

# Aronofsky Sinemasında Tüketimin Ezoterik Kodları ve Alegorik Anlatımı

## Esoteric Codes and Allegorical Expression of Consumption in the Aronofsky Cinema

Dr. Öğr. Üyesi Y. Derya Birincioğlu \*

### Özet

Bireyler gündelik hayatta üretim ve tüketimin ikircikli yapısı içerisinde yer alır. Bu ikircikli yapı içerisinde biyolojik ihtiyaçlardan çok sosyal ihtiyaçlar öncelik kazanır. Popüler kültür bu ihtiyaçların doyuma ulaşmasında merkezi bir rol oynar. Popüler kültür ve tüketim gelişimini modernite ile gelen dönüşümlerle kazanır. Modernite ile beraber birey kendini artık bir tüketim nesnesine dönüştürür. Bu sebeple, popüler kültürün gelişimi tüketim toplumunun ortaya çıkışı ile paralellik gösterir. Postmodernizmde ise tüketime farklı bir anlam yüklenir. Tüketim, bireyi ve toplumu doğrudan şekillendiren ve etkileyen bir olgudur. Kültürel göstergeler, toplumda fetişleştirilerek tüketim nesnesi haline dönüştürülür ve bireyler birbirleriyle yarışarak kendi hayatlarını değiş-tokuş eder. Bu noktadan sonra tüketimin kültürel bir nitelik kazandığı söylenebilir.

Günümüzün en önemli olgularından biri olan tüketim, sinemanın da sıklıkla değindiği/anlattığı konulardan biridir. Buradan hareketle çalışma, Darren Aronofsky'nin Requiem for a Dream (Bir Rüya İçin Ağıt), The Wrestler (Şampiyon) ve Mother! (Anne!) filmlerinde tüketim toplumuna yönelik geliştirdiği eleştirileri incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle postmodern yaklaşımların tüketim olgusuna yükledikleri anlam tartışılmakta ve filmlerde yer alan kodların tüketim kavramıyla olan ilişkisi göstergebilimsel ve hermeneutik okumalara tabi tutulmaktadır. İncelenen filmlerde tüketim ve ezoterizm arasındaki ilişkinin yan anlamlar üzerinden kurulduğu görülmektedir. Tüketimin bireyler üzerindeki etkisi "ön-yansıtıcı bedensel mekanizma" anlayışı çerçevesinde seyirciye sunulmaktadır. Filmlerde yer alan tüketim olgusu popüler kültür ve ezoterizm kavramları eşliğinde yorumlanmakta ve eleştirel bir perspektifle ele alınmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketim Toplumu, Popüler Kültür, Postmodernizm, Göstergibilim, Hermeneutik.

### Abstract

Individuals take part in the double structure of production and consumption in everyday life. Within this biologic structure, social needs take precedence over biological needs. Popular culture plays a central role in satisfying these needs. It gains the development of popular culture and consumption through the transformations that come with modernity. With modernity, the individual transforms himself into an object of consumption. For this reason, the development of popular culture parallels the emergence of consumer society. In postmodernism, a different meaning is attached to consumption. Consumption is a phenomenon that directly shapes and affects the individual and society. Cultural indicators are fetishized in society and transformed into objects of consumption, and individuals compete with each other to exchange their own lives. After this point, consumption can be said to have acquired a cultural quality.

Consumption, which is one of the most important phenomena of today, is one of the subjects that cinema often talks about. Working from here, Darren Aronofsky's Requiem for a Dream, The Wrestler, and Mother! (Mom!) aims to examine the criticisms developed for the consumer society in his films. In the study, the meaning of postmodern approaches to consumption is discussed and the relationship of the codes in films with the concept of consumption is given semiotic and hermeneutic readings. In the films examined, it is observed that the relationship between consumption and esotericism is based on side meanings. The effect of consumption on individuals is presented to the audience within the framework of the understanding of "pre-reflective bodily mechanism". The consumption phenomenon in films is interpreted with the concepts of popular culture and esotericism and is dealt with a critical perspective.

**Key Words:** Consumption Society, Pop Culture, Postmodernism, Semiotic, Hermeneutic.

## 1. Giriş

Tüketim olgusu insanoğlunun var olduğu tüm zamanlar boyunca edindiği temel faaliyetler arasında yer alır. Ancak bireylerin tüketim motivasyonları gelişen dünyanın ihtiyaçları çerçevesinde farklılık gösterir. Kapitalizm, kitlesel popüler kültürün ortaya çıkışı, sınıf kavramının sınırlarının yeniden belirlenmesi ve bireyciliğin artışı ile birlikte tüketim yeni bir anlam kazanır. Bu kültürel yeni anlamda tüketim; nesnelere, imgeler, düşler, göstergeler ve hazlarla yoğun bir ilişki içerisine girer.

İmgeler dünyasında oluşan popüler kültür, kültür endüstrisi ürünleri aracılığıyla bireylerde ihtiyaç yaratarak onlara her şeye sahip olma güdülü bir bakış açısı kazandırır. Bu bakış açısı, bireylerin kendilerinden uzaklaşmasını, yabancılaşmasını ve mübadele edilebilecek metalar haline dönüşmesini sağlamaktadır. Kapitalizmin popüler kültürle yakın teması, gündelik hayat pratiklerinde üretim ve tüketim dinamiklerini tersine çevirmekte, bu rutini benimsemeyenler için hayatı anlamsızlaşmakta ve toplumun tümünü etkisi altına almaktadır.

Tüketim dinamikleri, bireylerin zihinlerinde serbest olarak dolaşan değerleri, gönderdikleri mesajlarla yeniden üretmekte, kültür endüstrisinin süzgecinden geçirmekte ve arzu ekonomisine işlerlik kazandırmaktadır. Kültürel temsiller, toplumsal yaşamın belirlenmesinde ve tüketim kalıplarının oluşturulmasında belirleyici olmaktadır. Tüketimin tek tek bireyler için söylem üretmesi, yalnızlaştırma ya da farklılaştırma süreçlerini harekete geçirmektedir. Yalnızlaşan ve farklılaşan birey, toplumsal ilişkilerden tasfiye edilir ya da toplumsal dayanışmayı ortadan kaldırır (Bauman, 1999). Farklılıklar üzerine kurulu tüketim ideolojisinin postmodern toplumda gücünü kaybetmemesi için, her gün bir önceki günün eğilimini tasfiye ederek yeni bir eğilim inşa etmesi gerekir.

Çalışma, günümüz toplumlarının sorunu haline gelen tüketim kalıplarını odak noktası olarak belirlemektedir. Tüketim olgusunun bireyi ve toplumu değiştiren ve dönüştüren yapısına dair göstergelerin yorumlanabilmesi için araştırmada amaçlı örnekleme kullanılmaktadır. Bu bağlamda çalışmada Darren Aronofsky'nin popüler kültür ve ezoterizm arasında ilişki kurduğu *Requiem for a Dream (Bir Rüya İçin Ağıt)*, *The Wrestler (Şampiyon)* ve *Mother! (Anne!)* filmlerinde yer alan kodların tüketim kavramıyla olan ilişkisi göstergebilimsel ve hermeneutik(yorumsamacı) epistemolojik konumdan yola çıkan yöntem kullanılarak ortaya çıkarılır. Göstergebilim, imgeler dünyasının kendini yansıtırma, simüle etme ve taklit etmeye dair kodlarının yorumlanmasında oldukça etkili bir güce sahiptir. Göstergebilim bir filmin söylemsel, anlatısal ve anlamsal çözümlenmelerinin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Her gösterge bireyler için taşıdığı anlam dizgeleri ile toplumsal bir dilin/söylemin oluşmasını sağlar. Seçilen göstergelerin birleştirilmesiyle oluşturulan anlatı yapısı anlam dizgelerine ideolojik bir boyut kazandırır. Anlatılar, bireylerin zihninin merkezinde hiçbir zaman tek bir anlamı zorunlu kılmaz. Roland Barthes (1979, s. 89) anlatı çizgilerini inşa eden iki yapıdan söz eder. Ona göre yan anlam göstergenin taşıdığı gizli anlam tarafından üretilirken düz anlam ise dilsel niteliğe sahiptir. Gösteren ve gösterilen arasındaki alegorik ilişki yapısını yaratan yan anlam, kültüre bağlı değerlerle kodlanır. Bu sebeple, karmaşık kültürel gerçekler ve mitlerden yararlanarak kavramsallaştırılan anlatı yapılarının yorumlanmasında/anlamlandırılmasında göstergebilim oldukça merkezi bir yerde konumlanır. Çünkü sinema dil gibi yapılır ama bir dil değildir. Dil sistemlerindeki sınırsız

tahayyül edebilme mekanizmasına değil aksine sınırlı belirtme mekanizmasına sahiptir. Dil sistemlerindeki gösteren-gösterilen arasındaki fark sinemada yönetmenin seçimleriyle sınırlandırılır (Monaco, 2001, s.154-163). Bu sebeple seyirci anlamlandırma sürecini tamamlamak için metonimi ya da metaforun oluşturduğu sinemasal simgeleri ve anlam dizgelerini yorumlayabilmeli ve anlatının katmanlı yapısına dair okumalar gerçekleştirebilmelidir. Diğer taraftan kodların katmanlı yapısının okunabilmesi ve ezoterik<sup>1</sup> bağlarının çözümlenebilmesi için hermeneutik okumalardan da yararlanılmalıdır. Hermeneutik (yorumsamacı) okuma yönteminin amacı metnin anlam çerçevesini belirli bir bakış açısı ile değerlendirerek anlaşılır kılmaktır. Bu noktada hermeneutik kültürel formların bütünü oluşturulan anlatı kalıpları, dilsel yapı, ifade, olgu, süreç ve anlam zincirlerinin kavranmasında merkezi bir rol üstlenir. Hermeneutik metnin dilinin ve psikolojisinin ortaya çıkarılmasında çeşitli unsurlarla bağ kurularak açıklanmasına imkân sağlar.

Aronofsky'nin filmlerinde insan ontolojisinin teolojik okumalarına gönderme yapması bu çalışmada göstergeler ve kodlar arasındaki bağın kurulması noktasında en az göstergebilim kadar hermeneutik yöntemi de önemli kılar. Çalışmada kullanılan her iki yöntem ile film anlatısının metinlerarası göndermeleri derinlemesine değerlendirilebilir. Yönetmen, *Requiem for a Dream*'de (*Bir Rüya İçin Ağıt*, 2000) Amerikan gündelik hayatında uyuşturucu ve medyanın tüketim aracı olarak nasıl kullanıldığına dair detaylı bir eleştiri getirirken *The Wrestler* (*Şampiyon*) filminde çile, acı ve beden üçlemesini İsa, Ram ve Cassidy ile kurulan ezoterik bağla tüketim eleştirisine dönüştürülür. *Mother!* (*Anne!*, 2017) filminde ise gündelik hayat pratikleriyle birlikte din olgusunun da tüketim nesnesi haline dönüşmesine dair eleştirilere yer verilir. *Mother!* filmi dini referanslara gönderme yapmasının -yaratılış miti Âdem ile Havva miti ve mesih miti- yanı sıra sembolik tüketim de gönderme yaparak insanların dünyayı ve toplumu yok etmesini sorgulamaktadır. Film metninin çatısını oluşturan "Var olmak için tüketmek zorunda mıyız?" sorusunun cevabını içeren döngü ile anlatı açılır ve kapanır. Filmlerin çözümlenmesine geçmeden önce kodların anlamlandırılmasında ışık tutacak olan tüketim olgusunun teorik altyapısına değinmek anlamlı olabilir.

## 2. Tüketim Kültürünün Teorik Çerçevesi

Tüketim olgusu bugüne kadar kuramcılar tarafından gerek ekonomik gerekse kültürel bir süreç olarak ele alınmaktadır. Bu farklı bakış açıları, tüketimin toplumun tümünü etkisi altına alan bir ideoloji olması noktasında birleşir. Bu bağlamda tüketim, ister kültürel bir süreç -Robert Bocock'un (1997) ifade ettiği gibi toplumlar tarafından oluşturulan gösterge ve sembollerin içinde bulunduğu tarihsel bir değişim süreci, ya da David Chaney'in (1999) belirttiği gibi insanların kendilerini konumlandırırken yararlandıkları her türlü toplumsal etkinlik- ister de ekonomik bir süreç -Keynes'in belirttiği gibi marjinal tasarruf eğilimi ve gelir seviyesi ile ilişkili- olsun, ihtiyacın karşılanmasından ziyade ihtiyacın kendisi haline gelmektedir. Tüketim, özellikle kapitalizmin dinamiklerinin dönüşümü ile yeni anlamlara bürünmekte ve yeni yaşam tarzı kültürünü toplumun kullanımına sunmaktadır. Bu şekilde yaratılan hipergerçeklik içerisinde bireyi tektipleştirerek haz ekonomisine yönelmesi için her gün yeni gereksinimler inşa etmektedir.

<sup>1</sup> Bu çalışmada ezoterik kavramı, metnin içindeki temel anlamın dışında saklı kalan sembolik anlamların yanı sıra tinsel farkındalığı da ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır.

Tüketimin gelişim süreçlerine bakıldığında birbirinden farklı üç dönemden bahsedilebilir. İlk dönem Max Weber'in *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* adlı çalışmasında derinlemesine yorumladığı; sermaye sahiplerinin, burjuvazinin ve eğitimli işçi sınıfının kapitalizm için gerekli üretkenlik anlayışı ile Protestan ahlakı arasında organik bir bağ kurarak kazancın ve sermaye birikiminin yasallaşmasını sağladığı süreçtir. Püritenler, düzenli yaşamları, aralıksız çalışmaları ve nefsin arzularına yenilmeden edindikleri birikimlerini gereksiz harcamalardan kaçınan bir anlayışa sahiptir (Weber, 2011, s.155-156). Protestan ahlakının bu "çok çalışarak az tüketme" anlayışı bir süre sonra yerini çalışmadan tüketmeye ya da çalışarak statü atlamaya dayalı hazzı etik anlayışına çevirmiştir. Statülerin doğuştan geldiği sosyal tabakalar/sınıflar yerini mesleki konum, entelektüel bilgi ve gelir çıktılarının oluşturduğu gösterişli tüketim performanslarına bırakmaktadır (Oskay, 1983, s.177). Thorstein Veblen'in gösterişli tüketim kavramsallaştırması burada devreye girer. Ürünler, statü ve prestij belirleyen göstergelere dönüştürülür. Veblen, ürünlere sahip olmakla statü arasında anlamsal bir ilişkiden söz eder. Ona göre, tüketiciler, satın aldıkları ürünlerde faydadan ziyade kendi iktisadi ve sosyal güçlerini artıracak bir zemin aramaktadır. Gösterişli tüketime yöneldikçe artan sosyal statü hiyerarşisi diğerlerinde olmayan bir şeye sahip olmanın yollarından biri olarak görülür (Veblen, 1995, s.102-114). Harcama ve hazzı dayalı tüketimi yaşam biçimi şekline dönüştüren sınıf, kendilerini böyle anlamlandırmakta ve israf temelli harcamayı hayatın amacı haline getirmektedir. Gösterişli tüketim, seri üretimin aksine pahalı ve kimsede olmayan el yapımına sahip olmayı teşvik etmektedir. Başkasına öykünen bireyin ihtiyaçlarını karşılaması ve hazzına/arzusuna ulaşmasının tek yolu budur (Veblen, 1995, s.67-68). Veblen'in açıklamalarından yola çıkarak içerik olarak türdeş ürünlerin farklı sunumlarının büyüme kapılan bireyin, tüketim ideolojisi içerisinde kitleselleştirilen birey olmayı kabul ettiği söylenebilir. Bu noktada toplumdaki diğer bireylerden gösterişli tüketim pratiğiyle farklılaşmak isteyen birey, tüketim kültürünü yaşam felsefesi haline getirerek bu felsefenin inşa ettiği yanılısalı kimlik algısına sahip olur. Böylelikle tüketim ekonomik temelinden sıyrılarak kültürel bir boyut kazanır.

ABD'de Henry Ford'un seri üretim yoluyla ürettiği otomobillerin satışı ile başlayan fordist üretim, tüketim kültürünün ikinci dönemine denk gelir. Tüketim kalıplarının standartlaştırılması prensibiyle 1930'larda harekete geçen fordizm, üretim sistemlerinin de, ürünün de standartlaşmasıyla toplu pazarlara rağbet edecek tüketici modelinin/bütünsel bir yaşam tarzının oluşmasını sağlamaktadır (Harvey, 2014, s.158). Fordist dönem bireylerin meslek sahibi olmasında ve statü atlamalarında önemli bir role sahiptir. Aynı zamanda fordist dönem tüketim çağına geçişin de itici gücüdür (Bocock, 1997, s.31). Bu dönemden sonra seri üretim sistemini kendisine referans alan kültür endüstrisi, tüketicilerin içgüdülerine ve düşlerine seslenerek onların arzularını kışkırtıp, metalar dünyasında tükettikçe kendileri olabilecekleri yeni bir alan açar. Birey, sanayi toplumuna geçişle çalışmanın, ihtiyaçların giderilmesi için bir araç olmaktan ziyade sermaye birikiminin oluşması için zorunlu bir etkinliğe dönüşmesiyle bu dinamiği kendisi için aşılmaz bir hale getirir.

Sermaye birikimine sahip olan yeni orta sınıf, kültür endüstrisinin toplumda tüketim ideolojisine yaygınlık kazandırmasında itici bir güç olur. Entelektüel yaşam tarzıyla özdeşleşen yeni orta sınıf, tüketim kültürünün yaratıcısı ve uygulayıcısı olarak önemli bir rol üstlenmekte ve toplum üyelerini tüketim kültürünün sürdürülebilir bir nitelik kazanması

konusunda teşvik etmektedir (Konyar, 2000, s.23). Bu sınıf, hayat tarzını ihtiyaçlardan ziyade yeni imajı ve boş zaman etkinlikleri üzerinden belirlerken, tüketim kültürünün gündelik hayatta işlerlik kazanmasına katkı sağlamaktadır. Kapitalizm, tüketim olgusunun kültürel bir nitelik kazanmasından, boş/serbest zaman süreçlerinin endüstri haline dönüşmesinden ve kültür endüstrisi yoluyla bireyleri yöneten mekanizmalar haline gelmesinden beslenmektedir. Bu şekilde kültür endüstrisi yabancılaşma yerine yabancılaşan hayatların yeniden inşasını gerçekleştirmektedir. Tüketimin hayat tarzı ve iletişim aracı olması boş zaman ve imajların inşa edilmesiyle sağlanır. Fishwick, tüketim ideolojisinin ürettiği ikonların bireyin zihninde biriken imaj yığınları olduğunu belirtir. Ona göre, bu yığınlar bireyin gündelik yaşamındaki anlamlar dolayısıyla kullanıma sokulmaktadır (Aktaran: Featherstone, 1996, s.168). Bireyin kendisini özgürleştirmesinde imaj oldukça önemli bir rol oynar. Tüketimin yarattığı yeni imajla, birey/özne yeni bir kimlik kazanır. Tüketim bu imajın üretilmesinde kültür endüstrisinden yardım alır. Kültür endüstrisinin meta olarak ürettiği imajlar birer ikon haline gelmekte, zihinlerde yer etmeye başlamakta ve birey ikonlara verilen anlamları yücelterek, toplumsal konumunu, tutum ve davranışlarını biçimlendirmektedir (Oktay, 1993, s.27-28). Tüketim ideolojisinin tektipleştirme mekanizmasının içine giren birey, diğer bireylerden onu ayırdığını düşündüğü yeni imajı ile toplumda yer almaktadır. İkonların/ürünlerin şekillendirdiği yaşam tarzı, bireyi tek boyutlu düşünce ve davranış kalıbının içine sokarak, ona yanlış ve sahte ihtiyaçlar üretmektedir. Marcuse bireylerin bu tek boyutlu düşünce ve davranış kalıplarını “sarhoşluk” olarak niteler. Ona göre, bireyler kendi mutluluğunun sarhoşluğunda sosyo-ekonomik sistemin iktidarına teslim olmakta ve ona bağlanmaktadır (Marcuse, 1990, s.10-11). Böylelikle birey, gerçek dünya algısını kaybederek mesajları, imajları ve ikonları yaratan kültür endüstri tarafından yeniden üretilir. Göstergeler dünyasında anlamlar ve hazlar yaratan popüler kültür, onları dolaşıma sokarak etkin bir sürecin yaşanmasını sağlar (Fiske, 1999, s.35). Bu şekilde, insan ontolojisinin biyolojik alt kodlarını oluşturan her şey, ihtiyaç olmaktan çıkarılarak bağımlılık derecesinde haz aracına dönüştürülür ve bireyin kimliğini oluşturur. İçgüdüsel temelden beslenen haz, fordist üretim tarzı sonrası, artan kültürel sahip olma arzusu ile gücünü meşrulaştırmaktadır.

Zygmunt Bauman ise tüketim ideolojisinin değişimini şu şekilde aktarmaktadır:

[...] İnsanlar eskiden beri tüketim toplumuna üyedirler. Ancak postmodern evrede toplumun üyelerine dayattığı norm tüketim rolünü oynama kabiliyeti ve isteği şeklinde biçimlenmektedir. Tüketime dayalı ekonomi mantığı, tüketicinin doyumunun anında sağlanması ve son bulması gerektiğini söyler. Bu doyum aşamasında zaman asgari düzeye çekilmeli ve sıkıştırılmış zaman prensibi esas alınmalıdır. Zira tüketim toplumu kültürü öğrenmek üzerinden değil, unutmak üzerinden güç kazanır. Bu noktada ihtiyaçlar ve ihtiyaçların giderilmesine dayanan arzu ekonomisi ilişkisi tersine çevrilir. İhtiyaç ne kadar az bilinirse, tatmin vaadi bir o kadar çekici hale gelir. Bilinmeyen bir deneyimi yaşamak büyük bir eğlence serüveninin kapılarını aralar. Tüketiciyi doyumsuzluk çemberinin içine çeken bilinmeyen arzuların verdiği acıdır (Bauman, 2012, s.84-86).

Bauman'ın insanların tüketim odaklı toplum yapısının arkaik üyeleri olduğu iddiası Stearns'ün (2006) toplum-tüketim ilişkisini postmodern dönemden sıyrıp antik Roma'ya

kadar götürmesiyle güç kazanmaktadır.<sup>2</sup> Bauman'ın saptamaları çerçevesinde, birey, üretim zincirine dahil olduğu anda kaçınılmaz olarak tüketim sisteminin de göstergelerinden birine dönüşür. İlk andan itibaren haz, tüketim sisteminin itici gücü olarak görev almaya başlar. Bu sebeple insan doğasının bir unsuru olan tüketim, kaçınılmaz olarak modern öncesi dönemle ilişkilendirilmesine rağmen, esas olarak insanların yaşam tarzlarına ve gündelik yaşam pratiklerine postmodern dönemde egemen olur. Etki gücünün artmasında postmodern toplumun kapitalist ekonomik gelişmelerinin temel aldığı “sıkıştırılmış zaman” prensibinin, tüketim kültürünün içinde hep varolan arzu ekonomisine hız kazandırıp tüketim ideolojisinin temelinde yer alan olguyu değiştirmesi yatmaktadır.

Tüketim kültürünün üçüncü ve en önemli dönemi; daha hızlı, ucuz ve farklılaşmış üretim sürecinin aşırı tüketim olgusunu harekete geçirdiği post-fordist üretim sistemidir (Konyar, 2000, s.21). Fredric Jameson (2011, s.115) kapitalizmin postmodernizmle yeni bir kültürel mantık geliştirdiğini ve sermayenin metalaşan alana yayıldığını belirtir. Jameson, “geç kapitalizmin kültürel mantığı” olarak yorumladığı bu süreci, çokuluslu yapıların estetik değerleri bile metaya dönüştürebilme gücü ile ilişkilendirir. Kapitalizm manipülasyona açık bireye metaların tüketimleri için ihtiyaç, istek ve arzu stratejisiyle yaklaşmakta, onun seçme yeteneğinde kafa karışıklığı ve körleşme yaratmaktadır. Bireysel inisiyatifi ve özgün tercihleri ise devre dışı bırakmaktadır. Kapitalizm zaman zaman tahakküm alanı kuramadığında ise, içine girdiği çıkmazdan yine tüketimi merkeze alarak çıkmaktadır. Geç kapitalizmin kültürel mantığının oluşmasında Jameson gibi Harvey de postmodernizmi kapitalist üretim tarzındaki dönüşümlerin “yan ürünü” olarak ele alır. Harvey'e göre bu süreçle beraber işgücü piyasalarının yapısındaki dönüşüm, esnek istihdam politikaları, esnek birikim, kadınların üretim ve işgücü piyasalarındaki yeri, kültürel yelpazenin genişlemesine, yeni orta sınıfın oluşmasına, tüketim odaklı yaşam tarzlarının ve gündelik hayat pratiklerinin belirgin hale gelmesine neden olmaktadır (Harvey, 2014, s.176,184). Başka bir deyişle, Mike Featherstone'un da belirttiği gibi, “geç kapitalist”, “postmodern” ya da “tüketim toplumu” olarak ifade edilen süreçte toplumların yaşam tarzları metaya dönüşmekte ve yaşam tarzlarında bireyin bireyselliği ve farklılığı ön planda yer almaktadır (Featherstone, 1996, s.40-41). Postmodern kültürün tüketime dayalı davranış kalıpları içerisinde birey, tüketim davranışlarını taklit etmenin bir adım daha ötesine giderek kendi melez tüketim tarzını oluşturmaktadır (Bocock, 1997, s.86). Bunun sonucunda melez tarzdan beslenen birey, kendine özgü unsurları bir araya getirdiği imge/gösterge sistemleriyle var olur. Kapitalizmin popülerleşen imge/gösterge sistemleri Gilles Deleuze ve Felix Guattari'nin kapitalizm yorumlarından yardım alınarak açıklanabilir. Deleuze ve Guattari *Kapitalizm ve Şizofreni* adlı çalışmalarında kapitalizmin hem her yerde hem de hiçbir yerde olarak kendi krizlerini dahi metaya dönüştürdüğünü belirtir. Kapitalist iktidar merkezleşerek her yere sirayet etmekte ve sızdığı alanlarda metalaşma sürecini yaygınlaştırarak yaşam alanlarına yerleşmektedir. Deleuze ve Guattari, kapitalist iktidarın bireyi konumlandırın yapısını “arzu lokomotif”i olarak nitelendirir. Bu bağlamda birey, doğduğu andan itibaren yaşamın her alanına sızan “arzu lokomotif”i içerisinde konumlandırılmaktadır. Bu lokomotifler arasında ilerleyen birey, bir

<sup>2</sup> Tüketim kültürü ticaret ve statü ile ilişkilidir. Daha detaylı bilgi için bkz: Stearns, Peter (2006). *Consumerism in World History*. London: Routledge.

süre sonra meta mübadelesini, benlik mübadelesine dönüştürür (Deleuze ve Guattari, 2014, s.2-8). Bu tüketimin sürdürülebilirlik kazanması için arzunun akışkanlık kazanması gerekir. Bilinçdışı kontrol mekanizmasını devre dışı bırakan, beklenmedik yönlere ilerleyen ve akıcı olan arzu mekanizması, bireyin rasyonel ve ahlaki yanlarıyla süreci denetlenmesine imkân sağlamaz (Bocock, 1997, s.98). Böylelikle birey, içinde bulunduğu lokomotifin belirlediği rota ile tüketim yolculuğunu tamamlayabilir ve kapitalist iktidarın ekonomik beklentilerini karşılayabilir.

Bireyin kapitalist iktidarın ekonomik beklentilerini yerine getirirken karşılaştığı sorunlardan biri yabancılaşmadır. Andrew Wernick *Promosyon Kültürü* adlı çalışmasında, bireyin kendisine yabancılaşma sürecini, benliğini promosyon ürünü haline getirmesiyle ilişkilendirir. Başka bir deyişle, birey metalara sahip olmakla yetinmeyen ve kendini meta haline dönüştüren bir yapıya sahiptir. [...] Wernick, postmodern toplumun değişen ve gittikçe promosyon odaklı bir yapıya dönüşmesini; meta üretiminin evrenselleşmesine, ürün standartlaşmasında aşırı büyüme ve kârlılığa, imajla kuşatılan metaların ekonomik değişikliklere neden olmasına bağlamaktadır. Bu noktada, üretim-tüketim dengesi arasındaki muğlaklaşma, mülkiyetçi bireyin promosyoncu bireye dönüşmesini sağlar. Birey, kendini rekabetçi dolaşım alanı içinde üreten bir benlikle hareket etmeye başladığında, sahicilik probleminin doğmasına ve kimlik krizinin yaşanmasına neden olmaktadır (Wernick, 1997, s.279-292). Bu şekilde, birey, nesnelliği sorgulanan bir dünyada, kendi öznel gerçekliğini kurma yanılsamasına kapılmakta ve toplumsal konumun koşullarına göre kurguladığı benliği bölünmekte ve tükenmektedir. Başka bir deyişle, postmodern toplumda bireylere önce tükenmişlik sendromunun semptomları öğretilmekte, daha sonra da bu sendromun semptomları ile mücadele yöntemi tüketim pratikleri üzerinden pazarlanmaktadır/sunulmaktadır.

Baudrillard (2010a, s.111) ise, postmodernizm içerisindeki tüketimi, mülkiyet ilişkisi ve statü hiyerarşisinden bağımsız bir iletişim ve mübadele sistemi üzerinden yeniden inşa edilen göstergesel dil olarak ifade eder. Baudrillard'ın ifadesi doğrultusunda gündelik hayatta bireylere tükettikçe özgürleşebilecekleri, tükettikçe var olabilecekleri mesajı verildiği söylenebilir. Maddi nesnelere ziyade göstergelerin ve sembollerin – geleneksel, rastlantısal ve evrensel- belirlediği tüketim ideolojisi, bireyin ihtiyaçlarını kültürel bir zemin üzerinden tatmin etmektedir. Bu tatmin mekanizmasında tüketicilerin arzu ekonomisini harekete geçiren olgu, nesnelere/metalar dünyası değil, her bireyin farklı şekilde yorumladığı/yorumlayacağı semboller dünyasıdır. Birey, semboller dünyasının tüketimsel kodlarını anlamlandırırken topluma ve kendine yabancılaşarak ortaklık duygusunu kaybeder. Bu noktada nesnelere/metalar birer iletişim aracına dönüşür ve içerdikleri sosyal anlamların tüketime işlerlik kazandırdığı söylenebilir.

John Fiske, tüketim kültüründe metaların kültürel işlevlerinin önemine değinir. Ona göre, ekonomik temele dayanan metalaşma olgusu, gündelik hayat pratiklerinde estetik fenomen, haz/arzu ve anlam dolayımıyla şekillenir. Bireysel deneyimler kullanılıp bitirilen nesnenin sonunda arzuyu doyuma ulaştırıp yeni bir arzu oluşumunu sağlar. Arzunun doyuma ulaştırılması ve sonrasında yeniden bir ihtiyaç niteliği taşıması psikolojik niteliğine ve öğrenilebilen bir davranış olmasına bağlıdır (Fiske, 1990, s.39). Bireye öncelikle yapay ve zorlama olana nasıl gereksinim duyacağı öğretildikten sonra bu gereksinimi doyuma ulaştırma yöntemi de aynı kültürel yapı tarafından öğretilmektedir (Illich, 2002, s.60). Fiske'in saptaması bağlamında tüketimin, fiziksel olmasının yanı sıra

psikolojik temelli ve öğrenilebilen bir davranış şekli olduğu, gündelik hayatta kültür endüstrisi tarafından çağrılan bireyin öğrendiği davranış şekliyle tüketime karşılık verdiği söylenebilir. Tüketimin psikolojik temeliyle ilgili benzer bir açıklamayı Bauman da yapmaktadır. Bauman'ın, (1999, s.81) "Üretim toplumundan farklı olarak eğitilen birey kapitalizmin bir dizi kültürel değeri ve sembolleri ile tanışır. Bunların anlamlarını ve yönlendirme motivasyonlarını kavrar" saptaması, toplumun bireye tüketiciliğe dair arzuları ve bu arzuların en yüksek seviyede nasıl kullanılacağını öğrettiğini göstermektedir. Gündelik hayat pratiklerinde her gün bir önceki günden daha farklı bir tüketim mesajıyla çağrılan birey, bu etki gücü yüksek mesaja cevap verecek bir davranışı göstermelidir/göstermektedir. Bu bağlamda hayatın anlamı tüketim ideolojisinin tözünde saklı tutulmaktadır.

Çalışmalarında gündelik hayatın tözüne odaklanan Lefebvre, haz odaklı düşünme ile öğrenilen/öğretilen tüketim alışkanlıkları arasındaki ilişkinin altını çizer. Lefebvre'ye göre doygunluk ve uyarılma pratiği arasında ilerleyen tüketim toplumu, bireyin varoluşunu tatmin/haz duygusu üzerine kurar. Tüketim, bireyi nesnelere yönelmek için kendi kimliğinde her zaman tamlık vaadinde bulunur. Ancak bu vaat bireyin hiçbir zaman ulaşamayacağı doygunluğa işaret eder. Bu sebeple tüketim her gün bireye yeni ve farklı çağırma tekniği ile seslenerek doyum isteğini tazeler (Lefebvre, 1998, s.83). Aynı zamanda her gün yeniden üretilen anlamlar ve formlarla, uyarılan ve doygunluğa ulaşamayan bireyin tüketim isteği, duygusal cemaat özelliği taşıyan "postmodern kabileler" de toplumsal bir yarış tetikler. Bu yarış sayesinde birey, kendi hedonist evrenini inşa etmekte, cemaat/kabile üyeleri ile iletişimde bulunmakta, tüketim yarışında görünür olmakta ve bu yarış sürdürdükçe onay almaktadır. Bu şekilde birey, tüketimin ekonomik ve teknolojik işlevlerine değil, taşıdığı ve aktarabildiği sembolik anlamlarına yönelmektedir. Tüketim ideolojisinin karşı tarafa verdiği mesaj ve kimlik oluşturma değeri, metanın fonksiyonel özelliklerinden daha değerli olmaktadır (Douglas ve Isherwood, 1999, s.83). Kısacası Ivan Illich'in de (2002, s.11) belirttiği gibi tüketim, taklitçi, gösterişçi ve yapay bir imaj dünyasında insanın sahip olduklarıyla değer kazandığı, utanç ve suçluluk temalarından arınan, her türlü çılgınlığın meşru sayıldığı gönüllü bir kulluk ideolojisidir. Bu ideoloji gündelik hayat pratiklerinde her gün yeniden inşa edilerek bireyin rıza üretimine işlerlik kazandırmaktadır. Özellikle postmodern kültürün taklit, eklektik ve görsel kodları harmanlayan melez üslubunun, tüketim ideolojisi ile birleşerek rıza üretimini yeniden inşa etmesi, Aronofsky filmlerinde de karşımıza çıkmaktadır. Yukarıda tüketim olgusunun belirtilen teorik çerçevesi Aronofsky'nin *Requiem For A Dream (Bir Rüya İçin Ağıt)*, *The Wrestler (Şampiyon)* ve *Mother! (Anne!)* filmlerinin çözümlenmesinde temel kavram haritalarının oluşturulmasını ve yorumsamacı okumanın belirli bir bakış açısı ile sınırlandırılmasını sağlamaktadır. Aronofsky belirlenen bu üç filmde tüketim toplumunun temel sorunlarını, popüler kültürün gündelik yaşam kültürüne dönüşmesini, gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmak için yapay mutluluk arayışlarını, kutsal niteliklerin yitirilerek maddileşmesini ve değerlerin yerini imajların almasını haz odaklı düşünme ile öğrenilen tüketim davranışları temelinde sunar. Yönetmenin bireyin kimlik/imaj bunalımını sorguladığı ve ezoterik kodlarla teyellediği bu anlatıları tüketim olgusu bağlamında farklı okumalara tabi tutulabilir.



### 3. Hazcı Tüketimin Çoklu Duyusal Bağımlılıkları: Requiem For A Dream (Bir Rüya İçin Ağıt)

Tappy Tibbons Show ile açılan filmde Sara kendi sıradan hayatını televizyon ile renklendirirken Harry de arkadaşlarıyla uyuşturucu içerek toplumsal sorunlardan uzaklaşmaktadır. Amerikan toplumunun farklı bağımlılıkları üzerinden tüketim tutkusunu eleştiren film, popüler kültürün kitleleri pasifleştiren yönüne vurgu yapar. Başka bir deyişle filmde gündelik hayatın birbirinden farklı boş vakit etkinlikleri için çağrılan bireyin tükettikçe doyum isteği tazelenir.

Gösterge olarak kullanılan televizyon, düz anlamsal değer olarak Sara'nın dış dünya ile iletişim araçlarından biridir. Diğer taraftan televizyon, popüler kültür, mitler, hegemonyacı ritüeller ve sembolik ideolojinin egemen üreticileridir. Programlarda verilen imajlar ve hikayeler gündelik hayattaki problemleri çözmede yeni mitler inşa etmektedir. Bu mitler bireyin şiddetle, ölümle, aşkla, seksle ve toplumsal çatışmayla uzlaşmasını belirli koşullar altında mümkün kılar. Aynı zamanda bu mitler belli bir ideolojiyi, hâkim düşünüş ve görünüş tarzını, yaşam şeklini popülerleştirir, doğallaştırır ve otoriteye boyun eğmeyi sağlar (Erdoğan, 2001, s.85). Tüketim faaliyetleri içerisinde yer alan duygular, biyolojik gereksinimler ve estetik algılar programlarda yer alan kültürel mitler dolayısıyla televizyonda üretilir. Başka bir deyişle popüler kültür ürünlerinin yer aldığı televizyonun tüketim bilincini oluşturduğu söylenebilir.

Fiske (1987) popüler kültür izleyicilerini "göçebe öznellik" kavramsallaştırması üzerinden tanımlar. Ona göre, sınırlanamayan, belirli bir yerde konumlanmayan ve özgür olan bu izleyiciler, içinde yaşadıkları koşullar ve ortamın dışına çıkamazlar. Bu sebeple göçebelikleri egemen güçler karşısında sınırlandırılmıştır. Bilinçli olarak alternatif kaynaklara yönelmedikleri sürece izledikleri programlarda egemen düzenin ürettiklerini tüketirler. Egemen güçlerin ideolojisine bağımlı hale gelirler ve onun karşısında güçsüz kalırlar. Popüler olanın mümkün olduğunca çok ve tekrar tekrar tüketilmesi istenir. Bu istem, reklamlar, programlar, arzu ekonomisi, bireyin yetersizlikleri ve psikolojik doyumunu vurgulayan baskı ile yeniden üretilir. Kapitalist egemen Pazar ideolojisi televizyon, kültür, eğlence ve cinsellik üzerinden pasif olan tüketicileri aktif hale getirmektedir. Bu bağlamda göçebe öznelliğe sahip olan Sara için televizyon sadece hazcı tüketimin bir eğlence aracı değildir. Aynı zamanda yaşlı ve yalnız olan kadının kocası öldükten sonra psikososyal doyuma ulaştığı bir araçtır. Gideceği her yere televizyondaki görüntüleri taşıyarak iletişim ve etkileşim sürecini yenilemektedir. Ancak Sara'nın egemen güçlerin ideolojisini yeniden ürettiği unutulmamalıdır. Özellikle oğluna kayıp fantezisinin -geçmiş, güzelliği, arkadaşları, eşi ve oğlu- çıkış yolu olarak sunduğu yarışma programı, bu ideolojinin yeniden üretilmesinin bir örneğidir. Bu fantezi oğluna yarışmaya katılmanın onun için ne anlama geldiğini ifade ettiği dilsel göstergelerde yeniden üretilir: "Görmüyor musun? En önemli koltukta oturmaya hak kazandım ve herkes beni seviyor. Yakında tüm dünya beni tanıyacak onlara senden ve Seymour'dan bahsedeceğim." Sara televizyona çıktığında popülerliğinin daha da artacağını ve kayıplarından kurtularak başka bir sosyal dünyaya ait olacağı fantezisini güçlendirmektedir. Bireyin kendine yabancılaşmasında çare olarak düşünülen televizyon yalnızlaşma sürecine katkı sağlamaktadır. Gösteri dünyasının yarattığı imgelerin gerçekliğine inanan birey o imgelere dönüşemediğinde mutlak yalnızlığı artmaktadır. Filmde de Sara'nın televizyon bağımlılığından uzaklaştığında

sosyal çevre kazandığı ancak yeniden bu bağımlılığın dozunu artırdığında kendi yalnızlığına mahkûm olduğu görülür.

Sara'nın televizyon bağımlılığı Neil Postman'ın kavramsallaştırması çerçevesinde değerlendirilebilir. Postman (1994) televizyonun eş zamanlı olarak aynı enformasyonu yaygın bir hedef kitleye ilettiğini bu sebeple de bu enformasyon yapısının zorunlu bir eğlence biçimine dönüştüğünü belirtir. Hakikat ve ideoloji yerini imgeler dünyasına bırakır. Televizyon gösteri dünyasını merkeze alan yapıyla kolektif hafızayı tepkisizleştirmek üzerine kurulur. Televizyonun renkli ve eğlenceli dünyasının peşinde koşan yığınlar pasifleşerek gösteri dünyasının ideolojisinde gündelik hayatını biçimlendirmektedir. Birey için hayat mutluluk üzerinden anlam kazanmakta ve "bedenin yeniden keşfinde" görünüş mutluluğun temelini oluşturmaktadır. Bu noktada birey bedenini eksiksiz şekle dönüştürdüğüçe özgürleşir. Toplumun beğenileri çerçevesinde beden tüketimsel eylemlerin merkezinde yer alır. Dar bir çerçeve içine sıkıştırılan güzellik anlayışı ve ideal vücut ölçüleri dışında kalan tüm bedenler ötekileştirilir. Popüler kültür ve televizyon ideal kadın imajını söylemlerinde üretir. Bakılan bir nesne olmak, kendi kendini sevmek ve haz aracına dönüşmek yüceltilir. Aronofsky filmde bu eleştiriyi Sara üzerinden temellendirir.

Televizyon karşısında aşırı yemek tüketen Sara'nın hayatı Maylin ve Block'tan Lyle Russell'in aramasıyla değişir. Televizyon programına katılmaya hak kazandığını belirten Russell'in konuşması üzerine Sara hayalini kurduğu sosyal alana sahip olacağını düşlemeye başlar. Harry'nin mezuniyetinde giydiği kırmızı elbisesinin içine giremediğini gördüğünde bedenini yeniden keşfetmeye karar verir. Filmde kırmızı elbise tüm toplumun uzlaştığı bir simgeye dönüşür. Sara'nın toplum tarafından onaylanmasını sağlayacak olan bu simge, göstergesel bir nitelik kazanır. Sara da bu onaylamaya ulaşmak için harekete geçer. Kitapların önerdiği şok diyetleri uygular ancak başarılı olamaz. Rejimle kilo veremeyeceğini anladığında arkadaşlarından yardım ister. Zayıflama ilaçları ile yeme tutkusunu frenlemeye çalışır. Sara görsel göstergeler -ilaçlar- ve dilsel göstergeler -Tappy Tibbons Show'da Tappy, 40 gün şeker yenmediğinde vücudun daha fit olacağını söyler- ile bedenini şekillendirir. Yönetmen bedenin yeniden keşfinde yemek yemeye direnen ve sadece zayıflama ilaçları (amfetamin) kullanan Sara'nın tüketim alışkanlıklarını televizyonda yer alan söylemlerle birlikte buzdolabını da görsel bir kod olarak kullanarak anlamlandırır. Buzdolabı düz anlamsal değer olarak yemeklerin saklandığı yeri ifade ederken yan anlamsal değer olarak aşırı yeme alışkanlığı ve tüketim arzusu anlamı taşır. Sara'nın toplumsal onaylama mekanizmasını harekete geçirmesi için buzdolabı gün içinde mücadele etmesi gereken en büyük engeldir. Bu sebeple bir süre sonra ilaçlarının dozunu artırır ve yeme alışkanlığıyla simgesel bir mübadele içerisine girer. Buzdolabının/aşırı yeme alışkanlığının kendine saldırdığı/beden bütünlüğünü sarstığı sanısıyla mücadele eden kadın televizyon dünyasında görsel bir imaj olarak yer almak isterken kendi benlik algısını parçalar. Bağımlılığın dozu arttıkça gerçeklikten uzaklaşan Sara'nın göstergesel olarak içinde bulunduğu mekân, bedeni ve nesnelere biçim değiştirmeye başlar. Temiz aydınlık ve düzenli olan evi, televizyon ışığının aydınlattığı, karanlık, tekinsiz bir hapishaneye dönüşür. Her gün posta kutusu ve telefon arasında volta atan Sara yarışmadan gelecek haberin gerçekliğinden uzaklaştıkça Tappy Tibbons Show'da kazananın yerine kendi imgesini koyduğu bir gerçeklik evreni yaratır. Bu noktada televizyonun Sara için kendi gerçekliğini inşa eden bir araca dönüştüğü söylenebilir.

Kapitalist ideolojinin değerlerini üreten eğlence ve yarışma programlarında bireyler günlük hayattaki gerçeklerin baskısından kaçacak bir sığınak bulur. Bu sığınakta “sahip olma hırsı” ve “rekabetçi bireysellik” cesaretlendirilir (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.104). Tüketim kültürünün teşvik edildiği bu programlarda bireyler kendi gerçekliklerini yaratır. Kevin Robins imge dünyasında yer alan tüketim ilişkisinde bireyin iki farklı yapı içerisinde yer aldığından söz etmektedir. Ona göre birey ilk olarak televizyonda yer alan göstergeleri tüketirken ikinci olarak tüketime sunulan göstergelerin gerçek işlevinden ziyade simülasyon içerisinde temsil edilmesini sağlar. Birey kendi hayatında duyduğu eksikliği bu simülasyon evreniyle tamamlar. İzleyici ile televizyon arasında oluşan sanal gerçeklik eğlence, zevk ve tüketim üçgeninde kurulur (Robins, 1999, s.198). Bu noktada Baudrillard’ın simülasyon kavramsallaştırmasını hatırlamak, filmde yaratılan evrenin anlamlandırılmasını kolaylaştırabilir. Jean Baudrillard *Tüketim Toplumu* (2010a) ve *Simgesel Değiş-Tokuş ve Ölüm* (2008) adlı çalışmalarında simülasyon evrenini şu şekilde aktarmaktadır:

Simülasyon, gerçeğin yerini tutandır. Hakikatten uzaklaşıp yapay olandan etkilenme eğilimidir. Göstergeler ve imgeler dolayısıyla kurgusal olanı gerçekleştiren ve gerçek olanı kurgusallaştırandır. Yapay ve hakikat arasındaki karmaşık yapı, göstergelerin sembolleşmeye başladığı anda toplumsal anlamları geride bırakır. Böylelikle toplum sadece sembolik ilişkilerle simülakrum/taklitler toplumuna dönüşür ve ritüeller gösteri niteliği taşır. Kutsal olanın metalaşması ile evrensel bir merak uyandırılmaya çalışılır, ölüm imgesi metalaşarak gösteriye dönüşür ve insanlar, dinsel bulutları dünyevi olana ulaşmak için kullanır” (Baudrillard, 2010a, s. 86).

Baudrillard simülasyon evreni ile gerçeklik kavramının sorgulanması gerektiğini belirtir. Ona göre gerçeğin ortadan kalktığı, her şeyin simülasyon olduğu “gibi”ler evreninde gerçeklikten yoksun gerçek yeniden üretilir. Birey simülasyon ile sahip olmadığı/olamayacağı şeye sahip olmaktadır.

Baudrillard’ın açıklamaları çerçevesinde Sara da hiçbir zaman sahip olamayacağı popüleritenin var olduğu “gibi”ler evreninde kendi gerçekliğini yaratmaktadır. Bu gerçekliğin merkezinde toplumun onayını ifade eden kırmızı elbisesinin içine girip televizyon kanalına gitmek yer alır. Kanal çalışanları pejmürde halde kanala gelen ve ne zaman yarışmaya çağrılacağını ısrarla soran, ödül istemediğini sadece televizyona çıkmak istediğini ağlayarak anlatan kadını gördüklerinde şaşırır. Televizyona çıkmak için akıl sağlığını kaybeden ve yemek yemeye direnen Sara, yapay ve hakikat arasında bir yerde sıkışıp kalır. Bu noktadan sonra onun için televizyonda yer alan yarışma programlarının taklitler toplumunun ritüeline dönüştüğü söylenebilir.

Yönetmen birbirinden farklı tüketim olgularından oluşan anlatısını sinematografik unsurlarla da zenginleştirir. Filmde kalp ritmindeki rezonansı, gözbebeğinin büyümesi, karın guruldaması, kas gerginliği ve ağız şapırtısı gibi tüketimsel dünyanın fiziksel hisleri bölünmüş ekranlar, balıkgözü objektif, yavaşlatılan zaman, ses-görüntü senkronizasyonu ve spiral yapılar ile simüle edilmektedir.

Aronofsky filmde tüketim alışkanlığını; yemek, uyuşturucu, cinsellik ve televizyon bağımlılığı çerçevesinde ele almaktadır. Bu noktada uyuşturucu filmde gösterge olarak kullanılır. Harry’nin ve Marion’ın hazcı eğilimleri ile geliştirdiği uyuşturucu tüketiminde

endişeleri ortadan kaybolur, çaresizlikleri ortadan kalkar, bireyler sanal gerçeklik içerisinde utanç ve suçluluk duygularından arınarak bir nevi simülasyon evreninde yer alır. Ancak bu durum nesnelere satın almaya yönelik arzunun arttığı gündelik hayatta tam tersi bir anlam içerir. Yan anlamsal değer olarak ise her ikisi de gerçek dünyanın beden politikalarının düzenlediği şiddete maruz kalarak değersizleştirilir. Marion uyuşturucuya ulaşmak için bedenini metalaştırarak haz nesnesine/tüketim aracına dönüştürüp kendisine yabancılaşır. Harry ise patlayan damarı yüzünden bedeninin bir parçasını kaybederek benlik algısını parçalar. Film uyuşturucu ya da televizyon imgeleri üzerinden hayal kurma imkânı verilen karakterlerin -Sara, Harry ve Marion- toplumsal dışlanmışlığı ile kapanır.

#### 4. Acının Pornografisi Bedenin Ezoterik Tüketimi: *The Wrestler* (Şampiyon)

Robin Randizsky'nin (Ram) güreş başarılarının yer aldığı gazete kupürleri ile açılan film, 1980'lerin ünlü güreşçisinin eski popülaritesini kaybettikten sonraki geçim mücadelesine odaklanır. Filmde simgesel tüketim eleştirisinin beden ve mekân olguları üzerinden yapıldığı söylenebilir. *The Wrestler* (Şampiyon) filmde birbirinden farklı iki mekân ve beden üzerinden din ve tüketim arasında ezoterik bir bağ kurulmaktadır. Mekân belirli davranış kalıpları üreten, hayatlara sınır çizen ve bedenleri belirli formlara sokma konusunda baskı yapan bir yerdir. Henri Lefebvre (1996, s.190) *The Production of Space* (Mekânın Üretimi) adlı çalışmada iktidar ilişkilerinin ve öznelliklerin mekân üretimi ve düzenlenmesindeki ilişkiselliğinden söz eder. İktidar aracı olarak kullanılan mekanlarda birey/özne cinsellik olgusu çerçevesinde tüketimsel arzu mekanizması ile kurgulanır. Bu sebeple beden ve mekân arasındaki ilişki değişen ve birbirine dönüşen dinamik yapısıyla fiziksel, toplumsal, cinsel ve söylemsel olarak her gün yeniden üretilir. Toplumsal olarak üretilen mekânın söylemi yasal ve sosyal düzenlemelerle belirlenmekte ve kendi başına bir metin olarak gündelik hayatta yer almaktadır. Bu metnin sürdürülebilirlik kazanması için iktidar tarafından uygulanan mekânsal stratejilerde yer alan kadın ya da erkek boyunu eğmek ve kendi bedenini tüketimsel değer taşıması için geliştirmek zorundadır.

Aronofsky mekân ve beden metaforları ile tüketim ve ezoterizm arasındaki ilişkiyi teyeller. Görsel anlatımın yanı sıra söylemsel olarak da bu teyelleme seyirciye ifşa edilir. Ram, striptiz sahnesinde vücudundaki yaraların hikayesini anlatırken Cassady bu hikâye ile İsa arasında metaforik bir bağ kurar<sup>3</sup>. Bu sahnede Ram'in vücudu bir göstergeye dönüşür. Kurtarıcı miti ile kurulan ilişkide İsa'nın çilesini simgeleyen nesnelere- tel örgüler, zımbalar, çiviler-, Ram'in güreşte kullandığı malzemelerle imlenir. Güreş sonrasında Ram'in yorgun ve güçsüz bedenini oluşturan görsel kodlar ise İsa'nın çilesini çağrıştıran ezoterik bir nitelik kazanır.

<sup>3</sup> Dört kanonik İncil'den yapılan aktarmalar ile filmin ezoterik kodları arasında ilişki kurulabilir. İsa'nın çilesi olarak (passion week) ifade edilen bu süreç İnciller'de birbirinden farklı aşamalar ile anlatılır. İsa'nın yakalanıp yargılanması ilk aşamayı oluşturur: İsa'nın Mesih olduğuna inanmayan Başkahin, "Tanrı'nın oğlu Mesih sen misin?" dedi. Bunun üzerine İsa'nın yüzüne tükürüp O'nu yumrukladılar. Bazıları da O'nu tokatlayıp "Ey mesih peygamberliğini göster bakalım, sana vuran kim?" dediler (Matta 26: 63-67-68). İsa'nın Golgota'ya götürülürken yaşadıkları ikinci aşamayı oluşturur: Çarmıha gerilmeye götürülürken halk tarafından dürtülür ve sopalarla dipçiklenir. İsa bu sırada "Bana vuranlara sırtımı açtım, yanaklarımı uzattım yollarına, aşağılamalardan tükürüklerden yüzümü gizlemedim" dedi (Yeşaya 50: 6). Askerlerin İsa'yı aşağılaması ise son aşamadır: Vali'nin askerleri İsa'yı vali konağına götürüp bütün taburu başına topladılar. O'nu soyup üzerine kırmızı bir kaftan geçirdiler. Dikenlerden bir taç örüp başına koydular, sağ eline de bir kamış tutturdular. Önünde diz çöküp "Selam ey Yahudiler'in Kralı!" diyerek O'nunla alay ettiler. Üzerine tükürüp, kamçıladılar (Matta 27: 27-28-29-30). Filmde Ram'in gösteri maçlarına çıkışında yaşadığı engellerle, Başkahin'in sorgulaması, ringe çıkış anında seyircilerin tepkileri ile İsa'nın Golgota'ya gidişinde halkın tepkisi ve son olarak kanlar içinde ringe tel örgülerin başına sarıldığı ve kollarının ringe ipleri arasında sabitlendiği çerçeve ile İsa'nın kaftan giyip askerler tarafından aşağılanması arasında simgesel bir anlam üretimi gerçekleştirilir.

Filmdeki simge kullanımları değerlendirilirken Tarja Laine'in açıklamalarından yardım alınabilir. Laine (2011, s.22) Aronofsky filmlerindeki temel etkiyi duygulara dayanan "ön-yansıtıcı bedensel mekanizma" ile ilişkilendirir. Bu bedensel mekanizma ile seyirci fiziksel ve duygusal acıyı duygusal olarak deneyimleyebilir. Laine, Aronofsky sinemasında bölünmüş ekranlar, simetri yapılar, spiraller, ritmik düzenlemeler, ses, takip ve çerçeveleme teknikleri ile bu etkinin yaratıldığını belirtir (2011, s.22). Laine'in ifadeleri çerçevesinde İsa'nın çilesi ile teolojik bağ kuran Ram'in acının pornografisini kendi bedeni üzerinden ürettiği ve seyirciyi voyaristik bakış mekanizması içine çekerek suç ortaklığına dahil ettiği söylenebilir. Filmdeki ring sahnelerinde yer alan duygusal deneyimler (gürültü ve ritim) ve duyuşsal durumlar (keder, mazoşizm ve esrarengizlik) ritim montaj, anlatının sürekliliğinin bozulması ve istikrarsız çekimler ile Aronofsky'nin bir yandan Einsentein sinemasına teknik olarak yaklaştığı diğer taraftan tüketim olgusuna ezoterik bir anlam yükleyerek seyirciyi Brechtien yabancılaştırma zeminine çekip postmodern bir anlatı oluşturduğu ifade edilebilir.

Filmdeki bu sahne yan anlamsal değerler bağlamında değerlendirildiğinde; Ram'in ringde gösterdiği performans sayesinde popüler kültürün bir nesnesi haline geldiği ve tükendiği/tüketildiği söylenebilir. Başka bir deyişle, bedenini acı çekme mekanizması içerisinde simgesel bir tüketim performansına dönüştüren Ram, bir taraftan tüketicilerin fiziksel, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayan bir nesne diğer taraftan da tüketicilerin tepkileri dolayısıyla arzu mekanizmasına işlerlik kazandıran ve doyuma ulaşan bir öznedir.

Postmodern kültürde tüketim bireyin fizyolojik gereksinimlerini doyuran basit bir süreç olmaktan çıkarak bireylerin mutlu olmasını sağlayan simgesel materyallere dönüşür. Simgesel tüketimle bireyin sosyal yaşamda önemli roller üstlendiği hayat tarzlarını, benliğini ve davranış biçimini şekillendirdiği söylenebilir. Beden erotik hazzın temeli ve cinselliği üreten bir mekanizma/sembol haline dönüştüğünde tüketimin en önemli nesnesi olur. Bireyler cinsel sembolizmi üretmek için bedenlerini erkek perspektifinden, onun konumu ve beğenisinden inşa eder. Cassady filmde bedeni pazara sunulan bir mal ya da belli saatlerde kiralanan ve cinselliği metalaştırılan bir konumlandırmaya sahiptir. Müşterisinin isteklerini yerine getireceği süre zarfında bedeni üzerinde özgürlüğe sahip değildir. Başka birisinin kendi üzerinde hak iddia ettiği bu tüketim ilişkisinde efendi-köle bağımlılığına tabi olmakta ve eril iktidar karşısında edilgen cinsel obje olarak yer almaktadır.

Filmde bedenin nesneleştirilmesi üzerinden kurulan efendi-köle ilişkisi denetim hakkının erkekte/müşteride/tüketicide olduğu bir mekanizma oluşturur. Bu mekanizmada salt tüketimsel fiziksel değerlere sahip olmadığında kadını ikincil konuma iterek beden bütünlüğünü parçalar. Haz ekonomisini üretemeyen kadının bedeni, eril iktidar tarafından yerle bir edilerek benliğini yıkar. Striptiz kulübü sahnelerinde Cassady'nin müşterileri tarafından yaşlı bulunması, aşağılanması ve tüketim değerini kaybettiğine yönelik değersizleştirilmesi duygusal şiddetin/acı pornografisinin görsel kodlarını taşır.

Tüketim çağında kadın arzu edilebilir bir varlık olma koşullarını kaybetmeye başladığında metalaşmaktan uzaklaşır ve tüketilmemesi anlamı taşımaya başlar. Bu sebeple kadın bedeni eril hegemonik/ fallus merkezci söylemin belirlediği kişisel nitelikler ve fiziksel

özelliklere yatırım yapmaya zorlanır (Işık, 2008). Beden politikasındaki yatırım ya da değişim Baudrillard'ın fetiş olarak kurgulanan beden kavramsallaştırması ile de açıklanabilir. Bu kavramsallaştırma çerçevesinde eril hegemonik söylemin fetiş olarak kurguladığı bedenin, doğal bedenin yıkılmasına ve bireyselliğin kaybına neden olduğu ifade edilebilir. Tüketim nesnesi haline gelen beden yapay görünümünün ardında eril hazların kullanım alanına dönüşür, kendisini oluşturan ve kuranla karşı karşıya gelerek onu reddeder. Benliği eril hegemonik söylemin kurguladıkları ile şekillenir. Filmde Cassady'nin beden imgesi göstergesel işlevini eril hegemonik söylemin fetişleştirmek için bireyselliğini kaybettiği ve yapay bir forma dönüşmesi üzerinden temsil edilir. Bedenin doğasına ilişkin yapılan her yorum onun sosyokültürel olarak inşa edildiğini gösterir. Toplum egemen olan güzellik ve estetik anlayışları üzerinden kültürel kodlara işlerlik kazandırmakta ve evrensel bir kadın bedeni algısı imal etmektedir. Toplumsal ortam bedene dair ürettiği yargılar ile bedenin gerçek özelliklerini belirler. Buna ek olarak bedenin kullanımına ilişkin normları da tanımlar (User, 2010, s.134). Diğer yandan beden özellikle siyasi iktidar mücadelelerinin çatışma alanını da oluşturur. Bu doğrultuda sınırlandırılan, düzenlenen ve sunulan bedenler biyoiktidar aracı olarak görülür. Michel Foucault toplumun birey üzerindeki kontrolünün ideoloji ve bilinç dışında beden politikaları tarafından da belirlendiğini söylemektedir. Özellikle kapitalizmle birlikte siyasi iktidarlar için beden göz ardı edilemeyecek bir kaynak haline gelir. Ona göre "Bedenlerin denetimli bir şekilde üretim aygıtına dönüştürülmesi ve nüfusun ekonomik olgulara göre şekillenmesi" bedenin anatomo-politikasıdır (Foucault, 2003, s. 102-104). Biyoiktidar, kapitalist toplum içinde bedenin terbiye edilmesi, kamusal ve özel alanlara göre biçimlendirilmesi ve iktidar ilişkilerinin kavranmasının temel yoludur. İktidar ilişkileri ekonomik süreçler ve cinsel ilişkiler gibi başka tür ilişkilerle bağlantı halinde olarak yönlendirici, değiştirici ve yaratıcı özelliklere sahip olmaktadır. Foucault'ya göre biyoiktidarın amacı bedeni disipline etmek, yeteneklerini artırmak ve ekonomik denetim sistemleriyle bütünleştirmek, kuşatmak ve damgalamaktır (Foucault, 2000, s. 63). Foucault'nun söylemleri çerçevesinde filmde yer alan biyoiktidar mekanizmasının işleyişine bakıldığında Ram ve Cassady'nin bedenlerini iktidarın değerleri ve ihtiyaçları doğrultusunda nesneleştirdiği, kamusal ve özel alanlar için biçimlendirdiği ve kapitalist toplum düzeninde ekonomi ve cinsel süreçlerle ilişkilendirdiği söylenebilir.

##### **5. Kitleleşmiş Bireylerin Postmodern Kurban Törenleri: *Mother! (Anne!)***

*Mother!* filmi ateşte yanan ve gözyaşı döken bir kadınla açılır. Yazar, yanan evin kalıntıları arasından bir kristali eline alır ve bu sırada yanan ev yavaş yavaş tamir edilmeye ve eski haline dönmeye başlar. Filmde ilk düz anlamsal değer kodu kristaldir. Yaratılış<sup>4</sup> mitinden yararlanan filmde kristal, tüketimin tözü dışında yasak elmayı simgeler. Kristalin cerrah ve karısı tarafından yok edilmesi ile simgesel tüketimin/mübadelenin başladığı yan anlam oluşturulur. Bu durumda cerrah Adem'i karısı da Havva'yı simgeler. Yaratılış mitini filmin anlatı yapısının tamamına serpiştiren yönetmen, cerrahın oğlu olan iki kardeşin eve

<sup>4</sup> İncil'de yaratılış miti şu şekilde anlatılır: Tanrı yaratılışın başlangıcında "İnsanları erkek ve dişi olarak yarattı" (Markos 10: 6). Rab Tanrı Adem'i Aden bahçesine yerleştirdi. O'na, "Bahçede istediğim ağacın meyvesini yiyebilirsin" diye buyurdu. "Ama iyile kötüyü bilme ağacından yeme çünkü ondan yediğin gün ölürsün" (Yaratılış 2: 8-16- 17). Havva ağacın güzel, meyvesini yemek için uygun ve bilgelik kazanmak için çekici olduğunu gördü. Meyveyi koparıp yedi. Yanındaki kocasına verdi o da yedi. İkisinin de gözleri açıldı (Yaratılış 3: 6-7). İncil'de yer alan yaratılış miti ile film arasında metaforik bir ilişki kurulabilir. Filmde cerrah ve karısının kendilerine yasak olan odaya girerek oradaki bilgelik kaynağı olan kristali kırmaları bu mitin postmodern bir anlatımı olarak yorumlanabilir. Film sadece Adem ve Havva ya da yasak elma metaforları üzerinden değil, Habil ve Kayın metaforları ile de bu ezoterik anlatımı güçlendirir.

gelmesi ve evde çıkan tartışma sonrasında kardeşlerden birinin öldüğü sahnede de göstergesel dizgelere yer verir. Bu sahnede kardeşler düzanlamsal değer olarak cerrahın oğullarını ifade ederken Habil ile Kabil'e<sup>5</sup> gönderme yapması yananlamsal nitelik kazanır.

Filmde yer alan erkek karakterler/kardeşler postmodern toplumda yer alan öznenin, kendi çıkarları doğrultusunda sahip olacağı bencilliği ve bireyselliği seyirciye sunmaktadır. Tüketim kültürünün temel felsefesi olan değiş-tokuş ritüeli, filmde kardeşlerden birinin ölmesi ve diğerinin tüm metaya sahip olacağını düşünmesi ile gösterilmektedir. Bu sahnede gerçekleşen ritüel, bir nevi gerçeğin simülasyonu niteliği taşımaktadır. Sahne yorumlanmadan önce tüketimin ritüel niteliğinin açıklanması daha anlamlı olabilir. Özellikle postmodern toplumda ritüel, tüketim ideolojisinin vazgeçilmez bir özelliği olarak görülmektedir. Kamusal tanımlar kuran, geleneklerden oluşan ve anlam akışkanlığını kısıtlayan ritüel, tüketimle girdiği ilişki içerisinde bireylerin ve olayların sınıflandırdığı akışkan süreçlerde ortaya çıkan anlamları sağlamlaştırmakta ve görünür kılmaktadır. Bu şekilde, tüketim, ritüel özelliği kazanarak tüm toplumsal kategorilerin yeniden üretildiği bir alana dönüşmektedir (Douglas ve Isherwood, 1999, s.81-83). Tüketimin ritüelleştiği/ritüelleştirdiği sahneye geri dönecek olursa cenaze töreni için eve gelen konukların ölen kişiyi anmak yerine, içinde buldukları mekânı yeni sosyal ilişkilerin inşa edildiği bir alana dönüştürdükleri -öpüşerek, birbirleriyle flört ederek, içki içip sarhoş olarak, dedikodu yaparak ve evin içindeki eşyalara zarar vererek- ve gerçeği taklitte değiştirip simülasyon evreni yarattıkları söylenebilir. Baudrillard saptamalarıyla imgenin derin gerçekliğini yansıtan anlamını kaybettiğini, imgenin gerçekliği değiştiren ve gizleyen bir yapıya dönüştüğünü, gerçeğin gösteri formuna bürünmesiyle kendi kendinin simülakrı olduğunu anlatmaktadır. (Baudrillard, 2010a: 86) Baudrillard gibi Debord da *Gösteri Toplumu* adlı çalışmasında metaların bir gösteri objesine dönüştüğünden bahsetmektedir. Ona göre "Varolan kültür, metalarla örülü bir dünyadır. Bu dünyada çok sayıda yer alan göstergenin kültürel simgelere dönüşme imkânı mübadele gücü/tüketimi ile ilişkilidir. Birey, metanın egemen özgürlüğüne dinsel bir tutku ile bağlıdır ve ancak tüketim sayesinde, mutlu bir toplum imajına sahip olabilir" (Debord, 2012, s.41). Bu açıklamalar çerçevesinde filmdeki cenaze sahnesi düz ve yan anlamsal değerler bağlamında yorumlandığında; yazarın karısının yemek masasında hiç tanımadığı ölen kişi hakkında olumlu ifadeler kullanarak, törene katılan bireylerin ölen kişi dışında sosyalleşme eylemleriyle uğraşarak, imgenin derin gerçekliğini değiştirdiği ve bir gösteriye ya da simülakra dönüştürdüğü söylenebilir. Diğer taraftan film ezoterik<sup>6</sup> anlatımıyla tinsel öğelere gönderme yaparak gösterge sistemini mitsel yapı ile güçlendirmektedir. Baudrillard, simülasyonun yaygın olduğu alanlardan birinin de din olduğunu belirtmektedir. Ona göre, gönderenden daha etkili bir güce sahip olan gerçek, tanrısal gücün göstereni olan ikon ve imge simülasyonu ile taklit toplumunu yaratmaktadır (Baudrillard, 2010b: 17). Baudrillard'ın dinlerin tüketim malzemesi haline

<sup>5</sup> İncil'de Habil ve Kabil (Kayin) tartışması şu şekilde anlatılır: Havva hamile kaldı ve Kayin'i doğurdu. Daha sonra Kayin'in kardeşi Habil'i doğurdu. Habil çoban oldu, Kayin ise çifçi oldu. Günler geçti. Bir gün Kayin toprağın ürünlerinden Rab Tanrı'ya sunu getirdi. Habil de sürüsünde ilk doğan hayvanlardan bazılarını, özellikle de yağlarını getirdi. Rab Habil'i ve sunusunu kabul etti. Kayin'le sunusun ise reddetti. Kayin çok öfkelendi, suratını astı (Yaratılış 4: 1-2-3-4). Rab Kayin'e, "Niçin öfkelendin?" diye sordu, "Niçin surat astın?" Doğru olanı yapsan, seni kabul etmez mitim? Ancak doğru olanı yapmazsan günah kapıda pusuya yatmış, seni bekliyor. Ona egemen olmalısın." Kayin kardeşi Habil'e "Haydi tarlaya gidelim" dedi. Tarlada birlikteyken kardeşine saldırıp onu öldürdü (Yaratılış 4: 6-7-8). İncil'de yer alan Kayin ve Habil mitinin sembolik anlatımı filmde de yer alır. İki kardeş yazarın evinde tartışmaya başlar ve biri diğeri öldürerek bu ezoterik anlatımı yeniden üretir.

<sup>6</sup> Film anlatısında yer alan yazar ve karısının hikayesiyle üstü kapalı bir kadın erkek ilişkisi anlatırken, metinlerarası göndermeler ve metaforik anlatımlarla seyirciyi yavaş yavaş hakikate ulaştıran ezoterik bir yapıya sahiptir.

dönüştürüldüğüne dair saptamalarına benzer bir saptamayı Miller da yapmaktadır. Miller, dinlerin- Budizminden, Hristiyanlığa, Ortodoksluktan, Yahudiliğe- reform adı altında tüketim ideolojisine kaydığını belirtmektedir (Miller, 2012, s.52). Bu açıklamalardan hareketle, Yahudi bir yönetmenin Eski Ahit'teki yaratış mitinden esinlenerek oluşturduğu anlatısında postmodern kültürün tüketim olgusunun simgelerini teolojik kodlarla -yaratıcı yazarın Tanrı, yazarın karısının doğa, cerrahın Âdem, cerrahın karısının Havva, kardeşlerin/çocukların Habil ve Kabil- yeniden düzenlediği ve dine bakış açısını yan anlamsal değerler ile seyirciye sunduğu söylenebilir.

Diğer taraftan yönetmenin film anlatısında mit ve imge repertuarlarına yaptığı göndermelerle farklı okumalara ve metinlerarasılığa da olanak sağlamaktadır. Jacques Derrida'nın 1960'lardaki açıklamalarıyla netlik kazanmaya başlayan metinlerarasılık, metinlerin başka metinlerle kesişmesi, metnin bir başka metin içinde yeniden inşa edilmesi ve metinler hakkında düşünme anlamına gelmekte ve kolaj/montaj tekniği ile belirginlik kazanmaktadır (Harvey, 2014, s.65,67). Aronofsky de *Mother!* filminde kolaj/montaj tekniğini kullanarak seyircileri metinlerarası -yaradılış miti- bir yolculuğa çıkarmaktadır. Film postmodern anlatı kalıplarını kullanarak tüketim ideolojisine dair eleştiriler üretmektedir.

Cenaze sahnesi dışında kolaj/montaj tekniğinin uygulandığı bir diğer sekans, evin hayranlar tarafından işgal edildiği ve postmodern kurban törenleri<sup>7</sup> olarak isimlendirilebilecek olan sekansta görülmektedir. Filmin yaklaşık 20-25 dakikasını oluşturan bu sekansta, yazar, yaşadığı acılar ve kayıplardan etkilenerek kitabını bitirir. Yazarın yazdığı hikâye mutsuz sonla bitmektedir. Karısı hikâyenin kayıpla biteceğini okuduğunda ağlamaya başlar ve "Seni kaybedecek miyim?" diye sorar. O sırada telefon çalar, arayan yazarın yapımcısıdır. Kitabın basılacağı haberini verir. Kadın, kendini ikinci plana atılmış hisseder. Hiçbir zaman yazar için yeterli değildir. Elindeki metne bakarak yetersizliği için kendini sorgular. Kesmeyle geçilen bir sonraki sahnede mutfakta kadının kutlama yemeği için hazırlıklar yaptığı görülür. Yazar, kitabının tüm baskısının bir günde bitmesini/tükenmesini kutlamaktadır; ancak iki kişi için planlanan bu kutlama, bir anda "kitleselleşen bireylerin" kendilerini kurban etme törenine dönüşür. Evin bahçesi yazarın hayranları ile dolar. Bu sırada rahatlamak için çocuk odasına giden kadın, halıdaki kanın büyümekte olduğunu görür. Filmde yer alan kan lekesi eve giren ve mekânı tüketmeye başlayan hayranlarla çoğalmaya başlar ve mekânın –kamusal alan, özel alan sınırlarının belirsizleşmesi- muğlaklaşmasıyla da tüm eve yayılır. Bu sahne simge repertuarı bağlamında yorumlandığında, erken anlatım (*mise-an abyme*) tekniğiyle seyirciyi bilgilendiren bir sahne özelliği taşıdığı söylenebilir. Bu sahnede yer alan gösterge düz anlamsal değer olarak kan lekesini ifade ederken yan anlamsal değer olarak tüketimin/mübadelenin başladığını ifade eder.

<sup>7</sup> Bu sekansın bu şekilde isimlendirilmesinin nedeni, birbirine kolaj tekniği ile bağlanan beden politikası içerikli olayın gösterilmesidir. Bu olaylar arkaik toplumlarda yer alan ritüellerle birlikte düşünüldüğünde Kurban törenlerini anımsatmaktadır. Kurban törenleri arkaik toplumlardan modern topluma kadar kolektif bir arınma ve koruma amacıyla farklı ritüeller şeklinde yapılmaktaydı; ancak modern toplumlarda bu ritüeller, savaşlar, kazalar, protestolar, parçalanmış cesetlerin gösterimi ile motif değiştiren bir beden politikasına dönüşmektedir. Hareketli görüntüde bu ve benzeri kullanımlara yer verilerek seyircinin müstehcen görüntüleri izlerken yarı sadist duygularının tatmin edildiği ve toplumsal değerlerin tüketilmesine katkı sağlandığı söylenebilir.



Korkuya kapılan kadın, kapiya yönelip yazara içeri girmesini ve baş başa olmak istediklerini söyler. Aldığı olumsuz cevap üzerine, “Senin çocuğunu doğuruyorum bu sana neden yetmiyor?” sözleri ile karşılık verir. Yazarın hayranları ile girdiği üretim-tüketim dengesi/ilişkisi kadına yeniden yetersiz olduğunu hatırlatır. Yazar, bu denge/ilişki içerisinde kendisinin olan her şeyi paylaşımına açarak, hayranlar üzerinde iz bırakmak ve onların sevgisini daha da çok kazanmak istemektedir. Hayranlar, öncelikle yazara kitaplarını imzalamak, onu öpmek ve dokunmak isterken, bir süre sonra yazarın sahip olduğu metalara ulaşmak ve onları almak için birbirleriyle yarışmaya başlar. Evi yağmalayarak kendi hayat tarzlarını ve kendi realitelerini inşa ederler. Bu sekansta, gündelik hayata dair her eylem, çeşitli kodlar aracılığıyla belirli bir mekâna/eve/odaya indirgenmektedir. Ev dallanıp budaklanan göstergeler ve kodların yanı sıra toplumsal ilişkilerin sembolik olarak yok edildiği/tüketildiği derinlemesine yeniden üretim alanının oluştuğu bir mekâna dönüşmektedir. Bu mekânda yapay savaşlar, yapay yarışlar, yapay ekonomik, politik ve kültürel gündemler simgeler aracılığıyla simüle edilmektedir.

Postmodern kurban törenleri sekansında, kamera, yazarın karısının odalar arasındaki ilerleyişini takip eder. Bu sırada öznel olarak ilerleyen kamera, biber gazıyla eve müdahale eden polis ekiplerini, çatışan göstericileri, parmaklıklar arkasında kilitli kadınları, kafasına çuval giydirilip öldürülen örgüt üyelerini, slogan atan yaralı insanları, para ve yemek için dilenenleri, dua edip yardım isteyenleri ve eve yapılan roket atar saldırısını gösterir. Bu sekansta metalara yüklenen anlamın, hayranlar tarafından tüketilmeye başlandığında metaların anlamlarının onlara taşındığı ve onların bilinçlerine doğrudan etki etmeye başladığı söylenebilir. Bu sekansta hayranların mekânı muğlaklaştırması ile oluşan yan anlamsal değerler, Ritzer’in “tüketim katedrali” kavramsallaştırmadan yardım alınarak yorumlanabilir. Ritzer, birey ve tüketim arasındaki ilişkiyi açıklarken, postmodern kültürde yer alan alışveriş merkezinin belirgin bir role sahip olduğunu düşünmekte ve bu mekânı “tüketim katedrali”<sup>8</sup> olarak nitelendirmektedir. Bu katedral, mekânı muğlaklaştırarak bireysel haz alanları yaratmasının yanı sıra, tüketiciyi çekmek için büyü, dinsel bir karaktere sahip, kutsal, fantastik ve sihirli bir ortam sunmakta ya da sunuyor gibi görünmektedir (Ritzer, 2000, s.26). Başka bir deyişle, bu katedral, vaat ettikleriyle kutsal bir haz yaşama mekânına dönüşmektedir. Diğer taraftan, bu katedral, karnavalımsı atmosferiyle tüketicie mekânsal muğlaklıklar sağlamakta, kalabalıklar içinde onları yalnızlaştırmaktadır. Ritzer gibi Fiske de tüketim kültürü ve yabancılaşma arasındaki ilişkiyi mekânsal bulanıklık üzerinden temellendirmektedir. Alışveriş merkezinde ortadan kalkın kamusal ve özel alan ayrımı, mekânsal muğlaklığı genişletmekte ve bireylerin kendi mülkiyetmiş gibi davranmasını olası hale getirmektedir (Fiske, 2000, s.314). Tüketiciler burada yer alan metalara sahip olarak ya da sahip olma fantazisini gerçekleştirerek edilgen kimliklerini oluşturmaktadır. Gerçek bir mekânda birden çok zaman ve mekânı barındıran bu sahne Foucault’nun “heterotopya” kavramı ya da Harvey’nin (2014, s.336) “Çok farklı dünyaların mekânları, neredeyse metaların süpermarkette bir araya gelişi ve her tür alt kültürün çağdaş kentte yan yana gelişi gibi birbirinin üzerine yığılır.” saptaması, üzerinden de değerlendirilebilir. Bu saptama çerçevesinde mekânın parçalanmışlığı, birbiri üstüne yığılışı ve homojen

<sup>8</sup> Ritzer tüketim katedrallerini mal ve hizmetleri özendirerek tüketmeye olanak sağlayan ya da zorlayan ortamlar olarak ifade eder. Bu ortamlar bireylere toplumsal konumda sahip olamadıkları ya da erişemedikleri doyum sağlamaktadır. Ritzer’e göre özellikle insanları yabancılaştırmaya, yalnızlaştırmaya çalışan zincir mağazalar, fastfood restoranlar, alışveriş merkezleri ve kumarhaneler tüketim katedralleri arasında yer alır.

özelliğini kaybedişi, filmde yer alan evin karnavalımsı atmosferiyle bir nevi tüketim katedraline dönüşmekte, tüketimi sistematik hale getirmekte ve bireylere kutsal bir haz yaşama alanı üretmektedir. Özellikle bu sekansta kullanılan montaj/kolaj tekniğiyle, hayranların mekânı nasıl muğlaklaştırdığı, sınırları ortadan kaldırarak kendilerine nasıl kimlikler inşa ettikleri, maddi, hedonist ve estetik boyutlardaki sistematik tüketimlerini nasıl gerçekleştirdikleri gösterilmektedir. Birbiri üzerine bindirilen görüntülerle oluşturulan bu sekansta postmodern kültürün yaşadığı sorunlar “kitleleşen bireyin” parçalanmışlığı üzerinden anlatılmaktadır.

David Salle, postmodern resim sanatında birbiriyle eşleşmeyen malzemeleri alternatif bir kolaj şeklinde bir araya getirerek, başka dünyaların parçalanmışlığını tek bir düzlemde çarpıştırmaktadır (Akt. Taylor, 1987, s.6). Aronofsky de postmodern kurban törenleri olarak isimlendirilebilecek sekansında yazar ve karısının evindeki sıradan dünya ile başkalarının seslerinin ve hayatlarının parçalanmışlığını dile getirdiği dünyayı birbiriyle çarpıştırarak seyirciye sorgulama zemini oluşturmaktadır. Başka bir deyişle Aronofsky, Salle’in hareketsiz görüntüde yaptığı gibi birbiriyle bağdaşmayan dünyaların parçalanmışlığını hareketli görüntüde birbirine eklemeyerek sahicilik sorunu yaratmaktadır. Diğer taraftan yönetmenin bu kolajı oluştururken kullandığı şiddet içerikli olaylar, popüler kültürün toplumun egemen değerlerini meşrulaştırmak için yansıtılmış şiddetten yararlandığı saptamasını akla getirmektedir. Şiddet, toplumsal çatışmalarla arasındaki eğretilmeden kaynaklı olarak popüler temsillerin kaçınılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Popüler kötü ve popüler kurban figürleri ile insanların en alt düzeyinde yer alan şiddet içgüdülerine seslenmekte ve sadist duyguların açığa çıkmasını sağlamaktadır (Fiske, 1999, s.165-167). Kurbanların dezavantajları ve kötülerin şaşkıncu kahramanlıkları toplumun hedonik yapısını besleyecek anlamlar üretmesi için gündelik hayat pratiklerinde yeniden inşa edilmektedir. Bu bağlamda filmde yer alan şiddet dolu sahnelerin oluşturduğu sekanta, şiddetin haz veren anlam üretimi gerçekleştirdiği, tüketimin narsistik ve bireysel temellerini ortaya koyduğu ve hayranlara yeni kimlikler kazandırdığı söylenebilir.

Filmde şiddetin haz veren anlam ürettiği bir diğer sahne ise çocuğun hayranlarla paylaşıldığı sahnedir. Bu sahnede, kendisine saklanacak bir yer bulmak isteyen kadın, daha önce kapatılan odaya girer ve burada bir erkek çocuk doğurur. Kadın, hayranların evden uzaklaşmasını istemesine rağmen, onların toplumsal dayanışmasından güç alan yaratıcı yazar, bu döngünün kırılmasına izin vermez. Yazar, hayranların tüketiminin açtığı yarığı yeniden inşa ederken, karısının kendisinden sakladığı çocuğu hayranları ile paylaşmama konusunda söz verip gerçek niyetini manipüle eder; ancak karısının bir an uykuya dalmasıyla yanılısama evrenini hayata geçirir. Hayranlar/müritler artık bu yanılısamayı toplumsal dolaşıma sokabilir. Hatta yanılısamanın kendisi tarafından ihmal edilen ya da gizlenen güdülerini ve sonuçlarını da ortaya çıkarabilir. Karısının uykuya kaldığı sırada yazar, Micheal Jackson’ın ensesinden tutarak camdan sallandırdığı çocuğunun pejoratif görüntüsü gibi çocuğunu hayranlarının/müritlerinin kutsama töreninin metası haline dönüştürür. Yazarın bu performansı “heyecan vericilik” bağlamında hayranlar/müritler üzerinde saldırgan hazların üretilmesine neden olmaktadır. Bu sahne, başta popüler kültür olmak üzere tüketim ideolojisinin çelişkili, sansasyonel, yüzeysel, apaçık ve aşırı niteliğini ortaya koymaktadır. İmgenin parça parça tüketimi, hazın da parça parça üretimini sağlamaktadır. Elden ele dolaştırılan çocuk, en son parçalanarak tüm hayran cemaatine pay edildiğinde hızlı tüketimin bir parçası haline

dönüştürülmektedir. Bu sahnede kamera, tüketim ideolojisinin yaratıcısını/yazarı alt açıyla çerçeveleyerek onun gücünü ve iktidarını kutsamaktadır. Çocuğunu kaybeden kadın petrol sızan odaya inerek çakmağı ateşler ve kendi tükenen bedeni ile birlikte tüketim kültürünün simülasyon evrenini de yok eder. Filmde olduğu gibi postmodern kültürde de birey, tüketim ideolojisini yeniden üretirken metaları değil, doğayı da kendi gündelik hayat simülasyonunu inşa etmek için mutasyona uğratmaktadır. Simgeler repertuarlarının oluşturduğu yan anlamsal değerler bağlamında bu sahne yorumlandığında, kadının petrol sızan odayı ateşe vererek tüketim döngüsünü kırmasının, doğanın ve kültürün hipermarket gibi talan edilmesine, küresel ısınma ve çevresel konulara dair toplumun duyarsızlığına yapılan bir gönderme olduğu söylenebilir.

Film, “Seni seviyorum. Sen beni hiç sevmedin. Benim seni sevmemi sevdin. Sana yetmediğim için canım yanıyor... Sen suçlu değilsin, benim için her zaman her şey yetersiz, yoksa ben yaratamazdım. Şimdi her şeye baştan başlamalıyım. Son bir şey istiyorum. Verecek bir şeyim kalmadı. Aşkın. Hadi al...” sözlerinin yer aldığı dilsel göstergeler ile kapanır. Heteroseksüel beyaz erkek/yazar/Tanrı kendini iyileştirmek için yeni bir sevginin/kadının/doğanın tükenmesine ihtiyaç duymaktadır. Hedonizme dayalı tüketim kültürü, bireyi zevk peşinde koşan ve anı yaşayan bir kimlik üzerinden konulamaktadır. Yazarın sahip olduğu narsistik yapı, Featherstone ve Bocoock’un postmodern bireyin parçalı kimlik yapısıyla ilgili açıklamalarını akla getirir. Postmodernizm toplumsal değerlerin değişmesine neden olduğu gibi, tüketim pratiklerinin de farklılaşmasına neden olmaktadır. Zihinsel olarak deneyimlenen pazardaki değişim değeri, yaratıcılık ve özerklik duygusunu yerle bir etmektedir. Bu durum bireyin fiziksel olarak pasif ama zihinsel olarak aktif olduğu dışavurumsal hayat tarzında oldukça bencil, narsistik ve şizofrenik kişilik tiplerinin gelişmesine neden olmaktadır (Featherstone, 1996, s.187; Bocoock, 1997, s.58). Birey, sadece sahip oldukları ve tükettikleri üzerinden başta kendilik olmak üzere, her şeyi tanımlayan ve toplumsal anlamlar üreten bir gösterinin parçası haline gelir. Bu gösteri, bireyin kendisi ile ilgili değerinin sunumunu ifade eder. İhtiyaçla isteğin karıştırıldığı postmodern tüketim ideolojisinde, her ihtiyaç daha fazlası ile tatmin edilir. Bu tatmin, Maslow’un ihtiyaç piramidinden hangi dilimin öncelik kazandığı ile ilişkilendirilebilir. Tüketim olgusu, bir kimlik edinme sürecine dönüştürülerek idealleştirilirken narsistik yapıya bürünmektedir. Kapitalizmin yarattığı tüketim olgusu, bireye saldırgan ve şehvetli bir şekilde metayla ilişkili yeni bir dünya yaratmakta ve bu dünyanın çekici görselliği karşısında gözleri kamaşan birey, körleşerek ondan yardım almadan yaşayamaz hale gelmektedir. Bu körleşme, bireyi her geçen gün bencil ve narsistik bir kişilik yapısıyla güçlendirmektedir. Tüketim ideolojisinin temelini oluşturan bu retorik, yazarın karısının ölmesi ve yazarın yeniden evlenerek düz anlamsal göstergeleri değiştirdiği ancak yan anlamsal göstergeleri saklı tuttuğu filmin son sahnesinde seyirciye sunulmaktadır.

## 6. Sonuç

17. yüzyılda püritenizm ve protestan ahlakı ile şekillenen tüketim kavramı, 19. yüzyılda geleneksel tarzından koparak bireyselliğin ön planda olduğu duygusal bir yaşam tarzına bürünmektedir. Modernitede sürecinde birey üretim rolünü belirleyici olarak kullanırken postmodernizmde birey tüketici rolünü oynama yeteneği kazanır. Bu nedenle, kapitalist gelişmelerin küresel çapta başlattığı değişimle tüketim, ekonomik altyapıdan çok toplumun kültürel yapısı ve ihtiyaç duyduklarıyla şekillenir.

Kültürel bir boyuta sahip olan tüketim, kullanım değerinin değişim değerine dönüşmesi ve yabancılaşma olgusu gibi farklı kavramlarla girdiği ilişki sonrasında ritüel özelliği kazanmaktadır. Bu ritüel, bireyin psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamasına yönelik sosyal bir etki yaratmaktadır. Tüketim yoluyla kendisini ifade etmek isteyen ve bunu bir iletişim aracı olarak kullanan birey, doyum ihtiyacını haz sağlayarak sürdürebilmektedir. Bu sebeple, postmodern toplumda tüketim, bireyin kendisine özgü sosyal davranış ve etkileşim formlarını yaratacak ve onları doyuma ulaştıracak göstergelerin egemen olduğu bir rekabet sürecini dayatır. Bu şekilde, yeni kimlik oluşturmak isteyen birey, sadece meta değiş-tokuşu ile değil, kendisini de mübadele nesnesine dönüştürerek tüketimden beslenebilir.

Postmodern kültürün en büyük sorunlarından biri olan tüketim, sinemanın da en çok eleştirdiği kavramlardan biridir. Çoğu zaman popüler kültür eleştirisi çerçevesinde şekillendirilen bu anlatılara Aronofsky metaforik yaklaşımıyla yeni bir dil kazandırır. Aronofsky sinematografisinde popüler kültür ve ezoterik anlatım arasındaki ilişkiyi simge repertuarları, yananlamsal değerler ve mit üzerinden kurduğu gösterge yapısı ile seyirciye sunar. Bu şekilde filmlerinde yer alan ideolojik göstergeler mitlere, simgeler ve değerlere somut biçimler ve anlamlar kazandırır. Çalışmanın alanına dahil edilen *Requiem for a Dream (Bir Rüya İçin Ağıt)*, *The Wrestler (Şampiyon)* ve *Mother! (Anne!)* filmlerinde yer alan gösterge yapısına bakıldığında Aronofsky'nin tinselle/sembolik maddi/fonksiyonel olanın arasındaki kaçınılmaz ilişkiyi vurguladığı söylenebilir. Filmler, toplum hayatında insan ilişkilerini belirli bir kalıba dökmeye çalışmanın yerine, tüketimin temelinde yatan olgunun kavranmasının yolunu açmaktadır. Bu olgu, tüketimin kitleyi etkisi altına alan sosyal anlamını ifade etmektedir. Sosyal hedeflere ulaşamayan birey toplumda kendisine itibar ve yer kazandırabilmek için tüketimi gerçekleştirmekte ve kendisine güven sağlamaktadır. Bu nedenle, nesnelere/metaların kullanılması ve yitirilmesinin sağladığı değer oldukça önemlidir. Başka bir deyişle, birey, kendisini yeniden üretmek/var etmek için gerçek ya da sembolik anlamda yok etmeye ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada, filmlerde postmodern kültürün içinde yer alan tüketim göndermeleri, göstergeler tarafından yerlerinden edilmekte, gerçek, anlam kaybına uğramaktadır. Yapay olan gerçekle yer değiştirerek, filmlerde hedonistik bir motivasyon tarafından kışkırtılan hayranlara, bedenlere ve içinde buldukları her uzamı tüketim merkezi haline dönüştürebilme gücü vermektedir. Diğer taraftan Aronofsky filmlerinde karakterlerin fiziksel ve duygusal acılarını içeren performanslarını tüketim olgusuyla ilişkilendirerek "ön-yansıtıcı bedensel mekanizma" anlayışı çerçevesinde karakterle birlikte seyircinin de duysal bir deneyim yaşamasını sağlamaktadır. Seyirci, acının pornografisi ile tüketimin pornografisini birleştirdiği görsel kodlar dolayısıyla eleştirel suç ortaklığına dahil olmaktadır. Bu bağlamda *Mother! (Anne!)* filminde cenaze ve hayranların evi işgal sahneleri, *The Wrestler (Şampiyon)* filminde güreş/dövüş sahneleri, *Requiem for a Dream (Bir Rüya İçin Ağıt)* filminde televizyon izleme ve uyuşturucu kullanma sahneleri yerinden edilme ve hipergerçeklik boyutunun görsel imgelerle temsil edilmesine birkaç örnektir. Aynı zamanda yine bu sahnelerde postmodern kültürde parçalanmış bireyin, tüketim ideolojisi ile kimliğini tamlığa ulaştırmak için saldırgan hazlar ürettiği görülmektedir. Kendi kimliklerini inşa etmek için başkalarının hayatlarını tüketim malzemesine çevirerek doyunluğa ulaştıkları da söylenebilir.

Filmlerde yönetmen, tüketim eleştirisini postmodern anlatı üsluplarından biri olan kolaj/montaj tekniği ile gerçekleştirmekte, mekânı muğlaklaştırmakta ve metinlerarası

göndermelerle anlatıya çoklu okuma zemini kazandırmaktadır. Bu şekilde, filmlerde popüler kültüre ait göndermelerin yanı sıra dini metinlere göndermeler de yer almaktadır. Metinlerarasılık bağlamında Aronofsky'nin ezoterik anlatımla şekillendirdiği filmlerinde iki karşıt anlamı iç içe veren yananlamsal değerler ürettiği söylenebilir. Yönetmen, Tanrının evreni yaratışı ile insanın/tüketicinin evreni yok edişini hatta bireyin, kendilik bilincini yok edişini aynı bağlam içinde metaforik olarak ifade etmektedir. Bu noktada filmlerde postmodern bireyin kendine yabancılaşan yapısı ve haz odaklı tüketim tutkusu eleştirel olarak anlatılmaktadır. Yönetmen, filmlerin anlatısının merkezini oluşturan üretim ve tüketim ilişkisinin birbirini ikame edişini, filmlerin açılış ve kapanış sahnelerinde kullanılan döngüsel görüntü, ritim montaj, istikrarsız çekimler ve anlatının süreksizliği gibi özelliklerle de seyirciye aktarmaktadır.

### Kaynakça

- Armstrong, K. (2016). *İncil: Kitab-ı Mukaddes*. (I. Yıldız, Çev.) İstanbul: Versus.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. Kültür Bakanlığı.
- Baudrillard, J. (2008). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*. (O. Adanır, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.
- Baudrillard, J. (2010a). *Tüketim Toplumu*. (H. Deliceçaylı ve F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Baudrillard, J. (2010b). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. (Ü. Öktem, Çev.) İstanbul: Sarmal.
- Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Bocock, R. (1997). *Tüketim*. (İ. Kutluk, Çev.) Ankara: Dost.
- Chaney, D. (1999). *Yaşam Tarzları*. (İ. Kutluk, Çev.) Ankara: Dost.
- Debord, G. (2012). *Gösteri Toplumu* (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.) İstanbul Ayrıntı.
- Deleuze, G. ve Guattari, F. (2014). *Anti Ödipus: Kapitalizm ve Şizofreni*. İstanbul: Bilim ve Sosyalizm.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (1999). *Tüketimin Antropolojisi*. (E. A. Aytekin, Çev.) Ankara: Dost.
- Erdoğan, İ. (2001). *Popüler Kültürde Gasp ve Gayri Meşruluğu*. Doğu Batı (15) 65-106.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Fromm, E. (1990). *Umut Devrimi, İnsancıllaşmış Bir Teknolojiye Doğru*. (Ş. Yeğin, Çev.) İstanbul: Payel.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Methuen.
- Fiske, J. (1990). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat.

- Fiske, J. (1999). *Popüler Kültürü Anlamak*. (S. İrvan, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Fiske, J. (2000). Shopping for Pleasure Malls, Power and Resistance, *The Consumer Society Reader*, (J. Schor ve D. Holt, Ed.). New York: The New Press. pp.306-331.
- Foucault, M. (2000). *Hapishanenin Doğuşu*. (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge.
- Foucault, M. (2003). *Cinselliğin Tarihi*. (H.U. Tanrıöver, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Harvey, D. (2014). *Postmodernliğin Durumu*. (S. Savran, Çev.). İstanbul: Metis.
- Illch, I. (2002). *Tüketim Köleliği*. (M. Karaşahan, Çev.). İstanbul: Pınar.
- Işık, S. (2008). [http://www.derindusunce.org/estetik-beden-teroru/Erişim Tarihi 12.11.18](http://www.derindusunce.org/estetik-beden-teroru/Erişim_Tarihi_12.11.18)
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*. (N. Plümer, Çev.). İstanbul: Nirengi Kitap.
- Konyar, H. (2000). Tüketim Kültürünün Belirlediği Yeni Toplumsal Kimlikler, *İletişim*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (6) 19-34.
- Laine, T. (2011). *Feeling Cinema: Emotional Dynamics in Film Studies*. London: Bloomsbury.
- Lefebvre, H. (1996). *The Production of Space*. Oxford&Cambridge: Blackwell.
- Lefebvre, H. (1998). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. (I. Gürbüz, Çev.). İstanbul: Metis.
- Marcuse, H. (1990). *Tek Boyutlu İnsan*. (A. Yardımlı, Çev.). İstanbul: İdea.
- Miller, G. (2012). *Tüketimin Evrimi Cinsiyet, Statü ve Tüketim*. (G. Vardar, Çev.). İstanbul: Alfa.
- Monaco, J. (2001). *Bir Film Nasıl Okunur?* (E. Yılmaz, Çev.) Oğlak.
- Oktay, Ahmet (1993). *Türkiye’de Popüler Kültür*, İstanbul: Yapı Kredi.
- Oskay, Ü. (1983). Popüler Kültürün Toplumsal Ortamı ve İdeolojik İşlevleri Üzerine, K. Alemdar ve R. Kaya (Ed.), *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Ankara: Savaş.
- Postman, N. (1994). *Televizyon Öldüren Eğlence*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. (Ş. S. Kaya, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Robins, K. (1999). *İmaj*. İstanbul: Ayrıntı.
- User, İ. (2010). Biyoteknolojiler ve Kadın Bedeni. Yasemin İnceoğlu ve Altan Kar (Ed.) *Dişilik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni* içinde (s. 133-172). İstanbul: Ayrıntı.
- Stearns, P. (2006). *Consumerism in World History*. London: Routledge Press.
- Taylor, F.W. (1987). *Modernizm, Post-Modernizm, Realizm: A Critical Perspective for Art*, Winchester Press.
- Veblen, T. (1995). *Aylak Sınıf*. (İ. User, Çev.). İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Weber, M. (2011). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (M. Köktürk, Çev.). İstanbul: Bilgesu.

Wernick. A. (1997). *Promosyon Kültürü*. (O. Hakınhay, Çev.). İstanbul: Bilim ve Sanat.