

## FLÂNEUR'DEN POSTMODERN TÜKETİCİ BİREYE DÖNÜŞÜM SÜRECİNDE TÜKETİM KÜLTÜRÜ KAVRAMI VE GELİŞİMİ<sup>1</sup> Koray ÇANKAYA<sup>2</sup>

### ÖZET

Bu metinde Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramı perspektifinden tüketici birey ve postmodern tüketim evreni ele alınmaktadır. Simülasyon perspektifi ile günümüz tüketici bireyinin yaşam evreni Walter Benjamin'in Pasajlar eserinde modern kent analizi ile incelediği flâneur ile günümüz tüketici bireyinin tüketim evreni karşısındaki farkları incelenmektedir.

Benjamin modern kent analizini materyalist diyalektik bakış açısı ve üretim ilişkilerine dayalı bir tüketim evreninin yarattığı tarih, antikiteye bağlı mitsel ve de toplumsal gerçekliklere bağlı bir meta evreninin şekillenmiş panoramasını sunmaktadır. Burada tüketim arenası olan mimari yapı olan Paris'in alışveriş arenası olan pasajlar üzerinden analiz yapılmaktadır. Pasajlarda tarihe ait toplumsal gerçeklikler ve mitolojiye gönderme yapan bir mimari yapı simgelerinin yarattığı fantastik göstergelerden -simgelerden- oluşan yapıyı diyalektik yöntemle analiz etmektedir.

Jean Baudrillard ise Benjamin'den farklı olarak Paris Pasajlar'da diyalektik yöntemle irdelenen tarihi toplumsal gerçeğe gönderme yapan simgesel yapının aksine simülasyon evreninin anlamsızlık panoramasını tasvir etmektedir. Baudrillard Amerika eserinden verdiği örnekler de, artık tarihe, toplumsal ilişkilere ve gerçekliğe vurgu yapan simgeler yerine hiçbir şeye gönderme de bulunmayan anlamsız göstergeler evreni olan simülasyon evrenini tüketici birey pratikleri üzerinden ortaya koymaktadır. Benjamin'in Pasajlar eserinde tüketim arenasındaki simgeler yerini Baudrillard'ın Amerika eserinde göstergenin içeriği boş olan anlamsız göstergeler olarak da tabir edilebilecek simulakr -simgesel olarak gönderme yapamayan hayali yüzgezer göstergeler- yapıların oluşturduğu simülasyon -anlamsız, tarihsiz, toplumsal gerçekliklerle ilgisiz göstergeler- evrenini tasvir etmektedir.

Bu iki düşünür arasındaki temel bakış açısı farklılıkları ile modern kent analizi olan materyalist diyalektik bakış açısının postmodern durumda geçersiz olduğu yeni bir kapitalist sistemin manzarası tüketici birey ve flâneur arasındaki pratiklerin farkları üzerinden kuramsal olarak tartışılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Simülasyon, Postmodernizm, Tüketim Kültürü

### IN THE PROCESS OF TRANSFORMATION FROM FLANEUR TO POSTMODERN CONSUMER INDIVIDUAL THE CONCEPT AND DEVELOPMENT OF CONSUMPTION CULTURE

### ABSTRACT

In this text, the consumer individual and the postmodern consumer universe are discussed from the perspective of Jean Baudrillard's simulation theory. With a simulation perspective, the life universe of today's consumer individual, the differences between the flâneur, which Walter Benjamin examines in Passages, with modern urban analysis, and today's consumer individual against the consumption universe are examined. Benjamin presents a reified panorama of a

<sup>1</sup> Bu çalışma yazara ait olan ve Doç. Dr. Burcu BALCI danışmanlığında yönetilen "2000 Sonrası Dönemde Türk Televizyon Dizilerinde Tüketim İdeolojilerinin Temsili, 2019" başlıklı, doktora tezinden üretilmiştir. Ayrıca "Diyalektikten Simülasyona Bireyci Tüketim Üzerine Kuramsal Bir Tartışma" başlığıyla "Kültürel Bilişim, İletişim ve Medya Çalışmaları, CICMS 2021" Sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Öğr. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi İletişim Fakültesi, Denizli, koraycankaya@hotmail.de, ORCID: 0000-0002-9840-7962

commodity universe that is connected to the mythical and social realities of history, antiquity, created by a consumption universe based on a materialist dialectical perspective and production relations. Here, the analysis is made through the passages, which are the shopping arena of Paris, the architectural structure, which is the consumption arena. It analyzes the structure consisting of fantastic signs -symbols- created by the symbols of an architectural structure that refers to historical social realities and mythology in the passages, with the dialectical method.

Unlike Benjamin, Jean Baudrillard, on the other hand, depicts a panorama of the meaninglessness of the simulation universe, unlike the symbolic structure that refers to historical social reality, which is examined with the dialectical method in Paris Passages. The examples he gave from Baudrillard's America now reveal the simulation universe, which is a universe of meaningless signs that do not refer to anything, instead of symbols that emphasize history, social relations and reality, through consumer individual practices. The symbols in the consumption arena in Benjamin's Passages are replaced by the simulacrum, which can also be described as meaningless signs without the content of the sign in Baudrillard's America, the imaginary floating signs that cannot refer symbolically, and the simulation formed by the structures, which depicts the universe of meaningless, undated, unrelated to social realities.

The main perspective differences between these two thinkers and the view of a new capitalist system in which the materialist dialectical perspective, which is the modern urban analysis, is invalid in the postmodern situation, is discussed theoretically through the differences in the practices between the consumer individual and the flâneur.

**Keywords:** Simulation, Postmodernism, Consumption Culture

## GİRİŞ

Postmodern toplum mevhumu 1970'li yıllardan itibaren kapitalizmin dönüşümü ile kitle iletişim araçlarının merkezi rolde toplumu tüketim göstergeleri güdümünde dönüştürmesi ile paralel olarak değerlendirilmektedir. Tüketim pratiklerinin gündelik yaşam pratiklerinde tüketim ideolojilerinin egemenliğini iyiden iyiye günümüze dek yerleştiği postmodern, geç kapitalizm, tekno kapitalizm v.b. terimlerle adlandırılan günümüz imajlar evreni ideolojilerin ve toplumsal gerçekliğin sonunu getirdiği tartışmalarını da ön plana çıkarmaktadır. Tüketim imajlarının merkezi rolde toplumsal yapıyı şekillendirdiği bir tüketim evreni, toplumsal gerçekçi ideolojilerin, toplumsal gelişme savını öne süren toplumsal diyalektiğin artık olmadığı bir dünyada ideolojiler ve toplumsal gerçekçi üretim ilişkileri üzerinden yürüyen toplumsal simgesel ilişki biçimlerinin artık geçerli olmadığını ortaya koymaktadır. Bu minvalde günümüz imajlar evreni toplumsal gerçeklik ve buna bağlı ilişki biçimleri ile bağlantısı olmayan sentetik, kopya imajların yarattığı -marksist terminoloji ile- üst yapı odaklı yani tüketim ideolojilerinin güdümünde kitle iletişim imajlarının toplumsal gerçekçi ilişkileri tedavülden kaldırarak sanal ve yapay bir dünya oluşturduğu görüşünü ortaya koymaktadır.

Sanal ya da *Simülasyon* yaşam dünyasının dolayısıyla bu dünyayı meydana getiren tüketim merkezli göstergeler sistemine kapı aralayan *Tüketim Kültürü* kuramını 70'li yıllarda ortaya koyan düşünür *Jean Baudrillard*'dır. Baudrillard marks-çı gelenekten koparak günümüzde postmodernizmin -kendisi postmodern düşünür yaftasını kabul etmese de- başlıca düşünürlerinden olarak kabul edilen radikal düşüncesini ortaya koyarken, toplumsal gerçekliğin dolayısı ile ideolojilerin ortadan kaybolduğu bir tüketim evreni düşüncesini ortaya koymaktadır. Baudrillard artık tarih, kültür, toplum, ideoloji gibi kavramların yan anlam düzleminde herhangi bir kavramın karşılığını bulamadığı ve kavramların içeriğinin boşaldığı gerçekliğin olmadığı anlamsız yüzer geçer sözde göstergeler -gerçekliğe işaret edemeyen- sinyallerin ve imajların anlam ve yanıt bulamadan aktığı bir evren portresi sunmaktadır.

Öte yandan marks-çı gelenekten gelse de artık üretim ilişkileri yani altyapı odaklı kuramsal yaklaşımın yadsındığı tüketim evreni Baudrillard'da herhangi bir diyalektik toplumsal gerçeklikten bağlantısızken, *Benjamin* ise alt yapı ve diyalektik yaklaşımla tüketim evrenini tasvir etmektedir. Benjamin *Pasajlar* eserinde tüketim arenasını ele alırken tarih, antikite, mitoloji gibi kavramlar üzerinden tüketim arenasının toplumsal tarihi, kültürel, kökenleri üzerinden toplumsal gerçekliğe refere eden toplumsal diyalektiği analiz etmektedir.

Baudrillard ve Benjamin'in tüketim olgusunda temel yaklaşım farklılığında Baudrillard'ın tüketim evreninde göstergeler kökensiz yüzergeçer, anlamsızlık dünyasını aksettirenken, Benjamin'de ise göstergeler toplumsal gerçeklikten dolayısıyla diyalektikten beslenmektedir. Baudrillard ise *Simülasyon* olarak adlandırılan kuramında gösterge gerçeklik düzleminde anlamı olan kavramların artık anlamı olan karşılığının olmadığı anlamdan yoksun bir evren betimlemesi ortaya koymaktadır.

Baudrillard ve Benjamin'in tüketim evrenine yaklaşımları Benjamin'in *flâneur* kavramından Baudrillard'ın tüketici bireye giden dönüşümü üzerinden karşılaştırılarak marksist ya da modern kuramsal yaklaşım sergileyen Benjamin ile karşılaştırmalı olarak incelenmektedir.

## TÜKETİM TOPLUMU ÜZERİNE DÜŞÜNMEK

The Century of the Self (2002): "Ben Asrı" belgeseli tüketim toplumunun çağdaş anlamda başlangıcını betimlemektedir. Freud'un yeğeni Edward Bernays Amerika Birleşik Devletleri'nde amcası Sigmund Freud'un yapıtlarının İngilizceye çevrilmesi ve tanınması için çalışmıştır. Ayrıca amcasının fikirlerinden etkilenecek halkla ilişkiler bilimini icat ettiği belirtilmektedir.

Seri üretim mallarını insanların bilinçdışı arzularıyla ilişkilendirerek, ihtiyaçları olmayan şeyleri istemeleri için insanları nasıl ikna edeceklerini Amerikan şirketlerine ilk gösteren kişiydi...İnsanlar, içlerindeki bencil arzular tatmin edildiğinde mutlu olurken, uslu çocuklar haline geliyorlardı. Bugün bütün dünyayı saran, sadece tüketen insan modeli böyle başlamıştı" (The Century of the Self 2002).

Bernays'in ABD başkanı Woodrow Wilson döneminde Dünya Barışı için program sloganıyla ve bütün Avrupa'ya demokrasi getirmek düşüncesini pazarlayarak ve propaganda unsuru sonucunda Wilson insanları özgürleştiren bir kahraman haline gelmektedir. Bernays barış zamanında büyük kitleleri bu şekilde etkilemenin mümkün olduğunu fark etmiş ve Almanların kullandığı propaganda terimi yerine Halkla İlişkiler Konseyi lafını bulduğunu belirtmektedir (The Century of the Self 2002).

Tüketim toplumunun pratiği kitlelerin düşünme ve hissetme biçimini değiştirme yollarıyla ilgili fikirler sonucunda ortaya çıkmaktadır. İnsanların ihtiyaçlarına değil de irrasyonel arzularına ve duygularına hitap eden bir tüketim pratiği artık keşfedilmiştir.

Gorz (2011); Bernays'in insanların ihtiyaçlarının sınırlı ancak arzularının sınırsız olduğu yönündeki fikirlerinden yola çıkarak, bireylerin pratik ihtiyaçlar ve rasyonel düşüncelerle satın alma ediminde buldukları yönündeki fikirlere karşı çıkmaktadır. İnsanların bilinçdışı güdüleri, irrasyonel yönelimleri, itiraf edilemeyen fantasma ve arzularına hitap etmek gerektiğini düşünmektedir. Bu fikirlerden yola çıkarak, irrasyonel bireyci duygulara seslenen bir tüketim kültürü yaratmak için irrasyonelde olsa tüketim edimi simgesel bir ifade biçimi olarak çeşitli yan anlamlarla bireyleri cezbedici yöntemleri uygulamaya koymaya başlamıştır. Barnays'ın 1920'lerde uygulamaya koyduğu kadınların sigaraya alıştırılması için ortaya konulan örnek bu durumu somut olarak açıklamaktadır. Barnays;

Sigara -diye açıklar- fallik bir semboldür ve kadınlar sigarada erkek egemenliğinden simgesel olarak kurtulmanın bir yolunu görürlerse sigara içmeye başlarlar. Ulusal bayramda New York'taki büyük yürüyüş sırasında sansasyonel bir olay cereyan edeceği konusunda basın önceden uyarılır. Gerçekten de kararlaştırıldığı üzere, yirmi kadar zarif genç kadın el çantasından sigara ve çakmağını çıkarıp simgesel özgürlük meşalesini yakar. Sigara kadının özgürleşmesinin sembolü olur. (Gorz, 2011:47).

Kısaca belirtilen gelişmeler ışığında zamanla kitle iletişim araçlarının da merkezi rol almasıyla Batı toplumları, ağırlıklı olarak Amerika merkezli olsa da yavaş yavaş tüketim pratiklerini gündelik yaşamda, meta fetişizmin dayatmasından göstergelerin dayattığı fetişist gerçekliğe dönüşen bir düzlemde hissetmeye başlamaktadırlar.

Tarihsel Kapitalizmin metalaşma mevhumuyla birlikte, toplumsal yapıyı ve ilişkileri de metalaştırması sürecinin tarihine bakıldığında, on beşinci yüzyıl sonlarında kapitalist sistemin ortaya çıktığı görülecektir. Wallerstein'a göre; Tarihsel Kapitalizmin doğuşu "...on beşinci yüzyıl sonları Avrupası'nda yer aldığı; sistemin zaman içinde, on dokuzuncu yüzyıl sonlarına gelindiğinde tüm yerküresini kaplayacak biçimde mekân içinde de genişlediği; bugün hâlâ tüm yerküresini kaplamakta olduğudur" (Wallerstein, 2006:16).

İletişim ulaşım kanallarının gelişmesi ile kapitalizmin, metalaştırma ve meta fetişizm kavramları ile açıklanan veçhesi, yerini gösterge ve simge sistemlerinin yarattığı praksis üzerinden gösteri ve semantik yaşam evreni yani tüketim ideolojileri yaklaşımlarına bırakmaktadır. Dolayısı ile gündelik hayatta ideolojik bir edim olarak tüketim kavramının on dokuzuncu yüzyıl ortalarından itibaren kuramsal olarak semiyolojik, simgesel, gösterge, gösteri gibi kavramlar düzlemine kayması ve ele alınması rastlantı değildir.

Baudrillard Tüketim Toplumu kuramını 1970 yılında yayınladığında –tüketim kuramını ortaya koyan ilk düşünür olarak- çağdaş sosyoloji ve felsefeye önemli ve farklı bir yaklaşım getirmiş oldu. Baudrillard tüketim kuramında Batılı toplumların kültürel sisteminin temel dayanağının tüketim olduğunu öne sürmektedir. Baudrillard, "tüketici nesnelere halkı farklılaştıran bir göstergeler dizgesi oluşturduğunu öne süren bir görüşü geliştirmeyi sürdürdüğü sıralarda hâlâ Marx-çıdır...tüketim, kullanım değerlerinin tüketimi olarak değil, temelde göstergelerin tüketimi olarak anlaşılmalıdır" (Sarup, 2004:230). Kısaca Baudrillard'ın tüketim kuramını, tüketim ediminin tatminden ziyade anlamların farklılaşması üzerine kurmaktadır. Toplumsal ilişkilerin nesneleşmesi sonucunda, öznenin ötesinde (veya üzerinde) nesneleşmiş bireyler ve bedenleri öne çıkmaktadır. Bu bağlamda Baudrillard'a göre gerçek dünya kaybolmuş, bunun yerine gerçek dünyanın yanılması yoluyla oluşan gerçeklik göstergeleri gerçeğin yerini almaktadır. Burada gerçek dünya yani modern dünyanın toplumsal ilişkileri ve kapitalizmin üretim ilişkileri düzleminde oluşturduğu –ideolojik mücadeleleri de içeren- gerçek dünya artık kayıp gitmiş, sanki bu dünya hala varmış gibi sadece görünümü ve hayaleti kalmıştır.

## FLÂNEUR'DEN POSTMODERN DÖNEME TÜKETİCİ BİREY

Baudrillard'ın tüketim kuramından biraz geriye ondokuzuncu yüzyıl başlarına doğru döndüğünde, kapitalizmin modern olarak nitelenen döneminde Walter Benjamin tarafından Baudelaire'in ifade ettiği *flâneur* –aylak kent gezgini- kavramı ile analiz ettiği modern kent tasviri önem taşımaktadır. Benjamin "...bireyin kalabalıklar içinde yaşadığı şok deneyiminin ve Paris kentinin ölüme yatkınlığının, Baudelaire'in şiirlerinin merkezi içeriği olduğu gösterilir" (Witte, 2002:131). Benjamin on dokuzuncu yüzyıl başlarında, Paris'i gözlemleyerek meta dünyası ile Burjuva toplumunda aylıklığın veçhesini flâneur kavramıyla sunmaktadır. Burada;

Kitleler *flâneur'un* önünde bir perde gibi durur: Yalnızlaştırılanların en yeni sarhoş olma aracıdır onlar. - İkinci olarak, kitleler bireylerin tüm izlerini çözüp dağıtır: Avlananların en yeni

sığınağıdır onlar. - Son olarak da kitleler şehir labirentinde, en yeni ve en az araştırılmış labirenttir. Onlar aracılığıyla, şimdiye kadar bilinmeyen, yeraltındaki özellikler şehrin imgesine damgasını vurur (Frisby, 2012:259).

Küreselleşme sonucu postmodern döneme gelindiğinde flâneur'un yerini tüketim ediminde tüketici birey olgusu alacaktır ve herhangi bir kent ritmine ahenk göstermek yerine, haz içerisinde uyuşma ve şoklanma yörüngesinde tüketmeye yönelecektir.

Benjamin kitlelere odaklanarak flâneurün kitleler içinde kaybolmasını resmetmektedir. Kentin dinamiklerine ve ritmine uyum sağlayan flâneur, olaylara anında yanıt veren tepki biçimleri geliştirmektedir. Flâneurun, pasajlar yani mağaza ve tüketim arenası üzerinden tasvir edilen yaşam dünyasına kısaca değinmek ve böylelikle günümüz imajlar evreni ile kıyaslamak yararlı olacaktır.

Flâneur, henüz gerek büyük kentin, gerekse burjuva sınıfının eşliğindedir. Henüz bunlardan herhangi birine yenik düşmüş değildir. Hiçbirine yerleşmiş değildir. Flâneur, sığınağını kitlede arar. Kitlenin fizyonomisine ilişkin erken çalışmalara Engels'te ve Poe'da rastlanır. Kitle bir peçedir; bu peçenin ardından alışılmış kent, bir fantazmagori niteliğiyle, flâneurü çağırılmaktadır. Bu fantazmagori içerisinde kent, kimi zaman bir peyzaj, kimi zaman da bir iç mekân görüntüsündedir. Daha sonra flâneurlüğü mal cirosu için yararlı kılan büyük mağaza olgusu, bu ikisini kendi yapısı içerisinde geliştirir. Büyük mağaza, flâneurün son numarasıdır (Benjamin, 2012:98-99).

Benjamin kent yaşamının korkutucu ve tedirgin edici yanını merkeze alan edebiyattan yola çıkarak kitle ve flâneur kavramını meta düzleminde ele almaktadır. Flâneur kent içinde terk edilmiş mallar gibi kitleler içerisinde yalnızlaşmaktadır. Tüketim kenti olan Paris flâneur karşısında çeşitli peyzajlar ile onu çevrelemektedir. Kitlenin tedirgin ve sürekli devinimi karşısındaki flâneur tüketime davet edilen kitlenin ve piyasanın gözlemcisi durumundadır. Kitlenin ve kalabalıkların karşısında flâneur kökeninden kopmuş bireyi simgelemektedir.

Frisby'e göre (2012); Benjamin'in on dokuzuncu yüzyılda Paris'in önemli mimari yapısı olan pasajlar üzerinden ilkel tüketim sahnesini, rüyalar labirentine açılan bir kapı olarak tasavvur ettiğini belirtmektedir. Ona göre; Benjamin Pasajlar'da ele aldığı modernlik analizinde, modern yaşam simgeleri ile antikiteye ait dünyanın pasajlarında tüketim simgeleri üzerinden diyalektik bir biçimde karşılaştırma yaptığını belirtmektedir. Antik yaşama ait mit dünyası modern yenilik dünyasına tüketim simgeleri ile bütünleşerek nüfuz etmektedir. Şehir hayatında modern mitler yaratıldığından söz edilebilse de, bu dünyayı gerçek dünya olarak nitelemek aslında mitsel simgelerden oluşan tüketime yönelik bir dünyayı rüya evreni olarak kabul etmek anlamına gelmektedir. Mit modernliğe baskın gelerek dünyayı uyku konumuna getirmektedir (Frisby, 2012:264-265).

Benjamin pasajlar eserinde modern Paris şehrinin tüketim toplumunu analiz etmektedir. "...pasajlar dediğimiz şey aslında Paris'in pasajları. Pasajlar kitabında bahsedilen pasajlar alışveriş yeri olarak bildiğimiz pasajlar. Bunlar, 1820'lerden itibaren ilk kez Paris'te inşa edilmiştir" (Dellaloğlu, 2005:17).

Frisby Benjamin'in pasajlardaki dünyasını "...metalden oluşan rüya âlemi fantazmagoryasının, meta denen gizemin kilidinin açılmasını gerektirdiğini idrak etmişti. Meta dolaşımı âlemi, tam anlamıyla, yeni'nin hep aynı diye ilan edilmesidir. On dokuzuncu yüzyılın rüya âlemi, çürümüş bir şeyler dünyası olarak, kökenlerinden koparılmış bir şeyleşmeler dünyası olarak sunar kendini" şeklinde açıklamaktadır (Frisby, 2012:266).

Benjamin modernlik analizini yaparken, fragmanların diyalektik biçimde karşılaştırılması yoluyla görünenin ardındaki hakikate ulaşmayı hedeflemektedir. Yani modernist anlayışa ait

olan, en küçük parçadan yola çıkarak resmin bütünü görmeyi amaçlayan bir yaklaşım sergilemektedir.

"Hızlı imge" diyalektik imgenin içine doldurulur. Modernliğin anahtarı olarak en önemli hususlardan biri, yeni olan ile hep aynı olanın diyalektiğidir ki bu da yeni olan ile eski olan, moda ile ölüm, modernlik ile antikçağ, modernlik ile mit, moda ile meta yan yana geldiğinde tekerrür eder. Paris analizinde, kitleler (modernlik) ile şehrin (antikçağ) diyalektiğini görürüz (Frisby, 2012:269).

Paris gibi bir modern dönem şehrinin analizi için diyalektik yöntem ile bir analiz yapılabilmektedir. Ancak postmodern dönemde –Baudrillard yaklaşımı ile- diyalektik karşılaştırma yapılabilecek bir gerçekliğin kalmadığı görülmektedir.

Benjamin'in kökenlerinden koparılmış ya da hakikati görünmeyen metaların –nesnelere- ardına bakarak, şeyleşmiş imgelerin ardındaki hakikat ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır. Materyalist bir bakış ile mistik yapının ardındaki hakikati görebilmek amaçlanmaktadır.

Bu bağlamda Baudrillard'a geri döndüğümüzde Benjamin'e paralel görünen ancak Benjamin'den farklı bir yaklaşım tarzı görülmektedir. Benjamin altyapı ve üretim ilişkileri bağlamında yani marksist yaklaşımla modernliği irdelemektedir. Ancak çalışmaları ondokuzuncu yüzyıl başlarına yani henüz kitle iletişim araçlarının egemenliğini ilan etmediği döneme denk gelmektedir. Eski bir marksist olan Baudrillard'ın ise altyapı ve üretim ilişkileri üzerinden analizi terk ederek üstyapı üzerinden tüketimi merkeze aldığı bilinmektedir.

Benjamin'in ondokuzuncu yüzyıl dünyasını rüyalar alemi fantazmagoryası, metaların yeniden üretimi ile bağlamlarından ve köklerinden kopmuş yüzgezer metaların -Baudrillard'a göre postmodern dönemde göstergelerin- şeyleşmiş panoraması, Baudrillard'ın kökenlerinden kopmuş hayali göstergeleri tasvir ettiği simülasyon evreni ile paralel özellikler taşımaktadır.

Benjamin'in flâneuru modern kenti belli bir ritimde tepki vererek algılayabilmekte, görebilmektedir. Ancak Baudrillard'ın hızlı imgeler üzerinden şoklayıcı bir görünüm evreni olan simülasyon evreninde flâneur, Walter Benjamin'in tanımladığı konumdan farklı bir duruma evirilmektedir.

Baudrillard'ın flâneuru hazırlanıp arabasına bindiğinde, şehir merkezini keşfetmez ve piyasa yapmaz. Zamanımızın en önemli emaresini aramak için çöle sürer, gözden kaybolmaya... Baudelaire'in flâneuru modernitenin hakiki mahiyetinin en iyi manzarası olarak tasarlanmıştı, Baudrillard flâneuru TV seti önündeki koltuğa bağladı. Gezgin artık gezmemektedir. TV izleyicisinin önünden akan TV imgeleri, TV reklamları, ürünler, hazlar artık kimin gezdiğinin koştuğunun reklamını yapmaktadır. Baudelaire'in gezgincisi Baudrillard'ın izleyicisine dönüşmüştür (Bauman, 1992:154-155).

Bauman bu açıklama düzleminde Baudrillard'ın simülasyon evrenine ait bir Dünya'da, mekân ve kent kavramının alt yapıya bağlı konumdan koptuğu bir dünya tasviri sunan Amerika (2013) kitabını akla getirmektedir. Baudrillard "Amerika" (2013) kitabında bir etkilenme olmaksızın şoklanma, göstergelerin refere ettiği -gösterileni olmayan- anlamların olmadığı simülasyon dünyasına ait bir üst mekân tasviri yapmaktadır. Çünkü Benjamin'in tarihsel gerçekliğe refere eden estetik ile mitleştirilen modern tüketim kenti olan Paris imgesine karşın, Amerika estetik ve tarihten yoksun postmodern bir kent durumundadır.

Araba sürmek şaşırtıcı bir bellek yitimi biçimi. Her şey keşfedilmeye, her şey yok edilmeye hazır. Elbette çöllerin ve California şaşkınlığının birincil şoku var, ama bu şok ortadan kalkar kalkmaz yolculuğun ikincil görkemi; aşırı uzaklığın, kaçınılmaz uzaklığın, yüzlerin ve adsız uzaklıkların sonsuzluğu ya da nihayet şaşkınlık imgesini bozmayarak, herhangi bir insan

iradesinin varlığını belirtmeyen kimi mucizevi jeolojik oluşumların ikincil görkemi başlıyor. Bu yolculuk biçimi hiçbir ayrılığı kabul etmez. Tanıdık bir yüze, bildik bir görünüme ya da anlaşılabilir herhangi bir şeye rastlandığında büyü bozulur; gözden kaybolmanın bellek yitimine, çileciliğe, sonuçmaza özgü büyü, ilk duygusal durumda ve dünyasal semiyoloji karşısında yok olur (Baudrillard, 2013b:20).

Bauman (2012), günümüzde küresel dünyaya tanıklık eden bireyin durumunu şöyle ifade etmektedir, “çoğumuz, fiziksel, bedensel olarak yerimizde dursak bile hareket halindeyizdir. Adet olduğu üzere, koltuğumuza çakılmış TV ekranında kablolu yayın ya da uydu kanallarının birinden öbürüne zap yaparken, yabancı mekânlara süperonik jetleri ve kozmik roketleri aşan bir hızla girer çıkarız; ama hiçbir yerde misafirliğin ötesine geçecek, kendimizi chez soi – evde hissedebildiği gibi- hissedecek kadar kalmayız” (Bauman, 2012:81).

Araba kullanmak veya televizyon karşısında sanal gezinti yapmak, tepkisel ve algısal durumu erozyona uğratmaktadır. Bu manada modern çağa ait flâneurun algı düzlemi, imajlar evreninde yerini, hafızası silikleşen, algı ve tepki reaksiyonu göstermek yerine şoklanma ve hızlı imge akışı yolu ile anlamsız bir evren karşısında belleği bulanıklaşan postmodern dünyaya ait bir flâneurun algı düzlemine bırakmaktadır. “Baudrillard’ın Simülasyon kavramında gerçekten çok görüntünün biricikliği yatar. Amerika’nın Kaliforniya eyaletinde gördüğü otoyolların içindeki şahısların “cazibeli” arabalarının, “cazibeli” bakışlarının plastikliğinin, görüntüsünün ardında yatan bir anlamlı ifadenin olmadığı ifadesidir bunlar...” (Akay, 2005:114).

Lingis (1997), yüz yüze iletişim ortamının geride kaldığı, zamanın ve mekânın bağlantısız çelişkili mesajlarla doldurulması üzerine eğilen tüketim kenti imgesi örneği de bu açıklamalara benzer yöndedir.

Eskiden binaların sokağa bakan duvarlarında pencere yoktu; konuşmaya gelen biri zili çalıp adını söylemek zorundaydı. Bugün binaların sokağa bakan duvarları, üzerlerine neon ışıklarıyla mesajlar yazılan ekranlardır; alınıp yanıt verilmeyen ama ajite eden ve çağdaş yaşamın tüketim çılgınlığını kışkırtan, göz kamaştıran ve ayartan imgeler halinde iç içe geçmiş bağlantısız ve çelişkili mesajlardır bunlar (Lingis, 1997:70).

Bauman (2012) Lingis’in yukarıda çizdiği tabloya paralel olarak, neon lambaların anlamlı birer gösterge olarak referans noktalarını kaybettiği postmodern toplum durumunu şöyle açıklamaktadır;

“Durgunluk” ya da hareketsizlik fikrinin, ancak kımıldamadan duran ya da kımıldamadan duruyormuş gibi görülebilecek bir dünyada; sert duvarların, sabit yolların ve paslanacak kadar uzun süre yerinde duran tabelaların olduğu bir yerde anlamı vardır. Nasıl kayan kumların üzerinde kimse “kımıldamadan” duramazsa, bu bizim geç modern ya da postmodern dünyamızda —referans noktaları kanat takmış uçan ve verdiği talimatı tam olarak okumaya, üzerinde düşünüp taşınmaya, bir şeyler yapmaya fırsat bırakmadan gözden kaybolmak gibi can sıkıcı bir alışkanlığı olan bir dünyada- da kımıldamadan durulamaz...(Bauman, 2012:82-83).

Postmodernizmin başlıca meselesi küreselleşme olgusu ile meydana gelen hızlanmadır. Yerelliğe ait cemaat toplumlarının durağan anlamlı ilişkilerinin yerini hız almaktadır. Bu durum da zaman ve mekânının sıkışması sonucunu doğurmaktadır. Küresel düzlemde yerel yaşam biçimine ait durağan anlamlı göstergelerin yerini küresel enformasyon hızı karşısında sürekli kayganlaşarak devinen parçalı görünümlemlerle —neon lambalar, çöl, Las Vegas, TV imgeleri gibi- anlam erozyonuna bırakmaktadır. Bu bağlamda gösterge gerçeğin yerini simülakr —anlamsız göstergelerin- alması, gerçeklik ve anlamlı yaşam biçiminin yerini simülasyon -anlamsızlık evreninin- alması daha somut şekilde anlaşılmaktadır.

Anlam yitimi hız döngüsü üzerinden dolaymlanan televizyon izleme eyleminde de hissedilmektedir. Williams (2003), televizyon deneyimini akış gerçeği olarak değerlendirmektedir. Ona göre eskiden kitap veya broşür bir parça olarak alınıp okunurdu. Bir toplantının yeri zamanı belirliydi. Bir tiyatro oyunu da belli bir saat ve tiyatrodaki sahnelenmekteydi. Dolayısıyla alışılmış tepkiler dağınık olaylardan beslenen deneyimler ile şekillenmektedir. Yayıncılığın gelişimine kadar da olağan beklenti, halen dağınık tek bir olaya dönüktür. Tiyatro, maç, konser, toplantıya tek bir beklenti ile gidilmekte veya kitap, broşür, gazete bir adet alınmaktaydı. Bu kültürel durumun oluşturduğu sosyal ilişkiler çok fazla değişkenlik göstermemektedir.

Williams Televizyon dolayımı ile akan programların alışılmış dağınık olaylara –kitap, toplantı, oyun etkinlikleri- bağlı algı ve tepki deneyiminin, dağınık olaylardan beslenen doğasının değiştiğine vurgu yapmaktadır. Televizyon dolayımı bu durumu programlama olarak sekans kavramından, akış olarak sekans kavramına dönüştürmüştür. Bu akışın karakteristik deneyimi bir kişinin aynı gün içinde hem derste ve futbol karşılaşmasında bulunması, üç gazete, üç veya dört dergi okuması, bir gösteride bulunması gibi bir şeydir. Bu televizyonun çok çeşitli konu ve olayları bir araya getirme yönüne işaret etmektedir. (Williams, 2003:73-79).

Williams seyirci olarak program akış aralarında ayrımın fark edilmediği ve Amerika’da yaşadığı bir deneyimi örnek olarak vermektedir;

Atlantik yolculuğunun sersemliği içinde bir film izlemeye başlamıştım ve çok daha sık olan ticari “aralar”ı kendimi ayarlamakta önce biraz zorlandım. Ancak bu, daha sonra olanlarla karşılaştırıldığında önemsizdi. Aynı kanalda başka geceler de gösterilecek iki ayrı film, fragman biçiminde araya sokulmaya başlandı. San Francisco’da bir suç (asıl filmin ana teması), yalnızca deodorant ve kahvaltılık reklamlarıyla değil, Paris’te geçen bir aşk öyküsü ve New York’u tahrip eden tarih öncesi bir canavarın ortaya çıkışıyla birlikte, olağanüstü bir uyum ve bütünlük içinde işlenmeye başladı. Dahası bu yeni anlamda bir sekanstı. İngiliz ticari televizyonunda bile, reklam akışlarından önce ve sonra -film arasından kalan bir işaret olarak- bir ses sinyali vardır ve “program” fragmanları yalnızca “program” aralarında yer alır. Burada hayli farklı bir şey vardı, çünkü film den reklama ya da film A’dan film B’ye ve C’ye geçişler, aslında işaretlenmemiştir (Williams, 2003:76).

Program birimleri aralarında ayrımı belirleyen işaretler olsaydı bile, insan dağarcığı doğal parçalı olaylarla –tiyatro, toplantı, gazete, kitap, konser- etkileşim ve tepkilere uygun reaksiyon gösterme yönünde gelişmiştir ve sınırlıdır. Televizyon akışı karşısındaki hızlı ve birden fazla sunulan olayların, bir arada ve süreklilik arz ederek akan yapısında program akışı insan dağarcığında kolayca hazmedilememektedir.

Baudrillard’ın Amerika imgesinde ve Lingis’in tüketim kentinde belirttiği neon lambalarından yansıtılan yaşamın, yapay yüzer geçer algı düzleminde işlevsiz kent imgeleri ile Williams’ın televizyon programlarının sekans akışı yaklaşımı paralel bir şekilde postmodern durumu yansıtmaktadır. Postmodern durum da küreselleşmenin meydana getirdiği döngü sonucu anlamsız imajların hızlı bir akışı hem medya imgelerinde hem kent imgelerinde görülmektedir.

Zaman ve mekânın toplumsal ilişkilere elverdiği dönemi -erken- modern küçük ve sabit kent imgesi olarak değerlendirmek mümkündür. Mekânların ilişkilerin değişmediği toplumsal ve kurumsal yapıların bağlantılı ve anlamlı olduğu kent imgelerinde iletişim sağlıklı ve anlamlıdır. Postmodern imajlar evreni ise küreselleşme sonucu hız ve devinim üzerinden toplumsal ilişkilerinde sürüklendiği düzlemde tüm anlamları bağlantılardan koparmaktadır. Baudrillard’ın Amerika imgelemi bu düzlemde bir betimlemedir.



Artık anlamsız bir evrende anlam aramak, anlamlı bir dünya algılamak flâneur için imkânsızdır. Buna mukabil olarak modern evren, bir kozmos, normatif ilkeler ve hedefler ortaya koyarak her şeyin düzen ve belirlilik ilkesine yaslandığı bir dünya sunar. Baudrillard ise modern dünyanın aksine postmodern manzaranın izlerini aramaktadır.

Estetik ve anlam, kültür, zevk ve baştan çıkarma fanatikleri olan bizler için, yalnızca adamakıllı ahlaksal olana güzel gözüyle bakan, yalnızca doğa ile kültür arasındaki yiğitçe ayrımı ilginç, coşturucu bulan bizler için, eleştiri anlayışına ve aşkınlığın saygınlığına değişmez bir biçim de bağlı olan bizler için, anlamsızlığın hem çöllerde hem de kentlerde egemen o baş döndürücü büyüsunü keşfetmek zihinsel bir şok ve duyulmamış bir engel aşmadır. Tüm kültürün ortadan kaldırılmasından tat alınabildiğini keşfetmek ve aldırmağın kutsallaşmasıyla coşmak.

Size Amerikan çöllerinden ve kent olmayan kentlerinden söz ediyorum... Buralarda vaha yok, anıt yok, kayıp giden madensel manzaralar ve otoyollar. Her yerde: Los Angeles ya da Twenty Nine Palms'ta, Las Vegas ya da Borrego Springs'te...

Arzu yok, çöl var. Arzu hâlâ ağır bir doğallıkta; Avrupa' da arzunun ve can çekişen eleştirel bir kültürün kalıntılarıyla besleniyoruz. Burada kentler, gezgin çöller gibi. Anıt yok, tarih yok: Her yerde gezgin çöllerin ve simülasyonun coşkusu. Birçok vadisi bulunan çorak toprakların bozulmamış sessizliği içinde de, bitmeyen ve aldırmağ kentlerin içinde de aynı vahşilik. Neden L.A., neden çöller bu kadar büyüleyici? Çünkü buralarda her türlü derinlik yok olmuş; parlak, devingen ve yüzeysel yansızlık; anlama ve derinliğe meydan okuma, doğaya ve kültüre meydan okuma kökeni artık belli olmayan, kaynağı olmayan bir üst-mekân (Baudrillard, 2013b:141-142).

Baudrillard'ın Los Angeles, Las Vegas v.b. kumar, eğlence ve sinema gibi üst yapıya ve yeniden üretim düzenine ait olan hizmet alanlarıyla ilgili örnekleri önemlidir. Marksist terminoloji ile altyapı ve üretim ilişkilerinden bağımsız kent imgesinin tasviri hayalet bir imge betimlemesidir. Walter Benjamin'in tasvirinde diyalektik bir karşılaştırma ile tarih ve modern tüketimci yenilikler arasında kentin mitolojik gönderme gücüne sahip estetik simgelerinden ve mimari özelliği üzerinden ilişki kurularak geçmişin tarihsel mitik yapısının moderne nüfuz ettiği ve baskın geldiği bir yaklaşım odak noktasıdır.

Amerika gibi antikiteye ve mitolojiye gönderme yapmayan tarihsiz bir kent imgesinde ve ileri kapitalist sistemde, benzer şekilde diyalektik bir karşılaştırmanın yapılamadığı görülmektedir. Burada göstergenin kökenlerinin olmadığı salt bir üst mekân tasviriyle, salt bir haz ve büyülemeye yönelik görünümeler yani simülasyon evreni portresi çizilmektedir. Bu noktada Baudrillard, Benjamin'in marksist bir bakış açısıyla ele aldığı modernizm analizinde, tarihe ve kentin anıtsal imgelerinin geçmişine diyalektik bir gönderme yaparak açıklamaya giriştiği tüketim rüyası tasvirinden ayrılmaktadır. Diğer yandan kökenlerinden koparılmış bir şeyleşmeler ve rüya dünyası yaklaşımı, Baudrillard'ın büyüleme ve simülasyon yaklaşımı ile ortak düzlemedir.

Baudrillard'ın estetikten yoksun Amerika imgesinde veya dünyanın başka bir postmodern kentinde aylak gezginin geldiği durumu Bauman'ın betimlemesinde görmek mümkündür.

Turist de, aylak da tüketicidir; ve geç modern ya da postmodern tüketiciler heyecan peşinde koşan deneyim koleksiyoncularıdır; dünyayla ilişkileri asıl olarak estetik tir: Dünyayı, insanı heyecanlandıran bir yiyecek, muhtemel yaşantılardan yani birinin başına gelen olaylar anlamında değil, yani insanın içinden geçtiği bir evre anlamında yaşantılardan...oluşan bir matris olarak algılandılar; ve dünya haritasını, bu yaşantılara göre çizerler...bu insanlara yol gösteren, aslında, tüketim estetiğidir; görünen büyüklüklerinin ve istisnasız herkesin onlara tapınması hakkına sahip olmalarının asıl nedeni, çalışma etiğine ya da aklın, uzmanlığın kuru,

kısıtlı kurallarına bağlılıkları veya finansal başarıları değil; şaşalı, hatta bayağı estetik zevklerinin sergilenmesidir (Bauman, 2012:99).

Ondokuzuncu yüzyılın ilk yarısında zaman ve mekân durağandır. Ondokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında ise iletişim ve ulaşımdaki gelişmeler zaman mekânı daraltarak algı düzlemini değiştirmektedir. Baudrillard'ın betimlediği Amerika imgesi bu bağlamda daha net anlaşılmaktadır. İnsanın zamanı ve mekânı algılama düzlemi de iletişim ve ulaşım hızına bağlı olarak değişime uğramaktadır.

## SONUÇ

Benjamin'in tüketim arenasında tüketim estetiğine dair yaklaşımı, tarih, mitoloji, antikite gibi tarihsel gerçeklik ve toplumsal gerçeklik göstergelerine ait anlam dünyasından referans almaktadır. Öte yandan Baudrillard ise tüketim estetiğini marksist bakış açısı, toplumsal ilişki biçimleri ve simgesel anlamı olan dünyadan tamamen bağımsız salt bir üst mekân ve üst gerçeklik -hipergerçeklik- olan tüketim dünyasında, içeriği gösterge düzleminde boşalmış anlamsız imajlar ve sinyaller üzerinden tanımlanan bir salt biçimsel -ya da görünüm- olan evrenin estetiği olarak konumlamaktadır.

Bu noktada Bauman'da estetik olgusunun Benjamin'in ifade ettiği toplumsal gerçekliğe ait tüketim estetiğinden ziyade salt haz, büyülenme ve ayartma düzleminde olagelen bir tüketim estetiği olarak görmektedir. Tüketim olgusu rasyonel akılcı, çalışma etiği gibi erken modern değerleri yadsıyarak, bu değerlerin yerine amaca fetişist büyüleyici bir gösteriş tutkusunu yerleştirmektedir. Bu yönüyle tüketim kültürü ya da ideolojisi akılcı değerler ve amaçların yerine haz, zevk, büyülenme gibi toplumsal gerçekçi ve erken modern dönemin ahlaki değerlerini aşan bir yönelimi yürürlüğe koymaktadır.

Tüm bu tartışmaların ana ekseninde televizyon ve kitle iletişim araçları odak noktasındadır. Tarihsel bilgi, tipografi ve yazılı kültüre dayalı kamusal alan ve simgesel yüz yüze ilişkilerin yerini gösteri kültürü ve yanıt vermeye olanak tanımayan gözlemciyi gösterinin tahakkümü altına aldığı imajların bütünsel ya da -kitle iletişimin tek yönlü yapısından kaynaklanan- totaliter gerçekliği gözlemci ve tüketici konumdaki bireyleri sarmalamaktadır. Geç modern ya da postmodern iletişim dünyası küresel düzlemde, ulaşım ve diğer iletişim teknolojilerinin getirdiği küresel zaman mekân sıkışmasına paralel olarak hız olgusunu o kadar merkezi konuma getirmiştir ki; Bu hız döngüsünde özne artık kendini tarih, toplumsal bağlam gibi sağlam ve durağan zemine tutunamayacak bir anlamsızlık düzleminde bulmaktadır.

Medyanın çok kanallı yapısından gelen hızlı enformasyon ve imaj akışı toplumsalın şeyleşmesi, fraktal bireyci parçalanma ile öznenin ve dolayısıyla toplumun, anlamlı bir merkez yörüngesine -cemaat ilişkileri, mahalle kültürü, yerel kültürler, tarih, mitoloji v.b.- tutunma olanağını ortadan kaldırmaktadır. Bu bakımdan medya iletilerinin içeriği de bir anlam düzlemi yaratmadığından daha çok medyanın biçimi -ya da içeriksiz göstergenin biçimi de olamayacağından salt görünümü- postmodern dünyanın merkezi özelliği haline gelmektedir.

Buraya kadar olan tartışmalar bağlamında Baudrillard, geleneksel anlamda üretim/tüketim ilişkilerinin yerini gösterge sistemlerinin yer aldığı ileri sürmektedir. Marksist terminoloji ile meta ve üretim denklemi yerine nesne ve hazcı tüketim denkleminin tüketim toplumunun dışlayıcı kodlar ile benlik tasarımı ve hazcı tatmini ana argüman olarak ortaya konmaktadır. Tüketim ediminin göstergeler üzerinden oluşturduğu kodlar üzerinden bir gösterge devrimi söz konusudur. Bu bakımdan göstergebilim terminolojisi ile gösteren gösterilen, simgesel anlam ve gerçeklik arasındaki ayrım müphem hale gelmektedir. Sistem aşırı bir enformasyon üretimi ile sonsuz bir şimdiki zaman ya da paralize olmuş bir şekilde şoklanan öznenin durumunu betimlemektedir. Öyle ki özne, etrafını saran aşırı iletişim yönüyle, ekranlar ve imajlar önünde

yanıt veremeyecek halde sersemlemiş ve eleştirelilikten ve yorum kapasitesinden yoksun sürmenaj hale gelmiş olacaktır.

Bu yönleriyle Benjamin'in flâneürü yorum ve eleştiri kapasitesi ile üretim düzleminde hız ve enformasyon yağmurunun etkin olmadığı üretim ilişkileri döneminde simgesel ilişki biçimleri ile tarih, mitoloji ve toplumsal gerçeklik düzleminde anlamı yakalamakta ve yorumlayabilmektedir. Ancak enformasyonun küresel iletişim sistemlerinin çok kanallı yapısı ve hızlı imajlar ile enformasyon devrinde flâneür yerine konumlanmış olan Baudrillard'ın tüketici bireyi ise şaşkın ve şoklayıcı yöndeki medya etkisiyle bireyci konumdadır. Paralize olan tüketici birey toplumla ilişkili olan flâneürün anlam ve yorum kapasitesinden zıt bir yönde salt bir haz derleyici, büyü ve haz döngüsünde ayartılmış bir gösterge -ya da içeriksiz hayali göstergelerin-güdümlünde bireyci tüketim edimine konumlandırılmaktadır. Bu da yeni kapitalist sistemin üretim ve altyapı odaklı marksist bakış açısı yerine tüketim göstergelerinin tahakkümünü ve meta üretimi yerine, nesne/gösterge tüketim kültürünün üstyapı ve kitle iletişim araçları ile meydana getirildiği tartışmasını Baudrillard perspektifinden ortaya koymaktadır. Bu yönleriyle simülasyon kuramının marksist yaklaşıma kıyasla belirgin farklılıkları günümüz gösterge kültürü ile ilgili medya tüketim toplum ilişkileri bağlamında gündeme getirilen tüketim kültürü tartışmaları ışığında flâneürden günümüz tüketici bireye dönüşen sistemin belirgin dönüşen farkları üzerinden ele alınmıştır.

## KAYNAKLAR

- Akay, A. (2005). Postmodernizm (1. Baskı). İstanbul: Leyla ile Mecnun Yayınları.
- Baudrillard, J. (2013b). Amerika (6. Basım). (Çev. Y. Avunç). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (1992). Intimations of Postmodernity. London: Routledge.
- Bauman, Z. (2012). Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları (Dördüncü Basım). (Çev. A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gorz, A. (2011). Maddesiz (Çev. I. Erdügen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Curtis, A. (Yönetmen). (2002). The Century of the Self [Film].
- Lingis, A. (1997). Ortak Bir Şeyleri Olmayanların Ortaklığı (1. Baskı). (Çev. T. Birkan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sarup, M. (2004). Postyapısalcılık ve Postmodernizm (2. Basım). (Çev. A. Güçlü). Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- Wallerstein, I. (2006). Tarihsel Kapitalizm (Dördüncü Basım Mayıs). (Çev. N. Alpay). İstanbul: Metis Yayınları.
- Frisby, D. (2012). Modernlik Fragmanları: Simmel, Kracauer ve Benjamin'in Eserlerinde Modernlik Teorileri (1. Basım). (Çev. A. Terzi). İstanbul: Metis Yayınları.
- Witte, B. (2002). Walter Benjamin (1. Baskı Ocak). (Çev. M. Tüzel). İstanbul: YKY.
- Benjamin, W. (2013). Fotoğrafın Kısa Tarihi (2. Basım). (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Dellaloğlu, B. F. (2005). Benjamin (1. Baskı). İstanbul: Say Yayınları.
- Williams, R. (2003). Televizyon Teknoloji ve Kültürel Biçim (Birinci Baskı). Ankara: Dost Yayınları.