin yerini alarak daha sembolik bir anlama bürünmesi söz konusudur. Bugün babanın toplumdaki imgesi ve rolü her bir birey tarafından içselleştirilmiştir ve hâkimiyet olgusu bireysel ilişkilerde var olmaktan çıkıp toplum genelinde insanların ihtiyaçlarının tatmini için kurumsallaştırılmıştır. İçsel istek ve arzuları uygarlık tarafından bastırılan insanlar, bu istek ve arzularını toplumda başka alanlara, işlerine ve bir sonraki kısımda görüleceği üzere tüketime kanaliz etmeyi öğrenmişlerdir. Ancak Freud'a göre, insanda doğuştan gelen bir çalışma içgüdüğü yoktur. Dolayısıyla çalışmanın kendisi libidinal olmaktan çok uzaktır ve keyifsiz bir iştir<sup>14</sup>. İşte bu nedenle uygar toplumlarda bu keyifsiz 'işin' yerine getirilebilmesi için gerekli olan enerji temel içgüdülerden, cinsellik ve şiddetten beslenen içsel güdülerden alınır (Marcuse, 1955: 77, 82). Zira "kültür, ihtiyacı olan zihinsel enerjinin hemen hepsini cinsellikten alır" (Freud, 2014: 21).

Bu bölümde, Freud ve Marcuse'nin uygar birey ve uygar topluma ilişkin düşünceleri gerek psikanalizin gerek ise sosyolojinin çeşitli kavram ve kuramlarından yararlanarak açıklanmaya çalışılmış, böylece bir sonraki bölümde yapılacak olan tüketim toplumu

<sup>14</sup> Freud'un çalışma eylemine ilişkin bu sözleri örneklem olarak seçilen filmlerin başkarakterlerinin içinde buldukları durumu özetlemesi açısından önemlidir. Zira filmlerin analizleri de göstermektedir ki bireylerin içinde buldukları durumun sebeplerinden birisi de masa başı işinde çalışmaları ve kendilerine, başkalarına ve yaptıkları işe yabancılaşmalarıdır.

tartışmalarına zemin hazırlanmıştır. Freud'un insan zihninin yapısına ve benliğin gelişimine ilişkin kavram ve kuramları, Marcuse tarafından Marksist bir temele dayandırılarak sosyo-ekonomik bir bağlamda yeniden ele alınmış ve bir uygar toplum analizi yapılmıştır. Bu tartışmaların ışığında Marcuse, gelişmiş ve uygar toplumlarda insanların gerek kültürel gerek ise fiziksel olarak sürekli bir yoksulluk hali içinde olduklarına dikkat çekmiştir. Ona göre, bugün sosyolojinin kitle kültürü bağlamında deyim yerindeyse insanın insanlıktan çıkma sürecini tanımlarken kullandığı klişelerin birçoğu doğru olmakla birlikte yanlış değerlendirilmektedir. Bugün toplumda yozlaşan şey makineleşme ve tek tipleşmenin kendisi değil, bunların kapsamıdır; zira asıl mesele toplumda süregiden yapay özgürlükler, yapay seçimler ve yapay benliklerdir. Bugün çokuluslu şirketlerin başı çektiği bir toplumsal düzende bireylerin hayatları son derece kısıtlayıcı ve yapaydır. Bireyler, kendilerini satın aldıkları hizmet ve mallar aracılığı ile var ederken aynı zamanda bu hizmet ve malları sağlayan güçlerin kuklaları haline gelmektedirler. Çalışıp didinerek toplumda kendilerine sunulan metaları satın alan bireyler, aslında bu alışverişte benliklerini ve kimliklerini takas eder hale gelmişlerdir. Her şeye sahip olan ancak özgürlüklerini yitiren bireyler, kendilerine sunulan sayısız seçenek arasından bir seçim yapmakta ve böylece yaptıkları seçimin dahi belirli olduğunun farkında olmaksızın sistemin işleyişine kapılıp gitmektedirler. Zaten amaç da budur. Marcuse'ye göre uygar toplumda bireyin ödediği bedel benliğini, hayallerini ve hayatını feda etmesi iken uygarlığın ödediği bedel ise herkes için barış, özgürlük ve adalet rüyasından vazgeçilmesi olmuştur (1955: 99-101).

#### 2.2.3.2. Sosyal, Kültürel ve Psikolojik Bir Kavram Olarak “Tüketim”

*Tüketim, artık insanların kim oldukları, kim olmak istedikleriyle ilgili duyarlıklarını ve bu duyarlıkları korumalarını sağlayan yöntemleri etkilemekte: Kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen olgularla çok iç içe geçmiş bir durumda. Bu nedenle tüketim, ekonomik olduğu kadar, aynı zamanda toplumsal, psikolojik ve kültürel bir olgu olmaya da devam edecektir.*

Robert Bocock<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> 2009: 10.

Tüketim toplumu kavramı ile istek ve arzuların, malların, hizmetlerin ve nesnelerin devamlı tüketimine dayanan ve bireylerin yaşamlarının her alanında metalar tarafından kuşatıldığı bir bolluk ve savurganlık toplumu ifade edilmek istenmektedir. Bu toplumda bireyler, kitle iletişim araçları ve reklamlar aracılığı ile etraflarını saran imgeler ve nesnelere tarafından tüketime çağrılmakta ve kimliklerini ve toplumdaki konumlarını tüketim aracılığı ile inşa etmeye zorlanmaktadır. Elbette bu, açık ve görünen bir zorlama değildir. Başlangıçta pazara yönelik üretime, kâr amacı güden yatırımlara ve bireysel teşebbüslere dayanan kapitalizm, sanayi devrimi ile birlikte gelişen ve değişen iş olanakları, yaşam tarzları ve özgürlükler sayesinde tüketimden beslenmeye başlamış, zaman içinde üretimin sürekliliğinin sağlanabilmesi için tüketimin sürekli olması gerektiği görülmüştür. Bunun için de tüketimin bireylerin temel gereksinimlerini karşıladıkları bir olgu olmaktan çok, gereksinimin kendisi haline gelmesi amaçlanmış ve bireyler, psikolojik olarak tüketmeye ve daha fazla tüketmeye şartlanmışlardır. Tüketim, özellikle medya ve reklamlar aracılığı ile bireylerin kimliklerini inşa ettikleri ve toplumdaki konumlarını belirledikleri bir kavram haline gelmiş ve bireyler diğer tüm kimliklerinden önce tüketici kimlikleri ile var olmaya başlamışlardır. Bu nedenle tüketim yalnızca ekonomik bir kavram olarak değil, arzuların ve sembollerin de işlediği sosyal, kültürel ve psikolojik bir kavram olarak değerlendirilmelidir.

Jameson'ın postmodernizmi tanımlarken sanayi sonrası toplum veya tüketim toplumu, medya veya gösteri toplumu ya da çok uluslu kapitalizm kavramlarını kullanması, tüketimin postmodernizm tartışmasının bir ürünü olmasından kaynaklanmaktadır. Zira modernizmde üretim ön planda iken ve toplumda değerli görülürken, postmodernizm ile birlikte tüketime yapılan vurgu artmış ve tüketim kültürü önem kazanmıştır. Postmodern toplumun merkezine yerleşmiş metalar bireylerin yalnızca alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını değiştirmekle kalmamış, aynı zamanda onların benliklerini, kimliklerini ve toplumdaki konumlarını da değiştirmiştir. Postmodern toplumda tüketimin rolünün ve nasıl olup da bireylerin benliklerini kurdukları ve kimliklerini inşa ettikleri bir kavram haline geldiğinin anlaşılabilmesi için ise tüketim kavramının özne, kimlik, yabancılaşma, arzu ve sembol kavramları ile birlikte tartışılması gerekir. Bu doğrultuda burada öncelikle özne ve kimlik ilişkisi çerçevesinde Marx'ın yabancılaşma kavramından tüketim toplumunun doğurduğu yabancılaşma kavramına dek değişen ve gelişen kavramlar ve süreçler incelenecektir. Ardından üretime dayalı bir sistem olan kapitalizmin ayakta

kalabilmek için arzular ve sembollerin tüketimine ihtiyaç duyması ve böylelikle tüketime dayalı bir sistem haline gelmesi üzerinde durulacak ve tüketim toplumunun sürekliliği için devamlı olarak ihtiyaçlar yaratmanın zorunlu olduğu hususuna değinilecektir.

Marx, 1844 *El Yazmaları: Ekonomi Politik ve Felsefe* (Orj. *Ökonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844*, 1932) adlı eserinde, toplumsal gelişmenin ve tarihsel ilerlemenin temelinde ekonominin yer aldığını öne sürmüş ve bir toplumun üretim ilişkilerinin o toplumun yapısını belirleyen en önemli faktör olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda toplumları oluşturan sınıflara ve bunların birbirleriyle mücadelelerine ve o toplumdaki üretim ilişkilerine bakan Marx, Sanayi Devrimi ile birlikte değişen üretim ve tüketim modellerini incelemiş, kapitalizm üzerine çalışmalar yapmıştır. Marx'ın asıl ilgisini çeken şey malların tüketimi değil üretimidir ve ona göre bir tüketim malı doğrudan kullanım ve tüketim amacı ile değil pazarda satış amacı ile üretilmektedir (Bocock, 2009: 43). Marksist kuramın temelini kapitalizmin de dayanağı olan artı değer kavramı oluşturmaktadır. Buna göre bu kez sınıf mücadelesi sermaye sahipleri ve işçiler arasında yaşanmakta, sermaye sahipleri işçilerin ürettiklerinden elde ettikleri kârı doğrudan kendi ceplerine atmaktadır. Marx, elde edilen bu haksız kârı artı değer olarak adlandırmış ve toplumun gelişmesine ve ekonomik kalkınmaya hiçbir şekilde katkıda bulunmayan bu sistem içerisinde işçilerin kendilerine ve yaptıkları işe yabancılaştıklarını ileri sürmüştür.

Marx'a göre üç tip yabancılaşma söz konusudur: insanın kendine yabancılaşması, insanın yaptığı işe (emeğine) yabancılaşması ve insanın başka insanlara yabancılaşması. Burada yabancılaşmayı işçi ve kapitalizm üzerinden tanımlayan Marx, kapitalist sistem içerisinde işçilerin hiçbir yaratıcı eylem gerçekleştirmeden adeta bir makine gibi çalıştıklarını ve nesneleştiklerini, önceki zamanların aksine üretilen ürünlerin işçilerin değil sermaye sahibinin malı sayıldığını ve tüm bu üretim sürecinin işçiyi üretimin kendisinden ve yaptığı işten uzaklaştırdığını öne sürmüştür. Böylesi bir yabancılaşma ise tüketim sürecini de etkilemiş ve işçileri birer tüketici olmaya zorlamıştır, zira işçiler kendilerinin veya diğer işçilerin ürettikleri malları, yine bu üretim sürecinin sonunda kazandıkları parayla satın almak durumundadırlar. Emegın yabancılaşması Marksist kuramda önemli bir kavramdır, çünkü bu aynı zamanda insanın kendi özüne ve türüne yabancılaşmasını, yani insanın insana yabancılaşmasını da beraberinde getirir (Marx, 2003: 60-75).

Peki, emeğin yabancılaşması neye dayanır? İlk, emeğin işçinin *dışında* olması, yani onun özüne ilişkin olmaması, demek ki, emeğinde, işçinin kendini olurlamayıp yadsınması, mutlu değil mutsuz duyması, özgür bir fizik ve entelektüel etkinlik göstermeyip bedenine ve tenine eziyet etmesi olgusuna. Sonuç olarak, işçi ancak çalışmanın dışında kendi kendisinin yanında olma duygusuna sahiptir, ve çalışmada, kendini kendi dışında duyar. Çalışmadığı zaman kendi evinde gibidir, ve çalıştığı zaman da kendini evinde duymaz. Öyleyse çalışması istemli değil, ama istemsizdir, *zorlama çalışmadır*. Öyleyse bir gereksinmenin karşılanması değil, ama sadece çalışma dışında gereksinmelerin bir karşılama *aracıdır*. Emeğin yabancı niteliği, fizik ya da başka bir zorlama ortadan kalkar kalmaz, çalışmadan veba gibi kaçılması olgusunda açıkça görünür. Dışsal emek, insanın içinde kendine yabancılaştığı emek, bir kendini kurban etme, bir onur kırılması çalışmasıdır (Marx, 2003: 65).

Marx'ın burada vurgulamak istediği nokta, nesneleşen ve yabancılaşan işçilerin kendilerinin veya diğer işçilerin ürettikleri malları, yine bu üretim sürecinin sonunda kazandıkları parayla satın almak durumunda olmalarıdır. Zira bu, kapitalizm ile birlikte ortaya çıkan bir durumdur ve yabancılaşmanın bir unsuru olarak tüketim olgusunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Marx'a göre insanlar düşünme ve yaratma yetileri ile hayvanlardan ayrılmaktadırlar ve tam da bu nedenle hayvanlar gibi yalnızca hayatta kalabilmek için değil, bilinçli olarak hayatlarını düzenlemek ve hayatlarından ve dolayısıyla hayatlarının büyük bölümünü kaplayan işlerinden keyif almak için yaşamalıdırlar.

Yabancılaşma konusunda Marx'ın üzerinde durduğu ve bu çalışma için de hayli önem teşkil eden kavramlardan biri de özel mülkiyet kavramıdır. Marx'a göre özel mülkiyet kaçınılmaz olarak yabancılaşmayı doğurmaktadır; ona göre özel mülkiyet bir yandan yabancılaşmanın sonucu iken diğer yandan da onun nedenidir (2003: 73-74). Özel mülkiyet kavramı kapitalizme özgü bir kavram olmasa da kapitalist sistem içerisinde en üst noktasına ulaşmıştır, zira sistem devamlı olarak yeni "gereksinimler" yaratmakta ve insanları bu "gereksinimleri" karşılamaya itmektedir. Burada aslında iki türlü yabancılaşmadan söz etmek mümkündür. Birincisi, birey aslında kendi gereksinimi olmayan fakat kendisine o şekilde sunulduğu ve hatta dayatıldığı için öyle olduğuna inandığı "şeyleri" tüketmekte, böylelikle insan olarak kendi özüne yabancılaşmaktadır. Zira insan doğası gereği en temel gereksinimlerini karşılayabilecek hayvansal içgüdülere sahiptir. Ancak tıpkı Freud'un *Uygarlık ve Hoşnutsuzları* (orj. *Das Unbehagen in der Kultur*, 1930) adlı eserinde öne sürdüğü gibi, insanlığın çıkmazının ve mutsuzluğunun tek sorumlusu sözde uygarlıktır; ona göre ilk çağlardaki ilkel koşullara geri dönebilse insanlar çok daha mutlu olabilirler (2000: 13). Özel mülkiyetin beraberinde getirdiği

ikinci yabancılaşma ise tüketimin doğası gereği bireysel bir aktivite olmasından ve insanların diğer insanlara giderek daha fazla yabancılaşmasından kaynaklanmaktadır.

Yabancılaşma meselesini tüketim toplumu bağlamında ele alan bir diğer düşünür ise Alman sosyolog Erich Fromm'dur. Marksist gelenekten gelen Fromm da, tıpkı Marx gibi insanın yabancılaşmasını kapitalist ekonomik düzen ile ilişkilendirmiş ve bireylerin ekonomik alanda hâkim güçlerin nesnelere haline geldiğini ifade etmiştir (2008: 127-135). Hem kendine hem de başkalarına yabancılaşmış olan birey benliğini yitirmiş ve anlamsız hayatını anlamlı kılmak için tüketime başvurmuştur. Tıpkı Freud (2000) ve daha sonra Marcuse'nin (1955) uygarlığa ilişkin tartışmalarında öne sürdükleri gibi mutsuz bireyler mutluluğu başka alanlarda, günümüz tüketim toplumunda ise tüketimde aramışlardır. Benzer şekilde Jean Baudrillard'da *Tüketim Toplumu* (2015: 250) adlı kitabında bireylerin tüketim ile gittikçe kendilerine, birbirlerine ve yaşadıkları topluma yabancılaştıklarını öne sürmüştür. Ona göre yabancılaşma dış dünyada değil, bireyin içinde, benliğinde, düşüncelerinde ve eylemlerindedir. Yabancılaşma, şeytanla pazarlığın ta kendisidir. Yabancılaşma tüketim toplumunun ta kendisidir.

Kişi, gösterileri itaatkâr bir şekilde tüketirken, hayatını aktif bir şekilde sahnelemeye yabancılaşır. Bireyler, toplumsal hayatın gösterilerini, evlerinin mahrem dünyasında tembel ve hareketsiz bir şekilde izledikleri için, kapitalist toplum, işçiyi ürününden, sanatı hayattan, tüketimi de insanların ihtiyaçlarından ve kendi yönlendirdikleri faaliyetlerden ayırmaktadır.<sup>16</sup>

Kendilerine, başkalarına ve içinde yaşadıkları topluma yabancılaşan insanlar zedelenecek benliklerini yeniden oluşturmaya çalışırlar. İşte tüketim kavramı tam da bu noktada bir kere daha devreye girer ve nasıl ki insanların yabancılaşmalarına, yani bir nevi kimliklerini kaybetmelerine kavramın kendisi neden olduysa aynı şekilde onları yeniden yapılandırma görevini de yine tüketim üstlenir. Yukarıda da bahsedildiği gibi tüketim toplumu kendi gereksinimlerini yaratır ve bunları insanlara onların gereksinimleriymişçesine pazarlar. Kimliksizleştirilmiş ve yeni arayışlar peşinde olan insanlar da bu fırsatı gözden kaçırmazlar ve tüketmeye başlarlar. Zygmunt Bauman, sayısız seçeneklerle dolu tüketim toplumunu adeta birbirinden leziz yemeklerle dolu bir açık büfeye, yemekleri yiyen insanları da tüketicilere benzetmiştir. Böylesi bir tüketim toplumunda tüketicilerin karşılaştıkları en büyük zorluk ise önceliklerini belirlemek ve

---

<sup>16</sup> Kellner, 2010: 22.

tercih yapmaktır. Zira bu sınırsız lezzetlerden birkaçını seçmek demek diğerlerinden vazgeçmek anlamına gelmekte ve yapılan seçimler insanların kim olduklarını belirlemektedir. Dolayısıyla tüketicilerin çıkmazı yokluktan değil bolluktan ileri gelmektedir ve hiçbir zaman tam bir cevap verilemeyen “Acaba en doğru seçimi yaptım mı?” sorusu günümüz tüketicisinin uykularını kaçıran en büyük kâbusudur<sup>17</sup> (2000: 63). Baudrillard’a göre, tüketicinin bu seçme özgürlüğü aslında bir yanılsamadan başka bir şey değildir. Zira bireylere sunulan seçenekler zaten sistemin kendisi tarafından hazırlanmakta ve hâkim ideolojiyi yansıtmaktadır. Dolayısıyla aslında seçme özgürlüğü bireylere dayatılmaktadır (2015: 83).

Marks’ın yabancılaşma kavramının kapsamı, tüketim toplumuyla birlikte genişlemiş, yabancılaşma ve tüketim bağıntısının farklı biçimlerde güçlenerek çeşitlenmiştir. Günümüzde tüketim artık insanın temel gereksinimlerini karşılamak amacı ile yürütülen bir faaliyet olmaktan çıkarak arzular ve sembollere dayalı bir sistem haline gelmiştir. Kapitalizmin ilk dönemlerinde insanların kimlik duygusunu çalıştıkları işler ve buldukları statüler belirlerken yirminci yüzyılın sonlarına doğru insanlar işlerinin dışında yaptıkları aktiviteler ve üstlendikleri roller ile tanımlanmaya başlamışlardır. İnsanlar artık yalnızca geçimlerini sağlayabilmek ve temel gereksinimlerini karşılayabilmek için değil, toplumu büyük ölçüde belirlemeye ve dönüştürmeye başlayan tüketim mallarına sahip olabilmek için çalışır hale gelmişlerdir. Tüketim insanların yaşamlarında oldukça önemli bir yer teşkil etmeye ve onlara toplumda bir yer, bir konum, her şeyden önemlisi bir kimlik kazandıran bir kavram olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır. Burada dikkati çeken unsur tüketimin giderek sembolik bir düzeye gelmesi, öyle ki insanların piyasadaki malları alabilecek durumları olmasa dahi bunları almayı ‘arzulamaları’ ve satın alma eylemi kadar satın alma fikrinin de önemli olmasıdır (Baudrillard, 2015).

Bu durum etkisini ilk olarak insanların günlük yaşam aktivitelerinde ve genel olarak yaşam tarzlarında göstermeye başlamıştır. Evlerine ihtiyaçlarının dışında (ve ilginçtir ki daha sonraları ihtiyaç olarak) giren başta televizyon olmak üzere çeşitli mallar ve içinde

---

<sup>17</sup> *Dövüş Kulübü* filminin başkarakteri Anlatıcı’nın uyku problemi yaşadığını ve topluma ayak uydurmak ve sözüm ona mutlu olabilmek için nasıl da sürekli kataloglardan ürünler seçerek tüketici rolünü layığıyla yerine getirdiğini hatırlayınız.



yaşadıkları çevrenin değişmesi kişilerin günlük yaşam pratiklerini etkilemiştir. Tıpkı Benjamin'in *Pasajlar* (orj. *Das Passagen-Werk*, 1983) adlı eserinde değindiği Paris'in yıkımı ve kapitalist yeniden yapılanması sürecinde olduğu gibi bu yeni üretim ve tüketim sistemi içerisinde ve değişmekte olan yaşam pratikleri çerçevesinde şehirler, sokaklar düzenlenmeye, büyük marketler ve mağazalar açılmaya, ulaşım olanakları geliştirilmeye başlamıştır (2013: 101-105). Böylelikle insanlar aradıkları (ve aslında aramadıkları) her şeyi bir arada bulma olanağına sahip olmuş, hiç görmedikleri ve bilmedikleri bir mal bolluğuna ve çeşitliliğine maruz kalmıştır. Artık insanlar başka insanlar tarafından değil, adeta nesnelere tarafından kuşatılmaya başlamıştır. Bu da onların giderek nesneleşmesine neden olmuştur; "tıpkı kurt çocuğun kurtlarla yaşaya yaşaya kurda dönüşmesi gibi" (Baudrillard, 2015: 16).

Bütün bu gelişmeler ve yaşam tarzındaki değişiklikler beraberinde değişen bir tüketim anlayışını getirmiş; bunun sonucunda da insanlar belirli bir yaşam tarzına ancak belirli kalıplara uyarak ve belirli gruplara dâhil olarak ulaşabilecekleri düşüncesiyle tüketimi kendilerine çıkar yol görmüşlerdir.

Şehirdeki birey daha çok, bir kimlik duygusu yaratabilmek, kim olarak algılanmayı arzu ettiğini belirtebilmek amacıyla tüketmektedir. Bir bireyin kendisini diğer bireylerden farklı kılabilmek için kullandığı giyim kuşam tarzının, diğer bireyler tarafından da anlaşılıp yorumlanabilmesi gerekir. O halde bir birey kendisini ancak diğerleri ile ortak birtakım kültürel sembolleri paylaşabildiği ölçüde farklı kılabilir (Bocock, 2009: 27).

Ancak bunlar, tüketimin pasif bir tüketici kitlesini etkileyen basit bir süreç olduğu yanlışlamasını yaratmamalıdır. Zira tüketilen mallar hazır ve belirli etkileri uyandırmak amacı ile kodlanmış olarak sunulsa da tüketiciler arzularını doyurmak ve kimliklerini şekillendirmek için düşünmek ve zihinsel bir mesai harcamak durumundadırlar. Bu durum akla yukarıda da bahsedilen Marx'ın yabancılaşma kavramını getirmektedir. Baudrillard'ın da belirttiği gibi tüketiciler kendilerine hazır ve çoğu zaman bir takım veya koleksiyon biçiminde sunulan nesnelere arasından seçim yaparlar. Bu "nesnelere gamı"nda her bir ürün bir diğerine işaret etmekte ve tüketiciyi "mantıksal olarak" bir nesneden diğerine yönlendirerek "zincirleme alışveriş" yapmalarına neden olmaktadır (2015: 18). Tüketiciler, nesnelere tek başlarına sağladıkları fayda için değil, bir bütün olarak ifade ettikleri *anlam* için satın almaktadırlar. Bu da, tüketicilerin devamlı olarak zihinlerinin meşgul olmasına, bitmek bilmeyen hesaplar yapmasına ve kimliklerini ve toplumdaki

konumlarını belirleyecek olan seçimlerini dikkatli yapmalarına neden olmaktadır. Ne var ki tüm bu zihinsel çaba, hâlihazırda var olan seçenekler arasından seçim yapmak için harcanmakta, bu da Marx'ın insanın özüne ilişkin sözünü ettiği özgür irade ve yaratıcılık unsurlarının tüketim eyleminde yer bulamamasına neden olmaktadır. Dolayısıyla yabancılaşma kavramı, mevcut durum ve koşullara uyum sağlayarak tüketim toplumunda da bireyleri tehdit eden bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Baudrillard, tüketimin aslında hep sembollerin tüketimine işaret ettiğini ve insanların gerek bireysel gerekse toplumsal olarak kimliklerini bu süreç çerçevesinde oluşturduklarını ifade etmiştir. Günümüzde artık insanlar kimliklerini belirli bir sınıfa, gruba, topluma veya millete ait oldukları için pasif olarak değil, tüketme eylemini aktif bir şekilde gerçekleştirerek ve tüketim toplumuna aktif bir şekilde katılarak kazanmaktadır. Baudrillard'a göre, tüketim toplumunda bireylerin yedikleri ve içtikleri gıdalar, giydikleri giysiler, satın aldıkları her türlü mal ve hizmet ve yaptıkları tüm boş zaman faaliyetleri zaten var olan kimliklerini ifade etme ve benliklerini dışa vurma amacı taşımaz; aksine bireyler benliklerini ve kimliklerini bu tüketim eyleminin kendisi ile ve tüketilen nesnelere aracılığıyla inşa etmektedirler. Bu demektir ki insanlar, yalnızca belirli bir malı satın alarak arzuladıkları kişi olamaz, arzuladıkları kimliğe bürünemezler; insanlar arzuladıkları kişi olmak, arzuladıkları kimliğe bürünmek için bu amaçlarına uygun malları/sembollerini tüketirler. Dolayısıyla artık söz konusu olan basitçe gereksinimlerinden tüketiminden çok öte, sembollerin, imgelerin, düşüncelerin ve kimliklerin tüketimidir. “[T]üketim, ekonomik faaliyetini geri plana atmış, doğrudan toplumsal kimliğine bürünüvermiştir” (Ongur, 2011: 59).

Tüketim toplumunda bahsi geçen sembolik tüketimin gerçekleşebilmesi için tüketicilerin anlayacağı, ilgi duyacağı ve özdeşleşebileceği bir veya daha fazla semboller dizisi olması gerekmektedir. Tüketiciler, kendilerine sunulan belirli değerleri anlamlandırabilmeli ve böylece satın almaya özendirilmelidir. Dolayısıyla sembollerin birincil işlevi tüketicilerin belirli bir malı arzulaması ve arzulamakla da kalmayıp o malı satın almasıdır. Bunun için de sunulan tüm ürünlerin tüketicilerin bilinçli veya bilinçdışı istek ve arzularına hitap etmesi, hayallerine ve yaşam tarzlarına uyum sağlaması gerekmektedir. Bu da ürünlerin üretim aşamasından tüketim aşamasına kadar kat ettikleri yolun dikkatli bir şekilde planlanması ile mümkündür; yani ürünler tasarımlarından ambalajlarına, tanıtımlarından

reklamlar aracılığıyla pazarlanmalarına kadar geçen süreç boyunca hedeflenen tüketici kitlesinin zevk ve beğenilerine uyum sağlamak ve onların yüzeydeki veya bastırılmış arzularına hitap etmek durumundadır. Bu nedenle de ürünlerin tüketici ile buluşmasından önceki son ve belki de en önemli aşama onların reklamlar aracılığıyla pazarlanması aşamasıdır. Günlük hayatın birçok alanında çeşitli şekillerde insanların karşısına çıkan reklamlarda yer alan sembolik anlamlar onların satın alma etkinliklerini etkilemektedir. Böylece satın alınanlar yalnızca basit birer mal değil, çeşitli anlamlar ifade eden ve tüketicilerin arzuladıkları kimliğe bürünmelerine aracı olan ürünler haline gelmektedir. Dahası, tüketiciler arzu ettikleri malları satın alacak ekonomik güce sahip olmasalar dahi “[t]üketim yapma beklentisi içinde olmanın, tüketim eyleminin kendisinden daha eğlenceli bir duygu olması sık yaşanan bir deneyimdir” (Bocock, 2009: 75). Baudrillard, reklamın belki de çağın en dikkate değer kitle iletişim aracı olduğunu ifade etmiş ve bunun nedeni olarak reklamların gerçek dünyaya, gerçek kişilere ve gerçek nesnelere gönderme yapmasından çok bir sembolden diğerine, bir nesneden diğerine ve bir tüketiciden diğerine gönderme yapması olduğunu öne sürmüştür. Bu sayede hem tüketiciler ortak bir semboller dizisini açımlayarak ortak bir paydada buluşmakta hem de sembollerin akışına kapılarak sonu gelmez bir tüketim çılgınlığına katılmaktadır (2015: 157-158).

Marksist eleştiri geleneğinden gelen Guy Debord, *Gösteri Toplumu* (2010: 35) adlı kitabında kapitalizmin doğurduğu tüketim olgusunun insanları nasıl giderek bir gösteri toplumuna dönüştürdüğünü ve hayatın adeta koca bir gösteriye indirildiğini anlatmıştır. Debord’a göre modern üretim koşullarının hâkim olduğu tüketim toplumu gösterilerin birikiminden başka bir şey değildir. Burada gösteriden kasıt yaşanan her şeyin giderek birer temsil haline gelmesine neden olan ve insanlar arasındaki maddi ilişkileri belirleyen ve şekillendiren medya ve benzeri araçlardır. Dolayısıyla temsil eden ile temsil edilen arasındaki giderek büyüyen bu uçurum toplumun ve yaşamın da giderek bölünmesine ve parçalanmasına neden olmuştur. Bu da, Debord’a göre, tüketim toplumunun geldiği noktaya işaret etmektedir. Debord’un analizinde önemli olan gösteriyi toplumu belirleyen, birleştiren ve bir arada tutan bir unsur olarak ele almasıdır (2010: 36). Bu denklemdeki en önemli etken de elbette tüketimdir. Tüketim bireyleri bir araya getirmekte; ancak bunu yaparken onları kendilerine, birbirlerine ve topluma yabancılaştırmaktadır. Dolayısıyla gösterinin böylece sürüp gitmesini sağlamak için

tüketimin, yani bireylerin yabancılaştırıldıkları ancak yabancılaştırıldıkları oranda da birleştirdikleri bu kısır döngünün sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir. Tıkr tıkr işleyen böylesi bir düzen içerisinde gösteri tüketim mallarının doğrulayıcısıdır ve tüketilen tüm bu mallar dönem dönem içinde bulunduğu sistemde yer alan belirli çarkları yağlamakla görevlidir. İşte tam da bu noktada devreye arzu kavramı girmekte, sistemin sürekliliğinin sağlanması ve çarkların yağlanması için arzunun yaratılması, yönlendirilmesi ve yönetilmesi gerekmektedir. Bu nedenle burada arzunun bilinçdışı süreçlerle ve konumlandırmalarla nasıl inşa edildiğine değinmek yerinde olacaktır.

Arzular yalnızca biyolojik değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel dir. Arzuların toplumsal ve kültürel olması demek onların bireylerin istek ve ihtiyaçlarını doğrudan belirledikleri anlamına gelmemekte, ancak bu istek ve ihtiyaçların şekillenmesinde etken olduğunu ifade etmektedir. İstek ve ihtiyaçların şekillenmesi hususunda ise psikanalizin kavram ve kuramlarına başvurmakta yarar vardır. Zira sıradan bireylerin tüketici özneler haline gelmeleri için tükettikleri mal ve simgeleri arzuluyor olmaları gerekmektedir. Bu arzunun yaratılması, yönlendirilmesi ve yönetilmesi için de reklamlara başvurulmaktadır. Bocoock, eskiden günümüze tüketicilerin arzularına hitap etmek amacı ile reklamlarda psikanalitik fikirlerden yararlandığını ve cinselliğe göndermelerde bulunduğunu dile getirmiştir. Aradaki fark eskiden daha açık ve belirgin olan sembolik anlatımların bugün çok daha derin ve üstü kapalı anlamlar içermesidir. Ancak değişmeyen şey, reklamların özellikle cinselliğe ve erotizme yaptığı göndermelerdir (2009: 62). Bunun nedeni ise psikanalitik kuramlara göre bireylerin yetişkin yaşamlarındaki isteklerinin, arzularının, eylemlerinin ve tutumlarının onların psikoseksüel gelişimleri ile yakından ilişkili olduğu düşüncesidir.

Freud'un psikoseksüel gelişim kuramı oral, anal, fallik, gizil ve genital dönem olarak beş evreden oluşmaktadır. Freud'un psikanalitik kuramı çerçevesinde oldukça önem taşıyan bu kavramların uzun uzun tartışılması mevcut çalışmanın sınırlılıkları nedeniyle mümkün değildir; ancak Freud'un psikoseksüel gelişimin bireyin tüm duygusal ve toplumsal gelişiminin temelini oluşturduğu yönündeki ısrarı (Snowden, 2012: 124) göz önünde bulundurulduğunda bu kavramlara kısaca değinmenin yerinde olacağı düşünülmektedir. Psikoseksüel gelişimin ilk evresi olan oral dönem bebeğin yaşamının ilk yılına tekabül eder. Bu dönemde bebeğin tüm libidinal arzusu dudaklarda ve ağızdadır, zira bu bölgeler

bebeğin annenin memesini emdiği ve dolayısıyla hem dış dünyayla ilişki kurduğu hem de duygusal, duyuşal ve cinsel olarak geliştii bölgelerdir. Bu dönemde çocuğun memeyi yeterince emememesi veya memenin kendisinden devamlı olarak alınması durumları Freud'un "oral saplanma" olarak ifade ettiği kavrama yol açmakta ve yetişkinlikte devamlı olarak oral faaliyetlerin devamlılığı olarak değerlendirilebilecek sakız veya çeşitli nesnelere çiğneme ve sigara içme ya da devamlı olarak sevilme ihtiyacı hissetme gibi etkiler göstermektedir. Oral dönemde fiziksel olarak aktif hale gelmeye başlayan bebeğe getirilen kısıtlamalar ve kızmalar, bir nevi gerçeklik ilkesinin bebeğin gelişiminde kendini göstermesine ve davranış ve tutumların buna göre düzenlenmesine neden olmaktadır. Anal dönem çocuğun bağırsaklarını kontrol etmeyi öğrendiği dönemdir. Çocuk kendinden bir parça olan kakayı değerli görüp kolay kolay bırakmak istemez, bu nedenle bu dönemde ebeveynlerin çocuğa yaklaşım biçimi oldukça önemlidir. Çocuk dışkılama eyleminin kendisinin toplumda nasıl ve ne zaman gerçekleştirilirse uygun veya uygunsuz olacağını öğrenmelidir. Bu nedenle anal dönem toplumsal müdahalelerin resmen çocuğun gelişimini şekillendirmeye başladığı dönem olarak görülmektedir. Temiz olduğunda ve doğru olanı yaptığında ödüllendirilen ancak pis olduğunda ve yanlış olanı yaptığında tepkiyle karşılaşılan çocuk saldırgan davranışlar geliştirir ve ya temizliği öğrenerek ebeveynlerine boyun eğer ya da bunu onlara karşı kullanarak ilgi çekmeye çalışır. Ebeveynlerine karşı koyan çocuk kendi benliğini kabul ettirmeyi amaçlar. Bu dönemde saplanıp kalan çocuk yetişkinlikte ya değerli gördüğu kakanın yerine başka nesnelere koyar ve aşırı tutumlu ve inatçı olur ya da temizlik konusunda saplantılar geliştirir. Fallik dönem ise çocuğun kendi bedenini cinsel organını keşfettiği dönem olarak ifade edilir.<sup>18</sup> Kendi bedenine bakarak herkesin kendisi gibi bir penise sahip olduğunu düşünen erkek çocuk bunun böyle olmadığını görmesiyle birlikte iğdiş edilme korkusu geliştirirken kız çocuk ise penis kıskançlığı geliştirir (Charrier, 2010: 62-72; Snowden, 2012: 109-122). İşte bu dönem, Freud'un Oedipus Kompleksi olarak adlandırdığı çatışmanın ortaya çıktığı dönemdir. Buna göre çocuk karşı cins, yani Freud'un çalışmalarında anneye karşı bir cinsel merak ve bağlılık geliştirirken hemcinsine karşı, yani babaya karşı ise bir kıskançlık ve öfke geliştirir. Ancak kendisinden daha büyük ve güçlü olan babanın kendisini iğdiş ederek

<sup>18</sup> Freud'un psikanalitik kuramında hep erkek çocuğun cinselliğinden bahsedilir ve cinsel organ olarak yalnızca erkek cinsel organına, yani fallusa önem atfedilir. Bu, Freud'un psikanalitik kuramının en fazla eleştirilen yönlerinden birisidir.

cezalandıracağından korkan çocuk kendini güç ve iktidar sahibi babayla özdeşleştirmeye ve anneden uzaklaşmaya başlar. Freud'a göre Oedipal çatışma, psikoseksüel gelişimin temelini oluşturmakta ve çatışmanın çözülememesi yetişkin yaşamda nevrozla sonuçlanabilmektedir. Bütün bunlar göstermektedir ki psikoseksüel gelişimin ilk evrelerinde yaşanan deneyimler, bireylerin yetişkin yaşamlarındaki eylemlerini ve tutumlarını etkilemektedir. Zira birey, bu gelişim sürecinde istek ve arzularının toplum tarafından şekillendirildiğini öğrenmekte ve ancak bu şekilde toplum tarafından kabul görüp onaylanacağını anlamaktadır. Bu nedenle Freud'un çalışmalarının, "bilinçdışının ve çocukların sembolik düzeye, yani kültür düzeyine yapmaları gereken geçişle ilgili analizin temel kavramlarını sağlamak" açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir (Bocock, 2009: 91).

Bireylerin sembolik düzeyden kültür düzeyine geçişine ilişkin önemli görülen bir diğer düşünür ve kuramcı ise Freud'un bilinç ve bilinçdışı kavramlarını geliştiren ve Oedipus Kompleksine farklı bir açıdan yaklaşan Jacques Lacan'dır. Lacan, Freud'dan farklı olarak bütün bu kavramları bir dil gibi yapılandırılmış bir sistemin ürünü olarak ele almıştır. Lacan'ın kavram ve kuramlarına tüketim toplumu analizi bağlamında yer verilmesinin nedeni, onun kimliğin inşasına ilişkin önemli düşünceleridir. Lacan bilinçdışını imgesel, simgesel ve gerçek olarak üçe ayırmıştır. Buna göre konuşmaya başlamadan önce bebek kendi bedenini ve benliğini diğer insanlardan ve dış dünyadan ayırt edemediği imgesel dönemin içindedir. Konuşmanın başlaması ile birlikte bebek simgesel, yani sembolik döneme giriş yapar. Lacan (2002), bu simgesel döneme girişin daima bir eksiklik, bir yokluk ile gerçekleştiğini, çünkü sembollerin doğrudan orada var olan bir şeyi temsil etmediğini dile getirmiştir. Bu da bireyin benliğinde bir bölünmeye yol açmakta ve temsil edilenin hiçbir zaman tam olarak bilinmemesi nedeniyle gerçeğin, diğer insanların ve hayatın ancak dil ve semboller aracılığıyla anlamlandırılabilceği anlamına gelmektedir. İşte bu noktada, konunun en başında belirtildiği üzere arzuların yalnızca biyolojik değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel oldukları hususu tekrar devreye girmektedir. Zira biyolojik olduğu kadar toplumsal ve kültürel bir olgu olan arzunun kendisi de dil ve semboller aracılığıyla var olmaktadır.

Bebeğin dil ile birlikte simgesel döneme girişindeki en önemli etken ise, Lacan'ın psikanaliz alanına kazandırdığı en önemli kavramlardan biri olan ayna evresi kavramıdır.

Lacan'a göre ayna evresi bebeklerin ilk 6-18 aylık süreçlerinde başlayan ve bebeğin kendi imgesiyle karşılaşması sonucunda bu imge üzerinden bir benlik duygusu geliştirdiği bir dönemdir. Ona göre bebek bir bütün olarak kendi bedenini ilk kez aynada imgesini gördüğü zaman algılar ve bundan bir tür haz alarak onu denetim altına almak ister. Ne var ki bu bütünlük duygusu aslında bir yanılsamadır, zira bebek bu bütünlüğü aynadaki imgesi aracılığıyla sağlar. Yani aslında bebek aynadaki imgesiyle özdeşleşir. Lacan'a göre bu özdeşleşme oldukça önemlidir, çünkü bebek ancak bu şekilde kendisini bir bütün olarak algılayabilmektedir. Bu da bireyin benliğini imgesi aracılığıyla kurmasına ve dolayısıyla bir yandan kendine yabancılaşmasına neden olmaktadır. Laura Mulvey, *Görsel Haz ve Anlatı Sineması* adlı yazısında Lacan'ın ayna evresi kuramı ile ilgili şöyle demiştir:

Jacques Lacan, bir çocuğun kendi imgesini aynada tanıdığı anın, egonun kuruluşu için ne denli hayati olduğunu açıklamıştır... Ayna evresi, çocukların fiziki ihtiraslarının kendi motor kapasitelerine üstün geldiği bir zamanda ve ayna imgelerini kendi bedenlerinde deneyimlediklerinden daha bütünsel ve mükemmel sanmalarının sonuçta yarattığı kendini tanıma keyfiyle birlikte gerçekleşir. Böylece, tanıma, yanlış tanımayla örtülür: tanınan imge, "ben" in yansıyan gövdesi olarak kavranır ama onun üstünmüş gibi yanlış tanınışı, bu gövdeyi ideal bir ego olarak kendi dışına yansıtır, bir ego ideali olarak kendini yeniden başka bir şey sanan yabancılaşmış özne, gelecekte başkalarıyla özdeşleşmenin yolunu açar. (Mulvey, 2004: 840).

Mulvey'nin de ifade ettiği gibi bireyin aynadaki imgesi ile özdeşleşmesi ve böylece kendine yabancılaşması, onun kendini ancak başkalarının gözünden, başkalarının bakışı ile görebileceği, zira asla kendi gözlerinden bir bütün olarak kendisine bakamayacağını ve dolayısıyla da benliğin daima öteki üzerinden kurulduğu anlamına gelmektedir. İşte benliğin başkalarının bakışı üzerinden ve arzuların imgeler ve semboller üzerinden kurulması, tüketim toplumunun en temel dayanaklarından biri olan bireylerin kimliklerini tüketim aracılığıyla inşa etmelerinin psikanalitik temelini oluşturmaktadır. Zira kimliğin inşası için bireylerin arzularına, bireylerin tüketim mallarını arzulamaları için ise onların anlayacağı, ilgi duyacağı ve özdeşleşebileceği imge ve sembollere ve bilinçli veya bilinçdışı istek ve arzularına hitap eden tüketim mallarına ihtiyaç vardır. Bu da kitle iletişim araçları ve reklamlar aracılığıyla sağlanmaktadır. "Modern tüketim, tüketim mallarının alışveriş merkezlerinde arzu yaratacak ve arzuları uyaracak şekilde sergilenmesine ve reklamlarının yapılmasına bağlıdır (Bocock, 2009: 98).

Günümüz tüketim toplumunda ağzına kadar dolu ışıl ışıl dükkânlar, mağazalar ve özellikle alışveriş merkezleri arzuların yaratılmasında, yönlendirilmesinde ve yönetilmesinde en önemli “tüketim araçları”dır (Ritzer, 2011: 14) ve bu ortamlar insanoğlu için adeta “yeniden keşfedilmiş verimli bir doğa” işlevi görmektedir (Baudrillard, 2015: 17). Bu ortamlar yalnızca bireylere tüketim imkânı sunmakla kalmaz, onları adeta tüketmeye zorlarlar. Bu “kutsal tüketim katedralleri”nde (Ritzer, 2011: 14) yer alan tüketim malları ise yalnızca oldukları şeyi temsil etmekten ziyade parçası olduğu bütününü ve işaret ettiği, vaat ettiği, yansıttığı şeyi temsil etmektedir. Dolayısıyla insanlar bir parçayı satın alarak bütününü ele geçirmek ve o malın onlara vaat ettiği şey her ne ise (gençlik, güzellik, çekicilik, seksilik, kibarlık, şıklık, zenginlik, gösteriş vs.) ona sahip olmak için tüketirler. Baudrillard, bu noktada özellikle her şeyin bir arada bulunduğu alışveriş merkezlerine vurgu yapmaktadır. Zira alışveriş merkezlerinde “[z]arif bir yiyecek dükkânı ile bir resim galerisi, *Play-boy* ile bir *Paleontoloji Kitabı* arasında artık hiçbir farkın kalmadığı” yeni bir kültür hâkimdir (2015: 19). Bu yeni kültürde ise insanlar sahip oldukları tüketim mallarını ele geçirdikleri birer güç olarak görmektedir. İşte bu noktada kitle iletişim araçlarının, özellikle de televizyonun ve reklamların büyük etkisi vardır.

Reklamlar, devamlı olarak insanlara çeşitli mal ve hizmetler sunar ve insanlardan bunlar arasında seçim yapmasını ister. Elbette bunun için öncelikle insanları o mal veya hizmete ihtiyacı olduğuna ve/ya o mal veya hizmete sahip olmakla belirli bir kimliğe ve statüye sahip olacaklarına inandırmaları gerekir. Üstelik bunu onların kendi tercihleriymiş gibi, özgür iradeleriyle alınmış kararlar gibi göstermek zorundadırlar. Baudrillard, reklamların insanların ihtiyaçları doğrultusunda yapılmış gibi göründüklerini ancak aslında tamamen üretim sisteminin ihtiyaçları doğrultusunda yapıldıklarını öne sürmektedir. “Reklam aracılığıyla toplumsal amaçları kendi yararına çeviren ve kendi amaçlarını toplumsal amaçlarmış gibi dayatan, sistemdir.” (2015: 83). Yani tüketicinin bağımsızlığı ve özgürlüğü aldatmacadan başka bir şey değildir. Berger, kapitalist toplumlarda tüketicinin özgür iradesi olduğu söyleminin bir yanılsamadan ibaret olduğunu ifade etmektedir. Ancak dikkatlice incelendiğinde görülmektedir ki reklamlarda sürekli olarak bireylere belirli bir ürünü satın almaları söylenmekte, durmadan geniş bir ürün yelpazesi içinde neden o ürünü seçmeleri gerektiği anlatılmaktadır (o ürünü seçtiklerinde daha güzel, daha yakışıklı, daha sağlıklı, daha saygın, daha popüler, daha başarılı vs. olacaklardır).



“Aldığınız bu yeni nesne der reklam, sizi bir bakıma daha zenginleştirecektir –aslında o nesneyi satın almak için para harcayarak biraz daha yoksullaşacak olsanız bile!” (2010: 131). Böylesi bir düzende ihtiyaçlar artık bir zorunluluk, bir statü göstergesi, bir görev olarak görülür ve insanlara da bu şekilde sunulur. Zira tüketim toplumunun bireyi bu görevini yerine getirmesini ve sürekli tüketmezse, elindekiyle yetinmek zorunda olacak ve toplumdan dışlanma tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır. Bu tüketme görevi ise insanları bireyselleştiren, yabancılaştıran ve yalnızlaştıran bir aktivitedir; tüketiciler “sürü halinde ancak yalnız yaşar” (Baudrillard, 2015: 101).

Berger’e göre reklamların insanlara asıl vaat ettiği şey ise mutluluktur, ancak başkalarının gözüyle görülen, başkalarının gözünde bir mutluluk. Zira daha önce de belirtildiği gibi tüketim mallarının onlara vaat ettiği şeylerin hepsi, aslında toplumdaki diğer insanların görebileceği ve kendilerini onlardan ayıran veya onlar ile bir araya getiren şeylerdir. Dolayısıyla birey, başkalarının gözünde görünmek istediği gibi olmaya çalışmakta ve bu nedenle tüketmektedir<sup>19</sup>. Bu noktada ise reklamlarda kullanılan cinsellik ve erotizm unsuru ön plana çıkmaktadır. Tıpkı kadınlara kadınlık satılması gibi<sup>20</sup> cinsellik de tüketimi arttırmak amacıyla adeta satılmaktadır. “Ticari alana sunulacak madde ister bir lastik markası isterse bir tabut modeli olsun olası müşteri her zaman aynı yerden vurulmaya çalışılır: belden aşağı. Seçkinler için erotizm, kitle için pornografi.” J. F. Held şu sözlerle bu konuyu çok güzel özetlemiştir: “Bir milimetrik bile olsa kullanılmamış erojen alan kalmadı”. (Baudrillard, 2015: 183-184). Berger, bu durumun günümüz toplumunda satın alma eyleminin cinsel olarak arzulanır olmakla ilişkilendirilmesinden kaynaklandığını öne sürmüştür (2010: 144). Zira artık “tüketime sunulan cinselliğin kendisi”dir (Baudrillard: 2015: 184). Tıpkı Freud’un öne sürdüğü gibi “kültür, ihtiyacı olan zihinsel enerjinin hemen hepsini cinsellikten alır” (2000: 21).

<sup>19</sup> Tıpkı Lacan’ın ayna evresi kuramında olduğu gibi birey bir kere daha benliğini ve kimliğini başkaları üzerinden, başkalarının bakışı aracılığıyla inşa etmekte, bu da onun bir kere daha kendine yabancılaşması ile sonuçlanmaktadır.

<sup>20</sup> Evelyne Sullerot. Baudrillard, 2015: 113.

### 2.2.3.3. Tüketim Toplumu Bağlamında Erkeklik Krizi ve Erkekliğin İspatı Olarak Şiddet Kavramı

*Birbirimizi tanımamıza veya kendimiz olmamıza engel olan bu toplumsal rolleri oynadığımız sürece nasıl birbirimizi gerçekten tanıyabilir ya da sevebiliriz ki? Bedenleri ile sergiledikleri bütün cinsel akrobasilere rağmen erkekler de kadınlar kadar yalnızlaşmış ve yabancılaşmış değiller mi? Erkekler korkularını, gözyaşlarını ve duyarlılıklarını bastırarak erkenden ölmüyorlar mı? Bence erkekler düşman değiller, aksine onlar etrafta öldürecek ayılar olmayınca kendilerini gereksiz yere yetersiz hissetmelerine neden olan modası geçmiş bir erkeklik masalından muzdaripler.*

Betty Friedan – The Feminine Mystique (1973)<sup>21</sup>

Judith Butler, en önemli eseri olarak kabul edilen ve feminist kuramın temel yapıtlarından biri olan *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi* (Orj. *Gender Trouble Feminism and the Subversion of Identity*, 1999) adlı kitabında cinsiyeti *adlandırmanın* ve kadın ve erkek, eril ve dişil gibi *karşıt* kategoriler oluşturmanın kadınları ve erkekleri bu kategorilerden birine girmeye zorladığını ve bu kategorilerin değişmez, sabit ve hatta doğal olarak algılanmasına neden olduğunu öne sürerek bu durumun kendisini bir tahakküm ve zorlama olarak adlandırmıştır. “Kategori olarak ‘cinsiyet’, bedenin toplumsal biçimlenimi olarak ‘cinsiyeti’ mecbur kılar.” (2014: 196) Butler’a göre bireylerin kimliklerini bu kategoriler üzerinden inşaları kalıplaşmış ve yapay bir toplumsal gerçekliğin ortaya çıkmasına ve toplumun her alanının bu gerçeklik çerçevesinde şekillenmesine neden olmaktadır. Benzer şekilde Homi K. Bhabha, “Sen Bir Erkek Misin Yoksa Bir Fare Mi? (*Are You A Man or A Mouse?*)” adlı yazısında kendi babası ile olan ilişkilerinden yola çıkarak erkeklik üzerine düşüncelerini dile getirmiştir. Bhabha, babasının devamlı olarak kendisine sorduğu ve yazısının da başlığını oluşturan sorudan yola çıkarak erkeklerden varlık ve yokluk, bir kimliğe ait olma veya kimliksizlik gibi kesin ayrımlara dayalı seçimler talep eden stereotip bir erkeklik tanımının bulunduğunu öne sürmüş ve bu erkekliğin yalnızca erkeğe dair olan, kadınlığın karşısında konumlanan, toplumsal olarak anlamı sabitlenmiş ve herkes tarafından bilinen ve beyaz ve heteroseksüel olan anlamına geldiğini ifade etmiştir. Bhabha’ya göre yapılması gereken erkekliği inkâr ederek yazılmış kaderinin yönünü değiştirmek ve onun “yapay

<sup>21</sup> Kimmel, 2006: 173.

bir gerçeklik, toplumsal cinsiyete ve cinselliğe ilişkin kuralların bir parçası, ‘varoluş eksikliği’ni öyle ya da böyle tamamlayan ve sürdüren bir ek, bir ilave olduğu” gerçeğine dikkat çekmektir (1995: 57).

Toplumsal cinsiyet alanında uzmanlaşmış olan Amerikalı sosyolog Michael S. Kimmel, *Amerika’da Erkeklik: Kültürel Tarih* (2006) adlı kitabında Amerika’da erkeklik krizinin 1960’lı yıllara dayandığını ifade etmiş ve güçlü, kahraman ve sorumluluk sahibi erkek imajının bir masaldan ibaret olduğu gerçeğinin bu yıllarda ortaya çıktığını öne sürmüştür. 1960’larda marjinal olarak görülen gruplar ayaklanmış, kadınlar seslerini duyurmaya başlamış, siyahlar beyazlarla eşit haklar talep ederken eşcinselliğe yönelik hareketler başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nin 1963-1973 yılları arasında yer aldığı Vietnam Savaşı’ndan mağlup ayrılması ile birlikte erkekliğin en güçlü ve sarsılmaz modellerinden biri olan askerlerin başarısızlığı toplumda yerleşik olan erkeklik algısını sarsmıştır. Bu sosyo-kültürel değişimleri hoş karşılamayan heteroseksüel beyaz Amerikan erkeği, her zaman yaptığı gibi marjinal ve öteki olarak kabul edilen grupları dışlamış veya onlardan uzak durma yoluna gitmiştir (Kimmel, 2006: 173-174). Amerikan erkeği, giderek kendini özel hayatında, işinde, kamusal ve siyasi alanlarda tehdit altında hissetmeye başlamış, kendini ifade edemez olmuştur. Toplumdan dışlanan gruplar ise kendi kimlikleri için savaş vermeye başlamış, ‘yeterince erkek olmayan’ erkekler deyim yerindeyse erkekliğe göz dikmişlerdir.

Toplumda gerçekleşen bu sosyo-kültürel değişimlerin yanı sıra erkekliğin krize girmesine zemin hazırlayan diğer nedenlere göz atmak gerekirse, en önemli nedenlerden birinin erkeklerin fabrikalarda ve kurumsal işlerde çalışmalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan yabancılaşma unsuru olduğunu söylemek mümkündür. Tıpkı Marx’ın (2013) kapitalizm bağlamında fabrika işçilerinin yabancılaşmasına dair ileri sürdüğü gibi cinselliklerini bastıran, her günü bir diğerinin aynı hayatlarında sıkışıp kalan ve toplumda önceden belirlenmiş rolleri yerine getirmeye çalışan erkekler giderek yalnızlaşmış ve kendilerine, başkalarına ve yaptıkları işe yabancılaşmıştır. İşleri başta olmak üzere hayatlarının birçok alanında kontrolün kendi ellerinde olmadığını fark eden ve bir bütünün yalnızca çok küçük bir parçasını oluşturan işleri ile bir türlü özdeşleşemeyen erkekler, Freud (2000) ve daha sonra Marcuse’nin (1955) uygarlığa ilişkin tartışmalarında öne sürdükleri gibi kaybettikleri benliklerini, bir türlü yakalayamadıkları mutluluğu ve ihtiyaç duydukları

gücü başka alanlarda, günümüz tüketim toplumunda ise tüketimde aramışlardır. Marksist gelenekten gelen ve insanın yabancılaşmasını kapitalist ekonomik düzen ile ilişkilendiren Erich Fromm da (2008), hem kendine hem de başkalarına yabancılaşmış olan bireyin benliğini yitirdiğini ve anlamsız hayatını anlamlı kılmak için tüketime başvurduğunu öne sürmüştür. Dahası, Kimmel eve ekmek getiren erkek rolünü başarıyla yerine getirmeye çalışmanın erkeklerin gurur ve motivasyondan çok baskı ve çatışma hissetmesine neden olduğunu öne sürmüş ve erkeklerin en büyük çelişkilerinden birine değinmiştir (2006: 175). Zira toplumun dayattığı gereksinimleri karşılamaya çalışan ve aynı zamanda kendilerine endişe ve sıkıntıdan başka bir şey getirmede için büyük doyumlar yerine tüketime dayalı küçük doyumları ve anlık hazları tercih eden erkekler (Brenton, 1966: 22), bunları yerine getirebilmek için monoton ve sıkıcı işlerde çalışmakta, bu da yalnızca onların kendilerini giderek daha değersiz hissetmelerine ve giderek daha çok yabancılaşmalarına ve yalnızlaşmalarına neden olmaktadır. Yalnızlaşma ve yabancılaşma ise beraberinde mutsuzluğu ve anlık hazlara yönelmeyi getirmekte, dolayısıyla her şey bir kısır döngü içinde ilerlemektedir.

Erkeklik krizine zemin hazırlayan nedenlerden bir diğeri de 1960’larda başlayan ve 1970’lerde de devam eden ikinci dalga feminizm hareketi olmuştur. İkinci dalga feminizm hareketi, erkeklığe yönelik büyük bir tehdit olarak görülmüş ve toplumsal, psikolojik ve politik olarak erkekleri büyük oranda etkilemiştir. İkinci dalga feminizm ile birlikte kadınlar evde, okulda, işyerinde ve politik alan başta olmak üzere görünmez bir “Yalnızca Erkekler Girebilir” (*For Men Only*) (Brenton, 1966: 24) levhasının asılı olduğu toplumun birçok alanında söz sahibi olmaya başlamış, bu da o zamana kadar Amerikan erkeklerinin alışkın olduklarından çok farklı bir hayatı deneyimlemelerine neden olmuştur. İkinci dalga feminizm hareketi ile birlikte kadınlar bunların yanı sıra aile içi şiddete, cinsel tacize ve tecavüze yönelik yasal düzenlemeler getirilmesi için çalışmalar yapmıştır. Özellikle 1973 yılında ABD Yüce Mahkemesi’nin kadınlara kürtaj hakkını tanıması ile birlikte kadınlar kendi bedenleri üzerinde söz sahibi olmaya başlamış, bu da onların cinsellikle ilişkilerini ve dolayısıyla özel hayatlarını büyük ölçüde değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Kadınlar artık sosyal hayatlarında olduğu kadar cinsel hayatlarında da özgür hale gelmişlerdir (Kimmel, 2013: 180). Bütün bu gelişmeler erkeklerin sosyal ve özellikle de cinsel hayatlarında güvensiz ve huzursuz hissetmelerine ve devamlı olarak erkekliklerini kanıtlama ihtiyacı duymalarına neden olmuştur. Erkeklik artık kadınların

erkeklerle olan bağılıkları/bağımlılıkları ile güvence altına alınabilen bir kavram olmaktan çıkmıştır ve bu durum birçok erkek için kabullenmesi oldukça zor bir gerçek olagelmiş ve erkeklerin kadınlara karşı bir tutum benimsemelerine neden olmuştur. Erkeklerin bu tutumu ise kadınların yalnızca kendilerini daha da ortaya koymalarına ve seslerini daha fazla duyurmalarına yol açarak bugün iki cins arasında mevcut olan karşıtlığa sebebiyet vermiştir. Erkekler evin içinde ve dışında dişil olarak tanımlanan iş ve uğraşları giderek daha çok yerine getirirken kadınların da erkeklere ayrılmış alanlarda boy göstermesi gerek özel hayatlarında gerek ise sosyal hayatlarında iki cins arasındaki gerilimin artmasına neden olmuştur. Kadını ve erkeği tanımlayan rollerin sınırlarının bu şekilde bulanıklaşarak iç içe geçmesi, bugün erkeklik meselesinin temelinde yatan en temel sorunlardan biri olarak görülmektedir.

Kimmel'a göre (2013) erkeklik toplumsal, kültürel ve tarihsel koşulların bir ürünüdür ve toplumsal bir inşadır. Dolayısıyla belirli bir erkeklik tanımının olduğunu söylemek mümkün olmadığı gibi erkekliğin erkek cinsinin doğuştan gelen bir özelliği olduğunu söylemek de mümkün değildir. Erkekliğin toplumsal olarak inşa edilen bir kavram olduğunu söylemek onun hangi tanımlar çerçevesinde ve ne şekilde konumlandırıldığına bakmayı gerektirir. Zira günümüz toplumunda erkekliğin zıtlıklar ve ötekiler üzerinden, yani kadınlar ve 'yeterince erkek olmayan' erkekler ile yapılan karşılaştırmalar aracılığıyla kurulan bir kavram olduğu görülmektedir. Bu da erkekliğin, ne olduğundan çok ne olmadığı ile tanımlanmasına yol açmaktadır. Kimmel (2013), erkekliğin toplumsal olarak kurulan bir şey olduğunu söylerken, tarihsel gelişim içinde üç tip erkeklikten söz eder: Kibar efendi (*genteel patriarch*), kahraman zanaatkâr (*heroic artisan*) ve piyasa erkekliği (*marketplace masculinity*). 18. ve 19. yy'da görülen kibar efendi, kimliğini sahip olduğu topraklar üzerinden inşa eden ve arta kalan zamanını ise ailesiyle geçiren kibar beyefendi ve özverili baba modelini ifade ederken kahraman zanaatkâr ise zanaatından gurur duyan ve bunu çocuklarına da öğreterek onları yetiştiren demokrasi yanlısı kentli zanaatkâr modelini ifade etmektedir. Öte yandan piyasa erkeği ise, servet, iktidar ve statü sahibi oldukça kimliğini de kapitalist ekonomik düzen içerisindeki başarıları ve sahip oldukları üzerinden inşa etmeye başlayan kentli iş adamı modelini ifade etmektedir. Girişimci ve bir o kadar da kaygılı bir erkek olan piyasa erkeği, aktif bir şekilde piyasada yer almasından ötürü devamlı olarak diğer erkekler ile rekabet halinde bulunmakta ve işi ile fazla meşgul olduğu için ailesine zaman ayıramamaktadır. Piyasa

erkeğinin ortaya çıkıp birbirlerinden farklı olmalarına karşın toplumda uyum içinde yaşayan diğer iki erkeklik modelini altüst etmesi ve değişen ekonomik ve toplumsal koşullar sonucunda kibar efendi “efemineleşmiş bir züppe” haline gelmiş, kahraman zanaatkâr ise “mülksüzleşmiş proleter ve ücretli köleye” dönüşmüştür (Kimmel, 2013: 92-95).

Piyasa erkeği, daha önce de ifade edildiği üzere kimliğini başarıları ve sahip oldukları üzerinden inşa eden bir erkektir, bu da onun erkekliğini kanıtlamak ve başarılı olduğunu göstermek için devamlı olarak tüketime başvurmasını gerektirmiştir. Kendisini kadınların, marjinal ve ötekileştirilmiş grupların ve ‘yeterince erkek olmayan’ erkeklerin karşısında konumlayarak erkekliğini pekiştirmeye çalışan piyasa erkeği “kronik hadım edilme korkusuna neden olan, gerçekleşmesi imkansız başarı ideallerine ulaşma çabasının, duygusal boşluğun ve beraberinde büyük bir yıkım getiren cinsiyetlendirilmiş hiddetin sonucu[nda]” sıradan Amerikan erkeği haline gelmiştir (Kimmel, 2013: 95). Kapitalist toplumsal düzende kimliğe dair yapılan tanımların cinsiyetlendirilmiş olduğunu söylemek demek kadınların ve erkeklerin kendi içlerinde ve birbirlerine karşı karşıt konumlandırılarak değerlendirildiği ve bunun sonucunda kimliklerin cinsiyete dayalı bir rekabet üzerine inşa edildiği anlamına gelmektedir. Bu bağlamda sosyolog Erving Goffman’ın Amerikan erkeklerine bakarak yaptığı erkeklik tanımı, çalışma bakımından önemli kabul edilmektedir:

(...) üniversite eğitimi almış, tam zamanlı bir işte çalışan, iyi görünümlü, kilosu ve boyu yerinde olan, sporda yeni bir başarıya imza atmış genç, evli, beyaz, kentli, kuzeyli ve heteroseksüel Protestan baba. Her Amerikan erkeği dünyaya bu perspektiften bakma eğilimindedir, bu da Amerika’da ortak bir değerler sistemi olduğunu düşündürmektedir. Bu sayılanlardan herhangi birini gerçekleştirmeyi başaramayan her erkek, zaman zaman da olsa, kendini değersiz, tamamlanmamış ve aşağı görecektir; bazen başarılı olacak bazen ise kendisiyle ilgili muhtemelen istenmeyen özellikleriyle ilgili olarak mahcup veya saldırgan olacaktır. (Goffman, 1963: 152).

Goffman’ın bu erkeklik tanımı, günümüz küresel kapitalist sosyo-ekonomik düzeninde erkeklerin erkekliklerini inşa ederken referans aldığı unsurları ortaya koyar niteliktedir. Çalışmalarını aile ve evlilik danışmanlığı üzerine yoğunlaştıran sosyoloji doktoru Emily Mudd kendisine başvuran erkeklerin çoğunun kızgın ve öfkeli olduğunu ancak neye olduğunu bilmediklerini dile getirmiş ve güzel bir eşi, iki pırlanta gibi çocuğu, iyi bir işi ve güzel bir hayatı olan 36 yaşındaki bir inşaat mühendisinin söylediklerini örnek

göstermiştir: “Anlamıyorum. Her şeyim var. Gerçekten var. Ama yine de zaman zaman sanki hapishanedeymişim falan gibi geliyor. Sanki her şey üstüme üstüme geliyormuş gibi, anlıyor musunuz? İşte o zaman her şeye değer mi diye düşünüyorum. Bu çok komik çünkü babamın neredeyse hiçbir şeyi yoktu ama bazen o çok daha mutluymuş diye düşündüğüm oluyor.” (Brenton, 1966: 16). Mudd’ın verdiği bu örnek, yukarıda yer alan Goffman’ın erkeklik tanımına son derece uymaktadır. Buradaki erkek, toplumun bir birey ve bir erkek olarak kendisinden beklediği her şeyi yerine getirmiş, bir eş, bir baba ve bir tüketici olmuştur. Ancak yine de mutlu değildir. Erkeğin bu mutsuzluğu akla Freud’un uygar insanın mutsuzluğuna ilişkin sözlerini getirmektedir. İnsanoğlunun mutsuzluğunun en büyük sebebinin uygarlığın kendisi olduğunu öne süren Freud, ilkel koşullara dönülse insanlığın çok daha mutlu olacağını iddia etmiştir. Zira uygarlık insanlıktan içsel istek ve arzularını bastırmalarını talep eder ve insanların içsel dürtülerini engelleyecek çözümler üreterek bunların dışavurumlarını kontrol altına almaya çalışır. Bu da bireylerin belirli kalıplara sokulmasına ve belirli ilişkiler çerçevesinde yaşamaya zorlanmasına neden olmakta ve beraberinde cinsel hayatın ve insanlığın vahşi doğasının kısıtlanmasını getirmektedir. Freud’a göre uygar insanın mutsuzluğunun nedenleri bunlardır ve bu nedenle ilkel insanlar çok daha özgür ve mutlu yaşamıştır (2000: 13). Tıpkı Freud’un öne sürdüğü gibi Mudd’ın örnek olarak verdiği erkek yaşamı boyunca başardığı ve sahip olduğu her şeye rağmen hayattan aldığı hazzın ve mutluluğun artmadığını görmenin yarattığı hayal kırıklığı içindedir ve her geçen gün toplumun dayattığı sorumluluklar ve zorunluluklar altında ezilmektedir. Kimmel’in dediği gibi “[h]er Amerikan erkeğinin doğumla kazandığı hak, kronik bir yetersizlik hissidir.” (Kimmel, 2013: 98).

Bu örneğe ilişkin bir diğer önemli unsurun ise erkeğin kendisini babası ile kıyaslaması olduğu düşünülmektedir. Zira bu kıyaslamanın altında yalnızca babasının ve kendisinin sahip olduğu veya olmadığı mal, mülk ve olanaktan fazlasının yattığını söylemek mümkündür: Oedipus Kompleksi. Psikanalizde oldukça önemli bir yer tutan Oedipus Kompleksi kavramını ilk olarak Freud, Antik Yunan tragedyası Kral Oedipus’tan esinlenerek ortaya atmıştır.<sup>22</sup> Buna göre doğumdan sonra libidosu yalnızca kendine dönük

<sup>22</sup> Buna göre babasını öldürüp annesiyle evleneceği kehanetinde bulunulan Oedipus doğduktan sonra babası tarafından dağlarda ölüme terk edilir. Ne var ki Oedipus hayatta kalır ve bir gün tesadüfen karşılaştığı babasını öldürür. Daha sonra doğduğu yere giden Oedipus şehri ölümcül Sfenksten kurtarır ve karşılığında farkında olmadan annesi ile evlendirilerek kral ilan edilir. Sonunda gerçeği öğrenen Oedipus herkesi ve her şeyi geride bırakarak kendini kör eder, annesi de kendini asar.

olan çocuk<sup>23</sup> zamanla libidosunu bir kadın olarak duyumsamaya başladığı annesine yöneltmeye başlar. Freud'a göre Oedipus Kompleksi, çocuğun annesi ile kurduğu bu bağı ve özdeşleşmeyi kırarak kendini babayla özdeşleştirme sürecidir. Zira anne ile arasındaki bağı bozulmasını hiç istemeyen ve bu nedenle babayı bir engel gibi görerek ortadan kaldırmaya çalışan çocuk, kendine güvenli bir kimlik inşa etmek durumundadır. Ne var ki gerek cinsel gerek ise fiziksel olarak kendisinden hayli güçlü ve otoriter olan baba figürü annenin cinselliğinin sahibi olarak çocukta iğdiş edilme korkusu yaratır. Annesinin yalnızca kendisine ait olduğunu düşünen çocuk, Oedipal duygularını bastırmasıyla birlikte annenin ilgisini başkalarıyla da paylaşmak zorunda olduğunu öğrenir ve zamanla annesinden uzaklaşıp babayla barışır ve böylece çatışmayı çözümleyerek annenin yerini alacak bir başka kadın ile cinsel birliktelik kurmaya hazır hale gelir (Freud, 1924). Çocuğun Oedipus Kompleksi'ni çözümleyerek kadınlar ile cinselliğe hazır hale gelmesi onun aynı zamanda "cinsiyetli (erkek) ve heteroseksüel" oluşuna işaret etmektedir (Kimmel, 2013: 96).

Bütün bunlar göstermektedir ki erkeklik, büyük ölçüde cinsellik ile ilişkisi dâhilinde kurulan bir kavramdır. Çocuğun eril kimliğinin oluşumunda oldukça önemli bir süreç olan Oedipus Kompleksi'nin çözülememesi ise ilerleyen yaşlarda ciddi nevrozlar ile sonuçlanabilmektedir. Çatışmanın çözülememesi anne, baba ve çocuk ilişkisindeki dengenin bozulmasına ve ya babanın çocuğun anne ile olan ilişkisini kıskanarak babalıktan uzaklaşmasına ya da çocuğa karşı düşmanca ve sert bir tavır benimseyerek çocuğun da kendisine aynı şekilde yaklaşmasına neden olmaktadır. Her halükarda çocuk eril bir figür olarak korku beslediği ancak baba olarak duyumsayamadığı baba figüründen uzaklaşmakta ve bu süreci atlatmasına yardımcı olacak güvenilir bir baba figürünün olmaması nedeni ile anneden tam olarak kopmamaktadır. Bu da çocuğun ya kadınlardan korkan zayıf ve pasif bir erkek ya da homoseksüel davranışlar sergileyen 'yeterince erkek olmayan' bir erkek olmasına yol açmaktadır. Bu duruma düşen bir erkeğin ise en büyük korkusu kimliğinin özellikle başka erkekler tarafından açığa çıkarılması ve toplumda bir erkek olarak kabul görmemek olacaktır.

---

<sup>23</sup> Daha önce de belirtildiği gibi Freud'un psikanalitik kuramında sözü edilen çocuk erkektir. Freud çalışmalarında hep erkek çocuğun cinselliğinden bahsetmiş ve erkek cinsel organına, yani fallusa önem vermiştir. Bu durum, Freud'un psikanalitik kuramının en fazla eleştirilen yönlerinden birisidir.



Erkeklerde homoseksüel olma veya homoseksüel olarak görülme korkusu beraberinde hep homoerotik dürtülerin bastırılmasını ya da homoseksüel olarak damgalanmaya yol açabilecek her türlü davranış ve tutumdan kaçınılmasını getirmektedir. Bu da toplumda daha önce de değinilen Goffman'ın (1963) erkeklik tanımında oldukça güzel bir şekilde ifade edilen heteroseksüel erkek imajının gereklerini yerine getirerek, toplumun beklentilerini karşılayarak ve önceden tanımlanmış rollere bürünerek mümkün olmaktadır. Toplumda erkeklere bir aile kurması, evinin reisi ve çocuklarının babası olma yolunda yapılan baskıların temelinde yatan en önemli nedenlerden birinin de bu olduğunu söylemek mümkündür. Brenton, *The American Male* (1966) adlı eserinde erkeklerin işe alınırken evli olup olmadıklarına bakıldığını, çünkü bunun karşı tarafa güven verdiğini ve evli olmayan erkeklere serseri gözüyle bakıldığını ifade etmiştir. Bütün bunlar ise erkekliğin daima devamlı olarak doğrulanması ve kanıtlanması gereken bir olgu olduğunu ve asıl korkulanın ise daima diğer erkeklerin bakışları ve düşünceleri olduğunu göstermektedir. Amerikan erkekliğine ilişkin en büyük sırrı açıklarken Kimmel “Bizler diğer erkeklerden korkuyoruz.” demiştir (2013: 98). Bu korku yalnızca homoseksüellerden, homoseksüel olmaktan veya homoseksüel gibi görünmekten duyulan bir korku değildir; bu, homoseksüel damgası ile bir erkeğin en ağır şekilde aşağılanmasından duyulan korkuya da işaret etmektedir. Bu, aşağılanarak erkekliğinin elinden alınmasından duyulan korkudur ve bu korku toplumda erkeğe dair tüm içerikleri, kavramları ve tanımları şekillendirmektedir. Ve yine bu korku, erkekliğin devamlı olarak kanıtlanmasını gerektirmektedir. İşte bu noktada ise şiddet kavramı ile karşılaşmaktadır.

Şiddet, erkekliğin kanıtlanması yolunda başvurulmuş en önemli araçlardan biridir. Benliği parçalanmış, nesneleşmiş, yabancılaşmış ve yalnızlaşmış tüketim toplumunun erkekleri, bir de erkekliklerini kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalmanın sonucunda şiddeti benliklerini kuracak, kimliklerini inşa edecek ve hayalini kurdukları/özlemelerini çektikleri gücü ve iktidarı kendilerine sağlayacak bir araç, bir çıkar yol olarak görmektedir. Susan Faludi, *Stiffed: The Betrayal of the American Man* (1999) adlı kitabında varlığında hemfikir olunan ancak konu nedenlerine gelince kalıplaşmış cümlelerden ya da tartışmalı yanıtlardan kaçınılamayan ve bir türlü uzlaşmaya varılmayan erkeklik krizi meselesini ele almış ve meselenin derinlerine inerek ortaya çıkış nedenlerini araştırmıştır. Çalışmalarına aile içi şiddet uygulayan erkeklerin katıldığı bir haftalık destek grubunu

gözlemleyerek başlayan Faludi, kız arkadaşına şiddet uygulamaktan hüküm giyen erkeklerden birinin sözlerini şöyle aktarmıştır:

Başta kabul etmek istemedim. Gözüm karardı sanıyordum. Ama o geceye tekrar baktığımda gözümün falan kararmadığını anladım. Kendimi çok iyi hissediyordum. Hâkimiyet bendeydi, güçlüydüm, her şey kontrolüm altındaydı. Bir erkek gibi hissetmişim. Ama o güç uzun sürmedi. Gelip ellerime kelepçeleri taktıkları an yine hiç erkek değilmişim gibi hissetmeye devam ettim (Faludi, 1999: 189).

Burada erkeğin şiddeti bir iktidar aracı olarak kullanması ve aslında o anı düşündüğünde tüm süreç boyunca yaptıklarının bilincinde olduğunu söylemesi dikkat çekicidir. Elbette erkek bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde şiddet anında karşısındaki kişiyi bastırma ve ona hükmetme isteğini de içinde barındırmaktadır. Ancak şiddetin altında yatan asıl nedenlerin neler olduğu bu noktada incelemeye değerdir. Faludi, erkeğin şiddet uyguladığı anın son zamanlarda kontrolün kendisinde olduğunu hissettiği tek an olduğunu söylemesinden çok etkilendiğini ifade etmiştir (1999: 189). Erkeğin bu sözünün, şiddetin altında yatan nedenlerin incelenmesi açısından önemli bir çıkış noktası olduğu düşünülmektedir.

Bugün toplumda medya aracılığıyla bireylere sunulan popüler kültür ürünleri, temsil ve içeriklerin sıklıkla şiddet öğeleri içermesinin nedeni de aslında tam olarak budur. Kendilerini kapana kısılmış hisseden bireylere sunulan bir parça özgürlük, bir parça tatmin amacı gütmektedir. Bugün medyada hâkim olan Amerikan erkeği imgesi her şeyin kontrolünü elinde tutan erkektir. Ancak durum hiç de öyle değildir. Evrenin hâkimi olacağı söylenen erkek hiçbir şeyin hâkimi olamadığını görmüştür; çünkü zaman, sahip olunanlar, mücadele edilenler ve kazanılanlar değişmiştir ve bu nedenle elde edilen hiçbir başarı ve sahip olunan hiçbir şey erkeği yeterince tatmin etmemektedir. “Modern Amerikan erkeği eşi benzeri görülmemiş bir değişimler ve seçimler dünyasında yaşamaktadır.” (Brenton, 1966: 33). Faludi, bu değişimler ve seçimler dünyasını “süs kültürü” olarak adlandırmaktadır (1999: 192). Buna göre erkeklerin aidiyet hissettikleri, kendilerini tanımladıkları ve inşa ettikleri tüm alanların ve kavramların yerini bugün görsel kültüre ait içerik, imge ve işaretler almıştır. “Aslında savaş dönemindeki kahramanlıklarına rağmen babalar oğullarına farkında olmadan, savaştan sonra iyi bir hayatı kucaklama arzusu ile acele ile yarattıkları imgeye dayalı, reklamların yönettiği bir dünya bırakmıştır.” (Faludi, 1999: 37). Erkeklik artık güç, iktidar ve hâkimiyet gibi kavramlar ile değil dış görünüş, çekicilik, iş, para, beden kasları ve sahip olunan mal-

mülk ile tanımlanır olmuş, erkekler kendilerini alışkın olmadıkları eril bir dünyada ayakta kalmaya çalışırken bulmuşlardır. Dolayısıyla savaştan sonra miras kalan bu iyi hayat erkeklerin güçlü, kontrollü ve eve ekmek getiren ‘erkeksi’ rollerden genellikle kadınlara atfedilen “süslü”, pasif ve zayıf rollere bürünmelerine neden olmuştur.

Süs kültüründe medya erkekliğin her şeyden önce erkeğin bedeni ile ilişkili bir kavram olduğunu vurgulamakta ve toplumu bu doğrultuda içerik ve imgelerle donatmaktadır. Reklamlar erkek bedenini hiç olmadığı kadar cinselleştirmekte, kullanılan erkek imgeleri kaslı ve yapılı sert erkek imajının aksine kibar, zarif, başarılı, özgüvenli, seksi ve hatta erotik erkek imajı sunmaktadır. ‘En az kadınlar kadar’ tüketici bireyler haline gelen erkekler medyanın sunduğu erkeklik temsillerine uymak ve gösterildiği şekilde ‘erkek’ olmak için tüketim mallarına başvurmakta, kimliklerini inşa etmek için gerek giyimleri ve dış görünüşlerini gerekse hal ve tavırlarını ve konuşmalarını tüketim eylemi aracılığıyla oluşturmaktadır. Bütün bu erkek olma arzusunun temelinde yer alan beden ve onun “cinsel ve erotik çekiciliği (...) içinde arzuların gömülü olduğu ve önemli anlamların belirlendiği bir süreç haline gelmiş durumda[dır]” (Kellner, 1992; aktaran Bocoock, 2009: 107). Baudrillard, bedenin tüketilen diğer tüm nesnelere daha güzel, daha kıymetli ve eşsiz olduğunu dile getirerek bedenin kendisinin medya aracılığıyla nesneleşen doğasına dikkat çekmiş (2015: 163) ve *Le Président*’a verilen bir reklam metnini örnek vererek değişen erkeklik imgesine dikkat çekmiştir:

Kırk yaş: Modern uygarlık ona genç olmayı emrediyor... Eskiden toplumsal başarı simgesi olan göbek şimdi güçten düşmeyle, ıskartaya çıkmayla aynı anlamı taşıyor. Üstleri, altındakiler, karısı, sekreteri, çocukları, bir kafenin terasında “kim bilir...” diye gevezelik ettiği mini etekli kız... Hepsi onun üzerindeki kıyafetin niteliği ve tarzıyla, kravat ve koku seçimiyle, bedeninin esnekliği ve narinliğiyle yargılıyor. Her şeyi yakından takip etmek zorunda: pantolon plisi, gömlek yakası, sözcük oyunları, dans ederken ayakları, merdiven tırmanırken nefesi, sert bir hareket yaparken beli. Daha dün işinde başarılı olmak yetiyordu, bugünse ‘aynı sıfatla’ ondan *fiziki form ve şıklık talep ediliyor* (167).<sup>24</sup>

Baudrillard’ın verdiği bu örnek de göstermektedir ki tüketim toplumunda erkeklik temsilleri ve toplumun erkeklerden beklentileri eskiye kıyasla son derece farklılık göstermektedir. Erkek bedeni bir tüketim nesnesi haline gelirken hiçbir zaman sabit bir tanımı olmayan erkeklik ise belirli modellere uyarak ve belirli temsilleri benimseyerek

<sup>24</sup> Tek tırnak işaretleri yazara aittir.

edinilen, görülen ve öğrenilen bir olgu olagelmiştir. Bu da aslında Abigail Solomon-Godeau'ya göre erkekliğin tıpkı kapitalizm gibi her daim krizde olduğu anlamına gelmektedir. Zira aslında erkekliğin olduğu gibi, sorunsuz ve krizden uzak olduğu hiç görülmemiştir (1995: 70-71). Brenton, belki de zamanla erkeklerin bütün bu söylemlerden sıkılacağını ve gerçekten ne hissettiklerini dile getireceklerini ifade etmiş ve o zamana kadar medyanın erkeklere yönelik bu tutumunun hızla devam edeceğini ve Amerikan erkeğinin 'işlevini kaybetmiş' bir figür olarak giderek daha fazla doğrulanacağını öne sürmüştür (1966: 128).<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Tek tırnak işareti yazara aittir.

### **2.3. TÜKETİM TOPLUMU, ŞİDDET VE ERKEKLİK KRİZİ BAĞLAMINDA 1990’LAR HOLLYWOOD SİNEMASI: DÖVÜŞ KULÜBÜ, AMERİKAN GÜZELİ VE TRUMAN SHOW**

Çalışmanın başlarında ayrıntılı olarak değinildiği üzere 1990’lı yıllarda, gerek Amerika’da gerekse dünya genelinde dönemin ekonomik, toplumsal ve kültürel değişimleri ve yaşanan büyük politik dönüşümler sonucunda savaş, barış, toplum, birey, benlik, cinsiyet, cinsellik, şiddet ve medya gibi kavram ve alanlar yeniden inşa edilmeye ve yapılanmaya başlamıştır. 1990’lar, özellikle de 1990’ların ikinci yarısında yaşanan ekonomik büyüme ile birlikte Amerikan toplumu için ekonomik, kültürel, teknolojik, toplumsal ve politik anlamda önemli değişimlerin yaşandığı bir barış ve refah dönemi olmuştur. Ulusal ve uluslararası anlaşmalar, ticari girişimler ve yatırımlar ile mal ve hizmetlerin dünya çapında üretimi, dağıtımı ve yönetimi söz konusu olmuş, bu da beraberinde kültürel ve teknolojik değişimleri ve yenilikleri getirmiştir. Teknolojinin ilerlemesi ile birlikte her eve giren televizyon ve bilgisayarlar her geçen gün bireylerin algılarını ve yaşamlarını değiştirip dönüştürürken, medyanın bireylerin hayatlarına bu derece dâhil olması ise reklamcılık sektörünün doğru orantılı olarak gelişmesine neden olmuş, bu da 1990’ların ikinci yarısından itibaren dünya genelinde hâkim olan tüketim kültürünün ortaya çıkışına büyük ölçüde etki etmiştir. İnternetin yaygınlaşarak toplum genelinde küçük ve büyük şirket ve kuruluşlarca her alanda kullanılmaya başlanması ile ulusal ve uluslararası düzeyde iletişim sağlanmış, üretimde standartlaşmaya gidilerek ticari başarıların ve gelişmelerin önü açılmıştır. İnternet ayrıca eğitim, sağlık, ulaşım, taşımacılık ve eğlence sektörlerinde de kullanılmaya başlanmış, böylece toplumun her alanında toplumsal, kültürel ve ekonomik bir ilerleme söz konusu olmuştur. Bütün bu gelişmeler, 1990’lı yıllarda Amerikan toplumunun merkezinde olduğu küresel bir ekonomiye ve iletişim ve teknoloji ağına işaret etmekte ve toplumsal, ekonomik ve politik değişim ve gelişmelerin, kapitalist düzenin ekonominin yanı sıra toplumsal ve kültürel alanlara da etki ettiğini göstermektedir.

Medyanın dönemin değişimleri, dönüşümleri ve yeniliklerinden bağımsız düşünülüp değerlendirilmesinin doğru ve mümkün olmayacağı düşüncesinden hareketle, Amerikan tarihinde barış ve refah dönemi olarak anılan bu yılların betimlendiği ve işlendiği 1990’lar Hollywood sinemasının, çalışma açısından önemli bir inceleme alanı oluşturduğu ve

önemli veriler sağlayacağı düşünülmektedir. Hollywood sineması, diğer ulusal sinemalardan veya sinema akımlarından öncelikli olarak ticari oluşu ile ayrılmaktadır. Zira Hollywood filmlerinin temel belirleyicisi ilk olarak kapitalist ekonomik düzen içinde tüketim malları olarak var oluşlarıdır. Yıllar boyunca geçirdiği teknolojik, biçimsel ve yapısal değişimlere rağmen Hollywood sinemasının asıl meselesi aynı kalmıştır: izleyiciyi eğlendirmek ve maksimum kâr elde etmek. Hollywood'un en büyük başarısı ise Amerikan toplumunu kendisini görmek istediği gibi gösterebilmesinde yatmaktadır (Maltby, 2003: 7, 15).

1990'lar Hollywood sineması, belirli karakteristik özellikleri ile diğer yıllardan ayrılmaktadır. 1990'lı yıllarda en popüler film türü aksiyondur ve kadın izleyiciler de erkeklerin yanında yerlerini alarak patlamalardan, özel efektlerden, dublörlerden, yapılı erkeklerden ve kadın bedeninden keyif almaya başlamışlardır. Diğer popüler türler arasında korku filmleri (*Geçen Yaz Ne Yaptığını Biliyorum - I Know What You Did Last Summer* (1997), *Altıncı His - The Sixth Sense* (1999)), romantik komediler (*Özel Bir Kadın - Pretty Woman* (1990), *Benden Bu Kadar - As Good As It Gets* (1997), *Mesajınız Var - You've Got Mail* (1998)) ve yeni kara filmler (*neo-film noirs*) (*Red Rock Kasabası - Red Rock West* (1993), *Olağan Şüpheliler - The Usual Suspects* (1995), *Fargo* (1996)) yer almaktadır. 1990'larda çok sık karşılaşılan özelliklerden biri devam filmleri olmuş, seri halinde çekilen müzikaller, komediler, aksiyonlar ve animasyonlar döneme damgasını vurmuştur. Sağ kanadın aile değerlerine yaptığı vurgu ve bilgisayarla yaratılmış (CGI) özel efektlerin keşfi ile 1990'larda aile dostu filmler revaçta olmuş, Disney çocuklara yönelik birçok çizgi film ve animasyon piyasaya sürmüştür. 1990'lar sinemasında belli başlı erkek başrol oyuncular yer almış, fiziksel özellikleri ile, özellikle de kaslı vücutlarıyla beyaz perdede boy göstermişlerdir. Tom Cruise, dönemin en çok öne çıkan erkek oyuncularından biri olmuştur. Onun dışında Sean Connery, Bruce Willis, Matt Damon, Nicolas Cage, Leonardo DiCaprio ve Mel Gibson ilk milyon dolarlık filmlerine bu dönemde imza atmışlardır. Hepsi beyaz olan bu aktörlerin tek istisnası siyahi aktör Will Smith olmuştur. Arnold Schwarzenegger ve Sylvester Stallone iri, kaslı ve yapılı bedenleri ile birçok aksiyon filminde yer almıştır. 1990'ların ortalarına doğru, erkek bedenine ilişkin bu gelenek terk edilmeye başlanmış ve daha zayıf ve ince yapılı beyaz aktörler daha sık görülmeye başlamıştır. Keanu Reeves ve George Clooney gibi ince, zayıf ve hoş erkekler, kendilerinden önce sergilenen çıplaklığın yerine güzel ve iyi

giyimli erkek modelini getirmişlerdir. Beyaz perdede erkek bedenine ilişkin alışkanlıklar değişmeye başlarken yalnızca birkaç kadın gişede büyük ses getiren başrollerde yer almıştır. Bunlardan en öne çıkanları Meg Ryan, Julia Roberts ve Sandra Bullock olmuştur. 1990’larda kadın bedenine ilişkin dönemin genel feminenliğinin dışında Linda Hamilton, Jamie Lee ve Demi Moore gibi birkaç kaslı (*masculine/musculine*) kadın bedeni dikkat çekse de asıl vurgu kadınsılığa ve kadınlığa yapılmış, Jennifer Lopez, Salma Hayek ve Bridget Fonda gibi kadınlar kıvrımlarını cesurca sergilemekten geri durmamışlardır (Holmlund, 2008: 16-18).

1990’lara kadar gerek stüdyolarda gerek ise bağımsız yapımlarda birçok başarılı filme imza atan belli başlı yönetmenler bu dönemde de başarılı işler ortaya koymuşlar, stüdyo yönetmenleri başarılarını perçinlerken bağımsız yönetmenler büyük stüdyolar ile anlaşmalar yapmışlardır. Stanley Kubrick *Gözleri Tamamen Kapalı* (*Eyes Wide Shut*, 1999) adlı yapımla döneme damgasını vururken, Steven Spielberg *Schindler’in Listesi* (*Schindler’s List*, 1993), *Jurassic Park* (1993), *Er Ryan’ı Kurtarmak* (*Saving Private Ryan*, 1998) gibi büyük hasılat yapan işlere imza atmıştır. 1990’larda başarılı yapımlar ortaya koyan bir diğer yönetmen *Sıkı Dostlar* (*Goodfellas*, 1990), *Masumiyet Çağı* (*The Age of Innocence*, 1993), *Casino* (1995) ve *Yaşamın Kıyısında* (*Bringing Out the Dead*, 1999) filmleri ile Martin Scorsese olmuştur. Bu dönemde birçok ödüle layık görülen aktör ve yönetmen Clint Eastwood da *Affedilmeyen* (*Unforgiven*, 1992), *Kusursuz Dünya* (*A Perfect World*, 1993) ve *Ateş Hattında* (*In the Line of Fire*, 1993) gibi filmlerde aktör olarak yer almış ve yönetmenliklerini yapmıştır. Biçimsel olarak bakıldığında 1990’lar Hollywood sinemasında en çok göze çarpan özellik dönemin teknolojik ilerlemelerinin de sonucunda film yapımında dijital tekniklerin kullanılması olmuştur. Michael Bay, David Fincher ve Spike Jonze gibi müzik videolarının yapımı ve reklamcılık ile ilgilenen yönetmenler alışkın oldukları görsel unsurları filmlerine de dâhil etmişler, böylece yeni bir biçimsel tarzın başlangıcını oluşturmuşlardır. Dijital kameralar ve kurgu programları aracılığıyla yönetmenler filmlerini piyasaya sürmeden önce son hallerini görerek müdahale edebilmiş ve bilgisayar tekniği ile sahneler üzerinde oynamalar yaparak kurgunun kullanımının artmasına neden olmuşlardır. Bütün bu gelişmeler, sinemada dijital devrim olarak kabul edilmiş ve yeni bir çağın başlamasına neden olmuştur (Holmlund, 2008: 21-22).

### 2.3.1. Parçalanmış Filmler, Parçalanmış Benlikler, Parçalanmış Hayatlar

Walter Benjamin *Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı* (Orj. The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction, 1936) adlı yazısında sanat yapıtının teknik yollar ile yeniden üretildiği çağda asıl yitip giden şeyin yapıtın özel atmosferi, biricikliği, hakikiliği yani *aurası* olduğunu belirtmiş ve bu durumu yalnızca sanatla sınırlamayıp yeniden üretilmiş olan herhangi bir şeyin kendi varlığından ötürü olan, kendinden kaynaklanan özünü kaybederek onun yerine çoğaltılmış olanın geçtiğini ifade etmiştir. Ona göre yeniden üretime ve *auranın* yitimine verilebilecek en güzel örnek ise filmdir (2013: 55). Zira film, doğası gereği zaten teknik olarak yeniden üretilmiş bir sanat biçimidir; bir filmin kendisi de dâhil tüm kopyaları zaten hâlihazırda teknik olarak yeniden üretilmiş ürünlerdir ve film yapısı gereği parçalıdır. Birçok sahneden oluşan ve kurgu aşamasında defalarca üzerinde oynamalar yapılan film, sanatın bütünlüklü doğasına aykırıdır. Benjamin'in filmi yeniden üretilmiş bir sanat yapıtı olarak tasvir etmesinin, kendinden sonra gelecek olan postmodernizm tartışmalarına temel teşkil ettiği düşünülebilir. Zira Jameson'ın parçalanmış özne ve kapitalizm ilişkisi ve Baudrillard'ın temsil ve gerçeklik tartışmaları ve simulakrum kavramı, her ne kadar farklı gerekçeler ve farklı tutumlara dayanıyor olsalar da Benjamin'in parçalanmış film tasvirinden izler taşır niteliktedir (Booker, 2007: 3).

Jameson, postmodernizmin en belirleyici özelliklerinden birinin bireyin parçalanmış benliği olduğunu ifade etmiş ve Lacan'ın kuramlarından yola çıkarak bireyin içinde yaşadığı topluma ayak uydurmaya çalışırken hissettiği boşluğun ve deneyimlediği karmaşanın onun dünyayı şizofren hastalarınıninkine benzer bir deneyimle algıladıklarını öne sürmüştür. Bu yabancılaşmış, yalnız, parçalanmış ve tutarsız bir deneyimdir ve bireyin kendi benliğini normal bir şekilde algılayamadığını göstermektedir (Jameson, 1985: 119). Jameson, bireylerin bu şizofrenik tutumlarını postmodernizm ve kapitalizmle ilişkilendirir; zira ona göre günümüz medya kültürü bu şizofrenik deneyime benzemektedir. MTV tarzı medya içerikleri ve imgeleri izleyicinin zamansal bütünlük ve algılarını bozmakta ve öznenin kafasını karıştırarak tutarlı bir bütünlük oluşturmasını engellemektedir (Peretti, 1996: 2). İşte tam bu noktada, Benjamin'in parçalanmış film tasvirinin izleri görülebilmektedir. Zira birer kurgu ve teknoloji harikası günümüz



filmlerinin büyük ölçüde MTV müzik videolarının görselliğinden ve televizyon reklamlarından etkilendiği söylenebilir. Elbette parçalanmış filmlerin varlığı MTV döneminden öncesine de götürülebilmektedir ve doğrudan MTV tarzı içerik ve görüntülerden kaynaklandığını söylemek doğru değildir. Ancak filmlerin parçalı yapısının postmodernizm ve tüketim toplumuna bağlandığı nokta, bu çalışmada da yer verilen birçok postmodernist kuramcı ve araştırmacı tarafından (Jean Baudrillard, Fredric Jameson, Anne Kaplan) MTV tarzı kurgulamanın ve reklamcılığın yaygınlaşması olarak ifade edilmektedir. Zira daha önce de belirtildiği gibi postmodern olarak değerlendirilen filmlere imza atan Michael Bay, David Fincher ve Spike Jonze gibi yönetmenlerin çoğunun geçmişlerinde müzik videolarına ve reklamlara yönetmenlik yapması bir tesadüf değildir.

Postmodernist filmler olarak anılan 1990'lar Hollywood sinemasının ürünlerinin bu parçalı doğasında ise genellikle karakterlerin parçalanmış benliklerinin ve hayatlarının konu edildiği görülmektedir. Jameson'ın öne sürdüğü gibi bu parçalanmışlık ise kapitalist toplumdaki ve sosyo-ekonomik düzenden ayrı düşünülmemelidir. Bu bağlamda çalışmanın örneğini oluşturan *Amerikan Güzeli*, *Dövüş Kulübü* ve *Truman Show* filmleri gerek karakterlerin benlikleri gerekse filmlerin biçimsel ve teknik özellikleri bakımından birer postmodern parçalanmışlık örnekleri olarak değerlendirilebilir. *Dövüş Kulübü* filminin başkarakteri Anlatıcı<sup>26</sup> (Edward Norton) parçalanmış bir benlik olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Anlatıcı yalnızdır; kendisine, başka insanlara ve içinde yaşadığı tüketim toplumuna yabancılaşmış bir bireydir ve tüm bunların sorumlusu olarak tüketim toplumunun bir bireyi (daha doğrusu kölesi) oluşunu göstermektedir. Anlatıcı'nın parçalanmış benliği, diğer iki filmde yer alan karakterlerden daha farklı bir şekilde perdeye yansıtılmıştır. Zira Anlatıcı'nın film boyunca vakit geçirdiği, dövüştüğü, adeta

---

<sup>26</sup> Film, Chuck Palahniuk'un aynı adlı eserinden uyarlanmıştır ve gerek kitapta gerekse senaryoda karakterin adına yer verilmemiş, bunun yerine ona 'Anlatıcı' (*Narrator*) şeklinde hitap edilmiştir. Bu durum bilhassa bu çalışma çerçevesinde, tüketim toplumunun bir bireyi olan Anlatıcı'nın benliğini ve kimliğini kaybetmiş olduğu gerçeği ile ilişkilendirilmektedir. Her ne kadar film ilerledikçe Anlatıcı kendisini bir bilim dergisinde okuduğu makaleden etkilenerek 'Jack' adı ile ilişkilendirse de ve sık sık "Ben Jack'in sırttan intikamıyım", "Ben Jack'in soğuk teriyim" gibi ifadeler kullanarak kendisinden üçüncü bir şahısmışçasına bahsetse de bu, Anlatıcı'nın 'ben' kavramını kaybettiğine ve kendisini bir bütün olarak duyumsayamadığına işaret etmektedir. Film üzerine inceleme yapan bazı kaynaklarda Anlatıcı'dan 'Jack' olarak bahsedilmesi, karakterin ve filmin (kitabın) doğasına aykırıdır ve doğru değildir.

itaat ettiği ve her şeyini paylaştığı Tyler karakteri, filmin sonlarına doğru anlaşılacağı üzere aslında Anlatıcı'nın yarattığı ikinci bir karakter, bir hayal ürünüdür.

Anlatıcı'nın bu bölünmüş kişiliği, daha önce bahsedilen Freud'un insan zihni modelini akla getirmektedir. Kısaca hatırlamak gerekirse Freud (2013, 2014) zihni üç kısma ayırmıştır: ego, id ve süperego. Latince 'ben' anlamına gelen ego tamamen olmasa da zihnin bilinçli kısmıdır. Latince 'o' anlamına gelen id ise zihnin doğuştan gelen ilkel ve bilinçdışı kısmı olarak adlandırılır. Freud'a göre id zihnin arzularla kaynaklı, karanlık kısmıdır. Tamamen kendi bencil ihtiyaçları doğrultusunda güdülenir ve yalnızca haz ilkesinden beslenir. Zihnin bilinçli denilebilecek kısmı olan ego, yani ben ise dış dünyanın etkilerini id ve onun eğilimleri üzerinde geçerli kılmaya ve id üzerinde hüküm süren haz ilkesinin yerine gerçeklik ilkesini geçirmeye çalışır. Zihinde ben akıl ve sağduyuyu temsil ederken id arzuları ve tutkuları temsil eder. Latince 'üst-ben' anlamına gelen süperego ise, benin içindeki dayatma ya da daha bilinen ifadesiyle vicdan veya suçluluk duygusu olarak adlandırılır. Süperego, bene neyin doğru neyin yanlış olduğunu söyler ve davranışlarını buna göre yönlendirmesini sağlarken, id'e karşıt bir biçimde toplumun istek ve kuralları çerçevesinde hareket eder ve onu kontrol altına almaya çalışır. Freud'un zihin modeline uyarlandığında filmde Anlatıcının ego'yu, Tyler Durden'in Anlatıcı'nın id'ini ve Anlatıcı'nın içinde bulunduğu gerçek dünyanın, yani toplumun ta kendisinin ise süperego'yu temsil ettiği düşünülebilir. Dolayısıyla "tek kullanımlık" hayatının gidişatından ve içinde bulunduğu toplumdaki memnun olmayan Anlatıcı bu duygularından kurtulmak ve hayatını değiştirmek için çeşitli arayışlara girdikçe, günden güne kendisini yiyip bitiren uyuyamama hastalığının da etkisiyle<sup>27</sup> içindeki çatışmaya yenik düşmüş ve zihninin iplerini id'inin, yani Tyler Durden'in eline bırakmıştır; o, artık dövüşe hazırdır.

"Altı aydır uyuyamıyorum." der Anlatıcı, "Uykusuzluk çekerken hiçbir şey gerçek gelmez size. Her şey çok uzaklardadır. Her şey bir kopyanın kopyasının kopyasıdır. Uzay araştırmaları iyice ilerlediğinde artık her şeyi şirketler adlandırır hale gelecek: IBM Yıldız Sistemi, Microsoft Galaksisi, Starbucks Gezegeni." Hayatı ofisteki tekdüze masa başı işi

<sup>27</sup> Burada hastalık özellikle önemlidir, zira Freud (2013) kişilerin içlerindeki bu çatışmayı rüyalarda çözüme kavuşturabileceklerini ya da en azından bu yolla bir nebze rahatlayabileceklerini ileri sürmüştür. Ne var ki Anlatıcı'nın uyuyamama hastalığından mustarip olması onu bu tür bir rahatlama da yoksun bırakmış ve id'in yüzeye çıkmasını kolaylaştırmıştır.

ve IKEA mobilyalarıyla döşeli apartman dairesi<sup>28</sup> arasında mekik dokuyarak geçen Anlatıcı, bu hayattaki varlığının son derece anlamsız olduğunu düşünmektedir. Tüketim toplumunun makineleştirdiği ve nesneleştirdiği Anlatıcı, kendi zihinsel ve içsel bütünlüğünü koruyamamış ve giderek benliğini kaybetmiştir. Anlatıcı, yaşadığı topluma uyum sağlamaya ve onun dayattığı şekilde mutlu olmaya çalışırken fiziksel ve ruhsal sağlığından olmuş, bu durum kendisini önce uyuyamama hastalığı olarak göstermiş, ardından ciddi bir psikoza doğru ilerlemiştir<sup>29</sup>. Burada Anlatıcı'nın uykusuzluğundan bahsederken hemen ardından tüketim toplumunu ele geçirmiş olan büyük şirketlerden bahsetmesi, içinde bulunduğu durumu tüketim toplumu ile ilişkilendirmesi açısından önemlidir ve onun adeta bu girdaba nasıl çekildiğini ve artık kendini kurtaracak gücünün kalmadığını gösterir niteliktedir.<sup>30</sup>



Resim 1. Açılış sekansındaki zayıf ışık ve aydınlatma ile koyu ve soluk renklerin film başında ve sonunda ilintilidir.

aslında filmin sonu olmasından ve karakterimizin her şeyi öğrenmiş olmasından kaynaklanmaktadır) Anlatıcı'nın hayatının Tyler ortaya çıkmadan önce nasıl olduğu gösterilirken gerçeğe oldukça yakın bir ışık ve aydınlatma ile açık ve tekdüze renklerle anlatılmıştır.

Anlatıcı'nın benliğindeki bu parçalanma, filmde görsel olarak da izleyiciye gösterilmeye çalışılmıştır. Zira filmin açılış sekansındaki zayıf ışık ve aydınlatma ile koyu ve soluk renklerin aksine (filmin başındaki aydınlatma ve renklerin farklı olması filmin başının



Resim 2. Tyler ortaya çıkmadan önce Anlatıcı'nın hayatının monotonluğu ve sıradanlığı, gerçeğe yakın bir ışık ve aydınlatma ile gri ağırlıklı tekdüze renklerle anlatılmıştır.

<sup>28</sup> Metinde IKEA mobilyaları özellikle üstünde durulan ve baştan sonra önemli bir yer teşkil eden bir unsurdur. Zira çok ciddi bir eleştirisinin yapıldığı tüketim toplumu için bu oldukça belirleyici ve açıklayıcı bir örnektir. Bu konu, çalışmanın bir sonraki bölümünde daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

<sup>29</sup> Anlatıcı, filmin ilerleyen kısımlarında anlaşılacağı üzere disosiyatif (çoklu) kişilik bozukluğu (DID) hastalığından muzdariptir; ancak bu hastalık yukarıda bahsedilen Jameson'ın postmodern parçalanmışlık olarak adlandırdığı durumun ve şizofrenik deneyimin filmsel anlatıda karşılık bulmuş hali olarak yorumlanabilir.

<sup>30</sup> Burada, Anlatıcı'nın aslında tüm hikâyeye boyunca farklı konular arasında bağlantı kurması veya bir düşünceden diğerine atlaması, geriye sarıp geri dönüşler (*flashback*) ile hikâyede geriye gitmesi veya ileriye atlaması, aslında bir yandan da onun dengesiz ruh sağlığına ve parçalanmış benliğine ilişkin ipucu vermektedir.

kullanılmıştır. Burada amaç Anlatıcı'nın hayatının monotonluğunu ve sıradanlığını izleyiciye aktarmaktır. Anlatıcı Tyler ile tanışana (!) kadar perdede gri ağırlıklı tonlar hâkimdir. Tıpkı Lester ve Truman'da olduğu gibi Anlatıcı da kutu kutu bölmeli bir ofiste çalışmaktadır. Giyimleri ofisin gri tekdüzeliğine uyum sağlayan çalışanlar ya masalarının ya da fotokopi makinesinin başında konumlandırılmıştır ve bütün gün aynı işi yapmaktadır.

Filmde Anlatıcı'nın parçalanmış benliğinin görselleştirildiği en önemli anların ise film boyunca Tyler'in henüz ortaya çıkmadan önce dört farklı sahnede çok kısa bir an için ekranda belirip kaybolan görüntüsü olduğunu söylemek mümkündür. Bunlardan ilki Anlatıcı'nın çalıştığı ofisin gösterildiği sahnede saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirdiği sahnedir.



Resim 3. Tyler'in saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirdiği ilk sahne



Resim 4. Tyler'in saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirdiği ikinci sahne

uykusuzluktan ölmesinin mümkün olmadığını ve gerçek acının ne demek olduğunu öğrenmek istiyorsa testis kanserli hastaların katıldığı bir destek grubuna gidebileceğini söyler. İşte tam doktorun 'acı' sözcüğünü telaffuz ettiği



Resim 5. Tyler'in saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirdiği üçüncü sahne

anda yine saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için Tyler Durden'in görüntüsü ekranda belirlemektedir. Burada Tyler'in 'acı' sözü ile birlikte ekranda belirmesi elbette tesadüf değildir; zira Tyler, ancak acı çekerek ve dibe vurarak kişinin benliğini

Resim 6. Tyler'in saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda belirdiği son sahne

bulacağını ve gözlerinin açılacağını savunmaktadır. Kuracağı Dövüş Kulübü de bunun en güzel örneğidir. Anlatıcı'nın seanslara gidip geldiği sahnelerde Tyler Durden iki kere daha saniyenin 1/24'ü kadar bir süre için ekranda görülmektedir. Bunlardan birinde Tyler bir seans esnasında eğitmenin arkasında, diğerinde ise Anlatıcı Marla'nın (Helena Bonham Carter) peşinden dışarı çıktığında yolda durmaktadır. Tyler'in henüz ortaya çıkmadan bu şekilde perdede belirmesi, Anlatıcı'nın parçalanmış benliğine işaret etmekte ve ego'nun kontrolü çoktan yitirdiğine, id'in ise Anlatıcı farkına varmadan önce ortaya çıktığını ve yavaş yavaş kontrolü ele geçirmeye başladığını göstermektedir.

Anlatıcı büyük bir araba firmasında ürün geri çekme koordinatörü olarak çalışmaktadır. Yaptığı iş, dünya genelinde gerçekleşen kazalar sonucunda firmanın piyasaya sürdüğü araba modellerinin piyasadan geri çekilip çekilmeyeceğine karar vermektir. Bunun için devamlı olarak dünyanın dört bir yanına seyahat edip yapılan kazaları incelemekte, ardından standart formülü uygulayarak raporlar hazırlamaktadır: piyasadaki toplam araba sayısına (A), ortalama kaza oranına (B) ve ortalama mahkeme dışı uzlaşma maliyetine de

(C) denirse ve  $A \times B \times C = X$  ise; bu durumda X'in, ürünü piyasadan çekmenin maliyetinden daha düşük olması halinde ürün piyasadan geri çekilmez. Böyle hassas ve önemli bir konuda bu gibi standart bir formülün uygulanıyor olması, Anlatıcı'nın işinin doğasına ve birey üzerindeki etkilerine ilişkin hayli ipucu vermektedir. İşi Anlatıcı için oldukça sıradan bir hale gelmiştir, onun için önemli olan yaptığı işin niteliği değil, ihtiyaçlarını (!) karşılayıp karşılamadığıdır. Öyle ki birkaç iş arkadaşıyla birlikte yaptıkları bir kaza incelemesinde, gerek Anlatıcı'nın gerekse arkadaşlarının hal ve tavırları, kaza yapmış arabayı incelerken koltuklara yapışan yanmış et parçalarına bakarak içindekilerin nasıl ölmüş olabileceklerine ilişkin şakalar yapmaları ve gördükleri manzarayı “modern sanat” olarak adlandırmaları, onların ne kadar yabancılaştıklarının en güzel örneklerinden biri olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Anlatıcı, tıpkı Marx'ın kendilerine, çalıştıkları işe ve başkalarına yabancılaşan ve insan doğasına aykırı bir şekilde hiçbir keyif almaksızın yalnızca mecburiyetten ötürü çalışan bireyleri gibi tüketim toplumunun makineleşmiş, nesneleşmiş ve benliğinden uzaklaşmış sıradan bir üyesidir. Tıpkı raporlar yazdığı arabalar gibi o da bir makine haline gelmiştir. Arabayı oluşturan parçalardan biridir yalnızca, bozulursa hemen yenisiyle değiştirilebilecek, onu diğer parçalardan ayıran hiçbir özelliği olmayan bir parça. Tıpkı toplumda giderek birbirinin aynı olagelen bireyler gibi. Kişiliklerinden, karakterlerinden, kendilerine has özelliklerinden, kendi istek ve arzularından, benliklerinden uzaklaşmış bireyler... Baudrillard'ın (2011) da ifade ettiği gibi her şey bir kopyanın kopyasının kopyası haline gelmiştir.

Filmin parçalara ayrılmış ve hikâyede bir ileri bir geri sıçrayan doğası, tüketim toplumunun bireyler üzerindeki etkisini vurgulamak amacıyla bilinçli olarak yapılmış bir tercihtir. Anlatıcı'nın hikâyesini anlatırken geri dönüşler ile (*flashback*) hikâyede geriye veya ileriye gitmesi, hikâyeyi yarıda kesip tekrar başa dönmesi ve konudan konuya atlaması, izleyicilere onun hastalıklı psişesi ve tutarsız doğası hakkında ipuçları vermektedir. Film, klasik Hollywood anlatılarında görülen denge-dengenin bozulması-dengenin yeniden kurulması yapısının dışına çıkmakta, olayların sırası değiştirilerek izleyicilerin beklentileri ile oynanmakta ve kafa karışıklığı yaratılmaktadır. *Dövüş Kulübü* açıkça anlatıyı tersine çevirmekte ve izleyiciyi film boyunca aktif bir konuma yerleştirerek olaylar arasında bağlantı kurmaya ve sahneleri anlamlandırmaya sevk etmektedir. Film, bilinçli olarak devamlılık kurgusundan uzak durmaktadır; öyle ki devamlılık kurgusunun hizmet ettiği belli başlı amaçların her birini tersine çevirmektedir:

*Dövüş Kulübü*'nde bütünlüklü bir zaman ve mekân algısı ve devamlılığı yoktur, anlatı ve sinematografik unsurların merkezinde hikâye değil teknik yatar ve izleyici filmin teknik araçlarının bilincindedir. Kamera açıları ve hareketleri, görüntü ve ses uyumsuzlukları, zayıf ışıklandırma ve film boyunca kullanılan CGI efektleri ile tüketim toplumunda yaşayan bireylerin ve onların hayatlarının parçalara ayrılmışlığı vurgulanmak istenmiştir. Dahası, “Tyler Durden’in Anlatıcı’nın zihninde belirip durması gibi film de izleyicinin bilincinde devamlı olarak belirlemektedir, üstelik aynı nedenlerden ötürü. Nasıl ki [Anlatıcı’nın] erkekliğini onu sakat bırakan kültürün elinden kurtarmak için çarpıcı bir dönüşüm geçirmesi gerekiyorsa, belki de erkek izleyicilerin de aynısını yapması gerekmektedir.” (Lee, 2002: 422).



Resim 7. Tyler’in kameraya dönerek doğrudan izleyici ile konuşmaya başladığı ve kameranın hızlı bir şekilde sağa sola sallandığı sahne

*Dövüş Kulübü*'nde izleyicinin filmin teknik araçlarının farkında olmasına ilişkin en önemli görsellerden biri Tyler’in kulübün toplandığı akşamlardan birinde erkeklere tüketim toplumuna dair verdiği bir vaazın sonlarına doğru kameranın Tyler’a zoom yaptığı ve Tyler’ın yüzünün yakın plan görüntüsünün çerçeveyi doldurduğu sahnedir. Zira bu sahnede Tyler kameraya dönerek doğrudan izleyici ile konuşmaya başlar ve kamera giderek daha hızlı bir şekilde sağa sola titremeye başlar. Öyle ki sonunda filmin kenarlarındaki delikler görünür hale gelir. Filmin teknik araçlarının bu şekilde görünür kılınması ve sergilenmesi izleyicinin

film ile özdeşleşmesini engelleyen ve aynı zamanda bir tekinsizlik havası yaratan unsurlardır. Yönetmen David Fincher görsel efekt uzmanlarının bu görüntüler yüzünden başlarının Makinistler Birliği ile derde gireceğini düşündüklerini dile getirmiş ve “Ama bizce bu izleyiciye gerçekliğin artık nasıl yoldan çıkmaya başladığının ipucunu vermenin

en güzel yoluydu” diyerek uyguladıkları bu teknik ile aynı zamanda izleyiciye hikâye ile ilgili bilgi verme amacı taşıdıklarını da belirtmiştir (Martin, 2000). Kamera sallandıkça izleyiciye bir film izlediğini hatırlatan bu görüntüler izleyicilerin o dakikaya kadar zihinlerinde kurdukları dünyayı da sallamaktadır. Zira kamera doğrudan izleyiciye bakmaktadır.



Resim 8. Anlatıcı'nın izleyicilere dönerek Tyler hakkında bilgi vermeye başladığı sahne filmde yabancılaştırıcı bir unsur olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır.



*Dövüş Kulübü*'nde çalışma kapsamında önemli kabul edilen bir diğer biçimsel özellik ise filmin bir noktasında Anlatıcı'nın izleyicilere dönerek Tyler hakkında bilgi vermeye başladığı sahnelerde izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Zira Anlatıcı, Tyler hakkında konuşurken doğrudan kameraya, yani izleyiciye bakmaktadır. Bu sahneler filmin normal akışından bağımsız, yalnızca izleyiciye bilgi verme amaçlı çekilmiş gibi bir izlenim vermektedir. Filmin normal akışı içinde bir anda görüntü donar ve Anlatıcı "Size biraz Tyler Durden'dan bahsedeyim." diyerek izleyiciye onun kişiliği ve çalıştığı işler hakkında bilgi vermeye başlar. Burada iki sahne arasındaki (filmin normal akışı ve Tyler'ı tanıtan sahneler arasındaki) bağlantı Anlatıcı'nın dış sesi yardımıyla kurulmaktadır.

Tyler'ın makinist olarak yaptıklarını anlatırken Anlatıcı filmlerin tek bir bobinden oluşmadığını, birkaç bobine sığdığını ve makinistin en önemli görevlerinden birinin filmleri birbirine bağlayarak bobinleri doğru anda değiştirmek olduğunu ifade eder ve yapılan bu işleme bobin değişimi (*changeover*) denildiğini söyler. Anlatıcı filmin öykü dünyasından bağımsız bir unsurmuşçasına izleyici ile konuşurken Tyler da onun sözlerine cevap verir ve iki bobini birbirine bağlarken ekranın sağ üst köşesinde çıkan noktanın sektörde sigara yanığı olarak adlandırıldığını söyler. Burada filmin donup Anlatıcı'nın kameraya dönerek izleyici ile konuşmasının ve tam da bu esnada Tyler'ın Anlatıcı'ya dönerek bir şeyler söylemesinin filmde son derece yabancılaştırıcı unsurlar olduğu düşünülmektedir. Bütün bunlar filmin anlam ve önemi için bilinçli olarak yapılmış tercihlerdir. İzleyiciye sinema sektörü hakkında bilgi verirken devamlı olarak bir film izlediğini de hatırlatan bu sahneler adeta izleyici ile bir diyalog halinde sunulmuş ve onların film ile özdeşleşerek bir film izlediklerini unutmalarının önüne geçilmiştir.



Resim 9. Anlatıcı'nın filmin öykü dünyasından bağımsız bir unsurmuşçasına izleyici ile konuştuğu sahnede Tyler'ın onun sözlerine cevap verirken ekranın sağ üst köşesini göstermesi yine yabancılaştırıcı bir unsur olarak kullanılmıştır.

*Dövüş Kulübü*'nde izleyicinin karşısına çıkan bu tür yabancılaştırıcı biçimsel ve teknik unsurlar, çalışmanın örneklemini oluşturan diğer iki filmde de görülmektedir. Bunlardan *Amerikan Güzeli*, *Dövüş Kulübü*'ne kıyasla daha düz bir kurguya sahip olmasına karşın, özellikle görüntüyü oluşturan çerçeve içindeki unsurların kompozisyonu ile bireylerin yabancılaşmışlıklarına, yalnızlıklarına ve parçalanmışlıklarına vurgu yapmaktadır. *Amerikan Güzeli* filminin ana karakteri Lester Burnham (Kevin Spacey) hayatının son 20 yılını tüketim toplumunun itaatkâr ve 'aktif' bir bireyi olarak geçirmiştir. Lester karısının ve kızının gözünde işe yaramaz bir adamdır ve aile bireylerinden gerekli ilgiyi ve sevgiyi görememekte, onlarla sağlıklı bir iletişim kuramamaktadır. Lester 14 yıldır '*Media Monthly*' isimli bir dergide masa başı işinde çalışmaktadır<sup>31</sup> ve onun işine dair şu sözleri aslında ele alınan konu gereği oldukça anlamlıdır: "Hayatımın 14 yılını reklam sektörünün köpeği olarak geçirdim." Lester'ın iş yerinde gerek telefonda müşterilerle gerekse patronuyla yaptığı konuşmalara bakıldığında tonlamalarının ve mimiklerinin sanki bir reklam sloganından fırlamış gibi yapay olduğu görülmektedir. Lester, içinde bulunduğu ortama ve daha da önemlisi kendine öyle yabancılaşmıştır ki adeta mekanik bir robotmuşçasına davranmakta ve eylemektedir. İşinde sömürülen, özgüvenini yitirmiş olan ve kendini ne evinde ne de girdiği başka bir ortamda kanıtlayamayan Lester, daima başkalarına boyun eğmek ve onları izlemek durumunda kalmıştır. Bu durum ise onun da tıpkı Anlatıcı gibi benliğinden uzaklaşmasına, kendine, işine ve çevresine yabancılaşmasına ve hayatının iplerini elinden kaçırmasına sebep olmuştur. "Karım ve kızım benim işe yaramaz herifin teki olduğumu düşünüyorlar. Haklılar da. Bir şeyleri kaybettim. Ne olduğunu bilmiyorum ama her zaman böyle... uyuşuk değildim."

Lester bir medya dergisinde son derece düzenli bir masa başı işinde çalışmaktadır. Çalıştığı ofis, bütün çalışanların aynı odada ayrı masalarda bulunduğu büyük bölmeli bir ofistir. Aynı odada onlarca kişi masalarının başında önlerinde bilgisayar ekranı ellerinde telefon harıl harıl müşterilerle konuşmakta ve çalışmaktadır. Kamera ofisi üst açılı ile çeker ve her bir çalışanın masasını diğerlerinden ayıran kutu kutu bölmelenmiş ofis görüntüsü akla filmin başında Lester'ın sokağını tanıtırken görülen görüntüyü getirir. "Bu benim mahallem. Bu benim sokağım. Bu benim hayatım." der Lester. Görüntü, izleyicide daha

<sup>31</sup> Lester'ın '*Media Monthly*' adlı bir dergide çalışıyor olması tesadüf değildir; zira kendisinin de çok güzel ifade ettiği gibi adeta reklam sektörünün kuklası haline gelmiş, medya tarafından devamlı olarak sömürülmüştür.

yukarıdan bölgede bir uyumun, bir düzenin hâkim olduğu hissini uyandırır. Evler ve sokaklar birbirinin aynıdır, tertemiz sokaklar birbirine paraleldir ve çerçevede görüntüyü bozan hiçbir şey yoktur. Evlerin etrafını çevreleyen beyaz çitler adeta hayatların boğuculuğunu ve bireylerin kapana sıkışmışlıklarını ifade ederken aynı zamanda da sözde bir estetik, bir güzellik katmaktadır. Bu, tıpkı Amerikan Güzeli gülleri gibi sahte bir güzellik, bir yanılsamadır. Film adeta tüketim toplumunun aynılaştırdığı bireyleri, standartlaştığı yaşamları daha başından göstermektedir. Bu nedenle Lester'ın ofisinde de aynılaştırmış bireyler ve standartlaştırılmış yaşamlar bir kere daha izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Kamera ileri kaydırma hareketiyle Lester'ın masasına yaklaştığında onun bir müşterisiyle telefonda konuştuğu görülür.



Resim 10. Lester'ın müşterisiyle konuşurken yüzündeki yapmacık ifade ve işinden duyduğu memnuniyetsizlik masa başı işinde çalışan bireylerin durumunu örnekler niteliktedir.

Yüzünde son derece yapmacık bir ifade ve yapmacık bir ses tonuyla karşısındaki kişiye kibar davranmaya çalışmaktadır ancak içten içe ne kadar sinirli ve yaptığı işten ne kadar memnuniyetsiz olduğu anlaşılmaktadır. Bu sahnede en önemli an kameranın Lester'a yaklaştığı, telefon konuşmasının ilk anıdır. Zira kamera önce Lester'ın önündeki bilgisayar ekranına düşmüş yansımasını çeker ve o esnada ekranda birkaç sütun halinde akan rakamlar sanki demir parmaklıkmış gibi görünür. Lester adeta evliliğinin, işinin, medyanın, tüketim toplumunun bir mahkûmu gibidir. Bu görüntüyle karakterin çaresizliği, içine kapanıklığı, sıkışmışlığı, yabancılaşmışlığı ve yalnızlığı anlatılmak istenmiştir.



Resim 11. Lester'ın önündeki bilgisayar ekranına düşmüş yansıması ve o esnada ekranda birkaç sütun halinde akan rakamlar Lester'ı hapseden demir parmaklıkmış gibi görünür. Bu görüntüyle karakterin çaresizliği, içine kapanıklığı, sıkışmışlığı, yabancılaşmışlığı ve yalnızlığı anlatılmak istenmiştir.

Daha sonra kamera açısını genişletip Lester'ı ve masasını çektiğinde masada “*look closer*” yazan bir kâğıdın asılı olduğu görülür. Kamera yazıya zum yaparak ilerler. Bu, daha önce de bahsedildiği üzere filmin izleyicileri yakından bakmaya davet eden sloganıdır. Daha filmin başlarında izleyiciye hiçbir şeyin görüldüğü gibi olmadığı ve hayatta bazı şeylere (izledikleri film de dâhil olmak üzere) yakından bakmaları gerektiği hatırlatılmaktadır.



Resim 12. Film boyunca Lester'ın devamlı olarak kapalı çerçeveler içinde ve çerçevenin kenarında veya altında parçalanmış bir benlik olarak gösterildiği sahneler

Film boyunca Lester sık sık bilgisayar ekranındaki yansımasının görüldüğü sahnedekine benzer çerçeveler içinde izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Lester filmde devamlı olarak kapalı çerçeveler içinde ve çerçevenin kenarında veya altında parçalanmış bir benlik olarak gösterilmiştir. İzleyici onu evinin penceresinden dışarıya bakarken pencerenin tahtaları arasından, iş yerinde bilgisayar ekranındaki yansımasından, duşa kabinde buğulu camlar ardından görmektedir. Tüm bunlar, Lester'ın kapana kısılmışlığını, benliğinin parçalanmışlığını, yalnızlığını ve yabancılaşmasını ifade etmek için bilinçli olarak yapılmış tercihlerdir<sup>32</sup>. Lester, yaşadığı topluma ayak uydurmaya çalışırken onun tarafından dışlanan bir birey haline gelmiştir. Bu durum filmde Lester hayatındaki her şeye başkaldırana kadar böyle sürmekte, ancak ondan sonra Lester kapalı çerçeveler ardında değil çerçevenin merkezinde konumlandırılmaya başlanmış, Lester'ın duruşu, giyimi ve konuşması dahi süreç içinde değişiklik göstermiştir. Lester'ın geçirdiği bu içsel dönüşüm, filmin görsel ve teknik unsurlarının yanı sıra müziklerinde de kendini göstermektedir. Örneğin Lester'ın sabah sporunu yaptıktan sonra kendine içecek hazırlarken söylediği The Who'nun "The Seeker" şarkısının sözleri şöyledir:

Ben kendimi arıyorum,  
Sen kendini arıyorsun,  
Birbirimize bakıyoruz ve  
Ne yapacağımızı bilemiyoruz.

Bana arayan diyorlar,  
Yukarıda ve aşağıda arıyorum,  
Aradığım şeyi bulamayacağım  
Öldüğüm güne kadar.

Aynı şekilde Lester'ın işinden istifa ettikten sonra arabayla eve dönerken çalan The Guess'in "American Woman" şarkısıdır:

Amerikalı kadın, benden uzak dur,  
Amerikalı kadın, beni kendimle bırak,  
Kapımın önünde oyalanma,  
Artık seni görmek istemiyorum.

Ömrümü seninle harcamaktansa,  
Yapacak daha önemli işlerim var.  
Sana diyorum kadın, uzak dur benden,  
Amerikalı kadın, sözlerime kulak ver.

İlk şarkının sözleri ile Lester'ın filmin başında hikâyesini anlatmaya başladığında söylediği gibi Lester'ın hayatında bir şeyleri kaybettiğini ama ne olduğunu bilmediğini, bir arayışta olduğu anlatılmakta ve bu arayışın ölene kadar devam edeceği ve tek çözümün ölüm olduğu ifade edilmekte; ikinci şarkıda ise toplumun ona dayattığı ve onu erkekliğinden uzaklaştıran her şeye bir başkaldırı hissedilmekte, şarkıdaki Amerikalı kadının ise Lester'ın hiçbir cinsel ilişkisinin kalmadığı ve dolayısıyla onu erkek kılacak

<sup>32</sup> Lester'ların sokağının gösterildiği sahnede evlerin etrafındaki beyaz çitlerin de görsel olarak benzer bir anlam ifade ettiği daha önce belirtilmiştir.

en önemli unsurlardan birinin hayatında eksik olmasına neden olan eşi Carolyn olduğu düşünülmektedir.

*Amerikan Güzeli*, *Dövüş Kulübü*'ne kıyasla daha düz bir kurguya sahip olsa da her iki filmin de son sahneleri ile başlayıp daha sonra başkarakterlerin başa dönerek hikâyelerini kendi ağızlarından anlatmaları ile devam etmesi önemlidir. Zira bu iki filmi çalışmanın örneklemini oluşturan diğer film *Truman Show*'dan ayıran en önemli unsurlardan birinin filmlerdeki bu anlatı-anlatıcı (*narrative-narrator*) unsuru olduğu düşünülmektedir. Biçimsel olarak bakıldığında anlatıcı unsurunun bu filmlerdeki en önemli işlevi, Christian Metz'in ifade ettiği gibi bir anlatı zamanı içinde bir başka anlatı zamanı inşa etmek (Kozloff, 1988: 53) ve böylece hikâyenin ve anlatının ikili doğasını yansıtmak olarak ifade edilebilir. Anlatı olarak bakıldığında ise Anlatıcı ve Lester'in hikâye ilerledikçe nihayet seslerini bulmaları ve kendilerini ifade ederek benliklerini ortaya koymalarının göstergesi olarak yorumlanabilir. Zira anlatıcı unsuru çoğu zaman filmlere öyle bir yerleştirilmektedir ki izleyicide onun yalnızca ağızından çıkan sözleri değil aynı zamanda izledikleri görüntüleri de yönettiği ve yönlendirdiği hissini oluşturmaktadır. Böylece izleyici anlatıcıyı filmin sözcüsü olarak görmekte ve ona inanmaktadır. Anlatıcı unsurunun dikkat çekici bir diğer özelliğinin ise izleyiciyi Mulvey'nin ifade ettiği şekilde bir izleme pratiğinden uzaklaştırarak röntgenci hazdan alıkoyması ve dolayısıyla bakan/izleyen ve kontrolü elinde tutan pozisyondan uzaklaştırması olduğunu düşünmek mümkündür. Zira anlatıcı aynı zamanda izleyiciye bir film izlediğini hatırlatan yabancılaştırıcı bir unsur işlevi görmektedir. Burada Anlatıcı ve Lester, hikâyelerini kendi ağızlarından anlatırken bir yandan da görsel öğeler ile hikâyelerini desteklemekte ve aslında izleyici ile konuşmaktadırlar.

Çalışmanın örneklemini oluşturan son film *Truman Show* ise, diğer iki filmdeki anlatıcı unsuruna sahip değildir, zira başkarakter Truman Burbank'ın (Jim Carrey) hayatının kontrolü tamamen kendisinin dışındadır, onun hayatı bir kurmacadır. Benliğini kaybetmiş değil, hiçbir zaman bulamamış bir karakter olan Truman'ın bu nedenle diğer iki filmden farklı olarak filmde anlatıcı rolünü üstlen(e)memiş olduğunu düşünmek mümkündür. Dahası, *Truman Show*'da Truman'ın yaşadığı sahte kasaba izleyicilerin dünyasını, Truman ise tüketim toplumunda yaşayan bireyleri, yani izleyicilerin ta kendisini temsil etmektedir. Dolayısıyla izleyiciler filmde televizyon karşısında Truman'ı izleyen insanları izlerken aslında bir nevi Truman'ı izleyen kendilerini izlemekte, böylece

Mulvey'nin öne sürdüğü izleme deneyiminden zaten uzaklaşmış ve anlatı aracılığı ile filme yabancılaşmış olmaktadır.

*Truman Show*'da karakterin hayatının kontrolünün elinde olmaması durumu, Anlatıcı ve Lester'inkinden daha farklı bir deneyimdir. Zira Truman, film ile aynı adı taşıyan bir televizyon programının başkahramanıdır. 7 gün 24 saat durmaksızın canlı yayında olan ve tüm dünyayı ekranlara kilitleyen bu televizyon programı, gerçek bir kişinin hayatını olduğu gibi ekranlara yansıtmaktadır. Ancak bu, izleyicilerin son zamanlarda ekranlarda görmeye alışık olduğu *reality show*'lardan farklıdır; zira o tür programlarda kişiler ya belirli bir süre boyunca her gün ya da belirli bir işi yaparken kameraların önünde yaşamakta ve hayatlarına kameraların önünde olduklarının bilincinde olarak yine bildikleri gibi devam etmektedirler. Ancak Truman Show farklıdır; çünkü Truman, dünya çapında izlenen bir programın başkahramanı olduğundan bihaberdir. Truman Show, küçük bir ada olarak tasarlanmış dünyanın en büyük stüdyosunda çekilen bir televizyon programıdır. *Seaheaven* adasının her yerinde gizli kameralar vardır ve Truman'ın hayatındaki herkes dünyanın en meşhur televizyon programında oynayan profesyonel oyuncularlardır. Karısı, arkadaşları, evi, işi ve hatta anıları dâhil her şeyi kurmaca olan Truman, hayatının kurmaca olduğundan habersiz, herkes gibi sıradan bir hayatı olan sıradan bir birey olduğunu düşünmektedir. Ancak durum hiç de öyle değildir. Yönetmen Christof, filmin başında programın hayatlarının her saniyesi medya ile iç içe geçmiş ve sahte hayatlar, sahte dünyalar, sahte kimlikler görmekten sıkılmış izleyiciler için yaratılmış yeni bir televizyonculuk anlayışının ürünü olduğunu ifade eder ve şöyle der: "Bize sahte duygular veren aktörleri izlemekten sıkıldık artık. Işık oyunlarından ve özel efektlerden bıktık. Yaşadığı dünya kimi yönlerden sahte, doğru, ama Truman'ın kendisinde sahte olan hiçbir şey yok. Senaryo yok, konuşma kartları yok. Her zaman Shakespeare değil evet, ama bu gerçek. Bu, hayatın ta kendisi." Christof'un sözünü ettiği gerçekliğin ne derece gerçek olduğu hususu tartışmaya açık olmakla birlikte, filmde Truman'a dair her şeyin gerçek olduğunu öne sürmesi izleyiciye ihtiyaç duyduğu gerçekliği bir nebze olsun sunma amacını taşımaktadır.

Postmodernist bir film olarak değerlendirilebilecek birçok unsuru bünyesinde barındıran *Truman Show*, özellikle televizyon ve gerçeklik arasında kurduğu ilişki ile Jameson'ın postmodern parçalanmışlık kavramını akla getirmektedir. Zira Jameson (1985), günümüz medya kültürünü kapitalizm ile ilişkilendirdiği postmodern toplumun bireylerinin

yabancılaşmış, yalnız, parçalanmış ve tutarsız doğalarına benzetmiş ve bunu şizofrenik bir deneyim olarak adlandırmıştır. Özellikle televizyon postmodern toplumda bireylerin gerçeklik algılarını bozan bir unsur olarak görülmüş, Jean Baudrillard medyanın gerçekliği yansıtmak gibi bir kaygısı olmadığını ve izleyicilerin maruz kaldıkları görüntülerin gerçeklikle ilgisi olmadığını öne sürerek büyük tartışma yaratmıştır. Günümüz medya kültürünün MTV tarzı medya içerikleri ve imgeleri bireylerin zamansal bütünlüklerini ve algılarını bozmakta ve benliğin tutarlı bir bütünlük oluşturmasına engel olmaktadır. Truman Show da, dünya çapında bir fenomen haline gelen bir TV programı olması ve program dâhilinde devamlı olarak reklam görevi gören ürün yerleştirmeler kullanılması ile tam da Jameson'ın parçalanmışlık olarak adlandırdığı duruma karşılık gelmektedir.

Dahası, bu parçalanmış içerikler ve görüntülerin oluşturduğu gerçeklik içerisinde Truman, medyanın yarattığı bir gerçekliği, medyanın hâkimiyetinde bir dünyayı deneyimleyen günümüz postmodern toplumunun bireylerini temsil etmektedir. Gerçeklikle kurduğu bu bağlantı ile Truman Show'un, Baudrillard'ın (2011) simülakr kavramına da örnek teşkil ettiği düşünülebilir. Daha önce tartışıldığı gibi Baudrillard, gerçeğin karşıtı olarak değil onun yerini alan bir olgu olarak konumladığı simülasyon kavramının ne derece gerçekleri yansıttığını bilmenin mümkün olmadığı medya tarafından üretildiğini ve yeniden üretildiğini öne sürmüştür. Zira medya aracılığıyla bireylere sunulan her tür bilgi, içerik ve imge, medyanın denetimini elinde tutan hâkim güçlerin ideolojilerinin süzgecinden geçmektedir. Dolayısıyla Truman Show (ve izleyicilere bu 'gerçeklikten uzak gerçekliği' sunan *Truman Show*), Baudrillard'ın simülasyon kavramına oldukça iyi bir örnek teşkil etmekte, tıpkı *Disneyland* ve Körfez Savaşı örneklerinde olduğu gibi bir hiper-gerçeklik olarak izleyicinin karşısına çıkarak onları kapitalist toplumsal düzenin gerçekliğini kabul etmeye itmektir.



*Truman Show*, gerçeklik ile kurduğu bu ilişkiyi görsel olarak da yansıtmaktadır. Hatırlamak gerekirse klasik Hollywood anlatısında izleyiciye filmde bilinçli olarak kullanılmış biçim ve tercihler olduğunu hissettirmemek, adeta izleyiciye izlediğinin bir film olduğunu unutturmak oldukça önemli kabul edilmektedir. Ne var ki *Truman Show*'da ilk ve belki de en çok dikkat çeken özellikler, Truman'ı çeken gizli kameranın objektifinin görünür olması ve kameranın normal bir film akışında olmayacak denli belirgin ve hızlı bir şekilde Truman'ın pozisyonuna göre hareket etmesi (örneğin kamera hareketini belli edecek bir hızla ileriye veya geriye züm yaparak Truman'a yaklaşması veya ondan uzaklaşması) olarak ifade edilebilir.



Resim 13. Truman'ı çeken gizli kameranın objektifinin görünür olduğu sahneler

Bu ve benzeri biçimsel tercihler bir yandan filmin konusu gereği Truman'ın yıldızı olduğu televizyon programı için kameraya alındığını gösterme amacı taşırken diğer yandan da izleyiciye izlediklerinin bir film olduğunu hatırlatmakta ve bu yönüyle yabancılaştırıcı bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

### 2.3.2. Benliğin Kurulması ve Kimliğin İnşasında Tüketim Toplumu ve Medyanın Rolü

*Bir zamanlar Kıtık içinde yaşayan bir İnsan varmış. Sayısız maceradan ve Ekonomi Bilimi içinde uzun bir yolculuktan sonra, Bolluk Toplumu'yla karşılaşmış. Evlenmişler ve pek çok ihtiyaçları olmuş.*

Jean Baudrillard<sup>33</sup>

Kendilerine, başkalarına ve içinde yaşadıkları topluma yabancılaşmış tüketim toplumunun bireyleri benliklerini yeniden kurmak ve kimliklerini inşa etmek için tüketme eylemine ve tüketim mallarına başvurmaktadırlar. Burada tüketim kavramı hem insanların yabancılaşmalarına, yani bir nevi kimliklerini kaybetmelerine neden olmakta hem de yeni kimlikler inşa etmelerine neden olmaktadır. Yukarıda da bahsedildiği gibi tüketim toplumu devamlılığını sağlamak için kendi gereksinimlerini yaratmakta ve bunları arzular aracılığıyla bireylere kendi gereksinimleriymiş gibi sunmaktadır. Kimliksizleştirilmiş ve yeni arayışlar peşinde olan insanlar ise sistemin kendilerine sunduğu bu fırsatı kaçırmamakta ve sonu gelmez bir tüketim çılgınlığına kapılmaktadırlar.

Tüketimin bu denli bireylerin hayatlarının bir parçası ve benliklerini kurdukları ve kimliklerini inşa ettikleri bir kavram olagelmesi durumu çalışmanın örneklemini oluşturan filmlerde de açıkça görülmektedir. *Dövüş Kulübü*, *Amerikan Güzeli* ve *Truman Show* filmlerinin üçü de temel argümanlarını ve eleştirilerini tüketim toplumu üzerinden kurmuş ve karakterlerinin hayatlarını bu bağlamda belirli kavramlar ve temalar üzerinden anlatmıştır. Söz konusu kavram ve temalar temel olarak özellikle Amerika'da hüküm süren tüketim kültürünün toplumun bireyleri üzerindeki psikolojik ve toplumsal etkileri, bireylerin hayatlarını belirleyen ve şekillendiren tüketim çılgınlığı ve bu yolla kimliğin inşası ve nihayetinde bireylerin tüketim kültürüne başkaldırarak benliklerini yeniden kurma çabaları olarak ifade edilebilir. Filmlerde tüketim kültürü bireyleri aynı üretim bandından çıkmış ürünler gibi birörnekleştirirken aynı zamanda onları birbirlerinden

---

<sup>33</sup> 2015: 78.

uzaklaştıran, yalnızlaştıran, yabancılaştıran ve nesneleştiren bir sistem olarak kurulmuş ve bireylerin bu sistem içerisinde nasıl hayatlar yaşadıklarına değinilerek onların bastırılmışlıkları, kapana sıkışmışlıkları ve çaresizlikleri anlatılmaya çalışılmıştır. Öyle ki birey, ancak durumunun farkına varıp uyanacak kadar cesaretliyse/şanslıysa mahkûm edildiği bu topluma karşı çıkararak bu hayattan kurtulabilecektir. Tabii eğer böyle bir şey mümkünse...

Anlatıcı, Lester ve Truman karakterlerinin üçü de tüketim toplumunun yabancılaşmış, yalnız ve nesneleşmiş bireyleridir; üçü de tam da Marx'ın çalışma ve yabancılaşma üzerine sözlerini anımsatırcasına memnuniyetsiz ama mecbur oldukları bir masa başı işinde çalışmaktadır ve üçü de umutsuzca çaresizliklerinin ve acınası hayatlarının pençesinden kurtulmaya çalışmaktadır. Burada tüketim olgusunun karakterlerin yaşamlarında nasıl bir rol oynadığının örnekler üzerinden incelenmesi ve karakterlerin içinde buldukları bu duruma düşmelerine neden olan faktörlerin ele alınması yerinde olacaktır. Anlatıcı, bir önceki bölümde belirtildiği üzere kelimenin gerçek anlamıyla parçalanmış bir benliğe sahiptir. Zira Anlatıcı, bilinçli olarak mücadele edemediği tüketim kültürüne bilinçdışı ile karşı koymuş ve kendi olamadığı her şey olan ikinci bir karakter yaratarak, yani ipleri bastırılmış olan id'inin eline vererek toplumdaki kaçmış, bununla da yetinmeyerek tüketim toplumunu temelinden sarsıp yok etmeye çalışmıştır. Anlatıcı'nın kendinden ve hayatından duyduğu hoşnutsuzluğu işi gereği devamlı olarak yaptığı seyahatlerden birinde söylediği şu sözlerden anlamak mümkündür:

Bir uyanırsın Sea Tac'desin. Bir uyanırsın SFO. LAX. Bir uyanırsın O'Hare'desin. (...) Okyanus. Dağlar. Şehir merkezi. Bir saat kazanırsın. Bir saat kaybedersin. Bu senin hayatın ve her geçen saniye ellerinden kayıp gidiyor. (...) Eğer başka bir zaman ve başka bir yerde uyanırsan, başka biri olarak uyanman mümkün müdür? Gittiğim her yerde tek kullanımlık hayatlar var. Tek kullanımlık şeker. Tek kullanımlık krema. Tek kullanımlık tereyağı. (...) Uçuşlarda tanıştığım insanlar, tek kullanımlık arkadaşlar.

Burada Anlatıcı'nın başka biri olarak uyanma arzusu ve hayatını "tek kullanımlık" olarak ifade oluyor oluşu, tüketim kültürünün bireylerin psikolojik ve sosyal bütünlüklerine verdiği zararı göstermekte ve Baudrillard'ın (2015) tüketim toplumunda malların kullanım değerine ilişkin sözlerini akla getirmektedir. Baudrillard'ın günümüzde malların kullanım değerleri ve süreleri göz önünde bulundurulurken değil, ne kadar çabuk yok olduklarına bakılarak üretildiği düşüncesine paralel biçimde, Anlatıcı'nın bu sözlerine bakarak onun postmodern toplumda metaların bireylerin yabancılaşmalarına ve

yalnızlıklarına işaret ettiğini ve katkıda bulunduğunu anladığını öne sürmek mümkündür. Zevklerin, hazların, anıların, malların, boş zaman aktivitelerinin, ilişkilerin ve hatta hayatın kendisinin değersizleştiği, ömrünün kısaldığı ve ‘kullan at’ hale geldiği günümüz toplumunda, bireylerin kendilerini boşlukta hissetmeleri, anlamsız ve sıkıcı hayatlarını sorgulamaları ve devamlı bir huzursuzluk ve güvensizlik duygusu içinde olmaları kaçınılmazdır. Zira toplumdaki hareketliliğin, statü kaygısının ve rekabetin psikolojik ve toplumsal baskısı bireylere ağır gelmektedir. “Uzun sözün kısası, tüketim toplumunun büyük bedeli, kendisinin neden olduğu genelleşmiş güvensizlik duygusudur.” (Baudrillard, 2015: 37).

Bireysel farklılıkları teker teker ortadan kaldırarak bireyleri aynılaştırarak ama aynı zamanda birbirlerinden uzaklaşmaya zorlayarak yabancılaşmalarına neden olan tüketim toplumunun kendisi de bir yandan bireylerine yabancılaşmakta, böylelikle tüketimin merkezinde olduğu bir açmazı doğurmaktadır. Yalnızlığını ve yabancılaşmasını giderek çığırından çıkan tüketim toplumuna bağlayan *Dövüş Kulübü*’nün Anlatıcısı ise, bu mutsuz ve umutsuz hayatının sona ermesini istemekte ve çıktığı seyahatlerde huzura



Resim 14. Filmde kullanılan Starbucks bardakları ve çöp kutusundaki markalaşmış gıda ambalajları, tüketim toplumuna gönderme yapmak amacıyla bilinçli olarak kullanılmış gönderenlerdir.

kavuşmak için havada bir çarpışma olduğunu ve bindiği uçağın düştüğünü hayal etmektedir. “Eğer bir iş seyahatinde ölürseniz sigorta şirketleri üç kat daha fazla para ödüyorlar.” Ne de olsa ölüme bile değer biçilen bu tüketim toplumunda her şeyin bir fiyatı vardır, insan hayatının bile... İnsanlar artık yalnızca geçimlerini sağlayabilmek ve temel gereksinimlerini karşılayabilmek için değil, toplumu büyük ölçüde belirlemeye ve dönüştürmeye başlayan tüketim mallarına sahip

olabilmek için çalışır hale gelmişlerdir. Bu da tüketimin insanlara toplumda bir yer, bir konum, her şeyden önemlisi bir kimlik kazandıran bir kavram olduğunu göstermektedir.

*Dövüş Kulübü*, kimlik ve tüketim ilişkisi üzerine hayli örnek sunmakta ve bilinçli olarak kullanılmış gösterenler aracılığıyla tüketim toplumuna birçok gönderme yapmaktadır.

Örnek olarak filmin birçok sahnesinde Anlatıcı’nın iş yerinde çalışanların ellerinde veya

masalarının üzerinde görülen *Starbucks* bardakları ve yine çöp kutusundaki bir yığın markalaşmış gıda ambalajları verilebilir.



Resim 15. CGI tekniği kullanılarak oluşturulmuş görüntülerin birleştirilmesiyle izleyici Anlatıcı'nın evini adeta bir IKEA kataloğuna bakıyormuşçasına gezmektedir.

Özellikle Anlatıcı'nın evi nedeniyle adı geçen IKEA mobilya ve dekorasyon mağazası filmde bu duruma verilebilecek en güzel ve çarpıcı örnektir: “Herkes gibi ben de ‘IKEA yuvası kurma içgüdüsü’nün (*IKEA nesting instinct*) kurbanı olmuştum. Ne zaman ki Ying-Yang şeklinde bir masa gibi zekice bir ürün görsem, ona sahip olmak zorunda olduğumu düşünürdüm. (...) Katalogların içinde kaybolup ‘Acaba hangi yemek takımı beni bir birey olarak tanımlar?’ diye düşünürdüm. (...) Eskiden porno dergileri okurduk. Ama artık Horchow Koleksiyonu var.” Anlatıcı'nın bu sözleri, aslında çalışmada ele alınan konu bağlamında oldukça çarpıcı ipuçları taşımaktadır. Zira insanların kendilerini birey olarak tanımlayabilmek için mallara ihtiyaç duyar hale gelmeleri, tüketim kültürünün geldiği noktayı göstermektedir. Arzulayan bakışın nesnesi artık sahip olunan mallar olagelmiştir. Evinin güzelliği ve modernliği tüketim toplumuna olan bağlılığı ile

doğru orantılı olan Anlatıcı, IKEA yuvası kurma içğüdüünden bahsederken izleyiciler de tüketici ruhunu ve tüketim heyecanını yansıtan hareketli bir müzik eşliğinde gerçek görüntüler ile CGI tekniğı kullanılarak oluşturulmuş görüntülerin birleştirilmesiyle Anlatıcı'nın evini adeta bir IKEA kataloğuna bakıyormuşçasına gezmektedir. Anlatıcı çoğunu neredeyse hiç kullanmadığı ancak en küçük ayrıntısına kadar tam ve eksiksiz olan eşyalarını gösterir: “Bütün bunları satın almak için ömrümü verdim ben.”

Bu sahne yönetmen David Fincher'ın tüketim toplumuna ilişkin görüşlerini ve filmin tutumunu en iyi temsil eden sahnelerden biri olarak görülebilir. Fincher, filmdeki tüketim toplumu eleştirisine ilişkin insanların metaları değıl, metaların insanları şekillendirdiğini düşündüğünü belirtmiş ve amacının izleyicilere görsel olarak “sistemin yan ürünleri” (*by-products of the system*) olduklarını anlatmak/hatırlatmak olduğunu ifade etmiştir. Bunu da filmde çok sık kullandığı bilgisayarla yaratılmış görüntü (*computer generated imagery-CGI*) tekniğini kullanarak yapmıştır. Anlatıcı'nın evinin gezildiğı bu sahne, tıpkı Baudrillard'ın hiper-gerçeklik kavramı gibi tüketimin artık “hiper-tüketim” (Deakin, 2012: 68) haline geldiğini ve zamansal ve mekânsal kısıtlamalardan sıyrılarak hayatın her alanında ve her anında var olageldiğini anlatır niteliktedir. Zira artık “[e]vlerimiz bile tüketim aracı haline gelmiş durumda; tele pazarlama, süprüntü postalar, kataloglar, evden alışveriş kanalları ve siber mağazaların işğali altında. Tüketme baskısından çok az kurtulabiliyoruz. [Artık] tüketim bizi tüket[iyor].” (Ritzer, 2011: 15).

Her zamanki iş seyahatlerinden birinde uçakta Tyler ile tanışan (!) ve onu tanıştığı en ilginç “tek kullanımlık arkadaş” olarak nitelendiren Anlatıcı, Tyler'ın hiçbir yere gitmeye niyeti olmadığından bihaberdir. Tyler Durden, Anlatıcı'nın olmak isteyip de olamadığı her şeyi temsil eder. Yakışıklıdır, tüketim toplumuna son derece karşıdır ve hiçbir şekilde onun kurallarına ve dayatmalarına boyun eğmez, hayatının kontrolü kendi ellerindedir ve en önemlisi özgürdür. Bu tanışma Anlatıcı'nın hayatını tamamıyla değıştirir. Hayatı boyunca çalışıp didinerek aldığı ve tam da tüketim toplumunun talep ettiği şekilde sürekli olarak yatırım yaptığı evi bilinmeyen bir nedenle yanıp kül olan Anlatıcı, bu olayın üzerine arayacak kimsesi olmadığını fark eder<sup>34</sup> ve uçakta kendisine kartını veren Tyler'ı

<sup>34</sup> Anlatıcı'nın hayatını alt üst eden bu felaketin ardından arayacak kimsesinin olmadığını fark etmesi, tüketim toplumunun yabancılaştırdığı ve yalnızlaştırdığı bireye çok güzel bir örnek teşkil etmektedir. Bireyler arası iletişimin her geçen gün daha da kötüye gittiğı tüketim toplumunda ilişkiler artık “tek kullanımlık” olagelmıştır.

arayarak onun evine taşınır. Anlatıcı'nın evinin yanmasının ardından Tyler'a taşındığı bu sahne karakterlerin kim olduklarına dair önemli bir ipucudur, zira bu sahnede Tyler Durden'in bir süredir o evde kaldığı görülmektedir. Bu da Anlatıcı'nın id'inin kendisinin farkına varmasından çok önce ortaya çıktığını ve yavaş yavaş kontrolü ele geçirmeye başladığını göstermektedir. Dolayısıyla evi Tyler, yani Anlatıcı'nın kendisi yakmıştır. Çünkü yukarıda da bahsettiği gibi hayatını değiştirmek istemektedir ve sahip olduğu her şeyi yakarak bağımlısı haline geldiği tüketim çılgınlığından kurtulur ve özgürleşmiş bir halde yeni hayatına adım atar. Anlatıcı yeni bir kimlik arayışındadır ve Tyler ortaya çıkarak bu arayışa bir son verir. Anlatıcı ile Tyler arasında geçen şu konuşma, aslında tam da Tyler'ın ortaya çıkış nedenlerini ve Anlatıcı'nın tüketim toplumu içerisinde nasıl bir buhrana sürüklendiğini bir kere daha gözler önünde serer niteliktedir.

Anlatıcı: Bir mobilya satın aldığında kendine işte budur dersin. Bu hayatım boyunca ihtiyaç duyacağım son kanepeler. Kanepeleri alırsın ve sonraki birkaç yıl boyunca en azından kanepeler sorunu çözmüş olduğunu bilirsin. Her şeye sahiptim. (...) Mükemmelliğe çok yaklaştım.

Tyler: Kuş tüyü yorganın ne olduğunu biliyor musun?

Anlatıcı: Bir çeşit yorgan.

Tyler: Örtü. Sadece bir örtü. Şimdi söyle bana, senin ve benim gibi adamlar kuş tüyü yorganın ne olduğunu nereden biliyor? Avcı-toplayıcı toplumlarda yorganın ne olduğunu bilmek hayati bir şey miydi? Hayır. Bu durumda biz neyiz?

Anlatıcı: Bilmem, tüketici mi?

Tyler: Kesinlikle. Bizler tüketiciyiz. Bizler belirli bir yaşam tarzının yan ürünleriyiz. Cinayet, suç, fakirlik, bunlar beni hiç ilgilendirmiyor. Beni ilgilendiren şey magazin programları, 500 kanallı televizyonlar, iç çamaşırımda yazan isim. (...) Hepsinin canı cehenneme. Koltuk takımını ve *Strinne* yeşil çizgili koltuk kılıfını falan boşver.<sup>35</sup> Ben diyorum ki asla mükemmel olma. Ben diyorum ki mükemmel olmayı unut. Ben diyorum ki zaman evrimleşme zamanı. Bırakalım ne olacaksa olsun. (...) Bir zamanlar sahip olduğun şeyler sonunda senin sahibin olur.

Ne var ki Tyler'ın böyle sertçe eleştirdiği tüketim kültürünün filmin temel dayanaklarından biri olduğunu söylemek mümkündür. Tyler "Reklamlar bizi arabaların ve kıyafetlerin peşinden koşturuyor. Nefret ettiğimiz işlerde çalışıyoruz; neden? Gerçekte ihtiyaç duymadığımız şeyleri satın alabilmek için." derken film boyunca görülen *Starbucks* bardakları, sokaklarda, metroda ve otobüste yer alan reklam panoları ve

<sup>35</sup> Burada Tyler'ın Anlatıcı'nın filmin önceki sahnelerinde izleyicinin evini tanıtırken bahsettiği koltuk kılıfının adını, desenini ve rengini biliyor olması önemlidir. Zira bu Tyler ile Anlatıcı'nın uçakta karşılaşmalarından sonraki ilk buluşmalarıdır ve normal şartlarda Tyler'ın Anlatıcı'nın yaşamına dair hiçbir şey bilmiyor olması gerekmektedir.

Anlatıcı'nın IKEA yuvası kurma içgüdüsünü eleştirmek için çokça kullanılan IKEA ürünleri aslında reklamcılık dehaları ve ürün yerleştirme örnekleri olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Anlatıcı Tyler ile otobüse bindikleri sahnede durakta ve otobüste gördükleri Gucci erkek iç çamaşırı reklamına bakarak kendi kendine “Calvin Klein’ın ya da Tommy Hilfiger’in söyledikleri gibi görünmek için spor salonlarına tıklıp kalan erkekler için üzülüyorum.” der ve Tyler’a sorar: “Sence bir erkek böyle mi görünmeli?” Tyler’ın cevabı ise hayli manidardır: “Kişisel gelişim mastürbasyondur. Asıl önemli olan öz yıkımdır.” Ancak Tyler karakterini canlandıran Brad Pitt’in adeta bir heykeltıraşın elinden çıkma bedeni film boyunca tüm çıplaklığıyla sergilenmektedir. Bütün bunlar göstermektedir ki *Dövüş Kulübü* filmi, tüm bu görseller ve anlatılar aracılığı ile eleştirisini yaptığı tüketim toplumu sayesinde var olabilmekte, bu da filmin en büyük çelişkilerinden birini oluşturmaktadır. Başka bir deyişle, tüketim toplumu eleştirisi yapan bir film paradoksal biçimde tüketim toplumunun kalelerini görsel olarak yeniden inşa etmeye yardımcı olmaktadır.



Resim 16. Tyler’ın “süslü” bir erkek bedeninin nesneleştirildiği bir *Gucci* reklam panosunu eleştirirken film boyunca Brad Pitt’in bedeninin tüm çıplaklığı ile sergilenmesi filmin paradoksal biçimde tüketim toplumunun kalelerini görsel olarak yeniden inşa ettiğini göstermektedir.

Tyler’ın ortaya çıkışı ile birlikte karakterin benliğindeki yarılma, öznelik ve kimlik krizi temsil edilmekte, böylece bir anlamda tüketim toplumunun tekil bireylerde yarattığı tahribatlar adım adım görünür hale gelmektedir. Filme adını veren *Dövüş Kulübü*’nün kurulması ise bu anlamda atılan ilk ve en önemli adımlardan biridir. *Dövüş Kulübü*, filmde tüketim toplumunun yansıtılıp tasvir edildiği belli başlı birkaç temadan ilkidir. Daha önce de belirtildiği gibi tüketim toplumunun bireyleri kimliklerini, benliklerini, değerlerini, ilişkilerini, işlerini, aşklarını, kısacası hayatlarının her alanını sahip oldukları üzerine kuran nesneleşmiş öznelerdir. Hayatlarının kontrolünün kendi ellerinde



olmadığını fark etmeleri ile birlikte harekete geçen/geçirilen ve Dövüş Kulübü'ne katılan bireyler ise, başlangıçta hissettikleri heyecan ve hazzın nihayet anlamsız hayatlarından bir kaçış imkânı sunduğunu düşünmüş ve kendilerini kan ve tere bulanmış özgürlüğün ve huzurun kollarına bırakmışlardır.

Yaşadığınızı hiçbir zaman Dövüş Kulübü'nde olduğu gibi hissetmezsiniz. Sizi seyreden onlarca kişinin ortasında, oradaki tek ışığın altında, öbür çocukla karşı karşıya olduğunuz zaman. Dövüş Kulübü'nde önemli olan, dövüşten yenik ya da galip çıkmak değildir. Dövüş Kulübü'ne ilk kez gelmiş birine bakın, kıcı beyaz bir somun ekmek gibidir. Aynı adama altı ay sonra rastladığınızda, vücudu tahtadan oyulmuşa dönmüştür. Her şeyin altından kalkabileceğine emindir bu adam. Dövüş Kulübü'nde de spor salonlarındaki gibi homurtular ve inlemeler duyulur, ama burada asıl mesele iyi görünmek değildir. İnsanların ağzından kiliselerde olduğu gibi histerik çılgınlıklar yükselir ve Pazar akşamüzeri uyandırdığınızda kendinizi kurtulmuş hissedersiniz. (Anlatıcı)<sup>36</sup>

Ne var ki Dövüş Kulübü'ne katılan bireylerin sözünü ettiği bu kaçış, bu kurtuluş aslında yalnızca onların önceki hayatlarının yerini alan ve uyulması gereken yeni kurallar, yerine getirilecek yeni sorumluluklar ve yapılması gereken yeni ödevlerden oluşan yeni bir düzendir. Bu yeni düzende ise bireyleri 'özgürleştiren' şiddet, aslında paranın ve sahip olunan malların yerine geçerek onların kimliklerinin, hayatlarının bir parçası haline gelmiştir. Dolayısıyla Dövüş Kulübü'nün üyeleri, tüketim toplumunun esaretinden kaçmaya çalışırken kendilerini tam da kaçış nedenlerini yansıtan yeni bir bunalımın içine sürüklemişlerdir.

Dövüş Kulübü'nün bir kurtuluş değil bir kaçış olması ve bireyleri özgürleştirmekten çok tüketim toplumundaki hayatlarının bir benzerini yaratarak onları kişiliksizleştirmesi ve nesneleştirmesi durumu kendisini en çok Dövüş Kulübü'nün zaman içinde evirildiği ve aslında en başından beri Tyler'in yegâne amacı olan Kargaşa Projesi'nde göstermektedir. Kargaşa Projesi, filmde tüketim kültürünün yansımalarının görüldüğü bir diğer temadır. Kargaşa Projesi, uygarlığı hedef almaktadır; o, uygarlığı ve onun getirdiği her şeye bir başkaldırıdır. Proje, kulüp üyelerine, yani yeni isimleriyle uzay maymunlarına<sup>37</sup> kendilerini gerçekleştirmeleri ve nihayetinde büyük sona hazırlanmaları için durmaksızın

<sup>36</sup> Palahniuk, 2013: 53-54.

<sup>37</sup> Uzay maymunu, insanların uzaya gönderilmesinden önce uzayda yolculuk etmenin biyolojik etkilerinin anlaşılabilmesi için uzaya gönderilen maymunlara verilen isimdir. Maymunlar, tıpkı Pavlov'un köpekler üzerinde yaptığı klasik koşullanma deneylerinde olduğu gibi uzayda iken belirli komutlara belirli tepkiler vermek üzere şartlanmışlardır. Dolayısıyla burada Tyler'in Kargaşa Projesi'nde yer alan kulüp üyelerini uzay maymunu olarak adlandırması oldukça anlamlıdır. Zira onlardan beklenen de düşünmek veya sorgulamaksızın kendilerine söylenileni yapmak ve karşılığında Kargaşa Projesi'nin sadık bir üyesi olmaya devam etmektir.

yeni sorumluluklar ve ödevler yüklemekte, kredi kartı şirketleri ve büyük kuruluşlar gibi kapitalist sistemin kurumsal dayanaklarını başta sabote ederek ve sonunda ortadan kaldırarak tüketim kültürüne geri döndürülemez bir darbe vurma amacı uğruna onları sömürmektedir.

Kargaşa Projesi, yalnızca Dövüş Kulübü'ne gelen erkekleri değil, bütün insanlığı tüketim kültürünün esaretinden kurtarmayı amaçlamaktadır. Ne var ki Tyler ve Kargaşa Projesi'nin uzay maymunları üzerinde kurduğu baskı ve hâkimiyet, tıpkı filmin başında tüketim kültürünün Anlatıcı ve toplumun diğer bireyleri üzerinde kurduğu baskıcı ve dayatmacı tutumu anımsatmaktadır. Kargaşa Projesi ile Tyler, özgür iradeleri olmayan, kişiliksizleşmiş ve nesneleşmiş bireyler yaratmaktadır. İnsanları özgürleştirme amacı ile yola çıkan Dövüş Kulübü en çok karşı çıktığı şeyi yaparak tıpkı tüketim toplumu gibi onları makineleştirmekle son bulmuş, başlangıçta anarşist bir yıkım önerisi gibi görünen Kargaşa Projesi ise tam tersi bir mekanizmaya dönüşmüştür. Anlatıcı, Tyler'ın başarı olarak gördüğü her şeyin aslında büyük bir başarısızlık olduğunu anlar. Anlatıcı'nın Tyler'ın hayatındaki sorunlardan biri olduğunu fark ettiği an izleyiciler için aslında tüm filmin anlam kazandığı andır. Tyler, adeta piyasada birbirini izleyen bitmek bilmeyen mallar üreten tüketim toplumunun muadili gibidir; Dövüş Kulübü'nün üyeleri birbirleriyle tıpkı tüketim toplumunun onlarla kurduğu gibi ve onları birbirleriyle kurmaya mecbur bıraktığı gibi bir iletişim kurmakta, Kargaşa Projesi ise tıpkı tüketim kültürü gibi bireyleri kimliksizleştirmekte, nesneleştirmektedir. Tüketim kültürünün boyunduruğundan kaçan bireyler Tyler'ın hâkimiyeti altına girmekte ve tıpkı Dövüş Kulübü'nden önceki hayatlarında yaptıkları gibi adeta birer makine gibi çalışmaktadırlar<sup>38</sup>. Bütün bunlar göstermektedir ki Dövüş Kulübü ve Kargaşa Projesi, tüketim kültürüne büyük bir darbe indirmek ve tüketim toplumunu temelinden sarsmak isterken aslında onu onaylar bir pozisyona gelmiş, bireylere içinde buldukları durumdan ve yaşadıkları hayattan geçici bir kaçış, bir uzaklaşma vaat ederken onları bir dünyadan koparıp aynı döngünün işlediği bir başka dünyaya dâhil etmiştir.<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Tyler'ın Dövüş Kulübü ve daha sonra Kargaşa Projesi'ndeki bu hâkim konumu, önceki bölümlerde incelenen Freud'un uygarlık öncesi topluluklarda babanın rolünü anımsatmaktadır. Bu konu bir sonraki bölümde erkeklik ve şiddet bağlamında ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

<sup>39</sup> Anlatıcı'nın hayatının ve Dövüş Kulübü'nün devamlılığını patronuna şantaj yaparak aldığı bir yıllık peşin maaşı işe sağlayabilmesi, aslında kaçmak istediği dünyaya bağlı/bağımlı olduğu ve pek de uzaklaşmadığı gerçeğini gösterir niteliktedir.

Ancak dövüşlerin bireylere kalıcı bir çözüm getirmemesi, onların birer tüketici olarak toplumdaki konularının değişmediği, en azından hayatlarında bir fark yaratmadığı anlamına gelmemektedir. Zira filmin başında metaların tüketicisi olarak izleyicilerin karşısına çıkan Anlatıcı, belki de geçici bir süreliğine de olsa Dövüş Kulübü'nde metaların üreticisi konumuna geçmiş ve sabun üretmiştir. Sabun, filmdeki önemli metaforlardan biridir: Tyler'ın Anlatıcı'ya açıkladığı üzere eskiden insanlar kurban edildikten sonra yakılarak tepedeki sunaktan nehre bırakılmış. Yıllar boyu öldürülerek yakılan kurbanların yanmış vücutları yağın yağmura karışmış, yağmur suları küllerin içine sızarak bir tür kül suyu çözeltisi oluşturmuş ve bu çözelti de kurbanların erimiş yağlarıyla birleşerek yoğun beyaz bir sıvı oluşturmuştur. Bu beyaz sıvının nehre karıştığı yerde, yıllar süren öldürme ve yağmur döngüsünün ardından eski insanlar nehrin o noktasında çamaşır yıkadıklarında çamaşırlarının çok daha iyi temizlendiğini görmüşler. “Bu anlamlı bir olay” der Tyler. “Sabunsuz kültürlerde insanlar giysilerini ve saçlarını yıkamak için kendilerinin ve köpeklerinin çişlerini kullanmışlar. İçindeki üre asidi ve amonyak yüzünden. (...) Anlaman gereken şu: Tarihteki ilk sabun kahramanlardan yapılmıştır. (...) Onlar ölmeseydi, onlar acı çekmeseydi onlar kurban edilmeseydi, bugün hiçbir şeyimiz olmazdı.”<sup>40</sup> İşte bu düşüncelerden yola çıkarak Tyler, yağ aldırma merkezlerinden insanların vücut yağlarını çalar ve bunları kaynatıp çamaşır suyu ve biberiye ile karıştırır. Sonuç: Sabun. Zenginlerin yağlarından ürettiği sabunları tanesi yirmi dolardan yine zenginlere satar.<sup>41</sup>

Tüketimin kurbanı olmayı reddeden Tyler, ele geçirdiği her fırsatta tüketim toplumunu sabote etmeye çalışmıştır: Garson olarak çalıştığı restoranda yiyecekleri servis etmeden önce onlara çeşitli vücut sıvıları karıştırır. Yarı-zamanlı çalıştığı makinistlik işinde kendisinden önceki makinistlerin sakladıkları porno film karelerini genel izleyici kategorisine giren filmlerin aralarına karıştırır. Ve elbette insanların vücut yağlarından yapıp sattığı sabunlar... Anlatıcı Tyler'ı “hizmet sektörü teröristi” olarak tanımlar (Palahniuk, 2013: 89). Tyler'ın bu eylemleri, onun topluma yine toplumun kendi araçlarıyla, kendi düzeni ve kurallarıyla saldırabileceğini düşündüğünü akla

<sup>40</sup> Palahniuk, 2013: 81-82.

<sup>41</sup> Burada Tyler'ın sabun üretip satmakla uğraşmasının bir başka anlamı daha vardır. Baudrillard'a göre, sabun medeniyetin simgesidir. Kendisini temizlenmesi gereken bir virüs olarak gören postmodern insan, temizliğe, hijyene, temiz olana ve saflığa bilinçdışı bir bağlılık ve imrenme geliştirmiştir (Baudrillard, 2015).

getirmektedir. Tıpkı bir parçası olduğu sistemi yine kendi araçlarıyla eleştiren bu film gibi.

Filmdeki tüketim kültürü eleştirisinin çıkış noktası uyarlandığı kitabın yazarı Chuck Palahniuk'un kendi deneyimleri olmuştur. Amerikan vatandaşı olan ve tüketim kültürünün sadık bir bireyi olarak yetişmiş Palahniuk, hayatının bir noktasında durup şöyle bir etrafına baktığında tüketim kültürünün yitip gitmiş bireylerini görmüş ve gördüklerini sorgulamaya başlamıştır:

Amerika'da bizim ergenlikten yetişkinliğe geçişte sahip olduğumuz mallar dışında hiçbir şeyimiz yoktur. Senin evin, senin araban, senin çamaşır makinen. Amerika'da işte böyle yetişkin olunur. Kitapta bir alıntı vardı: "İnsanlık tarihinin en güçlü en zeki jenerasyonu ile tanıştım ve hepsi de hizmet sektörü için çalışıyordu." Ben de kendime ve birçok akranıma baktığımda hayal kırıklığına uğradım. İyi yemekler, sağlık, iyi bir eğitim, olabilecek en iyi şekilde yetiştirilmiştik ama hayatlarımızın değeri ne ki? Benzin pompalamak mı? Evrakları dosyalamak mı? Bilgisayar ekranıyla bakışmak mı? Tüm insanlık bu noktaya geldi ve yapabileceğimizin en iyisi gerçekten bu mu? Bu durum beni çok hayal kırıklığına uğrattı. (Boon, 2003: 274-275).

Palahniuk, filmin insanlara toplumun kendilerine sunduğu şablonun dışında hayatlar da yaşayabilecekleri fikrini aşılacağını umduğunu dile getirmiştir. Zira onun da vurguladığı gibi tüketim kültüründe bireyler kim olduklarıyla, kimlikleriyle ve nitelikleriyle değil, sahip olduklarıyla ve onlara daha fazlasını kazandıracak başarılarıyla belirlenmektedir. Bu durum da onları ruhen çökertmekte ve psikolojik ve sosyal bütünlüklerine zarar vermektedir. Evi yandığında olay yerine gelen Anlatıcı patlamanın etkisiyle sokağa saçılan eşyalarına bakarken yanmış ve parçalanmış buzdolabını ve içinden dökülen kırık sos kavanozlarını görür ve "Ne utanç verici. Bir araba dolusu sos var ama hiç yemek yok." der. Anlatıcı'nın bu sözleri aslında tüketim toplumunda yaşayan bireylerin hayatlarını çok güzel özetler niteliktedir. Yemekleri tatlandırarak onlarca sos olmasına rağmen dolapta yiyecek tek bir şey bile yoktur, içi bomboştur; tıpkı Anlatıcı'nın ve tüketim toplumunun bireylerinin hayatları gibi. Hayatta satın alabilecekleri hemen her şeye sahip olan ve istemedikleri kadar mal mülk ile etrafları sarılmış bireyler, tıpkı boş buzdolabı gibi kalpleri, zihinleri, ruhları ve hayatları bomboş yaşamaktadırlar.

Dövüş Kulübü'nde vurgulanan tüketim olgusu, Robert Bocoock'un (2009) da belirttiği gibi, artık insanların kim olduklarını belirleyen, kimliklerini şekillendiren ve arzuladıkları kişi olmalarını sağlayan bir unsur haline gelmiştir. Tıpkı Anlatıcı gibi tüketim

toplumunun kendilerine ve içinde yaşadıkları topluma yabancılaşmış diğer bireyleri de kendilerine sunulan tüketim malları aracılığıyla içlerindeki boşluğu doldurmaya, hayatlarına bir anlam kazandırmaya ve böylelikle bir kimlik sahibi olmaya çalışmaktadır. Burada en büyük rolü ise reklamlar üstlenmektedir. Zira “[t]arihte hiçbir toplum böylesine kalabalık bir imgeler yığını, böylesine yoğun bir mesaj yağmuru görmemiştir” (Berger, 2010: 129). Tüketim toplumunun temel taşlarından biri olan reklamlar aracılığıyla bireylerde Freud ve Lacan’ın ele aldığı arzunun yerini tüketme arzusu almakta, gördükleri ve izledikleri reklamlar sonucunda arzuladıklarını karşılayacak ekonomik güce sahip olmasalar dahi insanlarda tüketici olma arzusu bitmeden devam etmektedir. Tyler Durden’in dediği gibi “Reklamlar bizi arabaların ve kıyafetlerin peşinden koşturuyor. Nefret ettiğimiz işlerde çalışıyoruz; neden? Gerçekte ihtiyaç duymadığımız şeyleri satın alabilmek için.” Ancak elbette burada insanların pasif bir konumda olduğunu söylemek mümkün değildir. Zira Tyler Durden’in eleştirdiği reklamcılık sektörünün insanlarda yarattığı en büyük yanılsama onlara alternatifler sunarak özgür iradeleriyle seçim yaptıklarını düşünmelerini sağlamaktır. Ne var ki alternatifleri ve seçenekleri belirleyen de yine tüketim toplumunun ta kendisidir.

John Berger ‘in Görme Biçimleri adlı kitabında yer alan şu sözü burada ifade edilmek istenen noktayı vurgular niteliktedir: “Reklam imgesi alıcıdan, aslında onun kendisine karşı duyduğu sevgiyi çalar; sonra da bu sevgiyi ona, alacağı ürünün fiyatına yeniden satar” (2010: 134). İşte bireylerin seçimlerini özgür iradeleriyle yaptıkları yanılsamasını yaratan ve sözde özgürlük üzerine kurulduğunu iddia eden tüketim toplumunda dahi id bastırılmakta, cinsellik kısıtlanmakta ve arzulara ket vurulmaktadır. Bu, tüketim toplumunda yaşamının bedelidir. Bu, uygarlığın insanlara ödettiği bedeldir. Anlatıcı, başlangıçta toplumun kendisinden beklediklerini (daha doğrusu kendisine dayattıklarını) sorgusuz sualsiz kabullenmiş görünmekte, birey olarak sorumluluklarını yerine getirmektedir. Varlığını sürdürmek için gerekmediği halde (ve daima gerekenden fazlasını) devamlı olarak tüketmekte, insanlarla bir arada ama yalnız ve etkileşimden mümkün olduğunca uzak bir yaşam sürmekte ve tam da toplumun kendisinden beklediği üzere cinselliğini başka kanallara (metalara-tüketime) aktararak arzularını bastırmakta ve yerine bitmek bilmeyen istekler ve ihtiyaçlar koymaktadır. Birey, tam da tüketim toplumunun amaçladığı üzere libidinal arzusunu ve enerjisini tüketime kanalize etmiştir. Tıpkı Marcuse’nin (1955) uygar toplum ve kültür tanımında öne sürdüğü gibi libido

devamlı olarak bastırılmakta, başka bir deyişle libido zorunlu olarak sosyal aktivitelere ve dışavurumlara kanalize edilmektedir; dolayısıyla ödenmesi gereken bedel bir nevi tutsaklık ve baskıdır. *Amerikan Güzeli*'nin başkarakteri Lester'ın yaşadığı da işte tam olarak budur.

Lester Burnham, hayatının ağırlığı üzerine çökmüş ve işinin, eşinin, evliliğinin ve içinde yaşadığı toplumun tutsağı olmuş sıradan bir Amerikan vatandaşıdır. Hayatının son yirmi yılı (muhtemelen evlendiği günden bu yana) her günü bir diğerinin aynı geçmiş, iş ve ev arasında gidip gelmek ve bir aile babası olarak sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmaktan yorgun düşmüştür. Lester ne eşiyne ne de kızıyla geçinebilmektedir. Eşi Carolyn ile herhangi bir cinsel ilişkileri kalmamış, kızının ise ne saygısını ne de sevgisini kazanabilmiştir. 14 yıldır aylık bir dergide masa başı işinde çalışmakta, ancak bunca yıl çalışmasının karşılığını maddi ve manevi alamamaktan rahatsızlık duymaktadır. Evdeki konumu iş yerinde de benzerlik gösteren Lester'da bu durum özgüven eksikliğine, içine kapanıklığa ve kendini değersiz görmeye yol açmıştır. Bütün bunlar ise Lester'da lisede okuyan kızının ponpon gösterisini izlemeye gittiğinde tanıştığı yakın arkadaşı Angela'yı takıntı haline getirmesi ile sonuçlanır. "Sanki yirmi yıldır komadaymışım da daha yeni uyanmışım gibi." der Lester. Henüz kızı yaşında olan Angela, kaybettiği benliği bulup çıkarmasında bir araçtır onun için. Yıllar süren uyuşukluğunun çözümü, kaybettiği şey her ne ise Lester'ı ona götürecektir olan yoldur. Lester, işte o zaman hayatında bir şeylerin ters gittiğinin tam anlamıyla farkına varır ve belki de yıllar sonra ilk defa kendini dinler. Dönüp hayatını gözden geçiren Lester, o güne kadar başardıklarına bakarak dünyadaki varlığının herhangi bir anlamı, değeri ve önemi olup olmadığını sorgulamaya başlar. İşte *Amerikan Güzeli* de tıpkı Anlatıcı karakterinde olduğu gibi Lester'ın geriye dönüp kendi hikâyesini en başından anlatması ile başlar.<sup>42</sup>

*Amerikan Güzeli* filminde ele alınan temalar ve anlatılmak istenen temel noktalar aslında filmin simgesi 'Amerikan Güzeli' gülleri ve filmin sloganı "...yakından bak" ile çok iyi ifade edilmektedir. Güzel ve alımlı görünüşüne rağmen köklerinden ve dallarından

<sup>42</sup> *Amerikan Güzeli* filminde Lester ölümünden sonra hayatının son bir yılını izleyici ile paylaşır. Bu yönüyle *Dövüş Kulübü*'ndeki Anlatıcı'dan ayrılmakla birlikte her iki karakterin de gerek ruhsal gerek ise zihinsel olarak zaten yaşarken ölmüş durumda olduklarını ve Anlatıcı'nın filmin başındaki, yani sonundaki ölümle burun buruna geldiği sahne göz önünde bulundurulursa aslında oldukça benzer deneyimleri paylaştıklarını söylemek mümkündür.

çürümeye başlamaları ile filme adını veren ve afiştten Lester’in hayalleri ve rüyalarına kadar filmin birçok yerinde sembolik bir anlam aracı olarak kullanılan ‘Amerikan Güzeli’ gülleri ile izleyicilere hiçbir şeyin görüldüğü gibi olmadığı ve içinde yaşadıkları “mükemmel toplumdaki mükemmel görünen şehir hayatına” filmin sloganının önerdiği üzere daha yakından baktıklarında köklerde/derinlerde ters giden, çürümüş, yozlaşmış bir şeylerin olduğunu görecekları anlatılmak istenmiştir<sup>43</sup>. Film, karakterlerin yaşamları üzerinden izleyicilerin orta sınıf değerlerle örülü hayatlara, farklı bir açıdan ya da daha yakından bakmalarını önermektedir; bu sayede izleyicilerin kendi yaşamları üzerine düşünmeye davet edildiklerini söylemek mümkündür. Anlatıcı ile benzer olarak filmde yer alan bazı temel karakterler hayatlarının anlamını bulmanın yolunun sonsuz mal varlığına sahip olmak olduğunu düşünmektedirler. Onlar için sahip olunan mallar birer araç olmaktan çıkmış amaç haline gelmiştir.

Ben Lester Burnham. Burası benim mahallem. Bu benim sokağım. Bu benim hayatım. 42 yaşındayım ve bir yıl içinde ölmüş olacağım. Tabi bunu henüz bilmiyorum. Hem zaten bir bakıma ölü sayılıyorum. Bana bakın. Duşta mastürbasyon yapıyorum. Bu günümün en keyifli anı. Bundan sonrası giderek kötüye gidiyor. Bu karım Carolyn. Bahçe makasının rengi nasıl da terlikleriyle uyumlu görüyor musunuz? Bu bir tesadüf değil. Karım her zaman böyle değildi. Bir zamanlar mutluydu. Biz bir zamanlar mutluyduk. Karım ve kızım benim işe yaramaz herifin teki olduğumu düşünüyorlar. Haklılar da. Bir şeyleri kaybettim. Ne olduğunu bilmiyorum ama her zaman böyle... uyuşuk değildim. Ama ne var biliyor musunuz? Kaybettiklerinizi yerine koymak için asla geç kalmış sayılmazsınız.<sup>44</sup>

Lester Burnham, hikâyesini anlatmaya başladığında kamera havadan çekim yapar ve izleyicilere Burnhamların oturduğu bölgeyi gösterir. Görüntü, daha yukarıdan bölgede adeta bir uyumun, bir düzenin hâkim olduğu hissini uyandırır izleyicide. Evler ve sokaklar birbirinin aynıdır, tertemiz sokaklar birbirine paraleldir ve çerçevede görüntüyü bozan hiçbir şey yoktur. Film adeta daha başından tüketim toplumunun aynılaştırdığı bireyleri, standartlaştırdığı yaşamları göstermektedir.

<sup>43</sup> American Beauty – Trivia, IMDb.

<sup>44</sup> Filmin başında Lester giriş konuşmasını yaparken kamera havadan çekim yapar, daha sonra yavaş yavaş alçalarak Burnham’ların evine girer ve Lester’in hikâyesini anlatmasıyla eş zamanlı olarak izleyicilere onun güne başlamasını aktarır. Konuşmasının sonunda Lester “Kaybettiklerinizi yerine koymak için asla geç kalmış sayılmazsınız” derken kamera herkesten ve her şeyden uzaklaşarak gökyüzüne yönelir ve sanki tüm o kargaşadan uzaklaşıp kahramanın nihayet huzur bulacağını anlatmak istercesine masmavi gökyüzünü çeker. Kahramanın filmin sonunda huzur bulup bulmadığı, başına gelenlerin bir kurtuluş mu yoksa bir son mu olduğu ise belirsizliğini korumaktadır.



Resim 17. Lester'ın sokağını tanıtırken görülen birbirinin aynı evler ve sokaklar, adeta daha başından tüketim toplumunun aynılaştırdığı bireyleri ve standartlaştırdığı yaşamları göstermektedir.

*Amerikan Güzeli*'nde Lester'ın eşi Carolyn tam bir tüketici olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Carolyn kontrolü elinde tutmayı seven son derece hırslı bir kadındır. Gerek aile içinde gerekse işinde hep bir adım önde olmak isteyen ve başarısızlığa asla tahammülü olmayan Carolyn, kendini hırslarına öylesine kaptırmıştır ki adeta tüketim toplumunun bir kölesi haline gelmiş, kim olduğundan önce nelere sahip olduğuna önem verir olmuştur. Lester filmin başında izleyicilere evlerinin bahçesinde çiçek toplayan Carolyn'i tanıtırken şöyle der: "Bu karım Carolyn. Bahçe makasının rengi nasıl da



Resim 18. İzleyici Carolyn hakkında ilk kez bu sahnede fikir sahibi olurken bir yandan da filmin önemli sembollerinden *Amerikan Güzeli* gülleri ile ilk kez karşılaşmaktadır.

terlikleriyle uyumlu görüyor musunuz? Bu bir tesadüf değil. ... Onu izlerken bile yoruluyorum. Karım her zaman böyle değildi. Bir zamanlar mutluydu."

Carolyn'in tüketim toplumundaki rolüne ilişkin ilk kez Lester'ın bu sözleri aracılığıyla fikir sahibi olan izleyici, film içerisinde hayli önemli bir sembol olan

'*Amerikan Güzeli*' güllerini de ilk olarak bu sahnede görmektedir. Carolyn'in evinin bahçesinde itinayla yetiştirdiği bitki '*Amerikan Güzeli*'dir ve evin dört bir yanını süslemek için bu gülleri koparması onun görüntüye ne kadar önem verdiğini ve güzellik uğruna gülleri keserek öldürüp yok ettiğini göstermektedir. Bu, Carolyn'in toplumda güzel ve başarılı görünmek için adeta benliğinden vazgeçerek ödediği bedeli anımsatmakta, kayıp ve parçalanmış benlik için sembolik bir anlam taşımaktadır. Carolyn, Lester'dan daima başkalarının yanında mutlu bir aile tablosu çizmesini



istemekte ve sürekli olarak onun yaptıklarından ve yapmadıklarından duyduğu memnuniyetsizliği dile getirerek yetersizliğini yüzüne vurmaktadır. “Zira başkalarına mutlu imajı vermek gerçekten mutlu olmaktan daha önemli bir hale gelmiştir onun için.” Carolyn’in işi imaj satmaktır ve o imajı hayatının her alanında sürdürmek çok önemlidir. Peki, nedir bu imaj? Mutlu bir eş, iyi bir anne, güzel bir ev, bir o kadar güzel bir bahçe, yeni ve temiz mobilyalar... Sadık bir tüketici, mükemmel bir hayat...

İşinden ayrılan ve patronuna şantaj yaparak aldığı bir yıllık maaşı ile<sup>45</sup> gönlünün istediği gibi eğlenip alışveriş yapan Lester’in hayalindeki spor arabayı alıp eve geldiği bir gün Carolyn ile aralarında geçen tartışma, çalışma kapsamında incelenen diğer filmlerde de açıkça görülen tüketim çılgınlığını ve bireylerin tüketim ile var olma durumlarını oldukça iyi örnelemektedir. Hayatındaki bütün sorumluluklarını bir kenara bırakan ve tamamen kendi hazzı için yaşamaya başlayan Lester, bunun getirdiği rahatlıkla uzun zamandır hiçbir cinsel iletişiminin olmadığı Carolyn’e hoş sözler söyleyerek onunla yakınlaşmaya çalışır. Lester tam koltukta oturan Carolyn’in üzerine doğru eğilmiş onu öperken ve Carolyn de gevşeyip kendini bırakmışken Carolyn’in Lester’in elindeki bira şişesini görüp son derece ciddi bir ses tonuyla “Lester, koltuğa bira döküceksin.” demesi Lester’ı çılgına döndürür. Konuşmanın bundan sonrası ise çalışma boyunca tartışılan kavramları bir hayli güzel özetler niteliktedir:

Lester: Ne olmuş yani, alt tarafı bir koltuk.

Carolyn: Bu İtalyan ipeği ile kaplanmış 4000 dolarlık bir kanepedir. Sadece bir koltuk değil yani.

Lester: Bu sa-de-ce bir kol-tuk! Hayat bu değil. Bunlar yalnızca eşya ve senin için yaşamın kendisinden daha önemli hale gelmişler. Kusura bakma hayatım ama bu delilik.

Amerikan Güzeli filminde renk kullanımı, tüketimci Amerikan toplumuna vurgu yapması açısından son derece önemlidir. Zira filmin hemen her sahnesinde Amerikan bayrağının renkleri olan mavi, kırmızı ve beyaz renklerinin kullanılması hayli dikkat çekmektedir.

<sup>45</sup> Lester’in patronuna şantaj yapıp kendisine bir yıllık maaşını vermez ise onu cinsel tacizle suçlayacağını söylemesi akıllara tıpkı Dövüş Kulübü filminde Anlatıcı’nın patronuna şirketin kirli çamaşırlarını ortaya dökmemesi karşılığında bir yıllık maaşını kendisine vermesini söylediği ve patronunun isteğini kabul etmemesi üzerine kendi kendini döverek güvenlik görevlilerine patronu onu dövmüş gibi gösterdiği sahneyi getirmektedir.

Karakterlerin giydiği kıyafetlerden filmde kullanılan mekânların dekorasyonuna kadar birçok yerde mavi, kırmızı ve beyaz renkler bir arada kullanılmıştır.



Resim 19. Amerikan Güzeli filminin hemen her sahnesinde Amerikan bayrağının renkleri olan mavi, kırmızı ve beyaz renklerinin kullanımı, tüketimci Amerikan toplumuna vurgu yapması açısından son derece önemlidir.

Patronuna şantaj yaparak aldığı bir yıllık maaşı gönlünün istediği gibi harcayan Lester, Anlatıcı'dan işte bu yönüyle ayrılmaktadır. İçinde buldukları duruma düşmelerinin nedenleri hemen hemen aynı olsa dahi süreç içinde sonuçları farklı olmuştur. Zira Anlatıcı, Tyler ile vakit geçirmeye başladıkça tüketim toplumunun sunduğu imkânları önce birer birer ve daha sonra tümüyle reddederken, Lester bunları yalnızca kendi lehine çevirip dilediğince kullanmayı tercih etmiştir. Bu bağlamda Anlatıcı'nın tüketim toplumunu yok etmeye yönelik düşüncelerinin ve eylemlerinin derin felsefesinin (!) yanında Lester'ın eylemlerinin bunlarla sınırlı olduğunu söylemek mümkündür. Bu da demektir ki Lester, memnuniyetsiz olduğu ve mevcut durumda olmasının asıl sebebinin oluşturduğu tüketim toplumunu eleştirirken ve ona karşı çıktığını düşünerek eylemlerinde aslında tam da onun yaratmaya çalıştığı yanılısamaya düşmüş ve postmodern bireyin büyük çıkmazına girmiştir: mutluluğu tüketimde aramak.

Tıpkı önce Freud (2000) ve Marcuse (1955) ve ardından Baudrillard (2011, 2015) gibi düşünürlerin ifade ettiği gibi mutsuz bireyler mutluluğu anlık hazlarda, günümüz tüketim toplumunda ise tüketimde aramaktadır. Kısaca hatırlamak gerekirse hayatın yegâne amacının mutluluk olduğunu söyleyen Freud'a (2000) göre insanoğlunun varlığı haz ilkesi etrafında şekillenmektedir. Ne var ki haz ilkesi gerçeklik ilkesine aykırıdır ve toplumsal düzenin haz ilkesi üzerine kurulması olanaklı değildir. Bu nedenle bireyler mutlu olmak için anlık doyumlar ve hazlar peşinde koşmakta, bu da ancak geçici bir tatmin sağlamaktadır. Freud'a göre uygar toplumlarda mutluluk pek de mümkün olan bir durum değildir ve bu uygarlığın hoşnutsuzluklarının temelini oluşturmaktadır. Filmin sonunda Lester'ın geçmişe özlem duyması ve hayatın daha kolay ve insani değerlerin maddi değerlerden üstün olduğu eski zamanlara gitmek istemesi, Freud'un (2000) ilkel koşullara dönülse insanlığın çok daha mutlu olacağı iddiasını akıllara getirmektedir. Freud'un bu sözü bağlamında değerlendirildiğinde, geçmişte duyulan bu özlemin altında yatan diğer bir unsurun ise tüketimin yanı sıra eski zamanların ataerkil toplulukları olduğu düşünülebilir. Lester "kontrolün 'gerçek' erkeklerin elinde olduğu zamanlara" özlem duymaktadır. Baudrillard'ın yıllar sonra ortaya koyduğu simülakr kuramının Freud'un uygar toplumlarda bireylerin mutlu olmak için geçici hazlara yönelmesine ilişkin düşüncelerinden izler taşıdığını söylemek mümkündür. Zira Baudrillard (2011) özellikle Amerikan toplumunu ele aldığı çalışmalarında toplumun yozlaşmışlığına ve insanların yabancılaşmalarına gönderme yapmış ve tüketim toplumunun bireylerinin simülasyonlar

aracılığıyla ‘gerçek’ hayatlarında bulamadıkları mutluluğu ve huzuru geçici de olsa simülasyonların kopyaladığı veya temsil ettiği ‘gerçekçi’ dünyalarda tattıklarını öne sürmüştür. Baudrillard’ın simülasyon kuramı göz önüne alındığında ise daha önce de değinildiği gibi *Truman Show* oldukça uygun bir örnek olarak ön plana çıkmaktadır.



Resim 20. Truman Show, canlı yayında olduğundan bihaber Truman’ın banyo aynasında kendine bakarken kendisini yakın plan çeken bir gizli kameranın ekranındaki görüntüsü ile başlar.

*Truman Show* tıpkı her sabah olduğu gibi banyo aynasının önünde duran Truman’ın kendisini yakın plan çeken bir gizli kameranın ekranındaki görüntüsü ile başlar. Kayıttan önce kamera geriye züm yapar ve banyoda aynanın önünde durmuş kendi kendine konuşan Truman’ı çeker. Truman canlı yayındadır, ne var ki henüz onun bundan haberi yoktur. “Yapamayacağım. Bensez devam etmek zorundasınız.” der Truman. “Çoğu izleyicinin onu bütün gece kendi haline bıraktığını gördük.” der Christof hemen ardından. “Delisin sen, biliyorsun değil mi?” der Truman cevap verircesine. “Benim için özel hayat ve sosyal hayat arasında hiçbir fark yok. Benim hayatım, işte bu, benim hayatım Truman Show. Truman Show bir yaşam tarzı. Truman Show muhteşem bir hayat. Gerçekten kutsanmış bir hayat.” der Truman’ın eşi rolündeki Meryl (Laura Linney). “Tabi, bana bilmediğim bir şey söyleyin.” der Truman. “Her şey sahici. Her şey gerçek. Buradaki hiçbir şey sahte değil. Bu programda gördüğünüz hiçbir şey sahte değil. Yalnızca kontrollü.” der Truman’ın en yakın arkadaşı rolündeki Marlon (Noah Emmerich) ve bu görüntülerin her birinin arasına serpiştirilen program jeneriğinin bitmesi ile birlikte Truman Show 10,909. programını açar. Truman’ın aynada kendisine (ve tabi kameraya)

bakarak sarf ettiği sözcüklerin adeta bir diyalog oluşturacak şekilde kurgulanması onun kendisini çeken yapım ekibine sesleniyormuş ve sanki olup bitenleri anlamış ya da başına gelecekleri hissetmiş gibi algılanmasına neden olmuştur. İşte Truman, hayatının 10,909. gününe böyle başlar.

Truman, hayatı büyük bir medya kuruluşunun çıkarları uğruna elinden alınmış ve bir insanın en temel hakları olan yaşama ve özgürlük haklarından mahrum bırakılarak medyanın kuklası haline gelmiş bir bireydir. *Truman Show*, tüketim kültürünün günümüzdeki en büyük araçlarından medyanın iç yüzünü göstermeye ve izleyicilerin ekran önünde gördüklerinin arka planında nasıl bir sistemin işlediğine ve neler yaşandığına dair ipucu vermeye çalışmıştır. Bunu da çokuluslu şirketler ve medya kuruluşları üzerinden yapmış, şirketlerin reklamcılık ve yayıncılık anlayışlarına değinerek izleyicilerin tepkisine yer vermiş, böylece sistemin bireyler üzerinde bıraktığı izleri de perdeye taşımıştır. *Truman Show*, izleyicilerin dünyasını temsilen Truman'ın yaşadığı sahte kasabayı, tüketim toplumunda yaşayan bireyleri temsilen de Truman'ı kullanmıştır. Bu, tamamıyla kurulu bir düzen, bir gösteridir<sup>46</sup>. Tıpkı Debord'un (2010) ifade ettiği gibi gösteri toplumun medyadaki yansımalarından ve ortaya çıkan bu görsel aldatmacadan ibaret değildir. Ona göre gösteri belirli bir dünya görüşünü insanlara dayatan ve onların yaşamlarını ve gerçekliklerini bu görüş etrafında şekillendiren bir olgudur. Bu demektir ki gösteri, insanların medya aracılığıyla maruz kaldıkları her türlü içerik, imge ve sembol sayesinde nasıl düşünceleri gerektiğini belirler ve bunu yaparken de yapay bir gerçeklik kurarak asıl gerçekliğin yerine geçer. Debord'un gösteriye ilişkin bu tanımları Truman Show'un Truman'ın hayatında ve *Truman Show*'un izleyicinin hayatında tuttuğu yeri açıklar niteliktedir. Filmde programın 30. yıl tanıtımında spikerin söylediği şu sözler buna iyi bir örnek teşkil etmektedir:

Doğumunda 1,7 milyar kişi vardı. 220 ülke onun ilk adımını izleyebilmek için kanalı değiştirdi. Dünya o yasak öpücüğü izlerken nefesini tuttu. Ve onunla birlikte teknoloji de gelişti. Bütün bir insan hayatı gizli kameralardan oluşan koca bir ağa kaydedildi ve dünyanın dört bir yanından izleyicilere haftanın 7 günü 24 saat canlı olarak, olduğu gibi yayınlandı. Şimdi ise karşınızda 30. muhteşem yılında *Seaheaven* adasından diğeri Çin Seddi olmak üzere uzaydan görülebilen insan yapımı iki yapıdan biri olan bugüne kadar inşa edilmiş en büyük stüdyoda çekilmiş Truman Show.

<sup>46</sup> Burada 'gösteri' sözcüğü ile hem televizyon şovu olan Truman Show hem de onu da içine alan 'gerçek' dünya kast edilmektedir. Zira gösteri artık her yerdedir.



Resim 21. Truman Show programının televizyonda yayımlanan 30. yıl tanıtımından kareler

Truman da tıpkı Anlatıcı ve Lester gibi “gitmeye pek de istekli olmadığı” bir masa başı işinde çalışmakta, işten her fırsat bulduğunda karıma alıyorum diye aldığı dergilerden kadın yüzleri kesip bir araya getirerek programın *sağlığı* ve *sürekliliği* gereği bir türlü kavuşamadığı Sylvia'nın (Natascha McElhone) yüzünü oluşturmaya çalışmaktadır. İşinden ve hayatından duyduğu mutsuzluğu profesyonel bir oyuncu olan en yakın arkadaşı Marlon ile paylaştığında Marlon ona şöyle der: “Mükemmel bir işin var Truman. Bir masa başı işin var. Böyle bir işim olması için adam öldürürdüm.” Daha önce de değinildiği gibi bireylerin makineleşmişçesine her gün aynı şeyleri yapmaları ve

yaptıkları işten hiçbir haz ve memnuniyet duymamalarını ifade eden bu kavram tüketim kültürü için önemli bir kavramdır. Truman ve Marlon bu konuşmayı her zamanki buluşma noktaları olan henüz tamamlanmamış (ve muhtemelen hiçbir zaman da tamamlanmayacak) bir yol inşaatında yapmaktadırlar. Bir köprü görevi görecek olan yol, aslında adadan gitmenin mümkün olmadığını vurgular gibidir; tıpkı Baudrillard'ın (2015) da öne sürdüğü üzere tüketim toplumundan kaçışın imkânsız olması gibi...

Bir önceki bölümde karakterlerin parçalanmış benlikleri ve hayatları incelenirken değinilen Marx'ın nesneleşme ve yabancılaşma kavramı Truman Show'da karşılık bulmakta, sistemin özneyi nesneleştirme çabası filmde Christof'un Truman'ı nesneleştirmeye çalışması olarak aktarılmaktadır. Nasıl ki günümüz tüketim toplumunda bireylerin tüm istek ve inançları, arzuları, yönelimleri ve yaşamının her bir alanı kontrol edilmekte ve yönlendirilmekte ise kendisi için yaratılan sahte dünyada Truman da aynı şekilde kontrol edilmekte ve yönlendirilmektedir. Truman'ın Baudrillard'ın (2011) *Disneyland* örneğinde olduğu gibi bir simülasyon işlevi gören *Seaheaven* adasında yaşadığı hayatın her anı sahtedir. Yollar, gökyüzü, deniz, ada sakinleri... hiçbiri gerçek değildir. Hepsi Truman'ın hayatını gerçek kılmak için yaratılmıştır. Aslında bütün bunlar birer hiper-gerçekliktir. Toplumda birer özne olarak yer alması gereken bireyler artık onun nesnesi haline gelmişlerdir.

Tüketim toplumu ne kadar sağlam temeller üzerine oturursa ve kendisini bireylerin yaşamlarına ne derece dâhil ederse onların istek ve ihtiyaçları üzerinde de o kadar söz sahibi olur. Zira aslında tüketim toplumunda bireylerin değil sistemin ihtiyaçları söz konusudur (Baudrillard, 2015). Tüketim toplumu ihtiyaçları üretir, yönlendirir, kontrol ve disipline eder. Tabi burada tüketim toplumuna önemli bir görev de düşmektedir; o da insanların bu düzende sorunsuz bir şekilde yaşayabilmeleri ve hayal kırıklıklarının önüne geçebilmek için (zira tüketim daha önce de belirtildiği gibi doyurulmak bilmeyen ve doyurulması mümkün olmayan arzular üzerine kurulu bir olgudur) daima yeni istek ve ihtiyaçlar yaratmak, yeni arzular doğurmaktır. Bu noktada da reklamlar devreye girmektedir. Truman Show'un en dikkat çekici özelliklerinden biri de burada ortaya çıkmaktadır, zira programda hiç reklam kullanılmamakta ve bütün reklam gelirleri ürün yerleştirmeden kazanılmaktadır. Günümüzde de hayli sık rastlanılan ürün yerleştirme tekniği ürünlerin hâlihazırda izlenen program içerisine dâhil edilerek tanıtılması amacını

taşımaktadır. Truman Show'da yenilen yiyeceklerden oturan evlere kadar izleyicinin ekranda gördüğü her şey satılıktır ve ada sakinleri zaman zaman kullandıkları ürünleri tanıtır ve marka isimlerini vermektedirler. Bu durum film izleyicisinin Truman'ın aslında bir televizyon programının yıldızı olduğunu anladığı andan sonra daha dikkat çekici hale gelmektedir.



Resim 22. Programın tüm gelirleri ürün yerleştirmelerden sağlanmakta, programda hiç reklam kullanılmamaktadır.

Truman Show'da yer alan ürün yerleştirmelerine örnek olarak Truman bir sabah iş giderken yolda karşılaştığı iki müşterisinin onu bir tavuk reklamının asılı olduğu bir panoya yaslayarak konuşmaları ve kameranın reklama zum yapması verilebilir. Aynı şekilde bir gün Truman eve geldiğinde Meryl kitap okumaktadır ve kamera izleyicinin



okuduğu kitabı net bir şekilde göreceği şekilde konumlandırılmıştır. Meryl henüz bir çocukları olmamasına rağmen bir çocuk kitabı okumaktadır. Bu, hem Meryl'in (dolayısıyla program yapımcılarının) Truman'ı adada tutmanın en garanti yolu olarak gördüğü çocuk sahibi olma isteğine bir gönderme hem de kitabın tanıtımı için mükemmel bir reklam fırsatı olarak yorumlanabilir. Programdaki ürün yerleştirmeye verilebilecek en çarpıcı örnek ise Truman'ın henüz ne olduğundan emin olmasa dahi etrafında bir şeyler döndüğünü anlaması üzerine günlük rutinini kırarak spontane hareket etmeye başladığı ve Meryl'i arabaya bindirdiği gibi ada dışına çıkmaya çalıştığı sahnedir. Truman'ın adadan çıkmaması için her yola başvuran program ekibi binbir güçlükle onun eve dönmesini sağlamıştır. Ne var ki bu süreçte yaşadığı dehşet dolu anlarından etkisinden hala kurtulamamış olan Meryl'in çaresiz ve bitkin bir şekilde sandalyeye yığılıp kalmış olan Truman'a dönerek sanki onunla konuşuyormuşçasına eline aldığı sıcak çikolatayı tanıtmaya kalkması Truman'ı çileden çıkarır. “Neden bahsediyorsun sen? Kiminle konuşuyorsun? Bunun bütün bu olanlarla ne alakası var şimdi?” diyerek Meryl'in üstüne yürür ve onu da bu işin bir parçası olmakla suçlar. Korkudan eline geçirdiği kesici aletle Truman'a saldıran Meryl, Truman'ın kendisini yakalayıp etkisiz hale getirmesi sonucu “Bir şeyler yap!” diye haykırır. “Bu koşullar altında nasıl devam edebilirim ki? Bu hiç profesyonelce değil.” Meryl'in sarf ettiği bu cümleler filmdeki en önemli kırılma anlarından biridir ve Truman'ın bütün hayatını geride bırakıp kaçmasına zemin hazırlamıştır.

Reklamcılığın bu değişen boyutu televizyon ile birlikte sinemada da giderek daha fazla kullanılmaktadır. Zira gün geçtikçe, özellikle de gelişen teknoloji ile birlikte, daha ‘gerçekçi’ olma çabası ve iddiası ile insanların karşısına çıkan sinemada gerçek dünyada geçen filmlerde belirli ürünleri veya markaları kullanmak kaçınılmazdır. “Sinema modern yaşamı konu edindiğinden beri markalar ve reklam panolarıyla dolu bir dünyayı yansıtır oldu” (Wise, 2002: 36). Ürün yerleştirme ile “gündelik hayatın markalaştırılması” giderek daha da artmaktadır ve medya kuruluşları her geçen gün bu alanda daha çok yatırım yapmaktadır. Bu durum reklamcılarının ürünleri ve markaları insanların günlük yaşamlarının bir parçası haline getirmelerine sebep olmuştur. Filmde hayli abartılarak işlenen bu durum aslında tüketimin hayatımıza ne denli nüfuz ettiğini göstermesi açısından önemlidir.

*Truman Show*'un en can alıcı ve dikkat çekici noktası filmin insanların medya kullanımlarına ilişkin bilinçlenmelerini ve harekete geçmelerini sağlamak yerine asıl meseleyi örtbas etmesidir. *Truman Show* ve benzer medya eleştirisi yapma iddiasındaki filmler medya kuruluşları tarafından insanların gerçek medya eleştirisi yapmalarının önüne geçmek ve bu arzularının tatmin edilmesini sağlamak amacıyla yapılmıştır. Gerçek bir medya eleştirisine tanıklık ettiğini ve kendisinin de bunun bir parçası olduğunu düşünen izleyici gönül rahatlığıyla medyanın gücüne meydan okumak şöyle dursun onu doğrulamış olurlar. “Bu tür filmler ve TV programları bizim medyaya olan sevgimizi ve nefretimizi alır ve bize geri satar” (Bishop, 2000: 6). *Truman Show* gibi filmler, sistemin ekonomik ve ideolojik olarak güçlenmesini garanti altına almak için insanların medyaya/sisteme olan güvensizliğini ve hoşnutsuzluğunu “ideolojik olarak güvenli limanlar”a (Bishop, 2000: 7) kanalize eder. Bu tür filmlerden insanlar medyanın gerçekte nasıl işlediğini anlamış ve medyadan uzak bir hayat sürmeye karar vermiş halde çıkmak bir yana, medyanın kendisini bile isteye böylesine *gerçekçi* bir şekilde eleştirmesine hayranlık duyarak çıkmaktadırlar. Zira izleyici *gerçek* bir medya eleştirisine tanıklık ettiğini ve kendisinin de bunun bir parçası olduğunu düşünmektedir. Ne var ki filmlerde yapılan eleştiri ancak medya kuruluşlarının ve yapımcıların izin verdiği dozda, onlar tarafından bilinçli olarak yapılandırılmış bir okuma ile izleyicilerin karşısına çıkmaktadır. “Metinleri nasıl yorumladığımız onların üretim ve tüketim çemberinde nasıl konumlandırıldığına bağlıdır” (9). Dolayısıyla burada, tıpkı *Truman Show*'da olduğu gibi asıl kurbanın Truman mı yoksa onu izleyenler mi olduğu sorusu sorulmalıdır.

Medya ürünleri aracılığıyla yapılan bu tür medya eleştirilerinin üzerinde durulması gereken bir diğer işlevi de o ürünlerin tanıtımını yapmaktır. Örneğin *Truman Show* gibi filmleri izleyenler daha önce de belirtildiği gibi medyanın gündelik hayatlarında ne denli büyük bir yer tuttuğunu ve yaşantılarını ne derece etkilediğini anladıklarını ve dolayısıyla artık bununla başa çıkabileceklerini düşünürler. Ne var ki izleyicilerin farkında olmadıkları nokta medyaya karşı durmak ve onunla baş etmek için kullandıkları veya kullanabilecekleri her türlü aracın yine medyanın kendisi olduğudur. Medyayı hayatlarına bu denli müdahale ettiği gerekçesiyle eleştiren ve zaman zaman medya içeriklerine ateş püsküren (örneğin sinema ve televizyonda gösterilen şiddet ve cinsellik unsurları) insanlar eleştirilerini ve kızgınlıklarını belirli bir veya birkaç programa/kanala/ürüne

yöneltmekten öteye geçmezler. Ancak asıl eleştirilmesi gereken şeyin bu ürünleri ve içerikleri üreten sistemin kendisi olduğu gerçeğini fark edemezler.

Medyanın ancak onun kendi araçları ile eleştirilebildiği ve insanların seslerini ancak medya aracılığıyla duyurabildikleri gerçeği içinden çıkılmaz bir kısır döngü olarak izleyicilerin karşısına çıkmaktadır. İşte *Truman Show* gibi filmler de (bu çalışma kapsamında *Dövüş Kulübü* ve *Amerikan Güzeli*) tam olarak bu noktada onların imdadına yetişmekte, onları bu kısır döngüden kurtarmaktadır. İnsanlara medyayı eleştirme imkânı tanıyan bu medya ürünleri medyanın etkilerine ilişkin tartışmalara zemin hazırlarken aynı zamanda onları o anın ve onlara sunulanın dışında düşünmekten alıkoyar. Bu filmler sayesinde insanlar medya üzerine (önceden belirlenmiş) bir iki çift laf etmiş olurlar, ancak bunun dozu öylesine ustalıkla ayarlanmaktadır ki insanların hiçbir zaman medyanın kendilerini gerçekte nasıl etkilediğini fark edecek kadar aydınlanmalarına müsaade edilmez. *Truman Show*'un yapımcısı Christof'un programı eleştiren bir izleyiciye verdiği şu cevap, aslında insanların da medyanın karşısındaki konumlarına işaret etmektedir: "Sayın izleyici, sizi asıl rahatsız eden şey Truman'ın sizin deyişinizle hücrelerini tercih ediyor olması". Christof izleyicileri Truman'ın içinde yaşadığı dünya sahte olsa da Truman'ın kendisinin hiçbir şekilde sahte olmadığı konusunda temin eder: "Her zaman Shakespeare değil evet, ama bu gerçek. Ayrıca seyirci onu bütün gece kendi haline bırakıyor." Bu sözlerin ardında yatan anlamlara daha dikkatli bakıldığında medyanın bireylerin hayatlarını ne denli işgal ettiği korkutucu bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Ne de olsa izleyiciler bütün bir gece boyunca Truman'ı rahat bırakmaktadırlar. Özel hayat ve sosyal hayat arasındaki duvarların giderek kaldırıldığı günümüz tüketim toplumunda asıl kontrol edilenin tüketiciler/izleyiciler olduğunu görmek giderek daha da zorlaşmaktadır. Dahası bireyler benliklerinin ve kimliklerinin yeniden üretildiğinin ve yeniden tanımlandığının farkında bile değildirler. Onlar yalnızca tüketmekte, onlar artık tüketerek eleştirmektedir.

### 2.3.3. Erkeklik Krizi ve Erkekliğin İspatı Olarak Şiddet Kavramı

*Kime karşı dövüştüğünü sordum Tyler'a. 'Babama' dedi Tyler.*

Anlatıcı, Dövüş Kulübü

1990'lar sinemasında büyük stüdyolar tarafından yapılan birçok bağımsız film veya gişe filmi, ironiler kullanması, ayrıntılara yer vermesi ve orta sınıf değerlere mensup beyaz heteroseksüel erkeklerin kimliklerine, kurumsallaşmış tüketim toplumundaki konumlarına ve cinselliklerine ilişkin sorunlara odaklanması ile kendisini ana akım sinemanın karşısında konumlandırmıştır (Holmlund, 2008: 229). Sinemada 10 yıl önce görülen kaslı ve yapılı erkeklerden gerek fiziksel gerekse psikolojik olarak oldukça farklı bir noktada bulunan düzgün giyimli ve ince yapılı bu erkekler masa başı işlerde çalışmakta, medyanın kendilerine dayattığı gibi düzenli olarak tüketim aktivitesine katılmakta ve toplumda dişil olarak kabul edilen davranışlar sergilemektedir. Bütün bunlar tek bir şeye işaret etmektedir: Erkeklik krizdedir. Hollywood, Amerikan kültüründeki erkeklik algısını ve tanımını ayakta tutmak, güçlendirmek ve şekillendirmek amacı güden toplumsal temsillerden faydalanmış ve dönemin tartışmalı kavramı erkeklik krizine ışık tutan filmlere imza atmıştır. Her biri bölmeli ofisleri ve modern evlerinde kapana sıkışmış olan bastırılmış, yabancılaşmış ve yalnızlaşmış Amerikan erkeğinin çaresizliğini, öfkesini ve başkaldırısını vurgulayan bu filmleri, Latham Hunter *Fathers, Sons, and Business in the Hollywood "Office Movie"* adlı yazısında "ofis filmleri (*office movies*) olarak adlandırmaktadır. Hunter, ofis filmlerinde başkarakterin tüketim kültüründe sıkışıp kaldığını ve bu durumun orta sınıfa mensup beyaz erkeğin yabancılaşmasının ve haklarından mahrum edilmesinin bir göstergesi olarak tasvir edildiğini ifade eder. Başkarakter, tıpkı içinde yaşadığı ortam gibi cansız ve renksizdir ve "ne olduğunu bilmediği" ya da "ne olduğunu önemsemediği" şeyi yaparak sıkıcı ve sonsuz bir döngüde hayatını geçirmektedir (2011: 76). Tıpkı bu çalışmanın örneklemini oluşturan *Dövüş Kulübü*, *Amerikan Güzeli* ve *Truman Show* filmlerindeki başkarakterler gibi...

*Dövüş Kulübü*, *Amerikan Güzeli* ve *Truman Show* filmlerinde hayatlarının kontrollerinin kendi ellerinde olmadığını ve arzularının kendilerine ait olmadığını fark eden erkek

başkarakterler içinde buldukları koşullara başkaldırarak bir tür aydınlanma yaşamakta veya kendilerini demir parmaklıklar gibi kuşatan o koşullardan kaçmaya çalışmaktadır. Henry Giroux, *Private Satisfactions and Public Disorders: Fight Club, Patriarchy and the Politics of the Masculine Violence* (2001: 8) adlı yazısında Dövüş Kulübü filminin, boğucu ve baskıcı tüketim kültürünün anlamsızlığına ve boşluğuna eleştirel bir bakış açısı sunmaya, erkeklerin “dile gelen” kanepeler veya kahve makinesi için erkekliklerinden taviz vermelerinin ne anlama gelebileceği üzerine düşünmeye ve düşündürmeye ve erkeklerin güçlerini ve erkekliklerini yeniden ele geçirebilecekleri bir toplum yaratmanın olanaklı olup olmadığını anlamaya çalıştığını dile getirmiştir.

Dövüş Kulübü filminde erkeklik konusu birçok farklı açıdan ele alınmış, gerek erkekliğin ispatı ve kaybedilen gücün ve iktidarın geri kazanılması için şiddete başvurulması gerekse erkekliğin baba figürü ile özdeşleştirilmesi ve babanın yokluğu gibi erkeklik için temel teşkil eden belli başlı konular filmde işlenmiştir. Filmde kullanılan tüketim kültürü teması, erkekliği ve erkeğin arzularını temsil etmektedir (Lee, 2002: 418). Bir önceki bölümde ayrıntılı olarak ele alındığı üzere kutu kutu bölmeli bir ofiste masa başı işinde çalışan Anlatıcı'nın IKEA yuvası kurma içgüdüsünün (*IKEA nesting instinct*) kurbanı olması, onun hayatının her alanında kontrolü kaybettiğini ve kendini ne bir birey ne de bir erkek gibi duyumsayamadığını göstermektedir. Katalogların içinde kaybolup “Acaba hangi yemek takımı beni bir birey olarak tanımlar?” diyen ve porno dergilerinin yerini bu mağaza kataloglarının aldığını söyleyen Anlatıcı, aslında tam da toplumun kendisinden beklediği üzere cinselliğini başka kanallara (metalara-tüketime) aktararak arzularını bastırması ve yerine bitmek bilmeyen istekler ve ihtiyaçlar koymuştur. Birey, tam da tüketim toplumunun amaçladığı üzere libidinal arzusunu ve enerjisini tüketime kanalize etmiştir. Anlatıcı için cinsel arzusunun ve insanlarla birebir ilişkinin yerini tüketim nesnelere almıştır.

Benzer şekilde *Amerikan Güzeli* filminde, yine bölmeli bir ofiste bütün gün bilgisayar başında oturan Lester tüketim eyleminin ve sonu gelmez metalara sahip olmanın aslında ne kadar anlamsız ve boş olduğunu fark etmiş ve dergideki işini bırakarak bir hamburgercide servis elemanı olarak çalışmaya başlamış, kapana sıkıştığı ve adeta nefes almakta zorlandığı kocaman evinin yerine küçük garajını kendi yaşam alanı olarak belirlemiş ve kendisini erkeklikten soğutan ve uzun zamandır hiçbir cinsel ilişkisinin

bulunmadığı karısının yerine kızının liseli arkadaşı Angela'yı arzulamaya başlamıştır. Bütün bunlar aslında Lester'in özlemini çektiği erkekliğine kavuşmanın ve gençliğindeki çekiciliği, gücü ve iktidarı yeniden ele geçirmenin bir yoludur. Aynada kendisine bakan ve gördüğü bedenden hoşlanmayan Lester için anılarındaki yahut rüyalarındaki çekici ve kaslı vücuda kavuşmak için spor, bir erkek olduğunu yeniden hatırlamak için ihtiyaç duyduğu arzuyu ve heyecanı elde etmek için ise Angela birer araç olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Gerek ev ortamında gerekse iş yerinde bir erkek olarak kendisine hiç saygı duyulmayan ve herhangi bir otoritesi bulunmayan Lester için bu, yok olup gitmiş sesini bulup yeniden duyurmanın ve bir erkek olarak varlığını yeniden kurmanın ve ispatlamanın hikâyesidir.



Resim 23. “Omuz Omuza Erkekçe” gruba katılan erkekler birbirlerini kendileri de buna inanmak istemişçesine “Biz hala erkeğiz.” diyerek teselli etmektedir.

*Dövüş Kulübü* filminde erkeklik mevzusuna ve erkekliğin kayboluşuna ilişkin en çarpıcı örneklerden biri, Anlatıcı'nın uykusuzluğunu yenmek için doktorunun tavsiyesi üzerine gittiği testis kanseri hastalarının katıldığı bir destek grubudur: “Omuz Omuza Erkekçe”<sup>47</sup> (*Remaining Men Together*). Loş ışıklı bir spor salonunda buluşan erkekler burada önce birbirlerine hayat hikâyelerini anlatarak rahatlar, ardından ikili seanslarda sarılarak acılarını paylaşırlar. Burada, gruba katılan erkeklerin birbirlerini kendileri de buna inanmak istermişçesine “Biz hala erkeğiz.” diyerek teselli etmeleri önemli bir unsurdur.<sup>48</sup> Zira salondaki erkekler, erkekliklerinin yegâne dayanağı olan, onları erkek kılan en önemli unsurun rahatsızlığı düşüncesi ve gerçeği ile yaşamakta zorlanmaktadır. Doktorun Anlatıcı'ya gerçek acıyı görmesi için bu gruba katılmasını önermesi bir tesadüf değildir; gerçek acı, erkekliklerini kaybetme tehlikesi ile burun buruna olan veya kaybetmiş erkeklerin ta kendisidir. Grubun toplandığı spor salonunun duvarlarından birinde bir Amerikan bayrağı asılıdır ve kamera çoğu sahnede, özellikle de çiftlerin sarıldıkları sahnede bayrağı çekecek şekilde konumlandırılmıştır, izleyiciler salonun diğer kısımlarına göre biraz daha aydınlık olan bayrağı sarılan çiftlerin arasından görmektedir. Bu görüntülerin Amerikan erkekliğinin tehlikede olduğunun vurgulanması amacını taşıdığı söylemek mümkündür. Tüketim kültürü eleştirisi bağlamında değerlendirildiğinde ise ekonomik olarak Amerikan erkeklerinin tüketim toplumunun iğdiş edilmiş tüm erkeklerini temsil ettiği düşünülebilir.



Resim 24. Anlatıcı'nın Bob'un “kadınsı memeleri”nde (*bitch tits*) huzur bulduğu an

<sup>47</sup> Palahniuk, 2013: 16.

<sup>48</sup> Anlatıcı'nın benliğini bulmak ve başkalarının acılarını görmek için bir destek grubuna gitmesi akla Faludi'nin *Stiffed: The Betrayal of the American Man* (1999) adlı eseri için çalışmalarına ilk olarak aile içi şiddet uygulayan erkeklerin katıldığı bir haftalık destek grubunu gözlemleyerek başlamasını getirmektedir. Parçalanmış benliklerin ve unutulmuş erkekliklerin bir araya geldiği ve çözümün yine ve yalnızca diğer erkekler olduğu destek grubuna gitmek, belki de Anlatıcı'nın 'bilinçsiz' olarak yaptığı bir tercihtir.

Anlatıcı, katıldığı bu grup seanslarında eski bir vücut geliştiricisi olan Bob (Meat Loaf) ile tanışır. Bob bir zamanlar televizyonda ürün pazarlama programları yaparak hayatını kazanmıştır; ancak zamanla yaşı ilerledikçe iş yapmamaya başlamış ve yine insanların beğeneceği ve seveceği bir figür olmak için kendinden ödün vererek steroidler kullanmıştır. Ne var ki yıllar boyu kullandığı kimyasal maddeler sağlığını tehdit etmeye başlayınca Bob'un testisleri alınmış ve hormon tedavisine başlanmıştır. Tedavinin sonucunda testosteron seviyesi çok yükselen ve bedeni bunu dengelemek için östrojen üreten Bob sonunda “kadınsı memelere” (*bitch tits*)<sup>49</sup> sahip olmuştur. Bob, zamanın ruhuna uygun davranmaya, ayakta kalmaya ve onaylanmaya çalışırken toplum tarafından dışlanır hale gelmiş; ailesini, arkadaşlarını ve erkekliğini kaybetmiştir. Tüketim kültürünün bir parçası olmak için kendisini bir erkek, bir eş, bir baba ve bir arkadaş olarak tanımladığı her şeyini kaybetmiştir. Bob ikili seanslarda Anlatıcı'nın eşi olur, amaç sırayla karşdakine açılmak, iletişim kurmak ve içini dökerek rahatlamaktır. Bunu yapmaya dünden hazır olan Bob'un ardından sıra Anlatıcı'ya geldiğinde Bob onu koca memelerine bastırır ve sınıksıkı sarılır. İşte o an, Anlatıcı'nın hiç beklemediği bir şey olur ve kendini bırakır. Ağlayıp rahatlayan Anlatıcı o gece ilk defa mışıl mışıl uyur ve hislerini şöyle ifade eder: “Özgürdüm. Özgürlük, bütün umudunuzu kaybetmek demek.” Burada Anlatıcı'nın bir tek Bob'un kollarında huzur bulması ve kendini bırakması, aslında kadınsı memeleriyle Bob'un babasız büyüyen Anlatıcı'nın annesinin yerini alması ile yakından ilgili olduğu düşünülmektedir.<sup>50</sup> Giroux'ya göre ise Bob'un kadınsı memeleri üstü kapalı bir şekilde, sözde erkeksi olan güç ve iktidar gibi nitelikler üzerine değil, sözde kadınsı olan empati ve anlayış gibi değerler üzerine kurulu bir kültürde erkekliğin nasıl aşağılandığını ve nasıl görüldüğünü sembolize etmektedir (2001: 9).

Tyler'ın Anlatıcı'nın id'i olması, daha önce de değinildiği gibi onun yalnızca kaybolmuş ve parçalanmış benliğine değil aynı zamanda kaybolmuş erkekliğine de işaret etmektedir. Zira hatırlamak gerekirse Tyler, Anlatıcı'nın olamadığı her şeydir: “Sen hayatını

<sup>49</sup> Burada Bob'un göğüslerinin “kadınsı memeler” (*bitch tits*) olarak adlandırılmasının ardında açıkça kadınlara yönelik bir aşağılama olduğu görülmektedir. Zira Bob kadınsı memelere sahip olduğu için toplumdan dışlanan bir erkektir, üstelik (destek grubuna katılan diğer erkekler gibi) *kız gibi* ağlamaktadır. Filmde yer alan kadınlara yönelik bu ve benzeri basmakalıp ve aşağı gören düşünce ve önyargılar zaten hâlihazırda filmde *var olmayan* kadınların erkeklere göre ikincil bir şekilde konumlandırılmalarına örnek teşkil eder niteliktedir.

<sup>50</sup> Burada Freud'un Oedipus Kompleksi kavramına gönderme yapılmaktadır. Anlatıcı'nın babasız büyümesi ve bu nedenle Oedipus çatışmasını çözümleyememiş olmasına erkeklik tartışmanın ilerleyen kısımlarında ayrıntılı olarak değinilecektir.



değiştirmenin bir yolunu arıyordun. Bunu kendi başına başaramazdın. Ben senin olmak istediğin her şeyim. Senin görünmek istediğin gibi görünüyor, sevişmek istediğin gibi sevişiyorum. Zekiyim, becerikliyim ve her şeyden önemlisi senin hiç olmadığın kadar özgürüm.” Tyler’ın bu sözleri, erkeklik krizi olarak adlandırılan durumu son derece güzel özetler niteliktedir. Anlatıcı’nın varlığını anlamlı kılmak için umutsuzca içinde çırpındığı tüketim çılgınlığından ve ruhsuz ve sıkıcı hayatından uyandırılması ve toplumsal bir inşa olan bu “IKEA erkekliğini” (Lee, 2002: 421) geride bırakması gerekmektedir; bunun için de eski benliğinden sıyrılıp ego’nun kontrolünü id’in, yani Tyler’ın ellerine bırakmıştır. Ve ikilinin birlikte yaptıkları ilk eylem birbirleri ile dövüşmek olmuştur.

*Dövüş Kulübü* filminin erkeklik incelemeleri açısından en önem taşıyan yanı, filme de adını veren Anlatıcı ve Tyler’ın kurdukları Dövüş Kulübü’dür. Dövüş Kulübü, erkekler için geçici bir duygusal ve fiziksel boşalım sağlamaktadır. Film boyunca perdeye yansıyan dövüşler ve şiddet eylemleri topluma bir başkaldırı, Anlatıcı’nın toplumsal olarak inşa edilmiş erkekliğinin yıkılışına bir saygı duruşudur. Şiddet, Anlatıcı başta olmak üzere kulübe üye olan tüm erkekler için, Amerikan toplumunun erkek bireyleri için hayatlarının yönünü değiştirmek için bir adım ya da bir kaçış görevi görmekte, “ilkel (*primal*) erkekliğe ve kendini gerçekleştirmiş benliğe” (Tripp, 2005: 183) yeniden kavuşmaları için bir araç haline gelmektedir.<sup>51</sup> “İşte IKEA erkekliğinden daha dengeli, yetişkin bir erkekliğe geçiş böyle bir şeydir.” (Lee, 2002: 421). Dövüş Kulübü’nün erkeklerinden bahsederken Anlatıcı “Her geçen gün yalnız olmadığımızı bir kere daha anlıyorduk. (...) Herkesin yüzünden okunuyordu. Tyler ve ben yalnızca görünür kıldık. Herkesin dilindeydi. Tyler ve ben yalnızca adını koyduk” ifadelerini kullanmaktadır. Dövüş Kulübü, toplumdaki tüm Anlatıcı’ların ve Tyler’ların, toplumun yabancılaştırıp birer kuklaya çevirdiği tüm bireylerin, tüketim toplumunun tüm üyelerinin sesi

---

<sup>51</sup> Film eleştirmeni David Ansen Newsweek’e yazdığı “*A Fistful of Darkness*” adlı yazısında otoparklarda ve karanlık bodrum katlarında zevkle birbirlerini kan revan içinde bırakan erkeklerin ilkel savaççı içgüdülerini tatmin ettiğini ve tüketim kültürünün onları mahrum bıraktığı erkekliklerini bu kanlı ayinler ile bulduklarını ifade etmiştir. Ansen, Susan Faludi’nin filmden komisyon alması gerektiğini dile getirmiş ve “Birisini çaktırmadan senaryonun yerine *Stiffed*’in genişletilmiş baskısını mı koydu?” diyerek Faludi’nin kitabın ile senaryo arasındaki benzerliklere dikkat çekmiştir (1999). Faludi ise *Dövüş Kulübü* filmini “erkekler için Thelma ve Louise” olarak adlandırmış ve bunun yalnızca filmdeki dövüşlerden ve başroldeki yakışıklı Brad Pitt’ten değil, filmin ağır bir toplumsal cinsiyet dramı olmasından kaynaklandığını ifade etmiştir (Newsweek, 1999).

olagelmıştır. Bütün bu insanları bir araya getiren, yollarını kesiştiren şey tüketim toplumunun ta kendisidir. Tıpkı Freud'un ifade ettiği gibi;

Bireyde var olan saldırganlığın kısıtlanması, toplumun bireyden talep ettiği ilk ve muhtemelen en ciddi fedakârlıktır. Tehlikeli saldırgan dürtülerin yerine geçen süperego kurumu, isyana meyilli mintikalara gidilecek karargâhları tanıtır. Ancak diğer yandan... ego, toplumun arzularına göre fedakârlıkta bulunmaktan, başkalarına karşı kullanabileceği saldırganlığın yıkıcı eğilimlerini devretmekten, mutlu değildir (Freud, 1965: 110-111; aktaran Ongur, 2011: 159-160).

“Tyler Durden ve Anlatıcı, görsel kültürün kadınsılaştırma (*feminising*) eğilimine ve ‘yumuşak’ erkekler yaratan ofis yaşamına hareket çekercesine erkeklerin bir mazoşizm hissi *yarattıkları* dövüşler düzenlerler.” (Deakin, 2012: 100). Yapılan bu dövüşler Anlatıcı'nın veya diğer kulüp üyelerinin sorunlarını çözmektedir; ancak Anlatıcı “Hiçbir yerde kendinizi orada olduğunuz kadar hayat dolu hissetmemişsinizdir.” diyerek dövüşün kendilerine tıpkı grup seanslarındaki gibi bir çeşit huzur ve rahatlık verdiğini belirtmiştir.<sup>52</sup> Ne var ki bu sefer hissedilen *acı* gerçektir. Dövüş Kulübü, üyelerine yaşamlarını anlamlı kılacak ve parçalanmış benliklerini onarmalarına, bir kimlik kazanmalarına ve kendileri olmalarına yardımcı olacak bir imkân sağlamıştır. Fiziksel şiddet, erkekliğin temel yapıtaşı olagelmış, Dövüş Kulübü'nün erkekleri, topluma ancak insanoğlunun şiddete meyilli doğasını yeniden harekete geçirerek başkaldırılabilceği sonucuna varmıştır. Tyler'a (dolayısıyla Anlatıcı'ya) göre, erkeklerin erkekliklerini yeniden elde etmelerinin tek yolu, toplumun güzelleştirmeye, kadınsılaştırmaya ve bakışın nesnesi haline getirmeye çalıştığı bedenlerine zarar vermekten geçmektedir.

Dövüş Kulübü'nde geçen bir geceden sonra, gerçek dünyadaki her şeyin ses ayarı kısılmış gibi olur. Hiçbir şey sizi kızdıramaz. Sizin dünyanız kanundur ve başka birileri o kanuna karşı gelecek ya da sizi sorgulayacak olsa bile bu sizi kızdırmaz. ... Eskiden, eve öfkeli döndüğüm ve hayatımın kafamdaki beş yıllık plana uygun gitmediğini fark ettiğim günlerde, evimi temizlemek ya da arabamla uğraşmak bana yeterdi. Günün birinde yüzümde tek bir yara izi olmadan ölecektim ve arkamda harika bir apartman dairesiyle harika bir araba bırakacaktım. Öyle böyle değil, gerçekten harika; ta ki toza gömülecekleri ya da yeni mal sahibine geçecekleri güne kadar. Hiçbir şey durağan değil. *Mona Lisa* bile bozuluyor. ... Belki de kendini

<sup>52</sup> Ryan ve Kellner'in “[v]arlığın şiddetle öne sürülmesi erkeği kadından ayırırken, eril kimliğin erkeksilik ideali için en az kadın cinselliği kadar tehlikeli olan başka bir durum yaratır, erkekleri bir arada olmaya zorlar. Salt erkeksi kulüp kaçınılmaz biçimde homoerotiktir, ancak kulüp üyeliğinin ölçütü –erkeksilik-bunun reddedilmesini zorunlu kılar.” (2010: 373) sözü burada erkekliğin yeniden kazanılması ve ispatlanması için bir platform teşkil eden Dövüş Kulübü'nün aslında aşmaya çalıştığı engeli yeniden yerleştirme tehlikesi ile karşı karşıya olduğunu akıllara getirmektedir.

geliştirmek aranan cevap değildir. ... Belki de cevap, kendine zarar vermektir.  
(Anlatıcı)<sup>53</sup>

*Dövüş Kulübü*'nün ana temalarından birini oluşturan bu fiziksel şiddet unsuru, *Amerikan Güzeli*'nde çok daha hafif bir şekilde izleyicinin karşısına çıkarken (Lester'in eylemleri hiçbir zaman Anlatıcı kadar şiddetli olmamıştır, aksine o ruhunu dinlendirerek eski benliğine dönmeye çalışmaktadır), *Truman Show*'da ise neredeyse yok denecek kadar azdır (daha doğrusu Truman'ın her şeyin tozpembe olduğu sahte dünyasında fiziksel şiddete yer yoktur; ancak sahne arkasında işler öyle yürümektedir. Kaldı ki doğumundan beri bihaber olduğu bir oyunun içinde adeta kukla gibi oynatılan Truman'a psikolojik şiddet uygulandığını söylemek pekâlâ mümkündür). *Amerikan Güzeli* filminde Lester, kaybettiği benliğini bulmak, gençliğindeki bedene kavuşmak ve unuttuğu sesini yeniden duyurmak için toplumun ona dayattığı tüm rollerden vazgeçmiş ve bütün sorumluluklarını bir kenara bırakarak canının istediği gibi yaşamaya başlamıştır. İstifa edip patronuna şantaj yaparak bir yıllık maaşını peşin alan ve bir hamburgercide işe giren Lester<sup>54</sup>, bedenini yeniden kaslı, yani erkeksi kılmak için spor yapmaya başlamış ve evdeki konumunu gözden geçirerek karısının ve kızının gözündeki işe yaramaz eş ve baba imajından sıyrılmaya karar vermiştir. Lester'in patronuna şantaj yaptığı sahne, onun içsel gelişiminin, parçalanmış benliğindeki onarılanın ve yavaş yavaş erkekliliğini geri almasının görsel olarak izleyiciye aktarılması açısından önemli kabul edilmektedir. Zira istifa etmek için patronu ile konuşmaya gittiği sahnede Lester, patronunun onu odasına çağırdığı önceki sahnelerin aksine bu sefer patronun masasının hemen yanındaki sandalyede bir kolunu masaya dayamış oturmaktadır. Çerçeve içi konumlandırma ve kamera açıları ile odadaki güç ilişkilerini görsel olarak aktarmak için kameranın patronu Tanrılaştırdığı bir

<sup>53</sup> Palahniuk, 2013: 51.

<sup>54</sup> Lester'in işe girdiği hamburgercinin adı olan *Mr. Smiley's* (Gülyüz'ün Yeri) Lester'in adım attığı sahte mutluluğa işaret eder gibidir. Ancak Lester, hiçbir sorumluluğunun olmadığı gençlik yıllarına duyduğu özlem ile bu işi tercih ederek o zamanki huzurunu ve mutluluğunu bulmayı ümit etmiştir (Hausmann, 2004: 119).

önceki sahnenin aksine bu sefer Lester patronun karşısında oturmaktadır ve ikilinin bakışları artık aynı hizadadır.



Resim 25. Çerçeve içi konumlandırma ve kamera açıları ile odadaki güç ilişkilerini görsel olarak aktarılmıştır.

Burada erkekliğini yeniden ele geçirme savaşı veren Lester'ın bir erkek olan patronunu cinsel taciz suçlaması ile tehdit etmesi anlamlıdır. Zira Brad, statü olarak Lester'dan üstün olmasına ve Lester'ın sözlerinin gerçeklik ile ilişkisi olmamasına rağmen bir erkek tarafından böyle bir iftiraya maruz kalmanın düşüncesine tahammül edememektedir. Burada Brad'in bir patron olarak itibarının sarsılması düşüncesinden çok daha fazlası vardır. Bir erkek olarak Brad, Lester'ın iftirasını kendi erkekliğine bir tehdit olarak algılamaktadır. Tıpkı Kimmel'in *Homofobi Olarak Erkeklik: Toplumsal Cinsiyet Kimliğinin İnşasında Korku, Utanç ve Sessizlik* adlı yazısında ifade ettiği gibi erkekler diğer erkeklerden korkmaktadır. Bu korku yalnızca homoseksüellerden, homoseksüel olmaktan veya homoseksüel gibi görünmekten duyulan bir korku değildir; bu, homoseksüel damgası ile bir erkeğin en ağır şekilde aşağılanmasından duyulan korkuya da işaret etmektedir. Bu, aşağılanarak erkekliğinin elinden alınmasından duyulan korkudur (2013: 98).

İstifa ettiği günün akşamı Lester ailesi asansör müziği eşliğinde olağan akşam yemeklerinden birini yerken Lester hiç de olağan olmayan davranışlar sergiler. İş yerinde

kendini ve erkekliğini ispatlayan Lester için sıra evdeki konumunu değiştirmeye gelmiştir. Carolyn'ın işini bırakmasının ve patronuna şantaj yapmasının son derece sorumsuz bir davranış olduğunu yüzüne vurması üzerine Lester kızı Jane'e dönerek "Annen aletimi lavabonun altındaki dolapta bir kavanozda saklarken hayatımı bir mahkûm gibi yaşamamı istiyor. ... Ben yokmuşum gibi davranılmasından bıktım usandım artık." der. Burada Carolyn'ın güç ve sorumluluk sahibi bir erkeğin çalışan ve evinin ve işinin reisi olan erkek olduğu düşüncesi, buna karşılık Lester'ın ise güç ve iktidar sahibi olmanın kendisini doğrudan cinsellik ile, daha spesifik olmak gerekirse erkekliğin en önemli sembolü olan erkeklik organı ile ilişkilendirmesi önemlidir. Lester'ın aile içindeki değişen konumu, çerçeveleme ve mizansen unsurları ile izleyicilere görsel olarak da aktarılmaya çalışılmış, bu durum Lester'ın kıyafetlerinden konuşmalarına kadar yansımıştır.





Resim 26. Lester'in aile içindeki değişen konumu, çerçeveleme ve mizansen unsurları ile izleyicilere görsel olarak da aktarılmaya çalışılmıştır.

Ancak Lester'in davranışları hiçbir zaman patronu Brad'e söylediği gibi her şeyi yerle bir edecek kadar şiddetli olmamıştır. Lester, yalnızca başkalarına karşı sorumluluk hissetmeksizin ve herhangi bir maddi yükümlülük duymaksızın eylemek ve benliğini, daha da önemlisi hayatı boyunca "sembolik olarak iğdiş edilmiş" (Tripp, 2005: 183) bir erkek olarak yabancılaştığı ve bir türlü tam olarak gerçekleştirmediği benliğini ve kimliğini çevresindeki insanlara kanıtlamak istemektedir. Ne var ki *Amerikan Güzeli*'ndeki bir diğer karakter Albay Fitts için aynı şeyi söylemek mümkün değildir. Fitts'in bastırılmış kimliği nedeni ile geliştirdiği sert tutumunun altında yatan nedenler, filmin erkeklik teması için oldukça önemlidir. Zira Albay Fitts eşcinseldir. Ancak orduda görev yaptığı zamanlar ve daha sonrasında cinsel kimliğinin açığa çıkması onun için bir felaket olacağından yıllar boyu heteroseksüel bir erkekmiş gibi davranmış ve Vietnam Savaşı'ndan döndüğünde kendisini ve hayatını bu doğrultuda şekillendirmiştir. Arzularını ve kimliğini bastırmanın sonucunda son derece katı ve öfkeli bir karakter geliştiren Albay, eşcinselliğe karşı ise fazlasıyla sert bir tutum sergilemektedir. Albay'ın oğlunu okula götürürken mahalleye yeni taşınan eşcinsel çift ile ilgili söyledikleri bu bağlamda oldukça manidardır:

Albay: Bu ibneler her zaman pisliklerini gözümüze sokmak zorundalar mı? Nasıl bu kadar utanmaz olabiliyorlar?

Ricky: Bütün olay da bu ya baba. Bunun utanılacak bir şey olduğunu düşünmüyorlar.

Albay: Evet ama öyle.

Ricky: Haklısın.

Albay: Annemişim gibi geçiştirme beni.<sup>55</sup>

Ricky: Düşüncesizce konuştum efendim, beni affedin. O ibneler midemi bulandırıyor.

<sup>55</sup> Albay'ın bu sözü, tıpkı *Dövüş Kulübü* filminde örneklerinin görüldüğü üzere kadınların erkeklere göre ikincil bir konumda oluşlarına verilebilecek örneklerden biridir.

Albay: Benim de evlat, benim de...

Toplumun baskıları ve dayatmaları nedeni ile gerçek kimliğini bastıran ve benliğini gerçekleştiremeyen Albay, olmadığı biri gibi yaşamaya zorlanmış, istemediği bir hayata mahkûm edilmiştir. Albayın Vietnam Savaşı'ndaki görevinin ardından homoseksüelliğini baskılayarak heteroseksüel bir kimlik seçmesi onun cinselliğini inkâr etmesi anlamına gelmekte ve toplumda karşılaşmaktan korktuğu tepkilerin ve toplumdan dışlanma tehlikesinin önüne geçme amacı taşımaktadır. Hausmann Albay'ın bu davranışını, "heteroseksüel erkekliğin sözde dokunulmazlığına sığınmak" olarak değerlendirmiştir (2004: 120). Bastırılan arzuların ve baskılanmış kimliğin ise kişilik üzerinde ciddi etkileri olabilmektedir; Albay'da da durum farklı olmamıştır ve Albay zaman içinde oldukça katı bir kişilik geliştirmiş, özünde olamadığı sert erkeği her fırsatta gösterir olmuştur. Tıpkı toplumun onu disipline etmesi ve kimliğinden vazgeçirmesi gibi Albay da ailesini askeri disiplinle idare eder olmuştur. Oğlu Ricky'yi çok sıkı bir disiplin altına alan ve her hareketini gözetleyen Albay, baskılanmış kimliğinin ve aslında 'yeterince erkek olamayan' erkekliğinin hıncını genç ve heteroseksüel oğluna şiddet uygulayarak çıkarmaktadır. Nasıl ki *Dövüş Kulübü*'nde Tyler Anlatıcı'nın olmak isteyip de olamadığı her şeyi temsil etmekte ve Anlatıcı Tyler ile dövüştüğünde aslında kendi parçalanmış benliğiyle dövüşmektedir, benzer şekilde Ricky de Albay'ın olmak isteyip de olamadığı güçlü ve heteroseksüel erkeği temsil etmektedir. Hausmann'a göre, Fitts'in oğluna şiddet uygulaması doğrudan onun eşcinsel kimliğiyle bağlantılıdır ve aslında Albay'ın devamlı olarak oğlunu gözetlemesi, taciz etmesi ve ona fiziksel olarak zarar vermesi bilinçsiz erotik girişimlerdir (2004: 120).

Albay'ın şiddet içeren eylemlerinin en önemlisi ve en 'şiddetlisi' ise filmin sonunda Lester'ı öldürmesidir. Bu sahne, aynı zamanda izleyicinin Albay'ın eşcinsel kimliğini öğrendiği ve eylemlerini bu yeni bilgi ışığında yeniden değerlendirdiği sahnedir. Oğlunun tekrar uyuşturucu kullanmaya başladığından şüphelenen Albay Ricky'nin odasını karıştırırken uyuşturucu yerine video kasetlerini bulur. Rastgele seçtiği kasetlerden birinde Ricky'nin Jane'i çekerken tesadüfen kameraya aldığı garaj penceresinin önünde çıplak bir halde vücut çalışan Lester'ın görüntülerini görür. Oğlunun eşcinsel olabileceği düşüncesi ile deliye dönen Albay Ricky bir gece Lester'ın evine gittiğinde gizlice karanlık bir odanın penceresinden onları gözetler. Filmin bu sahnesi, olayların gidişatı ve çözümlenmesi açısından önem arz etmektedir. Zira o akşam Ricky Lester'a ot sararken

karşı pencereden onları izleyen Albay gördüklerinden bambaşka bir anlam çıkarır.



Resim 27. Albay'ın evinin penceresinden gizlice Lester ve Ricky'i gözetlediği ve gördüklerini yanlış yorumladığı sahne

Lester'ın garaj penceresindeki tahtalar Albay'ın olanları tam olarak görmesine engel olur ve Albay tahtaların kapattığı boşlukları kendi zihnindeki bastırılmış kimliğinin yönlendirdiği imgelerle doldurur. Oğlunun para karşılığı erkekleri tatmin ettiğini düşünen Albay gördüklerinden Lester'ın da eşcinsel olduğu sonucunu çıkarır ve bunun üzerine bir yalanı yaşayarak tükettiği hayatında belki de ilk kez kendini gerçekleştirmek için bir adım atar ve Lester'ın kapısını çalarak onu öper. Ancak Lester'ın kendisini reddetmesi üzerine yıllar boyunca kimliğini bastırılmış olmanın getirdiği öfkeyle Albay Fitts, eve gidip silahını alır ve Lester'ı öldürür.

Gerek filmin öyküsü gerek ise filmdeki erkeklik meselesi açısından oldukça önemli kabul edilen bu sahnede Albay'ın Lester'ı öldürmesi onun cinsel kimliğini bir kere daha ve belki de sonsuza kadar inkâr etmesi ve bütün bu olanlardan önceki sahte hayatına dönmesi anlamına gelmektedir. Diğer yandan Hausmann'ın (2004) Fitts'in Ricky'ye uyguladığı



şiddetin onun eşcinsel kimliğiyle bağlantılı olduğunu öne sürdüğü üzere Albay, Ricky ile ilişkisini güç ve *iktidar* üzerinden kurmakta, bu da onun bir baba figürü olarak varlık göstermesini engellemektedir.

Tıpkı aslında kızı Jane'in filmin en başında belirttiği üzere Lester'in bir baba figürü olarak yokluğu gibi: "Bana örnek olacak bir baba istiyorum ben," der Jane, "ne zaman okuldan bir arkadaşım bize gelse donuna boşalan azgın bir gerzek değil. Birisi onun ıstırabına son vermeli." Faludi, 1990'lı yıllardaki erkeklik krizini ele aldığı *Stiffed: The Betrayal of the American Man* (1999) kitabı için erkekler ile yaptığı görüşmelerde konunun dönüp dolaşıp babalarına, babanın yokluğuna geldiğini ifade etmiştir. Görüştüğü erkekler, sosyal hayatlarında çektikleri tüm sıkıntıların ardında babalarının yokluğunun yattığını düşünmektedir. Elbette Faludi'nin bu gözlemini dile getirmekteki amacı erkeklik krizinin nedeni olarak babanın yokluğunu göstermek değildir. Ancak çalışma boyunca erkeklerin sıklıkla babaları tarafından nasıl terk edildiklerini dile getirmelerinin 1990'lar erkeklik krizinin temel unsurlarından birini ortaya koyduğunu belirtmiştir.

*Amerikan Güzeli* de, Lester'in bir erkek ve daha da önemlisi bir baba olarak eksikliğine ve kendini gerçekleştirerek yeniden bir erkek ve bir baba olarak varlık göstermesine vurgu yapmaktadır. Kızının arkadaşı Angela'nın uyuyan istek ve arzularını uyandırması ve ona bir erkek olduğunu hatırlatması üzerine başlayan Lester'in bu değişim süreci, onun hayatının kontrolünü eline almak için verdiği kararlar ve Ricky ile gençlik yıllarına dönerek yaptığı eylemler (hamburgercide çalışmaya başlaması, uzaktan kumandalı oyuncak araba alıp oynaması, ot içmesi vb.) ile devam etmiş ve filmin sonunda nihayet Angela ile birlikte olma fırsatını bulduğunda onun henüz bir çocuk kendisinin de bir baba olduğunu fark etmesi ile son bulmuştur. Senarist Alan Ball'a göre, Lester'in Angela ile birlikte olmayı reddetmesi onu bir nevi "günahlarından arındırmıştır", zira Angela bir "amaç değil, yalnızca amaca giden yolda bir araçtır" (Chumo, 2000: 9). Film, Lester'in, yaşadığı ruhani aydınlanmayı ve benliğine ilişkin farkındalığı, onun öldürüldüğü son sahnede görsel olarak aktarmıştır. Zira Lester, öldürülmeden önceki son anlarında mutlu zamanlarında çekilmiş eski bir aile fotoğrafına bakmaktadır. "Lester, günümüz toplumunda imgeler ve gerçeklik arasındaki ve görünen ile görünmeyenin arasındaki uçurumun içinde biraz olsun güzellik ve anlam bulmayı başarmıştır." (Deacy, 2002: 69).



Resim 28. Lester'ın öldürüldüğü sahne, Amerikan Güzeli güllerinin ve kırmızı rengin sembolik kullanımı göstermesi açısından önemlidir.

Lester'ın öldürüldüğü sahnede izleyici bir kere daha Amerikan Güzeli güllerini ve kırmızı rengin sembolik kullanımını görmektedir. Sahne, kameranın yakın plan çektiği aile fotoğrafı ile açılır ve ardından kamera geriye zum yaparak izleyiciye Lester'ın kafasına doğrultulan silahı gösterir. Daha sonra kamera yavaşça yönünü Lester'ın baktığı mutfak duvarına doğru çevirir ve bu esnada Lester'ın ellerinin hemen arkasında duran kırmızı Amerikan Güzeli gülleri görülür. Kamera beyaz duvarı çekmeye başladığında ise silahın patlama sesi duyulur ve duvara sıçrayan kıpkırmızı kan lekesi çerçeveyi süsler. Bunun ardından izleyici tıpkı filmin başındaki gibi Lester'ın öldükten sonraki sesini duyar.

Lester'ın hayatı bir film şeridi gibi gözlerinin önünden geçerken bu esnada geriye dönüşler ile Lester'ın vurulduğu an diğer karakterlerin neler yaptıkları ve silah sesine verdikleri tepkiler gösterilir. Lester'ın hayatından siyah beyaz kareler ve öldürüldüğü an kızının ve Ricky'nin, Angela'nın, karısının ve Fitts'in yaptıkları almaşık kurgu tekniği kullanılarak iç içe geçmiş görüntüler halinde verilmiştir. Böylece Lester'ı vuranın kimliği yavaş yavaş ortaya çıkarılmakta ve izleyici olayların nasıl geliştiğini anlamaktadır.

Bu sahnede renklerin kullanımı özellikle anlamlıdır. Silah sesini duymadan hemen önce görülen kırmızı Amerikan Güzeli gülleri ve ardından duvara sıçrayan kırmızı kan bir gerilim ve tehdit unsuru oluşturmaktadır. Tıpkı Jean-Luc Godard'ın 1965 yapımı filmi *Pierrot le Fou*'da neden bu kadar çok kan olduğu sorulduğunda “O kan değil, sadece kırmızı” demesi gibi (Barry, 2012), burada da kırmızı rengi sembolik bir anlamda kullanılmakta ve ölümü ifade etmektedir. Amerikan Güzeli güllerinin taşıdığı sembolik anlam, nihayet filmin sonunda kendini göstermiştir: Film boyunca düzenin, güzelliğin, şehvetin ve arzunun sembolü olarak kullanılan güllerin, tıpkı aslında güzelliklerinin ardında gizlenmiş çürümüş kökleri gibi güzelliklerin ardında saklı olan ve ancak ‘yakından bakıldığında’ görülebilecek olan çirkinlikleri sembolize etmesi gibi bu son sahnede kırmızı Amerikan Güzeli güllerinin görülmesi adeta hemen ardından duvara sıçrayan kırmızı kanın gelişini haber verir gibidir. Diğer yandan Lester'ın ölmesi ile duvara sıçrayan kırmızı kan, kırmızı renginin arzu, güç ve şehvet anlamlarına gelebileceği göz önünde bulundurulduğunda Lester'ın aradığı huzura, güce, iktidara ve mutluluğa ancak ölümü ile kavuştuğu şeklinde de yorumlanabilir. *Amerikan Güzeli*'nde yetersiz baba ve erkek figürleri olarak izleyicinin karşısına çıkan Fitts ve Lester'ın erkekliklerinin filmin sonu açısından da anlamlı olduğu düşünülmektedir. Fitts'in bastırılmış ve sahte erkekliği onu eşcinselliğini gizlemek için homofobik bir maske takmaya sevk ederken Lester'ın gelişmemiş ve gerçekleştirilememiş erkekliği onu sorumsuz kılmış ve hayatla bağlarını koparmıştır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde Fitts'in ve Lester'ın filmin sonunda öldüren ve öldürülen konumunda olmalarının geleneksel baba ve eve ekmek getiren erkek rollerinin dışına çıkanlara bir uyarı niteliği taşıdığını” düşünmek mümkündür (Hunter, 2011: 90).

Babanın yokluğu, *Truman Show* filminde de dikkat çeken bir temadır. Hayatı tamamen kurmaca olan ve sahte bir dünyanın içinde yaşayan Truman'ın ailesi ve arkadaşları olarak

adlandırdığı kişiler profesyonel oyuncular; ancak Truman'ın bundan haberi yoktur. Zaten programın yapımcısı Christof, programın başarısının ardındaki nedenin Truman'ın *gerçek* oluşu olduğunu ifade etmektedir. Ancak Truman'ı bir ömür boyu aslında devasa bir stüdyo olan bir adada tutmak kolay değildir. Bu nedenle çeşitli 'senaryolar' hazırlayan Christof ve ekibi bir televizyon programının başarısı ve kazancı uğruna bir insanın hayatıyla oynamakta bir sakınca görmemektedir. Truman'ı adada tutması gereken ve programın geleceğini tehlikeye atar korkusuyla hırsından gözü dönmüş Christof, Truman henüz 10 yaşındayken babasıyla çıktıkları bir tekne gezintisinde fırtına çıkarmış (hava durumu da dâhil her şey onların kontrolindedir) ve baba boğulmuştur. Yaşadığı bu travma sonucunda sudan korkmaya başlayan ve köprüden dahi geçemeyen Truman da böylece kontrol altına alınmış ve adadan çıkmasının önüne geçilmiştir. Böylece babasız büyüyen ve bu süreçte kendisine model olacak ve eril bir güç, bir erk olarak ona yol gösterecek bir babası olmayan Truman çocukluğundan kurtulamamış ve erkeklığe tam anlamıyla adım atamamıştır. Truman'ın kimi çocuksu davranışlarına ve sorumsuz tavırlarına karşı karısı Meryl onu çocuk gibi davranmakla suçlamaktadır. Truman'ın bir gün ona verdiği cevap manidardır: "Belki çocuk gibi hissediyorum."

Burada Truman'ın bir erkek olarak çocukluğunu atlamamış olması, daha önce de açıklanan Freud'un (1924) Oedipus Kompleksi kavramını akıllara getirmektedir. Buna göre annesi ile arasındaki bağın bozulmasını istemeyen erkek çocuk babayı bir engel olarak görür ve onu ortadan kaldırmak ister. Ne var ki kendisinden hayli güçlü ve otoriter olan baba figürü çocukta içdiş edilme korkusu yaratır. Freud'a göre çocukların içindeki Oedipal çatışma psiko-seksüel gelişimin temelidir ve er ya da geç bastırılır. Çocuğun eril kimliğinin oluşumunda oldukça önemli bir süreç olan Oedipus Kompleksi'nin çözülememesi ise ilerleyen yaşlarda ciddi nevrozlar ile sonuçlanabilmektedir. Çocuk eril bir figür olarak korku beslediği ancak baba olarak duyumsayamadığı baba figüründen uzaklaşmakta ve bu süreci atlatmasına yardımcı olacak güvenilir bir baba figürünün olmaması nedeni ile çocuk zayıf ve pasif bir erkek ya da homoseksüel davranışlar sergileyen 'yeterince erkek olmayan' bir erkek olmaktadır. Buna göre, çocukluğunda ona yol gösterecek ve Oedipal çatışmayı çözümlemesine yardımcı olacak bir baba figürü olmayan Truman'ın da büyümediğini, çocukluğunu aşmadığını ve bu nedenle bir yanının hep çocuk kaldığını söylemek mümkündür. Truman'ın bir yanının çocuk kaldığına işaret birçok örnek bulmak mümkündür; örneğin oyuncaklar ve saklamak

istediği eşyalarla dolu sandığı, kendine ait bir alan yaratmak için küçük bir odaya dönüştürdüğü bodrum katı, aynanın karşısında kendi kendine oynadığı oyunlar vb. hepsi Truman'ın çocukluğuna duyduğu özlemi yansıtır niteliktedir. Bu özlem ise, onun aslında hiçbir zaman gerçek bir çocukluğunun olmaması ile açıklanabilir. Zira ne onunla ilgilenen gerçek bir ailesi, ne de çocukluğunu doyasıya yaşayacağı gerçek bir aile ortamı olmamıştır. Etrafındaki herkes ve her şey sahtedir.

Truman'ın bu sahte dünyasında herhangi bir olumsuzluğa, hastalığa, sıkıntıya ve şiddete yer yoktur ve Truman hariç programda yer alan herkes bunu devamlı olarak dile getirmekte, *Seaheaven*'in dünyanın en güzel yeri olduğu, dolayısıyla oradan ayrılmak için hiçbir sebep olmadığını söylemektedirler. Ne var ki *Seaheaven* adasında şiddetin hiç yer bulmadığını söylemek pek doğru değildir; *Seaheaven* adasında kameralar açıkken, daha doğrusu Truman'ın bulunduğu yerdeki kameralar onu çekerken şiddete yer yoktur demek daha doğrudur. Zira planlananın dışında herhangi bir şey gerçekleşecek olursa ve herhangi bir aksaklık çıkacak olursa ekip anında müdahale etmekte ve pekâlâ şiddete başvurmaktadır. Örneğin işe gitmesi gerekirken etrafında olup bitenlerden şüphelenen Truman'ın bambaşka bir binaya girmesi sonucu yaka paça dışarı atılması, aynı şekilde program dışından kişilerin bir şekilde yayına girerek Truman'a gerçekleri anlatmaya çalışmaları üzerine anında etkisiz hale getirilmeleri, yukarıda da anlatıldığı gibi adadan kaçmaya çalıştığında Truman'ı engellemek amacıyla babasını öldürmek dâhil çeşitli yöntemlere kalkışılması filmdeki şiddet unsurlarına verilebilecek örneklerden birkaçıdır. Ancak Truman Show'daki en şiddetli anın filmin sonunda adadan kaçmaya ve gerçekleri öğrenmeye kararlı olan Truman'ın denize açılması ve programın sürekliliğini sağlamak için ne gerekirse yapmaya hazır olan Christof ve ekibinin Truman'ın gidişine engel olmak için tıpkı babasının ölümünde yaptıkları gibi denizde fırtına çıkarmalarıdır. Truman'ın ölmesini dahi göze alan Christof onun zaten izleyicinin gözleri önünde doğduğunu, dolayısıyla aynı şekilde ölmesinde hiçbir sakınca olmadığını dile getirir. Fırtınadan sağ çıkmayı başaran Truman bayılır ve teknenin ucunun stüdyonun duvarına çarpması ile ayılır ve gökyüzü resmi ile boyanmış duvarı görür. Duvarın dibindeki merdivenleri takip eden Truman *Exit* (Çıkış) yazılı bir kapıya gelir ve izleyici adeta bir Tanrı gibi gökte yankılanan Christof'un sesini duyar:

Christof: Truman ben dünyada milyonlara umut, neşe ve ilham veren bir televizyon programının yaratıcısıyım.

Truman: Öyleyse ben kimim?

Christof: Sen programın yıldızısın.

Truman: Hiçbir şey gerçek değil miydi?

Christof: Sen gerçektin. Seni bu kadar izlenir kılan şey de bu. Beni dinle Truman. Dışarıda senin için yarattığım dünyadan daha gerçeklik yok. Aynı yalanlar, aynı düzenbazlıklar. Ama benim dünyamda hiçbir şeyden korkmana gerek yok. Ben seni senden çok tanıyorum.

Truman: Kafamın içinde kamera yok.

Christof: Korkuyorsun. Bu yüzden gidemezsin. Hayatın boyunca seni izledim. Doğumunda seni ben izledim. İlk adımlarını attığında seni ben izledim. Okulun ilk gününde seni ben izledim. İlk dişini düşürdüğün o bölüm. Gidemezsin Truman. Sen buraya, bana aitsin. ... Konuş benimle, bir şeyler söyle. Tanrı aşkına bir şey söyle. Canlı yayındasın! Tüm dünya seni izliyor.

Truman: Bir daha görüşemezsek, iyi günler, iyi akşamlar ve iyi geceler.

Ve Truman izleyicileri selamlayarak kapıdan çıkar gider. Ekran karşısındaki izleyiciler sevinç çığlıkları atarlar. Hepsi Truman'ın bu sahte dünyadan kaçıp kurtulmasına çok sevinmiştir. Ancak ilginçtir ki daha düne kadar hepsi büyük bir heyecan ve merakla şovu takip etmekte, bütün hayatlarını program önünde yaşamaktadır. Karakterle fazlasıyla özdeşleşen bireyler, belki de Truman'da kendilerini bulmuşlar, toplumdaki tutsaklıklarından kurtulabileceklerini hayal etmişlerdir. Hayatlarının 30 yılını ekran karşısında geçiren ya da bu programa doğmuş olan izleyiciler, programın bitmesinin hemen ardından normal hayatlarına (!) geri dönmüş, televizyonda başka neler var diye sorarak televizyon rehberine göz atmaya başlamışlardır. Zira onlar, hayatlarını televizyon karşısında yaşamaya alışmış tutsaklardır; tıpkı Truman gibi.

Burada, Truman'ın nihayet tutsaklığından kaçışını, yine adada tutsak kalmasına neden olan babası ile ilişkilendirmek mümkündür. Zira Christof'un, Truman'ın şüphelerini gidererek onu adada tutma çabalarından birisi de 'reytingleri altüst edecek mükemmel bir televizyonculuk' olarak adlandırıldığı üzere Truman'ın yıllar önce ölen babasını geri getirmesidir. Babasının geri dönmesi ile birlikte ihtiyaç duyduğu erkek modeline ve bir türlü tam anlamıyla gerçekleştiremediği erkekliğine kavuşan Truman'ın, evini, parçalanmış benliğini, yarım kalmış çocukluğunu, 'yeterince erkeksi olmayan erkekliğini' ve mevcut hayatını geride bırakarak tam ve bütün bir birey ve hayatının

kontrolünü eline almış güç, iktidar ve sorumluluk sahibi bir erkek olmaya adım atışının nedeninin baba ile yeniden bir araya gelişi olduğunu düşünmek mümkündür.

*Dövüş Kulübü'*nde ise babanın yokluğu özellikle önemlidir. Zira Anlatıcı ve dolayısıyla Tyler babasız büyümüş ve bu nedenle çocukluklarından çıkamamış ve gerçek ve sağlam bir erkeklik geliştirememiş karakterlerdir. Her hafta yaptıkları dövüşlerden birinin ardından banyoda oturmuş sohbet eden iki karakter arasındaki geçen şu diyalog bu anlamda dikkate değerdir:

Tyler: Seçme şansın olsaydı kiminle dövüşmek isterdin?

Anlatıcı: Herhalde patronumla. Neden? Sen kiminle dövüştürdün?

Tyler: Babamla.

Anlatıcı: Ben babamı tanımıyorum. Daha doğrusu hiç hatırlamıyorum, çünkü ben altı yaşındayken evi terk etti. Başka bir kadınla evlendi ve ondan da çocukları oldu. Babam bunu her altı yılda bir yapıyor. Altı yılda bir şehir değiştiriyor ve kendine yeni bir aile kuruyor.

Tyler: Aşağılık herif kendine yeni şubeler açıyor desene. Benim babam hiç üniversiteye gitmemiş. Bu yüzden benim gitmem çok önemliydi.

Anlatıcı: Çok tanıdık geldi.

Tyler: Ben de gittim, mezun olunca babamı arayıp “Şimdi ne olacak?” diye sordum. “Bir işe gir çalış” dedi.

Anlatıcı: Al benden de o kadar.

Tyler: Şu anda 25 yaşındayım. Doğum günümde yine babamı arayıp standart sorumu sordum: “Şimdi ne olacak?” “Bilmiyorum” dedi, “git evlen”.

Anlatıcı: Öyle ha deyince evlenemezsin ki. Otuz yaşında bir oğlan çocuğuyum ben.<sup>56</sup>

Tyler: Biz kadınlar tarafından yetiştirilmiş erkekleriz ve ben başka bir kadının aradığımız cevap olduğunu hiç sanmıyorum.

Anlatıcı ve Tyler arasında geçen bu diyalog çalışma açısından önemli kabul edilen birden fazla konuya değinmesi açısından anlamlı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, Anlatıcı'nın babasının her altı yılda bir kendine yeni bir aile kurduğunu söylemesi üzerine Tyler'ın bu durumu tüketim toplumu ile bağdaştırarak babanın kendine adeta yeni şubeler açtığı benzetmesini yapmasıdır. Burada Tyler'ın, Faludi'nin (1999) “süs kültürü” olarak adlandırdığı tüketim kültürünün erkekleri pasifleştirmesinden, kadınsılaştırmasından ve

<sup>56</sup> Anlatıcı ve Tyler'ın hayat hikâyelerinin neredeyse aynı oluşu ve Anlatıcı'nın Tyler'a evlenemezsin dedikten hemen sonra adeta kendi söylediğine cevap niteliğinde ben ile başlayan bir cümle kurması, filmde aslında karakterlerin aynı kişi olduğunun ipuçlarıdır.

adeta birer süs eşyasına çevirmesinden duyduğu tiksintiyi babanın yokluğu ile ilişkilendirmesi, aslında Anlatıcı'nın içinde bulunduğu durumu ve sıkıntılarını babasının onları terk etmesi ile ilişkilendirmesinden kaynaklanmaktadır. Anlatıcı ve Tyler arasında geçen bu diyalogda tüketim toplumuna yapılan bir diğer vurgu ise (doğal olarak) her ikisinin babalarının da onların okumasını ve bir işe girmesini istemeleridir. Burada tüketim toplumunun bireylerine önceden belirlenmiş rollere bürünmeleri ve belirli ödevleri yerine getirmeleri yönündeki dayatmaları dikkati çekerken, diğer yandan özellikle erkek bireylerin kapitalist toplumsal düzenin gereklerini yerine getirmelerinin erkeklikleri ile ilişkilendirilmesi söz konusudur.

İkinci olarak, Tyler'ın "Biz kadınlar tarafından yetiştirilmiş erkekleriz ve ben başka bir kadının aradığımız cevap olduğunu hiç sanmıyorum." sözü, mevcut erkeklik krizinin nedenlerinden birini daha ortaya koyar niteliktedir. Kimmel *Manhood in America* adlı kitabında, erkeklik üzerine çalışmalar yapan feminizm karşıtı bazı düşünür ve kuramcıların krizin ancak erkeğin eve ekmek getirdiği kadının ise evde oturduğu geleneksel evlilikler ile aşılabileceğini öne sürdüklerini, buna karşılık bazılarının ise aksine mevcut krizin tam da bu nedenlerden kaynaklandığını belirttiğini dile getirmiştir. Buna göre kadınların evde oturarak çocuk bakması çocuğun eğitimi ve yetişmesinde kadının baskın olması anlamına gelmekte, bu da erkek çocukların "kadınsı normlara fazla maruz kalması" ile sonuçlanmaktadır. Bu da demektir ki "kadınlar tarafından yetiştirilmiş erkekler, erkekler tarafından yetiştirilmiş erkeklerden daha az erkek olacaklardır." (2006: 182). Tyler'ın aradıkları cevabın başka bir kadın olmadığını dile getirmesi hem hâlihazırda anneleri tarafından yetiştirilmiş ve bunun sıkıntısını çeken erkekler olduklarını ifade etmekte, hem de çözümün artık başka kadınlar değil ancak erkekler olabileceği anlamına gelmektedir.

Tyler'ın bu düşüncesi ise filmde yalnızca erkeklerin girebildiği Dövüş Kulübü'nde kendini fazlasıyla göstermektedir. Bu diyalogun ardından Anlatıcı mutfakta kahve yapar ve dış ses "Neredeyse haftanın her günü Ozzie ve Harriet gibiydik." der. Bu esnada Tyler içeri girer ve Anlatıcı onun kravatını düzeltir. Hunter'a göre bu sahne, Tyler'ın aradıkları cevabın başka kadınlar olmadığı düşüncesini doğrular niteliktedir. Anlatıcı ve Tyler bir kadının varlığı olmaksızın evin içinde bir düzen kurmuşlardır. "Onlar aslında daha çok Ozzie ve Ozzie gibidirler ve bu durumdan son derece memnundurlar." Ancak Hunter bu durumun son derece sorunlu olduğunu düşünmektedir; zira erkeklik krizi her ne kadar



babalara mal edilmiş olsa da asıl ikinci planda kalanlar ve hatta önemsiz görülenler kadınlardır. Bu nedenle erkeklerin nasıl erkek olacaklarını yalnızca babalarından öğrenebileceği beklentisinin kendisi zaten sorunluyken filmin erkeklere daha fazla bel bağlanması yolundaki çözüm önerisi hayli sıkıntılı bir durumdur (2011: 81).

Son olarak ise birbirlerine kiminle dövüşmek istediğini sorduklarında Anlatıcı'nın patronumla (zira hayatında bir baba figürü olmadan büyümüş Anlatıcı'nın mevcut yaşamında güç ve iktidar sahibi olan tek kişi odur-ta ki Tyler gelip hayatının kontrolünü ellerine alana kadar) ve Anlatıcı'nın id'ini temsil eden Tyler'ın ise babamla demesinin, Anlatıcı'nın çocukluğunda kendisine örnek alabileceği bir baba figürü olmaması nedeni ile Oedipus Kompleksi'ni aşamadığına işaret ettiği düşünülebilir. Oedipus Kompleksi'ni aşamayan Anlatıcı'nın Tyler Durden'ı babası ve Marla Singer'ı da annesi yerine koyduğunu söylemek mümkündür. Zira çocuk fallik evreyi atlatılmak için bir babaya ve anneye ihtiyaç duymaktadır. Anlatıcı, anne ve babasıyla mesafeli bir ilişkisi olduğu için ve daha da önemlisi ebeveynleri birbirlerinden ayrı oldukları için sürekli onlar arasında mesaj taşımak zorunda kaldığını ve arabuluculuk yapmak zorunda olduğunu belirtmektedir. Anlatıcı'nın Tyler ve Marla'yı zihninde nasıl konumlandığı düşünülürse aynı şeyi şimdi de o ikisi arasında yaptığı görülmektedir. Tabi burada asıl ilginç olan mesajları bilinci ve bilinçdışı arasında taşıdığı gerçeğidir. İd'i kontrolü öylesine ele geçirmiş ve ego'dan öylesine uzaklaşmıştır ki Anlatıcı her ne kadar Marla ile birlikte olmak istese de bunu yapmaya cesaret edememekte, dolayısıyla bu işi Tyler üstlenmektedir. Anlatıcı, bilinçli olarak gerçekleştiremediği her şeyi bilinçdışının kontrolüne bırakmıştır. Filmde Oedipus Kompleksi'nin en belirgin olduğu sahneler, Tyler ve Marla'nın Tyler'ın evinde seks yaptığı sahnelerdir. Bu durumun Anlatıcı'yı oldukça hayal kırıklığına uğrattığı görülmektedir. Freud'a göre (1924) erkek çocukların en derin ve bastırılmış arzusu babayı öldürerek anneye sonsuz bir birleşmedir. Dolayısıyla bu şekilde okunmak istendiği takdirde filmin sonu (Anlatıcı'nın Tyler Durden'ı öldürerek Marla ile birleşmesi) dahi Oedipus Kompleksi ile bağlantılandırılabilir.

Tyler'ın baba figürü olarak kabul edilmesini anlamlı kılan bir diğer unsur ise, Marcuse'nin *Eros ve Uygarlık* (1955) adlı eserinde belirttiği üzere Freud'un ilk insan topluluklarının lideri konumundaki 'baba' figürüne olan benzerliğidir. Buna göre topluluktaki tüm diğer insanlar üzerinde hâkimiyet kurarak lider konumuna gelen baba topluluktaki bütün kadınları, dolayısıyla da hazzı, kendine saklarken, topluluktaki diğer

kişileri ise kendine itaat etmeye zorlamış, yani hazdan mahrum bırakmıştır. Bu durum ise topluluktaki diğer erkeklerin, özellikle de babanın öz oğullarının sıkıntı çekmesine ve içsel enerjilerini başka yönler kanalize etmeye çalışmalarına neden olmuştur. Hatırlamak gerekirse, baba tarafından hazzın bastırılması, içsel istek ve arzuların tatmininin kısıtlanması ve bu istek ve arzuların topluluğun işlerine kanalize edilmeye zorlanması toplu yaşamda hâkimiyet unsurunun ve iş gücünün temellerini atmıştır. Babaya karşı gelmenin cezası ise topluluktan atılma, iğdiş edilme ve hatta ölüm olmuştur (Marcuse, 1955: 60-62). Freud'un 'baba' figürünü Tyler'a uyarlamak gerekirse Tyler, filmdeki neredeyse tek kadın karakter olan Marla'yı kendine saklamakta, Anlatıcı başta olmak üzere Dövüş Kulübü'nün diğer üyeleri üzerinde kurduğu baskı ve hâkimiyet ile onları kendine itaat etmeye *ikna ederek* hazdan mahrum bırakmaktadır. Tyler'ın bu baskıcı ve dayatmacı tutum akla en başta tüketim kültürünün Anlatıcı ve toplumun diğer bireyleri üzerindeki hâkimiyetini getirmekte, Tyler böylelikle özgür iradeleri olmayan, kişiliksizleşmiş ve nesneleşmiş bireyler yaratmaktadır. Devamlı olarak uyulması gereken kurallar, yerine getirilecek sorumluluklar ve yapılması gereken ödevler ile topluluktaki erkekleri meşgul tutan ve içsel enerjilerini dövürlere ve Kargaşa Projesi'ne vermelerini sağlayan Tyler'ın topluluğun 'babası' rolünü üstlendiğini söylemek mümkündür. Burada Dövüş Kulübü daha önce de değinilen Freud'un Kardeşler Rejimi olarak adlandırdığı toplumsal düzene ve kulübün erkekleri de kardeşlere benzetilebilir. Zira Kardeşler Rejimi modern toplumlarda erkeklerin birlikteliğine, başka bir deyişle (pekâlâ homo-erotik olarak değerlendirilebilecek) bir erkekler kardeşliğine (*fraternity*) dönüşmüştür.

*Dövüş Kulübü*'nün erkekleri "toplumsal Oedipus Kompleksi"ni çözümleyememiş bireylerdir (Ongur, 2011: 171). Tüketim toplumu erkekleri kadınsılaştırmakta ve erkeklerde çocukluklarından kalma bir iğdiş edilme korkusunu su yüzüne çıkarmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi Freud, anneye duyulan arzunun babanın otoritesi nedeniyle baskılanmak durumunda kaldığını ve kendilerinden hayli güçlü ve otoriter olan baba figürünün çocuklarda iğdiş edilme korkusu yarattığını öne sürmüştür. Film boyunca iğdiş edilme kavramı birçok kez sembolik olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Bunlardan birincisi Anlatıcı'nın ilk katıldığı destek grubudur, zira buradaki erkekler gerek fiziksel (testis kanseri olmaları) gerekse zihinsel (hal ve tavırlarının toplum tarafından belirlenmiş sözde 'erkeklik algısı'na ters düşmesi: birbirlerine sarılmaları, birbirlerini dinleyip dertlerini paylaşmaları, ağlamaları vb.) olarak erkekliklerinden uzaklaşmış ve toplumun

kendilerinden beklediklerini yerine getirememiş bireyler olarak tasvir edilmektedirler. Öyle ki seanslarda birbirlerine sarılıp ağlarken bile “Biz hala erkeğiz” demeleri bu anlamda önemli bir göstergedir.

Daha önce de belirtildiği gibi Anlatıcı'nın altı ay sonra ilk defa Bob'un kadını memelerinde (*bitch tits*) huzur bulması ve ağlaması bir tesadüf değildir. Burada Bob, adeta şefkatli bir anne rolünü üstlenmektedir. “Orada, başımı Bob'un göğsüne yaslayıp ağladığım an benim tatilimdi.” diyen Anlatıcı kendini belki de ilk kez ve yalnızca Bob'a açabilmiş, onun kollarında rahatlayabilmiştir. Bu, hayatının başka hiçbir alanında yaşayamadığı ve yaşamasına müsaade edilmeyen bir duygusal boşalım, özgürlük ve rahatlamadır. İğdiş edilmeye verilebilecek diğer bir örnek filmin başlarında Anlatıcı'nın evini kaybetmesi üzerine Tyler'ın “Daha kötüsü de olabilirdi, kadının biri sen uyurken penisini kesip arabanın camından atabilirdi” demesidir. Benzer şekilde Dövüş Kulübü üyelerinin sırlarını açık etmeleri halinde iğdiş edilmekle tehdit edilmeleri ('baba' figürü olarak Tyler) ve yine filmin sonlarına doğru Tyler'ın Kargaşa Projesi esnasında yakalanan polis memurunu penisini kesmekle tehdit etmesi filmdeki iğdiş edilme göndermelerine örnek olarak verilebilir. Bu doğrultuda düşünüldüğünde filmin başlarında (Anlatıcı'nın id'i henüz kontrolü ele geçirmemişken) birkaç yerde belirip kaybolan Tyler Durden görüntüsü de pekâlâ Anlatıcı'ya bu iğdiş edilme korkusunu hatırlatan bir unsur olarak ele alınabilir. Aynı şekilde filmdeki fallik unsurlara verilebilecek örnekler arasında Tyler'ın geceleri makinist olarak çalıştığı sinemada genel izleyici kitlesine hitap eden filmlerin bir yerine şöyle “güzel büyük bir penis (*nice big cock*)” koyması, Tyler'ın banyosunda Anlatıcı'nın sırtını dayadığı duvardan garip bir şekilde çıkan kırık tuvalet kâğıtlığı, Marla'nın dildosu<sup>57</sup>, Tyler'ın filmin başında Anlatıcı'nın ağzına dayadığı silah ve yine filmin sonunda çok kısa bir an perdede beliren penis görüntüsü sayılabilir.

*Dövüş Kulübü*, her ne kadar tüketim toplumunu acımasızca eleştirse de yakından bakıldığında toplum eleştirisinin merkezinde ele aldığı erkeklik mevzusuna yüzeysel olarak değindiği ve aynı toplumda yerleşik olan kullanımları ve davranışları pekiştirdiği söylenebilir. Zira film erkeklikle ilişkilendirilen kalıplaşmış değer ve kavramları sık sık

<sup>57</sup> Tyler, intihar etmek üzere olan Marla'yı kurtarmak için kaldığı otel odasına gittiğinde komodinin üzerinde duran dildoyu görür. Bunun üzerine Marla ona “Merak etme, senin için bir tehdit değil.” der. Burada Marla'nın Tyler'ı dildonun ona bir tehdit oluşturmayacağını söyleyerek rahatlamaya çalışması, Kimmel'in erkeğin diğer erkeklerden, homoseksüel olarak aşağılanmaktan ve en önemlisi erkekliğini yitirmekten korktuğu sözlerini akla getirmektedir.

kullanmakta, üstelik bunu karşı cinsi bir nevi yok sayarak ya da küçümseyerek yapmaktadır. Örneğin Bob'un hormonal bozukluk nedeniyle çıkan göğüslerine kadınsı memeler (bitch tits) denmekte, filmde tek tük görülen bir iki yan karakterin haricinde tek kadın olan Marla Singer karakterini cinsellik düşkünü, işe yaramaz ve intihara meyilli bir kadın olarak resmetmektedir. Filmdeki neredeyse tek kadın karakterin toplumdaki pozisyonu ve rolü incelendiğinde kadın ile erkek arasında doğaları gereği var olduğu kabul ve iddia edilen güç dengesizliği net bir şekilde görülmekte, erkek kadından çok daha üstün, hâkim ve kadir gösterilmektedir. Bütün bunlar bir yana, filmde neden tek bir kadın karakter olduğu sorusunun kendisinin dahi incelemeye değer olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla gerek erkeklik ve kadınlık gerekse de toplumsal cinsellik mevzularına bakıldığında, filmin toplumda süregelen önyargıları ve kalıplaşmış düşünceleri yeniden ürettiği ve mevcut problemlere ışık tutarak yeni perspektifler sunmak yerine onları yalnızca “sistemin yan ürünleri” olarak kullandığı söylenebilir.

### 2.3.4. Genel Değerlendirme

Çalışma kapsamında 1990'lar Hollywood sinemasından örneklem olarak seçilen üç filmin analizi sonucunda, her ne kadar kullandığı dil eleştirel olsa da ve kullandığı araçlar ve teknikler zaman zaman klasik anlatı sineması ile çelişse de Hollywood sinemasının genel olarak kendi yerleşik kodlarının ve basmakalıp düşünce ve değerlerinin dışına çıkamadığı görülmüştür. Zira yapılan film analizleri göstermiştir ki çağın teknolojisinin sağladığı tüm imkânları kullanarak estetik ve görsel açıdan son derece zengin olan bu filmler, Hollywood'un kurulduğu günden bu yana inşa ettiği sinematik kodlardan ve kalıplaşmış değer yargılarından uzaklaşmamış, varlığını borçlu olduğu ideolojik ve ticari koşulları göz ardı edememiştir. Filmler, eleştirdikleri tüketim toplumu ve erkeklik krizi meseleleri ile ilgili yeni herhangi bir şey söylememekte ve ayrıntılı olarak analiz edildiklerinde ve yüzeylerindeki eleştirel örtü kaldırıldığında herhangi bir toplumsal ve politik eleştiri de içermedikleri görülmektedir. Bu da önemli toplumsal meselelere değiniyormuş gibi görünen filmlerin aslında tam da eleştirdikleri meseleleri yeniden ürettikleri ve böylece bu meselelere ışık tutmak yerine görsel ve estetik unsurlar, parçalanmış anlatılar, görsel efektler ve daha birçok teknik imkânlar aracılığı ile onları önemsizleştirdikleri anlamına gelmektedir. *Dövüş Kulübü*, *Amerikan Güzeli* ve *Truman Show* filmleri, "sıradan erkekler için sıradan erkekleri anlatan filmler (erkeklerin kendi ağzlarından kendilerini anlattıkları hikâyeler)" (Hunter, 2011: 77) gibi görünseler de, ne ciddi bir eleştirisinin yapıldığı tüketim toplumu ne de bununla bağlantılı olarak ortaya çıktığı öne sürülen erkeklik krizi meselelerinin derinliklerine inerek onları masaya yatırmamış, yalnızca belirli bir olay örgüsü çerçevesinde ve bolca görsellikle izleyicilere sunmuşlardır.

Biraz daha ayrıntılandırmak gerekirse her biri tüketim kültürünün birer ürünü olan ve gişede büyük başarılarla imza atan bu filmler, tüketim toplumu eleştirilerini (gerekçeleri ve içinde buldukları koşullar zaman zaman çeşitlilik gösterse dahi) hep toplumun benlikleri parçalanmış, kendilerine ve topluma yabancılaşmış, yalnızlaşmış ve nesneleşmiş bireyleri üzerinden yapmış ve tüketim mallarını bireylerin kimliklerini inşa ettikleri ve uğruna benliklerinden vazgeçtikleri 'şeyler' olarak göstermiştir. Buraya kadar her şey doğrudur; tüketim toplumunun bireylerin benliklerinde yarattıkları boşluk ve parçalanma ve bireylerin kaybolan benliklerini ve kimliklerini tüketme eylemi

aracılığıyla bulma çabaları daha önce ayrıntılı olarak incelendiği üzere son derece yakından ilişkilidir. Ne var ki bu eleştirileri yapan ve bu iddiaları ortaya koyan filmlerin milyon dolarlık yapımlar olmaları, başrolde (üstelik *Dövüş Kulübü* filminde iki başrol oyuncusu olduğunu söylemek yanlış olmaz) tüketim toplumundan, medyadan ve erkekliklerinden dem vuran oyuncuların milyon dolarlık oyuncular olmaları ve filmlerde tüketim toplumu eleştirisi için sunulan tüm metaların aslında filmlerin kendisi için birer ürün yerleştirme görevi görmeleri (*Dövüş Kulübü*'nün birçok sahnesinde görülen *Starbucks* bardakları bunun en güzel örneklerinden birisidir) filmlerin inandırıcılıklarını gölgeleyen ve kendi söylemleri ile çelişmelerine neden olan unsurlardır. Üstelik tüketim toplumuna karşı çıkan bu filmlerin tanıtımlarının yapılması için harcanan ekstra milyon dolarlar, reklamlar, afişler, filmlerin gösterimlerinin ardından piyasaya sürülen DVD'ler, film müziği albümleri, oyuncaklar, bilgisayar oyunları ve daha nice tüketim ürünü filmlerin kendi bünyelerindeki çelişkiyi daha da ortaya koyar niteliktedir. Filmler bireylere tüketimin kurbanı olmamalarını öğütlerken ve medyanın ve reklamların nasıl görünmeleri ve olmaları gerektiği yönündeki söylemlerine kanmamalarını söylerken aslında kendileri ile başlayan bir tüketim çılgınlığının kapılarını ardına kadar açmakta ve izleyicileri bu çılgınlığa katılmaya davet etmektedirler.

Baudrillard'ın (2015) tüketimin en anlamlı, en güzel ve en özel *nesnesi* olarak adlandırdığı beden filmlerde kullanımının da yine aynı şekilde hayli ironik olduğu düşünülmektedir. Örneğin *Dövüş Kulübü*'nde reklam panolarında kullanılan çıplak erkek bedenlerini eleştiren ve çözümün bedenlerini medyanın onlara dayattığı gibi geliştirmek ve süslemek değil aksine bedenlerinin görselliğini bozarak onlara zarar vermek olduğunu öne süren Tyler'ın kusursuz bedeni film boyunca birçok sahnede son derece dikkat çekici ve göze hitap eden bir biçimde sergilenmektedir. Bu noktada yönetmen David Fincher'ın, Tyler karakterini canlandıran Brad Pitt'in yakışıklılığının rolünün önüne geçmesini istemediği ve amacının filmin satışlarını arttırmak olmadığı yönündeki açıklamalarının (Deakin, 2012: 108) pek bir inandırıcılığının olmadığını söylemek lüzumsuz olacaktır (Tyler rolünü Brad Pitt'in oynaması göz ardı edilemeyecek bir gerçektir). Zira Hollywood sineması 'yıldız sistemi' üzerine kurulu bir sistemdir. "Bir yıldız sıradan bir oyuncunun sahip olmadığı iki şeye sahiptir: karizma ve bilet sattırma yeteneği." (Maltby, 2003: 384). *Dövüş Kulübü*'nün Tyler'ı gibi dönemin başarılı aktörlerinden Kevin Spacey'nin oynadığı *Amerikan Güzeli*'nin Lester'ı da benliğini bulma ve erkekliğini geri kazanma

yolunda öncelikli olarak kendini Angela'ya beğendirmek için spor yapmaya ve film boyunca yarı çıplak bir halde veya eski sıkıcı takım elbiselerinin yerine üzerine oturan tişörtler ile görülmeye başlamış, benzer şekilde Angela da film boyunca bedeni ve güzelliği ile ön planda olmuş ve cinselliği uyandıran davranışları ve sözleri ile filmde yer almıştır. Ne var ki *Amerikan Güzeli* filminin en temel dayanaklarından biri dış görünüşün ve güzelliğin geçici ve önemsiz olduğu temasıdır.

Filmlerde vurgulanan erkeklik ve şiddet temalarına gelindiğinde ise yine benzer bir çelişki göze çarpmaktadır. Özellikle *Dövüş Kulübü* filminde şiddet erkekliğin en önemli göstergelerinden biri olarak sunulmuştur. Bu da filmde kullanılan şiddet unsurlarının son derece erkeksi ve hatta seksüel oldukları düşüncesini doğurmakta ve bu şekilde heteroseksüel, sert ve iyi görünümlü erkek imgesi gerçek erkekliğin sembolü olarak ortaya konmuş olmaktadır. Film boyunca Anlatıcı ve Tyler başta olmak üzere *Dövüş Kulübü*'ne katılan erkeklerin günlük hayatlarında yaralarını gururla ve erkekliklerini geri kazanmış olmanın verdiği büyük bir özgüvenle sergiledikleri görülmektedir. Bu ise filmin eleştirisini yaptığı tüketim toplumunun ve medyanın erkeği ve erkek bedenini nesneleştirilmesi ile hayli çelişkili bir durum olarak filmde yer almaktadır. Yine benzer şekilde filmler erkeğin ve erkek bedeninin nasıl olması ve olmaması gerektiği üzerine çok fazla odaklanmaları ve bunu görsel olarak çekici kılma arzuları sonucunda aslında kendileri dış görünüşe fazla önem veren bir pozisyonda olmaktadır. Deakin bu durumu erkekliği yansıtmaktan ziyade erkekliği satmak olarak adlandırmış ve filmlerde yer alan bedenlerin ticari görseller olarak işlediğini ifade etmiştir (2012: 112). Zira filmlerde yer alan bedenlerin, çıplaklığın, kanın ve şiddetin görselliği aslında tam da filmin eleştirdiği şeyin, yani bireylerin nesneleştirilmesinin iyi birer örneği olarak izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Bu da filmlerin sıyrılmaya çalıştıkları ideolojik çerçevenin dışına çıkamadıklarına işaret etmektedir. Bunların yanı sıra bu filmlerde sunulan erkekliğin şiddet yoluyla kazanılabileceği düşüncesinin kendisinin de problemlili olduğu düşünülmekte, bu sayede önemli toplumsal ve politik meselelerin üstünün örtüldüğü düşünülmektedir. Giroux, *Private Satisfactions and Public Disorders: Fight Club, Patriarchy, and the Politics of Masculine Violence* (2001: 5) adlı yazısında bu tür filmlerde kapitalizmin krizinin erkeklik krizine indirgenildiğini ve filmlerin kapitalist ekonomik düzenin sosyo-ekonomik ve politik yönlerine değinmektense yalnızca

erkeklerin güçsüz, pasif ve yumuşak bireyler haline geldiği tüketim toplumunu ele aldıklarını ifade etmiştir.

Sinemanın anlam üretme, mevcut anlamları empoze etme, haz yaratma ve temsiller sunma gücü ve rolü göz önünde bulundurulduğunda, filmlerin toplumsal ve politik meseleleri nasıl ele aldığı ve ne şekilde aktardığı oldukça önemli hale gelmektedir. Zira “bir kültüre egemen olan temsiller aslında can alıcı politik önem taşırlar. Kültürel temsiller yalnızca psikolojik duruşları şekillendirmekle kalmaz, toplumsal gerçekliğin nasıl inşa edileceğine ilişkin olarak da, yani, toplumsal yaşamın ve toplumsal kurumların şekillendirilmesinde hangi figür ve sınırların baskın çıkacağı konusunda da çok önemli bir rol oynar.” (Ryan ve Kellner, 2010: 37). Bu nedenle bu çalışma kapsamında analiz edilen bu üç filmin tüketim toplumu ve medya, erkeklik krizi ve şiddet meselelerini nasıl işlediği ve görsel olarak nasıl sunduğu önem kazanmaktadır. Yukarıda da ayrıntılı olarak değinildiği üzere filmler, ele aldığı meseleleri derinlemesine incelememekte ve her ne kadar eleştirel birer analiz olma niteliği taşırsalar da eleştirelilikleri ticari kaygıların süzgecine takılmaktadır. Ancak yine de filmlerin bahse konu meseleleri yüzeysel olarak dahi olsa ele almalarının kendisinin anlamlı ve değerli olduğu düşünülmektedir. Sinemanın daha önce de vurgulanan kültürel ve toplumsal gücü ve rolü düşünüldüğünde, bu filmlerin en azından izleyiciyi (sınırları önceden çizilmiş dahi olsa) bu meseleler üzerine düşünmeye davet ederek ana akım Hollywood sinemasının egemen ideolojiyi benimsemiş ve kalıplaşmış düşünce ve kavramları yeniden üreten çoğu filminden ayrıldığını söylemek mümkündür.



## SONUÇ

Bu çalışmada, başta Amerika olmak üzere dünya genelinde yaşanan ekonomik, toplumsal ve kültürel değişimler ve büyük politik dönüşümler sonucunda yepyeni bir yüzyılın habercisi olarak görülen 1990'lı yıllarda savaş, barış, toplum, birey, benlik, cinsiyet, cinsellik, şiddet ve medya gibi kavram ve alanların yeniden inşa edilmeye ve yapılanmaya başlaması sonucunda dönemin bu gelişmeleri ile birlikte değişen ve dönüşen Hollywood sineması çalışmanın temel inceleme alanını oluşturmuştur. Çalışma, sinemanın mevcut temsilleri olumlayarak veya yıkarak ya da temsiller inşa ederek bireylerin alışkanlıklarına, düşüncelerine, inançlarına, benliklerine ve kimliklerine, kısacası yaşamlarının hemen her alanına etki etme gücü ve rolünden yola çıkarak, filmlerde yer verilen anlatıların, söylemlerin ve temsillerin bireyleri doğrudan olmasa dahi dolaylı olarak değiştirebileceği ve dönüştürebileceği yolundaki düşüncesi nedeniyle anlamlı ve önemli kabul edilmiştir.

Bu çalışmada 1990'lar Hollywood sinemasından örneklem olarak seçilen *Dövüş Kulübü* (1999), *Amerikan Güzeli* (1999) ve *Truman Show* (1998) filmleri tüketim toplumu ve medya eleştirisi, erkeklik krizi ve şiddet temaları etrafında incelenmiş, filmlerin söylemsel olarak ne derece eleştirel oldukları ve söz konusu eleştirilerin gelip dayandığı sınırların neler olduğu çalışmanın temel iddiası doğrultusunda tartışılmıştır. Çalışma, tüketim toplumu, medya, erkeklik krizi ve şiddet gibi konularda eleştirel bakış açıları sunan ve gerek kullandıkları eleştirel dil gerek ise biçimsel ve teknik özellikler bakımından klasik anlatı sinemasından ayrılan bu filmlerin kendilerinin de bir parçası olduğu ideolojik sınırların ve kapitalist ekonomik düzenin güvenli sığınaklarının tamamıyla dışına çıkamadıkları ve eleştirilerinin ancak belirli çerçeveler dâhilinde dile getirilebildiği iddiasını taşımaktadır.

Bu doğrultuda çalışmada örneklem olarak seçilen üç film, üretildikleri dönem olan 1990'ların ekonomik, toplumsal ve politik gelişmeleri de göz önünde bulundurularak çalışmanın kilit kavramlarını oluşturan tüketim toplumu, medya, erkeklik krizi ve şiddet temaları üzerinden ilgili kuramsal çerçeve ışığında incelenmiştir. Tüketim toplumu ve medya, erkeklik krizi ve şiddet temalarına ilişkin literatürün taranması ve bu kavramların kuramsal çerçevede tartışılmasının ardından filmlerin metin analizi yapılmış,

sinematografik unsurların anlamları üretmek/yeniden üretmek üzere nasıl kullanıldığı da incelemeye dâhil edilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde başlangıcından itibaren Hollywood sinemasının hem küresel bir endüstri hem de anlam üreten/yeniden üreten bir mekanizma haline gelmesi tarihsel süreç içinde anlatılmış, böylece kullandığı araçlar ve temsiller aracılığıyla hâkim kurum ve değerleri meşrulaştıran ve ideolojileri empoze eden Hollywood sinemasının günümüz sosyo-ekonomik koşullarındaki konumu ve sahip olduğu gücün nedenlerinin anlaşılması amaçlanmıştır. Bunun için öncelikle dönemin sosyo-ekonomik ve politik koşulları çerçevesinde Amerikan film endüstrisinin ortaya çıkışı incelenmiş ve Hollywood'un küreselleşmesi sürecinde büyük film stüdyolarının kurulması ve filmlerin üretimlerinin yanı sıra dağıtımlarının da yapılmaya başlanmasının beraberinde getirdiği değişimler ve gelişmelere bakılmıştır. Ardından sinemada sesin kullanılması ile birlikte başladığı kabul edilen ve Klasik Hollywood Sineması olarak adlandırılan dönem incelenmiş, bir dizi biçimsel kodun zaman içinde devamlı olarak tekrarlanması sonucunda film yapımının tek veya en doğru yolu olarak düşünülen klasik Hollywood anlatısı biçimsel ve teknik özellikleri ile ele alınmıştır. Klasik Hollywood sinemasının biçimsel ve tarihsel olarak incelenmesini takiben İkinci Dünya Savaşı ile birlikte gerçekleşen toplumsal ve politik gelişmelerin toplumun her alanını olduğu gibi Hollywood sinemasını da etkilediği üzerinde durulmuş ve Klasik Hollywood sineması olarak adlandırılan dönemin sona ermesi ve Yeni Hollywood sineması olarak adlandırılan dönemin başlamasında etken olan unsurlar incelenmiştir.

Hollywood'un küresel bir endüstri ve anlam üretim mekanizmasına dönüşme süreci tarihsel bir akış ile verildikten sonra çalışmanın ikinci bölümünde 1990'lar Hollywood sinemasının arka planındaki toplumsal, politik ve kültürel gelişmelere yakından bakılmış ve çalışma için temel teşkil eden kapitalizm, postmodernizm ve tüketim toplumu kavram ve kuramlarına yer verilmiştir. Böylece çalışmanın örnekleme olarak 1990'lar Hollywood sinemasının gerek gişede gerekse eleştirilenler ve izleyiciler arasında ses getirmiş filmleri arasından seçilen üç filmin eleştirel bir bakış açısı ile analizlerinden önce üretildikleri dönemin doğru bir şekilde anlaşılması ve değerlendirilmesi amaçlanmış ve analiz için gerekli kavramsal ve kuramsal zemin hazırlanmıştır. Bu doğrultuda ikinci bölümün ilk kısmında 1990'lar Amerika'sı toplumsal, ekonomik ve politik bir çerçevede

ele alınmış ve bu dönemin Amerika'nın refah dönemi olarak değerlendirilmesinin ve Amerika'nın dünya genelinde toplumsal, ekonomik ve siyasi bir güç haline gelmesinin altında yatan nedenler incelenmiştir. Buna göre Reagan hükümeti ile başlayan ve Soğuk Savaş'ın sona ermesi, Berlin Duvarı'nın yıkılması, Batı Almanya ve Doğu Almanya'nın birleşmesi, Körfez Savaşı ile birlikte Sovyetler'in dağılması ve kapitalist uygulamaların giderek devletlerin ekonomi politikalarındaki yerini alması ve özelleştirmeler ve yayılcı politikaların artması ile birlikte kapitalizmin etkilerinin toplumsal ve kültürel alanlarda da görülmeye başlanması ile devam eden büyüme süreci, teknolojinin gelişmesi ile birlikte medyanın bireylerin gündelik hayatlarının bir parçası haline gelmesi ve bütün bunların sonucunda tüketim kültürünün ortaya çıkması ile zirveye ulaşmıştır. 1990'lı yılların ortalarından itibaren tarihindeki en büyük ve en uzun süreli ekonomik büyümeye şahit olan Amerika, uluslararası ticaretin gelişmesi, yabancı yatırımların artması ve çokuluslu şirketlerin ekonomik olarak varlık göstermeleri ile dünya genelinde kurulan bir ağ sisteminin merkezinde konumlanmıştır. Uluslararası şirket ve kuruluşlardan küçük ve büyük işletmelere kadar her türlü iş kolunda kullanılmaya başlanan İnternet ile ulusal ve uluslararası düzeyde iletişimin sağlanmasının yanı sıra üretim, tüketim ve dağıtım süreçlerinde ve eğitim, sağlık, ulaşım, taşımacılık ve eğlence sektörlerinde toplumsal, kültürel ve ekonomik bir ilerleme söz konusu olmuştur. İkinci bölümün ilk kısmının sonunda 1990'larda Amerika başta olmak üzere dünya çapında yaşanan bütün bu toplumsal, ekonomik ve politik değişim ve gelişmelerin neden öncelikli olarak Amerika'da gerçekleştiğine yer verilerek kapitalist düzenin ekonominin yanı sıra toplumsal ve kültürel alanlara da etki ettiği ve teknolojinin bu ilerlemelerin en temel unsuru olarak ortaya çıktığı sonucuna varılmıştır.

Çalışma için gerekli olan toplumsal, ekonomik ve politik altyapının incelenmesinin ardından, ikinci bölümün ikinci kısmında çalışmanın kavramsal ve kuramsal zeminini oluşturan kapitalizm, postmodernizm ve tüketim toplumu kavramları gerek anlamları, ortaya çıkışları ve sosyal teori içinde nerede ve nasıl konumlandırıldıkları gerekse birbirleri ile etkileşimleri ve ilişkileri açısından değerlendirilmiş ve tartışılmıştır. Çalışmanın bu kısmının, örneklem olarak seçilen filmlerin analizlerinde kullanılan kavram ve kuramların anlaşılmasına olanak sağlaması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Zira filmler, burada yer alan tartışmalar temelinde analiz edilmiştir. Bunun için bu kısımda öncelikle kapitalist ekonomik düzene ve tüketime dayalı kapitalist

gelişim sürecine değinilmiş, ardından kapitalizmin “kendini tanımlaması” olarak gelişen ve “1990’larda egemen ideolojik ve kültürel tanımlama olarak yayıl[an]” (Erdoğan, 2000: 216) postmodernizm kavramının ortaya çıkışı ve gelişimi ayrıntılarıyla ele alınmıştır. Burada önemli olan unsurlardan birisi, kapitalizmin yalnızca ekonomik bir kavram olarak değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve politik bir sistem olarak da düşünülmesi ve tartışılması gerektiğidir. Zira bu çalışma süresince ve sonrasında da görülmüştür ki ekonomi, kapital, tüketim gibi iktisadi terimler hiçbir zaman yalnızca ekonominin alanına girmemekte, daima başka alanlarda da etkileşim içinde bulunmakta ve bu şekilde anlamlı olmaktadır. Kapitalizmin hızla gelişmesi ve etki alanını ve kapsamını genişletmesi ile birlikte tüketim kavramı ekonomik bir kavram olmanın yanı sıra (hatta belki de daha fazla) kültürel bir kavram haline gelmiş, ekonomik olan aynı zamanda toplumsal olmuş ve metalar kapitalist ekonomik sistemin temel yapıtaşı iken toplumun temel yapıtaşı haline gelmiştir. Bütün bunlar ise asıl vurgunun üretime değil tüketime yapılmasına ve bireylerin kimliklerini metalar üzerinden kurmalarına ve toplum içinde kendilerini metalar aracılığı ile konumlandırmalarına neden olmuş, bu da postmodernist tüketim kültürünün oluşumuna zemin hazırlamıştır.

Çalışmada postmodernizm konusu ele alınırken öncelikle modernizmden postmodernizme geçiş süreci ve modern toplum ve postmodern toplumun benzerlikleri ve birbirlerinden ayrıldıkları noktalar incelenmiş ve bunun bir kopuş mu yoksa bir devamlılık mı olduğu sorusuna cevap aranmıştır. Postmodernin modernin karşıtı değil, daha ziyade onun devamı, çağın gereklilikleri ışığında değişerek evrilmiş ve yön değiştirmiş hali olarak değerlendirilmesinin ardından kavramın bu çalışma için önemine ve çalışma çerçevesinde ne anlamda ve kapsamda kullanıldığına değinilmiştir. Bu noktada Jameson’ın postmodernizm tanımından yola çıkılarak postmodernizmin sanayi sonrası toplum veya tüketim toplumu, medya veya gösteri toplumu ya da çok uluslu kapitalizm olarak da adlandırılabilceği belirtilmiş ve ekonomik bir kavram olan tüketim kavramını sosyal, kültürel ve psikolojik bir kavram haline getiren koşulların postmodernizmin bu şekilde tanımlanmasına neden olan koşulların ta kendisi olduğu vurgulanmıştır. Zira çalışmanın temel kavramlarından biri olan tüketim toplumunun kapsamlı bir analizinin ve eleştirisinin öncelikle postmodernizm kavramının doğru bir şekilde anlamlandırılıp konumlandırılması ile mümkün olacağı düşünülmüştür. Ne de olsa tüketim, postmodern tartışmasının bir ürünüdür.

Postmodernizm kavramının tarihsel ve toplumsal bağlamına oturtulmasının ardından kavramı özellikle günümüz tüketim toplumu için anlamlı ve değerli kılan temsil ve gerçeklik meselesi ele alınmış ve temsil ile gerçeklik arasındaki ilişki sorgulanmıştır. Bu noktada medyanın, özellikle de televizyonun gerçekliği yansıtmak gibi bir kaygısı olmadığı düşüncesinden yola çıkan Baudrillard'ın simülakrum kuramına yer verilmiştir. Postmodernizm, temsil ve gerçeklik ilişkisinin incelenmesi ile birlikte gerçekliğin sorgulandığı ve bireylerin gerçeklik algılarının bozulduğu bir toplumda anlamların çoğalması, kavramlarının içlerinin boşalması ve bireylerin hayatlarının her alanında bir içerik, imge ve işaret yığına maruz kalması sonucu postmodern kimliğin bunalıma girdiği, bunun ise tüketim toplumunun temel dayanaklarından birini oluşturduğu sonucuna varılmıştır. Bu nedenle çalışmanın bir sonraki kısmında tüketim kültürü ve tüketim toplumu kavramları incelenmiş ve ekonomik bir kavram olan tüketimin nasıl sosyal, kültürel ve psikolojik bir kavram haline geldiği üzerinde durulmuştur.

Tüketim toplumunun ayrıntılı bir incelemesine geçilmeden önce çalışmada Freud ve Marcuse'nin uygar birey ve uygar topluma ilişkin düşünceleri gerek psikanalizin gerek ise sosyolojinin çeşitli kavram ve kuramlarından yararlanarak açıklanmaya çalışılmış, böylece tüketim toplumu tartışmalarına zemin hazırlanmıştır. Freud ve Marcuse'den yola çıkarak yapılan uygar toplum analizinin, tüketim toplumu tartışmasında yer alan kavram ve kuramların anlaşılması açısından önemli bir zemin oluşturduğu düşünülmektedir. Bu nedenle burada Freud ve daha sonra onun insan zihninin yapısına ve benliğin gelişimine ilişkin kavram ve kuramlarını Marksist bir temele dayandırılarak sosyo-ekonomik bir bağlamda yeniden ele alan Marcuse tarafından ayrıntılı olarak incelenen haz ilkesi ve gerçeklik ilkesi, bireylerin bastırılmış istek ve arzuları ve uygarlığın bedeli gibi meseleler tartışılmıştır.

Uygar bir toplumun bireylerin benlikleri üzerindeki toplumsal ve psikolojik etkilerine yer verilmesinin ardından çalışmanın sonraki kısmında sosyal, kültürel ve psikolojik bir kavram olarak tüketim kavramı ele alınmış ve tüketimin nasıl bireylerin benliklerini kurdukları ve kimliklerini inşa ettikleri bir kavram haline geldiği incelenmiştir. Postmodern toplumda tüketimin rolünün ve nasıl olup da bireylerin benliklerini kurdukları ve kimliklerini inşa ettikleri bir kavram haline geldiğinin anlaşılabilmesi için tüketim kavramı özne, kimlik, yabancılaşma, arzu ve sembol kavramları ile birlikte

tartışılmıştır. Bunun için öncelikle özne ve kimlik ilişkisi çerçevesinde Marx'ın yabancılaşma kavramından tüketim toplumunun doğurduğu yabancılaşma kavramına dek değişen ve gelişen kavramlar ve süreçler incelenmiş, ardından üretime dayalı bir sistem olan kapitalizmin ayakta kalabilmek için arzular ve sembollerin tüketimine ihtiyaç duyması ve böylelikle tüketime dayalı bir sistem haline gelmesi üzerinde durularak tüketim toplumunun sürekliliği için devamlı olarak ihtiyaçlar yaratmanın zorunlu olduğu hususuna değinilmiştir. Tüketim toplumunun devamlı olarak ihtiyaçlar yaratmasının ise tüketim mallarının bireylerin arzularına hitap etmesi ile mümkün olacağı noktasından hareketle çalışmada bir kere daha Freud ve Lacan'ın kavramlarından yararlanılmış ve arzunun bilinçdışı süreçlerle ve konumlandırmalarla nasıl inşa edildiğine değinilmiştir. Arzu kavramının psikanalitik temeller üzerinden ele alınmasının ardından arzuların yalnızca biyolojik değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel olgular olduğu hususuna geri dönülerek kimliğin inşası için bireylerin arzularına, bireylerin tüketim mallarını arzulamaları için ise onların anlayacağı, ilgi duyacağı ve özdeşleşebileceği imge ve sembolere ve bilinçli veya bilinçdışı istek ve arzularına hitap eden tüketim mallarına ihtiyaç olduğu üzerinde durulmuştur. Arzuların, imgelerin ve sembollerin tüketilmesi konusunda ise kitle iletişim araçları ve reklamlara yönelmiş ve reklamların bireylere seçme özgürlüğü sunduğu yanılsamasına ve bireyleri tüketme eylemine çekmek için her zaman cinselliğe ve erotizme başvurduklarına değinilmiştir.

İkinci bölümün son kısmını oluşturan filmlerin analizine geçilmeden önce incelenen son konu ise film analizleri için temel kavramlardan olan tüketim toplumu bağlamında erkeklik krizi ve erkekliğin ispatı olarak şiddet konuları olmuştur. Bunun için özellikle 1960'lardan itibaren Amerika'da gerçekleşen sosyo-kültürel değişimlerin ve ilerleyen yıllarda etkisini giderek arttıran tüketim kültürünün erkeklik krizinin ortaya çıkmasına etkileri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda dönemin toplumsal ve politik gelişmelerinin de etkisiyle özgüvenleri sarsılmış Amerikan erkeklerinin erkekliklerini ispat ettikleri en önemli toplumsal alanlardan biri olan işleri başta olmak üzere hayatlarının birçok alanında kontrolün kendi ellerinde olmadığını fark etmelerinin onları nasıl erkekliklerinden şüpheye düşürdüğü ve bir krize doğru sürüklediği incelenmiştir. Kadınların evde, iş yerinde ve toplumun diğer alanlarında varlık göstermesi ve daha önce eril olarak tanımlanmış iş ve uğraşlarda boy göstermesi sonucunda erkeklerin sosyal ve özellikle de cinsel hayatlarında güvensiz ve huzursuz hissetmeleri üzerinde durularak

devamlı olarak erkekliklerini kanıtlama ihtiyacı duymalarına değinilmiştir. Bu noktada toplumsal bir inşa olan erkeklik kavramının nasıl devamlı olarak cinsellikle ve iktidar ile bağlantısı üzerinden kurulduğu incelenmiş ve erkekliğin hep öteki üzerinden inşa edildiği gerçeği tartışılmıştır. Erkeklik krizinin nedenlerine ve sonuçlarına ilişkin yürütülen bu tartışmaların ardından ise şiddetin erkeklerin erkekliklerini ispat etmek için başvurdukları en önemli araçlardan biri olduğu ifade edilmiş ve Susan Faludi'nin erkeklik üzerine incelemelerinin ışığında şiddetin altında yatan asıl nedenler, yani günümüz tüketim kültüründe, Faludi'nin deyişiyle "süs kültürü"nde erkeklerin hayatlarının hiçbir alanında kontrolün kendi ellerinde olmadığını fark etmeleri ve şiddeti kendilerini güçlü ve kadir hissettikleri tek an olarak değerlendirmeleri ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünün son kısmı ise film analizlerine ayrılmış ve örneklem olarak seçilen *Dövüş Kulübü*, *Amerikan Güzeli* ve *Truman Show* filmleri yukarıda kısa bir özeti verilen kavramsal ve kuramsal bilgiler ışığında analiz edilmiştir. Filmlerin analizi, 'Parçalanmış Filmler, Parçalanmış Benlikler ve Parçalanmış Hayatlar', 'Tüketim Toplumu ve Medya' ve 'Erkeklik Krizi ve Erkekliğin İspatı Olarak Şiddet Kavramı' olmak üzere üç başlık altında yapılmış, analizlerde kuramsal tartışmaların yanı sıra bu tartışmaları destekleyen sinematografik unsurlara da yer verilmiştir. 'Parçalanmış Filmler, Parçalanmış Benlikler ve Parçalanmış Hayatlar' başlığının altında, filmlerin parçalı doğaları ve postmodern bireyin parçalanmış benliği ve yaşamı arasında bir ilişki kurularak bütün bunların kapitalizmle bağlantısı kurulmuş ve bu konunun postmodernist filmler olarak anılan 1990'lar Hollywood sinemasında sık sık işlendiğine dikkat çekilmiştir. Ardından örneklem olarak seçilen filmler gerek kendi içlerinde gerek ise birbirleri ile konuşturularak bu başlık altında analiz edilmiştir. Bu kısımda özellikle kuramsal çerçevede ayrıntılı olarak ele alınan Marx'ın yabancılaşma kuramından ve Baudrillard'ın gerçeklik ve simülakrum kuramlarından yararlanılarak bireylerin parçalanmış benlikleri incelenmiştir. Her biri masa başı işinde çalışan, hayatlarından memnuniyetsiz, yalnız ve yabancılaşmış bireyler olan başkarakterlerin içinde buldukları bu durumun filmlerde görsel ve teknik olarak nasıl aktarıldığı da kamera açıları ve hareketleri, ışık ve aydınlatma, renk, ses ve görsel efekt kullanımı gibi sinematografik unsurlar aracılığı ile analiz edilmiştir.

Filmlerin analiz edildiği bir diğer başlık 'Tüketim Toplumu ve Medya' başlığı olmuş, bu başlık altında ise tüketimin nasıl bu denli bireylerin hayatlarının bir parçası ve benliklerini

kurdukları ve kimliklerini inşa ettikleri bir kavram olduğu incelenmiştir. Zira üç film de temel argümanlarını ve eleştirilerini tüketim toplumu üzerinden kurmuş ve karakterlerinin hayatlarını bu bağlamda belirli kavramlar ve temalar üzerinden anlatmıştır. Filmlerde tüketim toplumu bireyleri aynı üretim bandından çıkmış ürünler gibi birörnekleştirirken aynı zamanda onları birbirlerinden uzaklaştıran, yalnızlaştıran, yabancılaştıran ve nesneleştiren bir sistem olarak kurulmuş ve bireylerin bu sistem içerisinde nasıl hayatlar yaşadıklarına değinilerek onların bastırılmışlıkları, kapana sıkışmışlıkları ve çaresizlikleri anlatılmaya çalışılmıştır. Bunun için kuramsal çerçevede geniş yer verilen Marx, Marcuse, Freud, Baudrillard ve Berger'in kavram ve kuramlarına başvurulmuş ve filmler bunlar doğrultusunda analiz edilmiştir. Üçü de erkek olan başkarakterin yalnız ve yabancılaşmış bir hayat sürdükleri, hayatlarından memnuniyetsiz oldukları ve etraflarının tüketim malları ile sarılı olduğu görüşmüş, karakterlerin anlamsız hayatlarını anlamlı kılma çabaları kavramsal ve kuramsal bilgiler ışığında incelenmiştir.

1990'lar sinemasında büyük stüdyolar tarafından yapılan birçok filmin orta sınıf değerlere mensup beyaz heteroseksüel erkeklerin kimliklerine, tüketim toplumundaki konumlarına ve cinselliklerine ilişkin sorunlara odaklanması, çalışmanın ana temalarından sonuncusunu oluşturmuş ve *Dövüş Kulübü*, *Amerikan Güzeli* ve *Truman Show* filmleri bu filmlerin birer örneği olarak ele alınmıştır. Tüketim toplumu ile bağlantılı olarak değerlendirilen erkeklik krizi konusu bağlamında Anlatıcı, Lester ve Truman, fiziksel, toplumsal, ekonomik ve psikolojik olarak önceki dönemlerin erkeklerinden ve erkeklik tanımından oldukça uzakta duran 1990'lar Amerikan erkekleri olarak değerlendirilmiş ve ilgili kuramsal çerçeve ışığında incelenmiştir. Her üç filmin de gerek anlatı düzeyinde gerekse biçimsel ve teknik olarak dönemin erkeklik krizini ele alan diğer birçok filmi gibi bölmeli ofisleri ve modern evlerinde kapana sıkışmış olan bastırılmış, yabancılaşmış ve yalnızlaşmış Amerikan erkeğinin çaresizliğini, öfkesini ve başkaldırısını vurguladığı filmlerden kareler ve sahneler ile ortaya konmuştur.

Filmlerin çalışmanın tüketim toplumu ve medya, erkeklik krizi ve şiddet temaları bağlamında analizlerinin ve çözümlenmelerinin ardından her üç filmin de çalışmanın iddiası doğrultusunda ne derece eleştirel olabildikleri ve eleştirilerinin gelip dayandığı sınırlar genel değerlendirme başlığı altında kısaca toparlanmış ve genel bir sonuca varılmıştır. Filmlerin incelenmesi sonucunda, önemli toplumsal ve politik meseleler olan



tüketim toplumu ve medya, erkeklik krizi ve şiddet gibi temalarına yüzeysel olarak değindiği ve meselelerin daha çok görsel olarak ilgi çekici ve vurucu yanlarını ele alarak derinlerine inmediği görülmüştür. 1990'lar sinemasının önceki dönemlere kıyasla biçimsel ve teknik olarak daha ileride olması ve medya kökenli genç yönetmenlerin dijital teknolojileri ve görsel efektleri anlam yaratmak amacı ile daha sık kullanmaları sonucunda ortaya çıkan yeni biçimsel tarz ile filmlerde görsel unsurların ve farklı anlatı tarzlarının olduğu göze çarpmış, ancak ele alınan ve eleştirisi yapılan toplumsal meselelerin filmlerin görselliğinin gerisinde kaldığı ortaya konmuştur.

Çalışmanın sonunda, filmlerin anlatsal, biçimsel ve görsel analizleri sonucunda Hollywood sinemasının bağlı olduğu ideolojik ve ticari kodları göz ardı edemediği ve eleştirilerinin ticari kaygıların gelip dayandığı noktada son bulduğu yahut geçersiz kılındığı görülmüştür. Ne var ki burada incelenen filmlerin ve 1990'ların diğer birçok eleştirel filminin meselelere yüzeysel dahi olsa değinmelerinin kendisinin de değerli olduğu düşünülmektedir. Böylelikle bu filmlerin hâlihazırda açıkça egemen ideolojiyi onaylayan ve kalıplaşmış düşünce ve kavramları yeniden üreten çoğu ana akım filminden bir nebze olsun ayrılarak en azından bireylerin bu meselelere (yalnızca filmin süresi ile sınırlı olacak olsa dahi) ilişkin fikir yürütmesi ve kalıplaşmış düşüncelerin yerinden oynatılması yolunda bir adım attıklarını söylemek mümkündür. 1990'lardan sonraki yıllarda yapılan Hollywood filmlerinin tüketim toplumu, erkeklik krizi ve şiddet meselelerini ne şekilde ele aldıkları ve milenyum ile birlikte eleştirel filmlerin hangi yönde ilerlediği soruları ileri çalışmaların konusunu oluşturabilir. Benzer şekilde 1990'lar Hollywood sinemasında hayli yer bulan bu meselelerin aynı dönemde Avrupa sinemasında nasıl ele alındığının incelenmesinin de, mevcut çalışmanın ticari Hollywood sinemasının ancak belirli sınırlar çerçevesinde eleştirel olabildiği iddiası bakımından değerli veriler sağlayabileceği düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Abisel, N. (2006). *Sessiz Sinema*. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- American Beauty* (1999). (t.y.). Erişim: 16 Mart 2015 IMDb:  
<http://www.imdb.com/title/tt0169547/>
- Ansen, D. (17 Ekim 1999). *A Fistful Of Darkness*. Erişim: 3 Haziran 2015, Newsweek:  
<http://www.newsweek.com/fistful-darkness-168314> adresinden alındı
- Appleby, J. (2012). *Amansız Devrim: Kapitalizm Tarihi* (2. b.). (A. C. Akkoyunlu, Çev.) İstanbul: Alfa Yayınları.
- Balio, T. (2007). Global Hollywood. P. Cook içinde, *The Cinema Book* (s. 49-54). London: British Film Institute.
- Barry, R. (2012). It's Not Blood, It's Red: Colour(s) of Jean-Luc Godard,. *Vertigo*(30).
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon* (6. b.). (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2015). *Tüketim Toplumu* (7. b.). (H. Deliceçaylı ve F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Benjamin, W. (2013). *Pasajlar*. (A. Cemal, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Benshoff, H. M. ve Griffin, S. (2009). *America on Film: Representing Race, Class, Gender, and Sexuality At The Movies* (2. b.). West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Berger, J., Blomberg, S., Fox, C., Dibb, M. ve Hollis, R. (2010). *Görme Biçimleri* (16. b.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bhabha, H. K. (1995). Are You A Man or A Mouse? M. Berger, B. Willis ve S. Watson (Ed.) içinde, *Constructing Masculinity* (s. 57-65). New York: Routledge.

- Bishop, R. (2000). Good Afternoon, Good Evening, and Good Night: The Truman Show as Media Criticism. *Journal of Communication Inquiry*, XXIV(1), 6-18.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Booker, M. K. (2007). *Postmodern Hollywood: What's New In Film And Why It Makes Us Feel So Strange*. Connecticut: Praeger Publishers.
- Boon, K. A. (2003). Men and Nostalgia for Violence: Culture and Culpability in Chuck Palahniuk's Fight Club. *The Journal of Men's Studies*, XI(3), 267-276.
- Bordwell, D., Staiger, J. ve Thompson, K. (1985). *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*. New York: Columbia University Press.
- Brenton, M. (1966). *The American Male*. Connecticut: A Fawcett Premier Book.
- Butler, J. (2014). *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi*. (B. Ertür, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Birinci Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi* (2. b.). (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Charrier, J. P. (2010). *Bilinçdışı ve İnsan* (2. b.). (H. Portakal, Çev.) İstanbul: Cem Yayınevi.
- Cook, P. (2007). *The Cinema Book* (3. b.). London: British Film Institute.
- Deacy, C. (2002). Integration and Rebirth through Confrontation: Fight Club and American Beauty as Contemporary Religious Parables. *Journal of Contemporary Religion*, 17(1), 61-73.
- Deakin, P. (2012). *Masculine Identity In Crisis In Hollywood's Fin De Millennium Cinema*. University of Manchester.

- Debord, G. (2010). *Gösteri Toplumu* (3. b.). (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Elsaesser, T. ve Buckland, W. (2002). *Studying Contemporary American Film: A Guide to Movie Analysis*. London: Arnold.
- Embassy of the United States. (t.y.). Erişim 23 Mart 2015, <http://www.usemb-ankara.org.tr/ABDAnaHatlar/Tarih.htm#b12>
- Erdoğan, İ. (2000). *Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim: Sömürünün Paketlenişi*. Ankara: Erk Yayınları.
- Faludi, S. (24 Ekim 1999). *It's 'Thelma And Louise' For Guys*. Erişim: 3 Haziran 2015, Newsweek: <http://www.newsweek.com/its-thelma-and-louise-guys-168068> adresinden alındı
- Faludi, S. (1999). *Stiffed: The Betrayal of the American Man*. New York: HarperCollins Publishers Inc.
- Featherston, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fincher, D. (Yöneten). (1999). *Dövüş Kulübü* [Sinema Filmi].
- Freud, S. (1965). *New Introductory Lectures on Psychoanalysis*. New York: W. W. Norton Co.
- Freud, S. (2000). *Civilization and Its Discontents*. Buckinghamshire: Chrysoma Associates Limited:  
<http://www2.winchester.ac.uk/edstudies/courses/level%20two%20sem%20two/Freud-Civil-Disc.pdf>
- Freud, S. (2013). *Psikanaliz Üzerine* (17. b.). (A. A. Öneş, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Freud, S. (2014). *Haz İlkesinin Ötesinde Ben ve İd* (4. b.). (A. Babaoğlu, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

- Freud, S. (1924). The Dissolution of the Oedipus Complex. *Freud: Complete Works 1890-1939*.
- Fromm, E. (2008). *The Sane Society*. London: Routledge.
- Giroux, H. A. (2001). Private Satisfaction and Public Disorders: Fight Club, Patriarchy, and the Politics of Masculine Violence. *JAC: A Journal of Composition Theory*, XXI(1), 1-31.
- Goffman, E. (1963). *Stigma*. London: Penguin.
- Hall, S. (2013). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (2. b.). California: Sage Publications.
- Hausmann, V. (2004). Envisioning the (W)hole World "Behind Things": Denying Otherness in American Beauty. *Camera Obscura*, 19(1), 112-149.
- Holmlund, C. (2008). *American Cinema of the 1990s: Themes and Variations*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Hunter, L. (2011). Fathers, Sons, and Business in the Hollywood "Office Movie". E. Watson ve M. E. Shaw içinde, *Performing American Masculinities: The 21st-Century Man in Popular Culture* (s. 76-102). Bloomington: Indiana University Press.
- II, P. N. (2013). American Beauty: An Interview with Alan Ball, from Creative Screenwriting, January–February 2000. T. Fahy içinde, *Alan Ball: Conversations*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Jameson, F. (1985). Postmodernism and Consumer Society. H. Foster (Ed.) içinde, *Postmodern Culture* (s. 111-125). London: Pluto Press.
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*. (N. Plümer ve A. Gölcü, Çev.) Ankara: Nirengi Kitap.

- Kellner, D. (1992). *Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities*. S. Lash ve J. Friedman (Ed.) içinde, *Modernity and Identity*. Oxford: Basil Blackwell.
- Kimmel, M. S. (2006). *Manhood in America: A Cultural History* (2. b.). Oxford: Oxford University Press.
- Kimmel, M. S. (2013). - Homofobi Olarak Erkeklik: Toplumsal Cinsiyet Kimliğinin İnşasında Korku, Utanç ve Sessizlik 5 No. 2 (2013), 92-107. *Fe Dergi*, V(2), 92-107.
- King, N. (2007). New Hollywood. P. Cook içinde, *The Cinema Book* (s. 60-68). London: British Film Institute.
- Kozloff, S. (1988). *Invisible Storytellers: Voice-Over Narration in American Fiction Film*. Los Angeles: University of California Press.
- Kuhn, A. (2007). Classic Hollywood Narrative. P. Cook içinde, *The Cinema Book* (s. 45-48). London: British Film Institute.
- Kuhn, A. ve Abel, R. (2007). The Rise of the American Film Industry. P. Cook içinde, *The Cinema Book* (s. 12-18). London: British Film Institute.
- Lacan, J. (2002). *Ecrits*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- Lee, T. (2002). Virtual Violence in Fight Club: This Is What Transformation of Masculine Ego Feels Like. *Journal of American and Comparative Cultures*, 25(3-4), 418-423.
- Lindner, C. (2003). Can't Get No Satisfaction: The World of Commodities. C. Lindner içinde, *Fictions of Commodity Culture: From the Victorian to the Postmodern* (s. 1-16). Burlington: Ashgate.
- Maltby, R. (2003). *Hollywood Cinema* (2. b.). Oxford: Blackwell Publishing.
- Marcuse, H. (1955). *Eros and Civilization: A Philosophical Inquiry into Freud*. Massachusetts: Beacon Press.

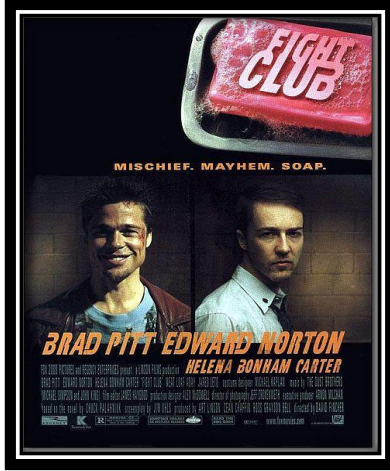
- Martin, K. H. (Ocak 2000). *A World of Hurt*. Cinefex Magazine: <http://edward-norton.org/fc/articles/worldofhurt2.html>
- Marx, K. (2003). *1844 El Yazmaları: Ekonomi Politik ve Felsefe*. Eriş Yayınları.
- MacCannel, J. F. (1991). *The Regime of the Brother: After the Patriarchy*. London: Routledge.
- Mendes, S. (Yöneten). (1999). *Amerikan Güzeli* [Sinema Filmi].
- Mulvey, L. (2004). Visual Pleasure and Narrative Cinema. L. Braudy, & M. Cohen içinde, *Film Theory and Criticism : Introductory Readings* (s. 837-848). New York: Oxford University Press.
- Ongur, H. Ö. (2011). *Tüketim Toplumu, Nevrotik Kültür ve Dövüş Kulübü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Palahniuk, C. (2013). *Dövüş Kulübü* (12. b.). (E. Özsayar, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Peretti, J. (1996). Capitalism and Schizophrenia: Contemporary Visual Culture and the Acceleration of Identity Formation/Dissolution. *Negations*, I(1).
- Ritzer, G. (2011). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, (2. b.). (Ş. S. Kaya, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ryan, M., & Kellner, D. (2010). *Politik Kamera: Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Simpson, P., Utterson, A., & Shepherdson, K. J. (2004). *Film Theory: Critical Concepts in Media and Cultural Studies* (4. b.). London: Routledge.
- Snowden, R. (2012). *Freud Kilit Fikirler* (2. b.). (M. İnan, Çev.) İstanbul: Optimist Yayınları.
- Solomon-Godeau, A. (1995). Male Trouble. M. Berger, B. Wallis, & S. Watson (Dü) içinde, *Constructing Masculinity* (s. 69-76). New York: Routledge.

- Tripp, D. (2005). "Wake Up!": Narratives of Masculine Epiphany in Millennial Cinema. *Quarterly Review of Film and Video*, 22(2), 181-188.
- U.S. Department of State. (2005). Outline of U.S. History. Erişim: 19 Mart 2015, <http://iipdigital.usembassy.gov/media/pdf/books/historytln.pdf>
- Ward, G. (2014). *Postmodernizmi Anlamak*. (T. Gbekin, ev.) İstanbul: Optimist Yayım Dağıtım.
- Weir, P. (Yöneten). (1998). *The Truman Show* [Sinema Filmi].
- Wise, J. M. (2002). Mapping the Culture of Control: Seeing through the Truman Show. *Television and New Media*, III(1), 29-47.
- Wolf, M. J. (1999). *The Entertainment Economy: How Mega-Media Forces Are Transforming Our Lives*. London: Penguin.
- Wyatt, J. (1994). *High Concept: Movies and Marketing in Hollywood*. Austin: University of Texas Press.



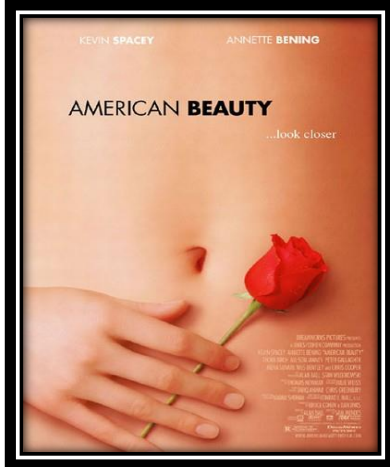
## EK 1: ÖRNEKLEMİ OLUŞTURAN FİLMLERİN KÜNYELERİ

### 1. DÖVÜŞ KULÜBÜ (FIGHT CLUB)



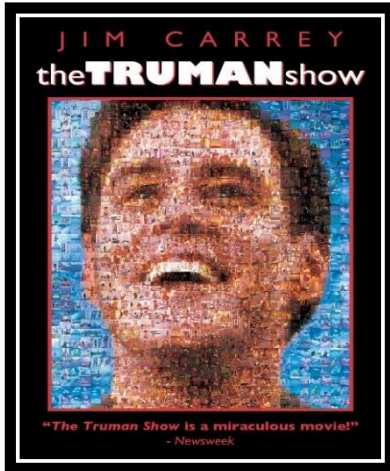
Yönetmen: David Fincher  
 Yapımcı: Ceán Chaffin  
 Senarist: Chuck Palahniuk (Roman)  
 Jim Uhls (Senaryo)  
 Görüntü Yönetmeni: Jeff Cronenweth  
 Oyuncular: Edward Norton  
 Brad Pitt  
 Helena Bonham Carter  
 Meat Loaf  
 Jared Leto  
 Yapım yılı: 1999, ABD  
 Süre: 139 dakika  
 Hasılat: 100,853.753 \$

### 2. AMERİKAN GÜZELİ (AMERICAN BEAUTY)



Yönetmen: Sam Mendes  
 Yapımcı: Alan Ball  
 Bruce Cohen  
 Senarist: Alan Ball  
 Görüntü Yönetmeni: Conrad L. Hall  
 Oyuncular: Kevin Spacey  
 Annette Bening  
 Thora Birch  
 Wes Bentley  
 Mena Suvari  
 Yapım yılı: 1999, ABD  
 Süre: 122 dakika  
 Hasılat: 356,296.601 \$

### 3. TRUMAN SHOW



Yönetmen: Peter Weir  
 Yapımcı: Andrew Niccol  
 Scott Rudin  
 Senarist: Andrew Niccol  
 Görüntü Yönetmeni: Peter Biziou  
 Oyuncular: Jim Carrey  
 Ed Harris  
 Laura Linney  
 Noah Emmerich  
 Natasha McElhone  
 Yapım yılı: 1998, ABD  
 Süre: 103 Dakika  
 Hasılat: 264,118.201 \$

## EK 2. TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU



**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU**

**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA**

Tarih: 24/06/2015

Tez Başlığı / Konusu: 1990'LAR HOLLYWOOD SİNEMASINDA TÜKETİM TOPLUMU, ERKEKLİK KRİZİ VE ŞİDDET ELEŞTİRİSİ

Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 156 sayfalık kısmına ilişkin, 23/06/2015 tarihinde şahsım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 1'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

**Adı Soyadı:** Ezgi SERTALP

**Öğrenci No:** N11123013

**Anabilim Dalı:** İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

**Programı:** İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı

**Statüsü:**  Y.Lisans  Doktora  Bütünleşik Dr.

24.06.2015

**DANIŞMAN ONAYI**

UYGUNDUR.

Yrd. Doç. Dr. Çağla KARABAĞ SARI

**EK 3. ETİK KURUL İZİN MUAFİYET FORMU**

**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TEZ ÇALIŞMASI ETİK KURUL İZİN MUAFİYETİ FORMU**

**HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA**

Tarih: 24/06/2015

Tez Başlığı / Konusu: 1990'LAR HOLLYWOOD SİNEMASINDA  
TÜKETİM TOPLUMU, ERKEKLİK KRİZİ VE ŞİDDET ELEŞTİRİSİ

Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmam:

1. İnsan ve hayvan üzerinde deney niteliği taşımamaktadır,
2. Biyolojik materyal (kan, idrar vb. biyolojik sıvılar ve numuneler) kullanılmasını gerektirmemektedir.
3. Beden bütünlüğüne müdahale içermemektedir.
4. Gözlemsel ve betimsel araştırma (anket, ölçek/skala çalışmaları, dosya taramaları, veri kaynakları taraması, sistem-model geliştirme çalışmaları) niteliğinde değildir.

Hacettepe Üniversitesi Etik Kurullar ve Komisyonlarının Yönergelerini inceledim ve bunlara göre tez çalışmamın yürütülebilmesi için herhangi bir Etik Kuruldan izin alınmasına gerek olmadığını; aksi durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

**Adı Soyadı:** Ezgi SERTALP  
**Öğrenci No:** N11123013  
**Anabilim Dalı:** İletişim Bilimleri Anabilim Dalı  
**Programı:** İletişim Bilimleri Tezli Yüksek Lisans Programı  
**Statüsü:**  Y.Lisans  Doktora  Bütünleşik Dr.

24.06.2015

**DANIŞMAN GÖRÜŞÜ VE ONAYI**

Yrd. Doç. Dr. Çağla KARABAĞ SARI

**Detaylı Bilgi:** <http://www.sosyalbilimler.hacettepe.edu.tr>

**Telefon:** 0-312-2976860

**Faks:** 0-3122992147

**E-posta:** [sosyalbilimler@hacettepe.edu.tr](mailto:sosyalbilimler@hacettepe.edu.tr)

