

TÜKETİM TOPLUMUNUN GÜNDELİK HAYAT ETKİNLİKLERİNDE NESNELER SİSTEMİNİN İDEOLOJİK İŞLEVİ: TELEVİZYONDA YENİDEN ÜRETİM VE DENETİM SÜREÇLERİNİN TEMSİLİ*

Ece KAPTAN**, Cem TUTAR***

Gönderim Tarihi: 20.12.2021 - Kabul Tarihi: 10.02.2022

Kaptan E. ve Tutar, C. (2022). Tüketim toplumunun gündelik hayat etkinliklerinde nesnelere sisteminin ideolojik işlevi: Televizyonda yeniden üretim ve denetim süreçlerinin temsili. *Etkileşim*, 10, 70-98. doi: 10.32739/etkileşim.2022.5.10.170
Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Geleneksel ve modern dönemde tüketim etkinliği öncelikle üretim ilişkilerinin bir sonucu olarak arz ve talep yasaları içerisinde belirlenirken 1970'li yıllarla birlikte tüketim kültürü toplumsal alanın temel örgütlenme şekli haline gelmiştir. Bu dönemde gündelik hayat pratikleri içerisinde tüketim nesnelere alanı gün geçtikçe genişlerken sosyal teoride özne ve nesne arasında kurulan klasik diyalektik ilişkide bir tersine çevrim gerçekleşmiştir. Böylelikle öznenin nesne üzerindeki belirleyiciliği azalırken, nesnelere sistemi bütünsel bir söylem alanı olarak toplumsal yaşamın merkezine oturmuştur. Tüketim toplumunun nesnelere dünyası üzerinden işlediği göz önüne alındığında günümüzde kapitalist sistem, tüketim nesnelere üzerinden bir yandan toplumsal alanı yeniden üretirken diğer yandan nesnelere taşıdığı gösterge değerleri toplumsal alanda yeni içerme ve dışlama stratejileriyle bir denetim mekanizması görevi üstlenmektedir. Tüm bu sürecin işleminde televizyon toplumsal alanda yeni bir gerçeklik rejiminin parçası olarak nesnelere sistemini yeniden büyülenmenin bir aracı haline getirmiştir. İçerikten yoksun salt biçimsel formlar haline gelerek genişleyen nesnelere dünyası, toplumsal anlamın entropik bir süreçte içeriğinin boşalmasına neden olmaktadır. Televizyon yayıncılığında realite programları gündelik hayatın fragmanlarını ekrana taşıırken bu programların bir alt türü olan yaşam tarzı programları, gündelik hayatın tüketim kültürüne dayalı yaşam evrenini meşrulaştıran bir anlam matrisini sembolik olarak inşa etmektedir. Bu çalışma gündelik hayat etkinliklerinin ideolojik doğasında nesnelere sisteminin anlam ve işlevini yaşam tarzı programlarındaki temsiller üzerinden tartışmak amaçladır. Bu bağlamda amaca yönelik bir örneklem oluşturularak tespit edilen programlar nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak eleştirel perspektiften yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: tüketim toplumu, nesnelere sistemi, gündelik hayat, televizyon.

* Makale, 2021 yılında Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalında Cem Tutar danışmanlığında hazırlanan "Postmodern Kültürde Gündelik Hayatın Ethosu ve Bir Benlik Pratiği Olarak Kendilik Düşüncesi: Yaşam Tarzı Programları ve TLC Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Doktora Öğrencisi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ecekaptan28@gmail.com ORCID ID: 0000-0002-3333-7000.

*** Doçent Doktor, Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, cem.tutar@uskudar.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-4547-6171.

THE IDEOLOGICAL FUNCTION OF THE OBJECTS SYSTEM IN THE EVERYDAY LIFE ACTIVITIES OF THE CONSUMER SOCIETY: REPRESENTATION OF REPRODUCTION AND CONTROL PROCESSES ON TELEVISION*

Ece KAPTAN**, Cem TUTAR***

Received: 20.12.2021 - Accepted: 10.02.2022

Kaptan E. ve Tutar, C. (2022). Tüketim toplumunun gündelik hayat etkinliklerinde nesnelere sisteminin ideolojik işlevi: Televizyonda yeniden üretim ve denetim süreçlerinin temsili. *Etkileşim*, 10, 70-98. doi: 10.32739/etkileşim.2022.5.10.170
This study complies with research and publication ethics.

Abstract

In the traditional and modern period, consumption efficiency was determined primarily as a result of production relations within the laws of supply and demand, while in the 1970s, consumer culture became the main form of organization of the social sphere. During this period, the field of consumption objects in everyday life practices expanded day by day, while in social theory, a reversal took place in the classical dialectical relationship established between subject and object. Thus, the determinacy of the subject over the object is reduced, while the system of objects is placed at the center of social life as a holistic field of discourse. Considering that the consumer society operates through the world of objects, today the capitalist system reproduces the social sphere on the one hand through the objects of consumption, and on the other hand, the indicative values carried by objects serve as an audit mechanism with new inclusion and exclusion strategies in the social sphere. In the process of this whole process, television has made the system of objects means of re-enchantment as part of a new reality regime in the social sphere. The expanding world of objects, becoming purely formal forms devoid of content, causes the emptying of the content of social meaning in an entropic process. Reality programs carry fragments of everyday life on the screen in television broadcasting while lifestyle programs, which are a subspecies of these programs, symbolically construct a meaning matrix that legitimizes the universe of life based on the consumer culture of everyday life. This study aims to discuss the meaning and function of the system of objects inherent in the ideological nature of everyday life activities through representations in lifestyle programs. In this context, the programs determined by creating a goal-oriented sample were interpreted from a critical perspective using the qualitative content analysis method.

Keywords: consumer society, the system of objects, everyday life, television.

* The article was derived from the master's thesis titled "The Ethos of Everyday Life in Postmodern Culture and Self-Thinking as a Self-Practice: Lifestyle Programs and TLC Example" prepared in 2021 at Üsküdar University, Social Sciences Institute, Department of Media and Cultural Studies, under the supervision of Cem Tutar.

** PhD Student, Üsküdar University, Institute of Social Sciences, ecekaptan28@gmail.com ORCID ID: 0000-0002-3333-7000.

*** Associate Professor/PhD, Üsküdar University, Faculty of Communication, cem.tutar@uskudar.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-4547-6171.

Giriş

Toplumsal alanda tüketim ve üretim etkinlikleri sosyo-ekonomik yaşamın önemli bir kısmını kapsamaktadır. İkel toplumlardan itibaren gündelik hayat pratikleri içerisinde tüketim etkinliği her zaman çoklu bir anlam yapısına sahip olmuştur. Bir yanda insanın fizyolojik ihtiyaçlarını karşılaması bağlamında gereksinimler üzerine kurulu tüketim evreni bulunurken diğer yanda tüketimin sembolik boyutuna bağlı olarak toplumsal alanda güç ve statü kazanma ya da iktidarın meşruiyetini sağlaması bulunmaktadır. Modern dönemle birlikte toplumsal alanın rasyonalizasyon süreci öncelikle üretim ilişkileri içerisinde öne çıkarken buna bağlı olarak tüketim etkinliği de arz ve talep ilişkisi içerisinde görünürlük kazanmıştır. Modern dönem kitlesel üretim ve tüketim süreçlerini otomasyon süreçler üzerinden planlarken postmodern dönemle birlikte tüketim kavramı kültürel yapıda bütünlük bir söylem alanı yaratarak sosyo-ekonomik hayatın tüm veçhelerine sızmıştır (Debord, 1996: 85-87). Postmodern dönemle birlikte bireysel tüketim olgusu öne çıkarken, bireylerin nesnelere ile olan ilişkisi yapı-bozumuna uğramıştır. Modern toplumdan itibaren bireyin özne konumunda nesne ile kurduğu ilişki bir tahakküm ve hegemonya sürecinin parçası olarak görünürlük kazanırken tüketim toplumuyla birlikte genişleyen nesnelere sistemi öznenin yaşam evreninin neredeyse tümünü kapsar hale gelmiştir. Sosyo-kültürel alandaki nesnelere sisteminin eşitsiz ve öngörülemez büyümesi, geçmişin sembolik formları gibi alegorik bir sistem olarak toplumsal alandaki anlam deflasyonuna neden olmaktadır. Bu bağlamda nesnelere artışıyla karakterize olan anlamsız aşırı anlam yükleme edimi toplumsal alanda bir denetim ve yeniden üretim sisteminin işlemesine olanak vermektedir.

Sosyo-psişik bir varlık olarak insan, yaşadığı mekân ve zaman içerisinde önemli bir anlam üreticisidir. Sembolik olarak yaratılan anlam dünyası bir süre sonra toplumsal yaşamda nesnelleşirken bu dünyanın üreticisi olan insanı kapsayarak yeni bir tahakküm rejimini ortaya çıkarmaktadır. Modern öncesi geleneksel toplumlarda toplumsal yaşamın anlamlandırılma sürecinde mitler gibi sözlü kültür ürünleri var olan doğal ve toplumsal yapının organik bir parçası olarak insanların gündelik hayatını şekillendirirken, modern dönemle birlikte kitle iletişim araçları başta olmak üzere teknolojinin gelişmesi sonucunda yapay bir semantik alan yaratılmıştır. Kitle iletişim araçları içerisinde yaygınlığı ile öne çıkan televizyon ev içi domestik bir araç olarak öne çıkarken, dönemin egemen ideolojisinin taşıyıcısı olmuştur (Postman, 2020: 36-39). Televizyon yayıncılığının başından itibaren kurmaca ve gerçeklik arasında kurulan dikotomik ilişki özellikle 1980'li yılların başından itibaren televizyon programcılığındaki mezcleşme eğilimi ile şekil değiştirmeye başlamıştır. Bu dönemle birlikte ticari televizyon yayıncılığında realite yani "gerçeklik" programcılığı öne çıkarken bu yeni programcılık şekli sadece televizyon endüstrisinin gerekliliklerinin bir parçası olarak değil aynı zamanda sosyo-kültürel bir fenomen olarak da belirginlik kazanmıştır. Özellikle tüketim kültürüne ilişkin ideolojik mesajların gündelik hayat pratikleri içerisinde aktarımında ve toplumsal dolaşıma girmesinde öne çıkan realite televizyon programcılığı, küresel boyutta yeni bir televizyon

formu olarak tanımlanmaktadır.

Eleştirel paradigma içerisinde yer alan bu çalışmada küresel düzeyde yayın yapan ve Türkiye medya pazarında da oldukça ses getiren TLC kanalındaki programlardan amaçlı örneklem tekniği ile seçilen programlar ilgili literatür üzerinden Nitel İçerik Analizi yöntemiyle irdelenmiştir. Programların içerik düzleminde incelenmesinde tüketim toplumunun gündelik hayat pratikleri içerisinde önemli yer tutan nesnelere dünyası sosyo-kültürel boyutta ele alınırken burada yatan örtülü “latent” anlamlar deşifre edilmeye çalışılmıştır.

Toplumsal Bir Örgütlenme Şekli Olarak Tüketim Toplumu ve Nesnelere Sistemini Tanımlamak

İnsanoğlu var olduğu günden bu yana fiziki varlığını sürdürebilmek için geçim stratejileri geliştirmiştir. İktisadi etkinlik bu bağlamda toplumsal yaşamın maddi süreçlerini kapsarken üretim, dağıtım ve tüketim sistemleri ilkel değiş tokuş modellerinden daha gelişmiş modern iktisadi enstrümanlara kadar gündelik hayat pratiklerinin önemli bir kısmını kapsamaktadır. Üretim süreçlerine bağlı olarak iktisadi etkinliğin son aşaması olan tüketim olgusu, bir toplumdaki mal ve hizmetlerin kullanılıp, bitirilmesini içerir. Bu bağlamda ele alındığında tüketim etkinliği özellikle beşerî nüfusun dünya üzerindeki artışıyla birlikte kolektif ve bilinçli bir etkinlik olarak algılanmalıdır. Üretim süreçlerinin rasyonalizasyonuna eşlik eden tüketimin, toplum sathında planlanması ve sürdürülmesi iktisadi olduğu kadar toplumsal ve kültürel boyuta da sahiptir. Bauman bu görüşle uyumlu bir şekilde tüketimi, şeyleri tüketmek ve yok etmek olarak ele almaktansa tüketimin üzerine eklemlendiği ekonomik, sosyal ve politik alanın araştırılması gerektiğini ifade etmiştir (1999: 40). Toplumsal alandaki nesnelere ile sembolik boyutları arasındaki ilişkileri araştırmasıyla öne çıkan antropolog Mary Douglas da tüketimin yalnızca çalışma amacı ya da çalışmanın bir sonucu olarak görülmesi fikrine karşı çıkmaktadır. Tüketim, toplumsal yaşam sürecinin tümüne temerküz etmiş daha karışık bir etkinliktir. Öyle ki tüketim, çalışmanın önemli bir nedeni olsa da özellikle nesnelere üzerinden incelendiğinde bireylerin nesnelere sahip olma ve bu nesnelere üzerinden diğer bireylerle iletişime geçme aracı olarak görülmelidir (Douglas ve Isherwood, 1996: 8). Douglas’ın tanımlamasında tüketimin özellikle sosyal ve kültürel boyutu öne çıkmaktadır.

Tüketim yapılarında kültür iki nedenle önemli rol oynamaktadır. İlk olarak tüketim tercihleri genellikle kişinin yaşadığı ekolojik ortamdan çok belirli bir sosyal gruba üyeliği ile yakından ilgilidir. İkinci olarak ise insanların paylaştığı tüketim tercihleri genellikle temel insani biyolojik ihtiyaçlardan hareketle açıklanamayacak ürün ve hizmetleri içermektedir (Lavenda ve Schultz, 2021: 238). Dolayısıyla “Tüketim Kültürü” dendiğinde anlaşılması gereken şey hem şeyler-nesnelere dünyası hem de bu dünyanın içerisindeki sosyo-ekonomik, kültürel ve politik gündelik hayatın dinamikleridir. Gündelik hayat pratikleri içerisinde temel bir etkinlik olan tüketim olgusunun toplumsal bir örgütlenme

tarzı haline gelişi, *Endüstri Devrimi* sonrası üretim süreçlerinin rasyonalizasyonu ve otomasyonu sonucunda gerçekleşmiştir. Özellikle 20. yüzyılın başındaki fordist üretim modeline dayalı olan kitlesel üretim ve kitlesel tüketim modeli toplumsal alanın temel örgütlenme şekli olmuştur. Mike Featherstone, tüketim kültürünün temellerinin 1920'li yılların başında, özellikle kitle iletişim araçlarının oldukça yoğun bir şekilde kullanıldığı dönemlerde ortaya çıktığını savunmaktadır. Onun bakış açısı ile söylenebilir ki; sinema, magazin, radyo gibi kitle iletişim araçları boş zaman ve hedonist yaşam tarzını överek tasarruf etme ve sıkı çalışmaya programlanmış olan öznelere yeni bir alan, bir fantezi ve "tüketerek var olma" alanı açmıştır (1991: 172).

Bu konuyla ilgili olarak antropolojik bakış açısından sembolik anlamın kolektif tüketimi üzerine eğilen antropolog Marcel Mauss, yaptığı araştırmalar sonucu "potlaç (potlach)" kültürü kavramını ortaya koymuştur. Potlaç kültürü bir tür armağan kültürü, daha doğrusu bir armağan ekonomisidir. Burada ekonomi kelimesinin kullanılma amacı, söz konusu armağanın bir karşılıklık ilkesine dayanmasından geçmektedir. Hatta bu karşılıklı olma durumu ile ilgili olarak Mauss armağan kelimesinin içerdiği çift anlamlılığa gönderme yapmaktadır¹. Potlaç kültürü, gösterişçi tüketimin ilkel örneklerini sunması açısından değerli görülmektedir. Amerikan yerlileri ile özdeşleştirilen potlaç kültüründe sunulan potlaç, sosyal statü ve itibar kazanmanın önemli ve ilkel koşullarda mümkün bir yolu olarak görülmüştür. Bu kültürü 21.yüzyıl tüketim kültüründen ayıran en önemli özellik ise, verme zorunluluğunun alma zorunluluğundan daha üstün gelmesidir. Yani bir çeşit karşılıklı anlaşma, yükümlülük ve değiş tokuş söz konusudur ve yine onu günümüz tüketim olgusundan ayıran önemli bir diğer özellik değiş tokuşun bireylerce değil, topluluklarca yapılıyor olmasıdır (Mauss: 2013: 229-234). Marcel Mauss'un antropolojik bakış açısına bir katkı da Georges Bataille'den gelmektedir. Bataille'e göre Meksika toplumunda israf, büyük servetlere sahip hükümdarın işlevlerinden biridir. Hükümdarın en zengin kişi olarak bir israf gösterisi olan potlaçta yaptığı savurganlığa toplumdaki zenginler, soylular ve tacirler de katılmak zorundadır. Kurban etme törenlerinin de bulunduğu şenliklerde herkes kendi ölçüsünde bu savurganlığa katkı sunarken kendi güçlerini gösterme şansı yakalamaktadır. Potlaçta bir yanda verme, yok etme ve tüketme bulunurken diğer yanda bir kazanım olarak yetki elde edilmektedir. Serveti küçümseyerek zenginleşen hükümdar nesneyi tek başına değil de kolektif olarak tüketip, yok ederek onun gözünde sembolik boyutta yetkisini fiilen edinmektedir (2017: 81-87). Marcel Mauss'ta "alan el veren el" metaforuyla karşılanan, Georges Bataille'de ise "Lanetli Pay" olarak adlandırılan potlaç kültürü ve tüketme eylemi görüldüğü üzere primitif toplumlardan itibaren sembolik bir anlam dünyası olarak ortaya çıkmaktadır.

Baudrillard'a göre tüketim yalnızca Batılı, akılcı, modern ötesi toplumlara

¹ *Armağan (Present)* ve *Zehir (Poison)* kelimeleri, özellikle Germen dilleri incelendiğinde, iki anlamı olan tek bir sözcük olarak ortaya çıkar. Detaylı bilgi için bkz.: "Armağanın Fenomenolojisi" (2021:33). Potlaç (*Potlach*) esasen "beslemek, tüketmek" anlamına gelmektedir (Mauss: 2013: 231).

ra ait bir olgu değil aksine ilkel toplumlara özgü, gösterişe dayalı harcamanın akılcı bir şekilde yeniden yorumlanmasıdır. Kapitalist sistem, tüketim olgusunu yeniden yaratmamış onu kendi amaçları ile birlikte yoğurup farklı bir biçimde yeniden gündeme getirmiştir (2009: 10). Bu bağlamda toplumun bir "recyclage" mantığına göre işlemekte olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Aradaki en derin fark, ilkel toplumlarda değiş tokuş, armağan mantığının simgesel olması ve bu toplumların henüz "akılcılaştırılmamış" büyümlü toplumlar olmasıdır. Modern toplumlarda ise simgesel değiş tokuş değil, akılcı, yeni, ekonomi temelli değiş tokuş modeli uygulanmaktadır (Ritzer: 2019: 125). Baudrillard ve Ritzer'in açıklamaları rasyonel süreçlere göre yönetilen tüketim toplumdaki tüketim edimi ve sembolik anlam dünyasının ilkel toplumlardan farkını ortaya koymaktadır. Bu duruma bir katkı da modern toplumu tanımlamakta elverişli bir kavramsal set sunan Max Weber'in açıklamalarıdır. Weber'e göre ilkel topluluklar büyüye dayandırılmış çeşitli kutsanmışlıklar eşliğinde hareket etmekte ve çeşitli batıl inançlar ile yaşamlarını ve kendilerini şekillendirmektedirler. Max Weber, modern ve ilkel toplumlar arasındaki ayrımı üç aşamada tanımlamaktadır. Bunlar; büyüleme, akılcılaştırma ve akılcılaştırma sayesinde erişilen büyümlü bozulması aşamalarıdır. Weber, modern dünyanın ilkel dünyanın aksine din ve büyü birlikteliği ile yürütülmediğini aksine modern dünyanın büyüden kurtulduğunu ileri sürmüştür. Ona göre akılcı sistemlerin varlığı modern toplumların ayırt edici özelliği olup bunların başında ise din olgusuna yer vermeyen bürokrasi ve kapitalizm gelmektedir. Kapitalizm, büyüden kurtulmuş akılcı dünyanın getirmiş olduğu yeni ve güçlü bir ekonomik sistemdir. Weber'e göre özellikle Protestan ahlakı, genelde tüketim özelde ise lüks tüketimi kendi çıkarları doğrultusunda sınırlandırmıştır. Püritenler her türlü dünyevi zevke karşı çıkmış ve bireylerin yaşam amacını yalnızca din ve tanrının istekleri olacak şekilde sınırlandırmıştır. Weber'e göre usdışı olan bu durum modernite yani rasyonalite ile birlikte zenginliğin arttıkça dinin öneminin azalması olarak dönüşüme uğramıştır (1997: 149-153). Weber'e göre akılcı bir sistem olan kapitalizm, bireyi kendi kapitalist kurallarına uymak zorunda bırakmış, dolayısıyla birey için bozamayacağı, boyun eğmek zorunda olduğu bir düzen ortaya çıkarmıştır (Ritzer, 2019: 108).

Postmodern kültürde hiper tüketim öne çıkarken iletişim araçlarının oluşturduğu sembolik anlam dünyası "yeniden büyülenme"yi sağlamaktadır. Postmodern kuram akılcılık düşüncesine şiddetle karşı çıkarken tek bir doğru olduğu olgusunu reddetmektedir. Dolayısıyla postmodernite akıl değil, tam tersi akıl dışı "irrasyonel" olandan beslenmektedir. Modern dünyanın aksine postmodern dünya, çalışmaya programlanmış olan insan yerine onun duygularına, hareketliliğine ve deneyimlerine yer vermiştir. Bu durum özellikle tüketim kuramı ile birleştirildiğinde bireylere sürekli bir şölen, gösteri havasının sunulduğu gerçeğini ortaya çıkarır. Bu gösteri² havası toplumun yeniden büyü-

² Gösteri dendiğinde ilk akla gelen isimlerden biri olan Guy Debord, gösteriyi sistemin akılcılığını bulanıklaştıran ve gizleyen bir unsur olarak görürken Ritzer tam tersi olacak şekilde, gösterinin akılcılaştırılmış tüketim sisteminin büyümlü devamlılığını sağlayan

lenmesini sağlamaktadır. Postmodern dönemi “büyüsü bozulmuş dünyanın yeniden büyülenmesi” olarak ele alan George Ritzer’e göre postmodern kuram, modern dünyanın, Weber’in dünyasının büyüden fazla yoksun bırakıldığı düşünerek onu yeniden büyülemiştir. Çünkü büyü ve büyülenme birey için esasen bir ihtiyaçtır (2019: 126).

Jean Baudrillard’a göre tüketim toplumu varlığını nesnelere yok etmeye borçludur (2018: 47). Baudrillard’ın tüketim sosyolojisi içerisinde çağdaşlarından farkı onun öznenin çok nesneye önem vermesidir. Baudrillard’a göre tüketim, belirli kodlar sistemine ayak uydurmak, nesnelere bakışı altında yaşamaktır. Tüketim sırasında nesnelere anlamının yitirilmesinden elde edilen kazanç tüketimin kendisinden dâhi önemlidir. Tüketimde doğanın tüketilmesi ile başlayan süreç simülasyon evreni içerisinde hipergerçekliğin tüketilmesine doğru gelişim göstermiştir. Tüketim, bu bağlamda doğal gereksinimlerin karşılanmasından çok ihtiyaç fazlası tüketim ve imajiner dünyaya ait göstergelerin tüketimiyle ilişkilidir. Bu hiper tüketim hali, gerçekliğin anlamının giderek boşalmasına sebebiyet vermiştir. Ancak bu durum tüketen öznelere önemsenmemektedir çünkü postmodern dönem içerisinde gerçeğin kendisi de müphem bir hal almıştır. Baudrillard, 21. yüzyılda gerçeklik ilkesinin öldüğünü gerçeğin gerçekleştiği an ortadan kaybolduğunu dile getirmektedir³. “Bütünsel gerçeklik” olarak tanımlanan bu durumda bütün dünya, sınırlandırılması olanaksız bir işlemsel proje haline gelmiştir. Gerçekliğin fiziki yani nesnel değil ancak metafiziksel olarak, zihinsel anlamda ortadan kaybolması sonucunda gerçeklik ilkesi yok olmuştur. Bütünsel gerçeklikte gerçek ve bu gerçeklikle ilişkili düşsellik ortadan kalkarken gerçek, teknoloji yoluyla gerçekleştirilebilir ve sürdürülebilir bir aşamaya ulaşmıştır (2005: 13-22). Baudrillard’ın gerçeklikle kurduğu bu alegorik açıklama aynı zamanda fenomenler dünyasında nesnelere sistemiyle de yakından ilişkilidir. Ulaşılan hipergerçeklik aşamasında nesnelere geleneksel ya da modern dönemin başındaki gösterge değerleri hızla buharlaşıp yok olurken onların yerini alan görünüm evreni, referans noktalarını kaybetmiş bir dünyada içerikleri boşalmış bir nesnelere alanı yaratmaktadır. Nesnelere toplumsal alandaki hızlı artışına eşlik eden taşıdıkları anlamın deflasyonu, simülasyon evreninin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

İçinde yaşadığımız toplum farklı kavramsallaştırmalarla tanımlanmasına rağmen⁴ bu dönemin sosyo-ekonomik ve kültürel olarak ayırt edici özelliği tü-

unsur olduğunu savunur. Hatta gösteri, bu büyüün asla bozulmamasını, devamlılığını sağlamaktadır (Ritzer, 2019: 166-167).

³ Gerçekliğin ölmesi, Baudrillard’ın kuramı içerisinde bakıldığında simülasyon düzeninin son evresi olan üçüncü evreye tekabül etmektedir. Bu dönem kodun belirleyiciliği altında yaşanan dönemdir. Burada tüm maddi üretim, yeniden üretime tabidir ve bu da gerçekliğin tamamı ile ortadan kalkması anlamına gelmektedir (2016: 97).

⁴ Postmodern dönem sosyo-ekonomik, kültürel ve politik bir gerçekliğin somutlaşması olarak pek çok farklı isimle anılmaktadır. Sanayi sonrası toplum, geç kapitalist toplum, geç modernlik, akışkan modernlik ya da hiper modern kavramsallaştırmaları bu alanda öne çıkan tanımlamalardır (Kumar, 2013). Tüm bu kavramsallaştırmalarda ortak yanı içinde

ketim olgusudur. Dolayısıyla insanların çevresi diğer tüm zamanlardan farklı şekilde başka insanlardan çok tüketim nesneleriyle çerçevelenmiştir. Bu bağlamda 21. yüzyılda özneler, nesnelere kullanma şekillerine göre anlam kazanmaktadır (2018: 15-16). Dolayısıyla nesnelere özneler üzerinde güç kazanmıştır. Egemen sınıfların ideolojilerini aktarmak için nesnelere araç olarak görmesinin en temel nedeni budur. Gündelik hayatın deneyimlenmesinde oldukça büyük bir paya sahip olan nesnelere ilişkin ampirist yaklaşımı yani nesnelere salt ihtiyaçlardan kaynaklandığı yaklaşımını reddeden Baudrillard'ın çalışmaları, nesnelere toplumsal olarak ifade ettiği anlamlar ve bu anlamların gündelik hayat üzerinde nasıl tahakküm kurduğu ile ilgilidir (2009: 1-2).

Baudrillard, düşüncelerini o denli nesnelere üzerine yoğunlaştırmıştır ki kendisi yüzyıllar boyunca dünya tarihine anlam kattığı düşünülen öznenin konumunun nihayet değiştiğini ve öznenin yerini nesnelere aldığını, nesnelere çağına girildiğini vurgulamıştır. Ayrıca ayartma ve arzu kavramları üzerine eğilen düşünür, medya ve reklam dünyasının yükselişe geçmesi ile birlikte arzulan öznenin ziyade ayartan nesneye önem vermiştir. Nesnenin ayartması ile köşeye sıkışan özne her geçen gün daha fazla nesnenin özneye meydan okumasına maruz kalmaktadır (2011: 144-147). *Çaresiz Stratejiler* adlı yapıtında Baudrillard, yüzyıllar boyunca öznenin gösterişli haliyle dünya ve tarihe anlam ve bütünlük kazandırdığı düşüncesinin egemen olduğunu belirtmektedir. Nesne genellikle öznenin yabancılaşmış, lanetlenmiş bir parçası olarak tanımlanırken öznenin sorgulanması sonucunda öznenin özgürleşmesinin mümkün olmadığı bugün tarih, bilgi ve iktidar öznesi olma rolünü üstelenebilecek kimsenin kalmadığının altı çizilmektedir. Bugün nesne, nesneye nesneden daha fazla benzeyen hiçbir anlam ve niteliğe sahip olmayan "saf nesne" halini almıştır. Nesnenin daha önce sahip olduğu ideal biçimi; güzellik, doğallık ya da işlevsellik hızla ortadan kalkarken tıpkı sanat yapıtında olduğu gibi içsel değerini yadsındığı bu sosyo-kültürel düzende çok edicilik, tuhaflık, tedirgin etme ya da kendi kendini yok etme stratejileri nesnelere dünyasında öne çıkmaktadır (2002b: 109-115). Nesne bolluğunun en önemli nedeni tüketicinin artık sağladığı faydadan ziyade nesnenin bütünsel anlamına odaklanmasıdır. Bu durum öznelere nesneden çok bir nesnelere kümesine yönelmesini ve satın alma eylemini bu şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaktadır.

Günümüzde bu sebeple nesnelere yalnızca öznelere tatminini sağlayan metalar olarak görmek doğru olmayacaktır. Baudrillard bu duruma dikkat çekmek üzere evdeki nesnelere ev içerisindeki hiyerarşik duruşundan bahsetmektedir. Ona göre, geçmişte ev düzeni ve eşyaların yerleştirilme şekli ailenin iç yaşantısına dair oldukça önemli mesajlar taşımaktaydı (2011: 21). Ancak modern ve ötesi toplumlarında nesnelere bu işlevi tamamı ile değişmiştir. Nesnelere sözde daha çok ve daha kullanışlı özellikler atfedilirken bu özellikler Baudrillard tarafından "En Küçük Marjinal Fark (EKMF)" olarak adlandırılmak-

yaşanılan toplumsal fenomenin farklı öncüller üzerinden tanımlanmasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda postmodern dönem tüm bu tanımlamaların parçalı niteliğinin ötesinde içinde yaşanılan dünyanın aktüel durumunu nitelemektedir.

tadır. En küçük farka sahip olan nesnelere dünyasının her bir parçası *gadget* olarak adlandırılmaktadır. Bu kavramsallaştırma esasen kendisini “kişiselleştirme” ile birlikte ortaya koymaktadır. Nesnelere ömrünün kısalığı da yine bu kişiselleştirme merakı yüzündendir. Özne kendisini sürekli yeniden üretip kişiselleştirirken, nesnelere de aynı şekilde dönüşüme uğramaktadır (2011: 177). Bu dönüşüm, nesnenin pek çok görevi yerine getirebilmesinden, kullanışlı ve uzun ömürlü olmayı sağlamasından ziyade özneyi pek çok farklı nesneye muhtaç etmiştir. Tüketimle bütünleşmiş ve büyümlü düşüncenin etkisi altında olan özneler ya da Baudrillard’ın deyişiyle “tüketim kazazedeleri” tüketimin meskeni olan gündelik yaşamlarında içi boşalmış göstergeleri, nesnelere tüketmektedir. Kendi gerçekliklerini tüketimde hatta gereğinden fazla tüketimde kurmaktadır (2018: 41). Ancak tüm bu bolluk özneye mutluluk vaat etse de asla bu mutluluğa ulaşmasını sağlayamamaktadır. Çünkü postmodern zamanlarda mutluluğun kendisi de oldukça müphem bir hal almıştır. Lefebvre bu durumu şu şekilde özetlemektedir (2020: 114):

(...) küçük burjuva, güzel bir sabah uyanıp mutsuz olduğunun farkına varır. Gerçekten imgesel ve imgeselden gerçeğe sıçrayış, hatta düzlemlerin birbirine karışması onu artık memnun etmez. Ona başka bir şey gereklidir. Tüketmek onu tatmin eder de etmez de. Tüketmek insanı mutlu etmez. Rahatlık ve konfor, kişiye neşe vermek için yeterli değildir. Sıkılır.

Özne, nesnelere ve anlamlarını tüketerek, gerçekliğin içerisini boşaltarak esasen kendini yok etmekte ve kendini tüketmektedir. Maddi refah ve tüketimin büyümesi öznelerin yaşam sevinçlerinin de aynı ölçüde büyümesine sebebiyet vermemektedir. Hatta tüketim çılgınlığına yetişemeyen öznenin yaşam sevinci tükettiği hızla orantılı olarak azalmaktadır (Lipovetsky, 2018: 124). En küçük marjinal fark ile kişiselleştirilmiş akvaryumlarında özneler, nesne bolluğu yüzünden hareket edemez hale gelir ve sıkışır, tatmini bir türlü sağlayamayan öznelerin çılgılığı ise toplumun büyük bir hızla kendini tedavi ve terapi toplumuna dönüşmesinde bulmaktadır (Elliot ve Lemert, 2011: 62-65).

Gündelik Hayatın Yeniden Üretim ve Denetim Süreçlerinde Nesnelere Sisteminin İdeolojik Doğası

Gündelik hayat üzerine ilk sistemli çalışmalar sanayileştirilmiş gündelik hayatın araştırma nesnesi haline gelişine ilgili olarak Lukacs’ın *Rus Devrimi*’nin ardından günlük hayatın eleştiriselliğini keşfetmesiyle başlamıştır. *Rus Devrimi*’nin makine-teknik ve Taylorizm ile ilişkisi gündelik hayat kuramını aktif bir kategori haline getirmiştir. Devrimci kültürel pratik *Ortodoks Marksizm*’i gündelik hayata taşıırken praxis felsefesinin üç savunucusu olarak kabul edilen Karl Korsch, Georg Lukacs ve Lenin, ideolojileri maddesel kuvvetler olarak ele alarak inceleyip, tartışmışlar ve devrimci bilinç ile praksisin alanı haline getirilmesine katkı sunmuşlardır (Roberts, 2013: 43-48). Henri Lefebvre, Ortodoks Marksizm’in eleştirisini yapan bu düşünürlerden yola çıkarak *Marx’ın Sosyolojisi* adlı yapıtında Marx’ın 19. yüzyılın gerçekliğini dile getirdiğini ancak görüşlerinin

20. yüzyılın başındaki dünyayı bilmek için yeterli olmadığını vurgulamaktadır. Marksizm, ona göre içinde yaşadığı dönemi bilmek için yeterli bir düşünce olmasa bile vazgeçilmez bir düşüncedir. Sanayi toplumu, tüketim toplumu, bolluk toplumu, boş zaman toplumu ya da teknik toplum kavramsallaştırmaları, 20. yüzyılın başındaki geçiş toplumunu nitelenmek için kullanılırken bunların hiçbiri tam anlamıyla bu dönemi nitelenmemektedir (1996: 170-176). Lefebvre, bu geçiş toplumunun ya da yüzyılın sonu "Fin de Siècle" toplumunun sosyolog ve felsefecisi olarak içinde yaşadığı dönemde kapitalist sistemin üretim araçları ve ilişkileri üzerinden gündelik hayat içerisinde kurduğu ekonomik ve kültürel hegemonyayı dışa vururken gündelik hayatı Marksist anlamda bir üretim ve yeniden üretim süreci olarak nitelenmiştir⁵.

Gündelik hayat kelimesi bireyin içerisine doğduğu verili ve belirlenmiş alanı kapsarken 20. yüzyılın başıyla birlikte beliren teknokratik ve otomasyona dayalı kapitalist toplum yapısı bu alanı mekânsal ve zamansal bağlamda hızlı bir dönüşüm süreci içerisine itmiştir. Kapitalist sistemin üretim ve tüketim süreçleri gündelik hayatın formunu biçimlendirirken toplumsal hayat gittikçe girift bir hâl almıştır. *Modern Dünyada Gündelik Hayat* adlı yapıtında Lefebvre, teknik nesneye yönelen bakışı edilgen ve gösteriden büyülenen bir bakış olarak nitelerken büyük teknolojik nesnelere gündelik hayatı değiştirecek toplumsal nesnelere olmadığını altını çizmektedir. Gündelik hayatı dönüştüren, asıl olarak teknoloji kırıntıları olan küçük aletlerdir ve bu aletler tekniğin taklidini yapmaktadır. Teknokratik-bürokratik toplumda öne çıkan, tekniğin zayıflığıdır (2020: 65-67). Gündelik hayat bu bağlamda teknik nesnelere dünyasının buyurganlığı altında bir ekonomik ve kültürel yeniden üretim alanı olduğu kadar denetim alanıdır da. Özellikle kapitalist tüketim toplumu içerisinde teknik nesnelere etrafında yaratılan "semantik alan" gündelik hayatın geleneksel toplumdaki sembolik alanını yok ederken bu alanı bir işaretleme sistemi haline getirmiştir.

Neo-Marksist bir düşünür olan Henri Lefebvre'nin semantik alan teorisi, Karl Marx'ın ekonomi temelli toplum tezinin yeniden yorumlanmasıdır. Marx'ın yalnızca ekonomiye indirgediği hegemonya ilişkilerini sosyoekonomik olarak yeniden gözden geçiren Lefebvre, toplumu parçalara bölerek incelemeyi reddeder ve ona karşı bütüncül bir bakış açısı ile yaklaşır. Dolayısıyla semantik alan, Lefebvre'ye göre esasen gündelik hayatın içerisinde ve ondan ayrı olarak düşünülmemelidir⁶. Semantik alan, gündelik hayatın içerisindeki ege-

⁵ Örnek olarak 1920 ve 1930'lu yıllarda gündelik hayatın aktif bir kültürel kategori haline dönüşmesini sağlayan makine-teknik dünya yabancılaşma duygusunu beslerken Lefebvre bu noktayı kendi felsefesi için bir çıkış noktası olarak belirlemiştir. Ona göre yabancılaşma günlük hayat içinde bir hareket noktası olarak üretici güç konumundadır. Ortaya koyduğu praxis felsefesi meta formunun bir eleştirisi olarak Marksizm ile meta formunun muhtemel bir kültürel formunun yorumunu içermektedir (Roberts, 2013: 57-58).

⁶ İlkel toplumlar üzerinden bakıldığında semboller hem toplumun içinde hem de topluma karışmadan durabilme gücüne sahiptirler. Özellikle modernlerin mit olarak adlandırdığı hikâyelerde sembollerin bu özelliği göze çarpmaktadır. İlkel insan, doğa ile ilişki kurma

men anlamlandırma ve işaret etme fetişizminin bir eleştirisi olarak okunmalıdır. Bu işaret etme fetişizmi gündelik hayatın içerisindeki tüm sinyaller, göstergeler, semboller ve imgeleri kapsamaktadır (Lefebvre, 2019: 293). Gündelik hayatın eleştirisinde Marksist bir bakış açısıyla yola çıkan Lefebvre, bireyselliğin, mistifikasyonların, paranın ve ihtiyaçların eleştirisini yaparken, nesnel sisteminin ideolojik doğasının altını çizmektedir. Buna göre insan çalışmanın güncel örgütlenmesi içerisinde özel bir bilinç formu olarak bireyci bir yaşam formu kazanır. Bireyselliğin olumsuz, boş ve soyut bir biçimi olan bu varoluş şekli aynı zamanda işçi sınıfının atölye ya da fabrikada parçalı görevi sırasında görünüşte kolektif ancak gerçek manada bireyci maddi üretim koşulları oluşturur. Para, fetişist ve iktisadi yabancılaşmanın ana formu olarak öne çıkarken kapitalist rejimde var olmak sahip olmakla özdeş hale getirilmiştir. Bu bağlamda nesnel yalnızca mal olarak değil aynı zamanda insanın nesnel varlığını ve insanlar arasındaki toplumsal ilişkiyi içerecek şekilde genişlemiştir. İhtiyaçlar konusunda ise para kapitalist toplumda temel ihtiyaç haline gelirken insanın varlığı paraya göre düzenlenmeye başlamıştır. Reklam, bu toplum yapısı içerisinde yapay ihtiyaçlar ve nesnel dünyası üzerinden girilen karmaşık insani ilişkilerin üreticisidir (2012: 153-166).

Bürokratik Yönlendirilmiş Tüketim Toplumu, Lefebvre'nin tüketim ve gündelik hayat dinamiklerine gönderme yaptığı, semantik alan teorisi içerisinde incelenmesi gereken bir diğer teoridir. Bu teori, özellikle modern düşüncenin gelip yerleşmesi ile birlikte gündelik hayatın sürekli üzerine düşünülen bir nesne oluşuna gönderme yapmaktadır. Gündelik hayatın bireylerce kontrol edildiği görüşüne şiddetle karşı çıkan Lefebvre, gündelik hayatı asla bireye terk edilmemiş olan bir uzay-zaman olarak görerek bu alan içerisinde bireyin özgür olmadığını savunur (2020: 91). Ona göre, gündelik hayatın içerisinde konumlanan insan, belirlenmiş birtakım kodların altında yaşamaktadır. Dolayısıyla bireyin aldığı tüm kararlar da tüketim etkinliğinde olduğu gibi bu kodlar altında filizlenmektedir. Bu konuda Susan Willis, kültürel metaların hiçbir zaman tarafsız olmadığını tersine bu alanın bir mücadele alanı olarak tanımlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Kapitalist üretim sürecince belirlenen ve metaların fetişleştirici yapısına hizmet eden kültürel tanımlamalar bir mücadele alanı olarak görünürlük kazanmaktadır (1993: 150).

Bürokratik yönlendirilmiş tüketim toplumu, bireye ait olması gereken tatmin duygusunu da tasarlanmış gereksinim ve nesnelere üzerinden yönlendirmektedir. Tatmin, egemen ideolojilerce bireye, yine egemen ideolojilerin istediği kadar sunulmaktadır. Ayrıca bu yönlendirilmiş tatmin, Lefebvre'nin de

konusunda modern insandan daha becerikliydi dolayısıyla semboller, doğanın içerisinde öznenin hayatına karışmadan var olabilmekteydi. Ancak modern ve ötesi bireyler doğanın sonunu getirmiştir. Dolayısıyla modern ve ötesi zamanlar için doğanın gücünden, onun düzeninden ve sembollerinden bahsetmek mümkün değildir. Bu dönemde bireyler için semboller, doğanın kaybedilmesi ile birlikte çoğalmış ve semantik alan genişlemiştir. Semantik alanın genişlemesi ise doğal olarak onu belirli sınıfların hegemonyası altın sokmuştur (Lefebvre, 2019: 319-324).

belirttiği gibi, elde edildiği an tatminsizliği beraberinde getirmektedir (2020: 98). Tatminin hemen arkasından tatminsizliği getirmesinin en büyük nedeni, kodlar sisteminin, semantik alanın çok hızlı bir şekilde çalışıyor olması ve yeni ihtiyaç-tatmin döngüsünü anında yaratıyor olmasıdır. Anlamın içinin giderek boşaltıldığı tüketim toplumunda ihtiyaçlar bu döngü nedeni ile devamlı yeniden üretilmektedir. Mutluluk ve tatmin gibi bireye ait olması gereken öznel duygular da egemen ideolojilerin bir parçası olmuş, postmodern kültürün kendisi gibi yüzergezer bir hale bürünmüştür. Lefebvre'ye göre (2020: 98).

Gereksinim bir boşluğa, fakat iyi tanımlanmış bir boşluğa, sınırları belirlenmiş bir çukura benzer. Bu boşluk tüketim ve tüketici tarafından kapatılır, doldurulur. Doğunluk budur. Tatmin elde edilir edilmez, tüketici doğunluğa yol açan aynı düzeneklerce tahrik edilir. Yeniden verimli hale gelmesi için gereksinim, öncekinden biraz farklı bir biçimde yeniden uyarılır.

Lefebvre, üzerinden *semantik alan teorisi* olarak okunan bu teori Baudrillard üzerinden okunduğunda "kodun belirleyiciliği altındaki dönem" olarak karşımıza çıkmaktadır. Baudrillard'a göre özne⁷ gündeliklik içerisinde yönlendirilmiş bir tüketimcilik oyunu oynamaktan öteye gidememektedir (2018: 47). Kavramlara farklı açılardan bakmayı seven George Ritzer ise aynı düşünceyi Karl Marx'ın yabancılaşma fikrine gönderme yaparak "yabancılaşmış tüketim" olarak kavramsallaştırmaktadır. Ritzer'in yabancılaşmış tüketimi de tüketimin artık zorunlu hallerde, Baudrillard'ın kod sistemi dediği hallerde gerçekleştirildiği, yani tüketimin esasen öznelere dayatılan ve öznelere tüketim dışında ikinci bir şansının kalmadığı tüketim haline vurgu yapmaktadır⁸ (Ritzer, 2019: 166). Tüketimle bütünleşmiş ve büyümlü düşüncenin etkisi altında olan özne ya da Baudrillard'ın deyişiyle "tüketim kazazedeleri" tüketimin meskeni olan gündelik yaşamlarında göstergeleri tüketmektedir ve kendi gerçekliklerini tüketimde, hatta gereğinden fazla tüketimde, nesnelere dolu bir bolluk altında kurmaktadır (2018: 41).

Tüm nesnelere sistemi egemen ideolojilerce yeniden üretime tabi kılınmıştır. Baudrillard'a göre tüketimin bu sonsuz hali, tatmin duygusu ve arzular evreninin insanı her zaman düş kırıklığına uğratmasında yatmaktadır. İdeolojik tüketim, düş kırıklığına uğrayan insana, birbiri ardına pek çok kod, gösterge göndererek tüketimi yaşamsal amaç haline getirmektedir. Tüketicinin eksiklik duygusu üzerine oturan tüketim olgusu Baudrillard'a göre asla denetim altına alınamayacaktır (2011: 246-247). Kontrol altına alınmak bir yana dursun nesnelere gündelik hayat üzerindeki önemini oldukça iyi bilen egemen güçler, topluma tasarruf etmeyi dahi unutturmuştur. Tüketim toplumunun her yanı, ideolojik işlevi sebebi ile "şimdi al sonra öde" mantığı ile donanmıştır. Hat-

⁷ Baudrillard'a göre özne esasen yoktur, onun için nesne ve nesne tarafından ayarlanan özne vardır. Burada özne kelimesinin kullanılması nedeni makalenin tamamı düşünüldüğünde özne kelimesinin kullanımının daha uygun düşeceği gerçeğidir.

⁸ Aynı düşünce Zygmunt Bauman üzerinden okunduğunda "Tüketici Kooperatifi Kültür" olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketici Kooperatifi Kültür hakkında detaylı bilgi için bkz: (Bauman, 2019: 199-208).

ta Baudrillard bu durumu ironik bir şekilde ele almış ve feodal sistemin geri döndüğünü dile getirmiştir. Feodal sistemde çalışan kişi, her daim kendi emeğinden senyöre bir parça sunmak durumunda olan kişidir. Postmodern feodal sistemde ise benzer şekilde, çalışan kişi her daim tüketmek zorunda olan kişi haline gelmiştir (Baudrillard, 2011: 197). Tüketim evreni gittikçe kendisini demokratik bir işleve sahip sınıfsal bir kurum gibi demokrasi aracına dönüştürürken, insani gereksinimlere yanıt veren tüketim katmanlaşmış bir toplumdaki toplumsal eşitsizlikleri düzenlemek gibi her yerde geçerli bir ampirik işleve sahiptir. Böylelikle burjuvaziye özgü kültürel sınıf mantığı tüm zamanlarda geçerli olan demokratik değerler üzerine oturmuş izlenimi verebilmektedir (Baudrillard, 2009: 47). Gündelik hayatın biçim ve içerik düzleminde örgütlenmesinde etkili olan tüketici etkinlik böylelikle küresel bir meta söylemin parçası olarak toplumsal ve bireysel ilişkileri örgütler hale gelmiştir.

Televizyon Üzerinden Yapılandırılan Tüketim İdeolojisi ve Gündelik Hayatla Etkileşimi

Televizyon, sosyo-kültürel bir fenomen olarak 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren toplumsal alanı şekillendirmektedir. Latince “uzağı görme” manasına gelen televizyon, birey için hem eğlendirici hem de haberleşmeyi sağlayan bir araçtır. Televizyon aygıtını yalnızca dünyayı değiştiren ve dönüştüren bir teknolojik avantaj olarak görmek yeterli olmamakla birlikte onu toplumun yapısını derinden etkileyen sosyo-kültürel bir araç olarak görmek gerekmektedir (Mutlu, 1991: 15). Bu nedenle bireyin gündelik hayatı içerisinde oldukça önemli bir yer kaplayan televizyonun ideolojik işlevini anlamak, önemli bir gündelik hayat etkinliği olan tüketimi anlamak için gereklidir. Toplumsal gelişime koşut bir şekilde televizyon modern dönemle birlikte Batı toplumunda yaygınlık kazanırken dünya üzerindeki başka coğrafyalarda aynı zamanda modernleşmenin bir aracı haline gelmiştir. Henri Lefebvre perspektifinde gündelik hayat ve modernlik arasındaki ilişkinin çift yönlü olarak birbirini tanımladığı düşünüldüğünde toplumsal alan ve gündelik hayatın şekillenmesinde etkisi oldukça büyük olan televizyon, bu tanıklık sırasında toplumu dönüştürmektedir.

Sosyoloji ve iletişim bilimleri alanında kitle iletişim araçlarının bireyin gündelik hayatı üzerindeki etkisi ve tüketim alışkanlıklarını nasıl değiştirdiği konusu pek çok düşünürün dikkatini çekmiştir. Özellikle Eleştirel Marksist bakış açısından genelde kitle iletişim araçları ve özelden ise televizyon, kültürel ve toplumsal alan içinde kültürün yeniden üretimini dolayısıyla da kapitalist sistemin değerlerinin yeniden üretimini sürekli dolaşıma sokan bir mecra olarak göze çarpmaktadır. “Frankfurt Okulu” teorisyenlerinin dikkatini çeken bu durum karşısında okula mensup pek çok düşünür çalışmalarının odak noktasını bu sorun üzerinde kurmuştur⁹. Televizyon, teknik bir araç olarak kendisinden

⁹ Frankfurt Okulu 1923 yılında kurulmuştur. Televizyonun icadı ile aynı yıla denk gelen okul, eleştirilerini, kullanımı daha yaygın olan sinema ve radyo gibi kitle iletişim araçları üzerinde toplamıştır. Televizyonun Batılı toplumlarda 1950’li yıllarda kullanımının yay-

önceki kitle iletişim araçları ve sanat formlarını harmanlayarak özgün bir anlatı formu oluşturmuştur. Bu bağlamda televizyonun anlatı yapısının oluşmasında radyo, sinema gibi teknik araçlar ile tiyatro gibi sanat formlarının önemli bir yeri bulunmaktadır. Televizyon tarihsel açıdan bu öncüllerden yola çıkarak zaman içerisinde kendisine bir uzmanlık alanı yaratmıştır.

20. yüzyılın başındaki sosyo-ekonomik ve kültürel alanı göz önünde bulunduran Adorno bu dönemde baskın olan araçsal akıl kavramıyla kültür endüstrileri arasında ilişki kurmaktadır. Özellikle Avrupa’da toplumsal yaşamın rasyonalizasyonuna hizmet eden araçsal akıl, toplumsal ilişkileri bürokratik süreçler içerisinde planlayarak yeni bir hegemonik süreç başlatmıştır. Böylelikle Aydınlanma Düşüncesinden beri rasyonel düşünceye yüklenen özgürleştirici işlev, dönüşüm geçirerek tam tersi bir işleve sahip olmuştur. Toplumsal alanın genel rasyonalizasyon sürecinde kültür endüstrileri de kültürel malın üretim ve dağıtım süreçlerini rasyonalize edip, standartlaştırırken aynı zamanda ulus devlet yapısı altında kitle toplumu olarak adlandırılan yeni bir sosyo-kültürel alanın doğmasına neden olmuştur (2011: 10-12). Adorno’nun eleştirel perspektiften aktardığı bu kültürel alan aynı zamanda kültür endüstrileriyle bağlantılı olarak kitlesel bir üretim ve tüketim düzeniyle de ilişki içindedir. Gündelik hayat pratiklerinin merkezi olarak bürokratik olarak şekillendirildiği bu dönemde radyo, sinema, reklamcılık başta olmak üzere kitle iletişim araçları toplumun tüketim temelli organizasyonunda söz sahibi olmuştur.

Tarihsel süreç içerisinde İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu, televizyonu toplumsal yaşamda yaygınlık kazandığı bir dönem olan 1960’lı yıllarda popüler kültür alanını eleştirel perspektiften irdelemeye başlamıştır. Okulun önemli temsilcilerinden biri olan Raymond Williams, toplumsal pratiklerin yalnızca tarihsel ve toplumsal bağlamda anlaşılabilir kültürel biçimler olduğunu vurgulamaktadır. Kültürel gelişme, televizyonda toplumsal kurumlar ve teknoloji ile kesişirken, televizyon teorisini üç başlık altında toplamıştır¹⁰. Kitle iletişim çalışmalarına Williams’ın katkısı, televizyonu bir kültürel biçim olarak ele alarak toplumla çok boyutlu yapısını ortaya koyma çabasıdır. Yine popüler kültür incelemeleri alanında liberal çoğulcu kanat içerisinde John Fiske (1990) popüler kültür toplumsal alandan farklı sınıfların seslerini duyurabildikleri özgürleştirici ve çok sesli bir yapı olarak tanımlamıştır. *Kültürel Çalışmalar* ve popüler kültür incelemeleriyle genelde kitle iletişim araçları özelde ise televizyon ile kurulan toplumsal ilişki sürecinde ideolojik aktarımın yukarıdan aşağı tek yönlü bir süreç olmadığı bireylerin öznel katılım ve yorumlama süreçleri sonucunda gündelik hayat pratikleri içerisinde ideolojinin aktarıldığı ortaya

gınlığı düşünülünce eleştiriler genellikle radyo ve sinemanın ideolojik doğası üzerine toplansa da yapılan açıklamalar sosyo-kültürel bir teknik araç olarak televizyona da genellenmektedir. Özellikle Adorno’nun “Kültür Endüstrisi” isimli eseri, düşünce olarak televizyonun ideolojik işlevini açıklamaya oldukça yakındır.

¹⁰ Televizyon ve toplum-teknoloji ilişkisi, televizyonun toplumsal tarihinin teknoloji tarihi olarak irdelenmesi ve televizyon teknolojisinin kullanımının toplumsal tarihinin araştırılması burada öne çıkan üç araştırma alanıdır (Şentürk, 2017: 190).

çıkıştır.

Egemen güçlerin ideolojilerini yayma konusunda önemli bir güç olan televizyon, toplumun sözlü kültürden yazılı ve görsel kültüre geçişinde işit-görsel bir araç olarak güçlü ve önemli bir semantik alan yaratmıştır. Bu bağlamda çağdaş toplumlarda merkezi bir kültürel form ve kurum olan televizyonun, ilkel toplumlardaki mitleri anımsatan bir çalışma şekli vardır. Televizyon, biçimsel ve içerik düzleminde mitler gibi hareket ederek benzer mesajları izleyicilere ulaştırmaktadır (Kaplan, 1992: 84). Lazzarato, kapitalizmin üretim süreçleri içerisinde öznelliklerin üretim süreçlerinde semiyolojik bir makine olarak tanımladığı televizyonu, kapitalizmin ortaya çıkardığı makinesellikler dizisinin bir parçası olarak tanımlamaktadır. Makinesellik salt teknik makinelerin işleyişinin bir parçası değil aynı zamanda idare, tepkime, teknokrasi ve bürokrasinin toplumsal araçlarını işaret etmektedir (2016: 51).

Televizyon ve diğer kitle iletişim araçlarının insan zihnini biçimlendirme gücü bu teknik araçların insanla kurduğu iletişimden kaynaklanmaktadır. Televizyon ve televizyon izleyicisi zihinsel bir ilişki içerisinde. Televizyon, evin diğer teknolojik aletleri gibi ona emredilene yapmakla değil, insan zihnini yapılandırmakla da yükümlüdür (Mutlu, 1991: 11). Bu durumun oluşmasında, enformasyon teknolojilerinin oluşturduğu genelleşmiş görselleştirme sürecinin bir parçası olarak telekomünikasyon teknolojilerinin yarattığı zaman sıkışması sonucunda ortaya çıkan mekân daralmasının telafi edilmesi arasında ilişki söz konusudur. Zorunlu olarak toplumsal sistem tarafından yapılandırılan tele-varoluş, bireylerin doğrudan varoluşlarının kaldırıldığı bir dünyada televizyon, görsel eğlence veya kültürel promosyonun bir parçası olmaktan çıkarak çevremizdeki gerçek dünyanın yerini alan sanal görüntünün bir parçası olarak ticari bir etkinliğin parçası haline gelmiştir (Virilio, 2003: 20).

Modern ve postmodern insanın günlük deneyiminin önemli bir parçası olan televizyon ve diğer kitle iletişim araçları önemli anlam yaratma makineleridir. İçlerinden en çok televizyonun sıyrılma nedeni ise ulaşım kolaylığıdır. Televizyonun anlam yaratma gücünü kendi üslubu ile eleştiren Jean Baudrillard, onu esas görevini unutmuş bir makine olarak görmektedir. Televizyon, Baudrillard'a göre esas görevi olan "insanı dünyadan haberdar etme" statüsünü kaybetmiştir (2002a: 173-174). Baudrillard'ın kendi üslubu ile eleştirdiği ve dikkat çektiği şey televizyonun egemen ideolojilerin maşası haline dönüşmesidir. Bu açıdan bakıldığında esasen, televizyon, insanı dünyadan haberdar etmemekte yalnızca egemen ideolojilerin haberlerini gündeme getirmektedir. Gerçekliğin bu şekilde yeniden üretilmesi ise anlamın giderek boşaltıldığı bir alana tekabül etmektedir. Baudrillard bu durumu "Her geçen gün daha çok haber ve bilgiye karşın giderek daha az anlamın üretildiği bir evrende yaşıyoruz" şeklinde ifade etmektedir (2020: 114).

Bu bağlamda iletişim araçları tarafından anlama ait içerikler nötrale edilirken iletişim aracının biçimsel gücü gerçeği dönüştürmektedir. Baudrillard'a göre tüm içerikler yok olsa bile bir biçim olarak iletişim aracının kendisi dev-

rimci ya da yıkıcı bir kullanım değerine sahip olabilecektir (2005: 119). İletişim aracının anlam dünyasını şekillendirmesi gibi tüketim toplumu da tüketici bireyi kitle iletişim araçları eşliğinde inşa ederken onu egemen ideoloji ve çağdaş ekonomik sistemin güncel eğilimleriyle, tarz ve üsluplarıyla yeniden üretmektedir. Kamusal ve politik sorunların unutturulduğu toplumsal ötesi bir evrende gerçeklik, televizyonun çoklu denetim sisteminin içerisine mahkûm edilmiştir. Baudrillard'a göre bu anlamı yoksun ve üslupsuz dünya sayesinde televizyon kokuşmaya başlamış bir araç haline gelmiştir (2002a: 174). Bireyler her daim bir "Fun Morality (haz zorlaması)" altında gündelik yaşam ve tüketime eklenmek durumunda bırakılmıştır. Baudrillard bu zorlama ve yönlendirilmiş tüketim olgusuna vurgu yapmak adına tüketim ilkesinin ve amacının tüketiciye haz vermek olmadığını, hazzın zorlama bir pozisyon aldığını belirtmiştir. Baudrillard'a göre tüketicinin yaşadığı olsa olsa bir yurttaşlık görevi olarak haz almak, haz almaya zorlanmaktır (2018: 93).

Televizyon ve gündelik hayat arasında diyalektik bir ilişki süreci vardır. Bu süreçte her ikisi de birbirine etki edip dönüştürmektedir. Televizyonun bu yapısı onu vazgeçilmez bir öykü anlatma aracı konumuna getirmiştir. İçinde var olduğu moment ile örtüşen ve şimdiki zamanı vurgulayan televizyonda gerçeklik ve gerçekliğin nasıl sunulduğu önemli bir meseledir. Gerçeği sunuş biçimine göre televizyonun alt türleri oluşmuştur. Literatüre bakıldığında televizyon türlerinin (genre) kurmacaya dayalı "Fictional" ve gerçeğe dayalı "Factual" olarak ikiye ayrıldığı görülmektedir. Kurmacaya dayalı gerçekliğin sunulması, dizi ve dramaları kapsarken gerçeğe dayalı gerçekliğin sunulması haber, spor haberleri, magazin programları gibi olgusal yapımları kapsamaktadır (Kaplan, 1992: 51). 1980'li yıllar ile birlikte endüstriyel televizyonculuk içerisinde kendine yer edinen realite programları medya sektörünün rekabet olgusuna cevap veren ve tüketiciler için yeni bir soluk olan programları oluşturmuştur. Realite televizyonculuğun doğuşu; tabloid gazetecilik, belgesel televizyonculuk (*Documentary*) ve popüler eğlence televizyonculuğunun içeriklerinin birleşmesiyle oluşmuştur (Hill, 2005: 15-16; Anderson vd. 2006: 194).

Realite programlarının televizyon endüstrisi içerisinde öne çıkmasında dönemin sosyo-ekonomik ve kültürel dinamikleri etkindir. Dolayısıyla toplumsal dönüşüm süreçlerinde ortaya çıkan anomik durumlar ya da güncel tüketim eğilimleri realite programlarının büyük bir kısmının konusunu kapsamaktadır. Toplumsal hayatın olduğu gibi yansıtılması iddiası ile ortaya çıkan realite programları, geçmişten tanıdık gelen anlatı kalıplarının melezlenmesiyle oluşturulmuştur¹¹. Çıkış noktasını toplumun gerçeklik söyleminden alan realite programları, sıradan insanların gündelik hayatları içerisindeki başlarından geçen sıra dışı olayları konu edinmektedir. Programlar genelde profesyonel olmayan aktörler, senaryosu olmayan diyaloglar ve uzmanlar grubu tarafından gözetlenmeyi içermektedir (Kraszewski, 2017: 15). İlk çıktığı dönemlerde fazla sansasyonel içeriğe yer verdiği için tepki çeken realite programları daha sonra-

¹¹ Bu kalıplara örnek vermek gerekirse; televizyon belgeselciliği, docu-drama ve varyete showlar örnek verilebilir.

ları “yaşam öyküleri” adı altında yayınlanan ticari içerikler ile yeniden yükselişe geçmiştir. Bu bağlamda televizyonun sahip olduğu epistemolojik dil her zaman kapitalist güç odaklarıyla ilişki halinde olmuştur. Televizyon oluşturduğu meta anlatı yapısıyla toplumsal alanın semantik boyutunu şekillendirmektedir.

Tüketim Toplumunun Gündelik Hayat Etkinliklerinde Nesnelere Sisteminin Anlam ve İşlevinin İdeolojik Analizi

Bu çalışma metodolojik olarak eleştirel kuram içerisinde yer almaktadır. Neo-Marksist bir perspektifte gündelik hayat pratiklerinin üretim ve tüketim süreçlerini analiz eden Henri Lefebvre ile kapitalist sisteminin gelişim sürecinin bir ürünü olarak tüketim toplumu kavramını düşünce sisteminin merkezine oturtan Jean Baudrillard’ın sosyo-kültürel alanı yorumlamaları bu çalışmanın teorik artalanını oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temel sorunsalı; modern dünyanın gündelik hayat pratiklerinin önemli bir kısmını kapsayan tüketim etkinlikleri içerisinde bireylerin nesnelere kurdukları etkileşim sürecinde nesnelere sisteminin ideolojik anlam ve işlevinin tartışılması oluşturmaktadır.

Sosyo-kültürel alanın analizinde birden çok teorinin kesişiminde toplumsal alanın yorumlanmasına olanak tanıyan Nitel İçerik Analizi yöntemi çalışmanın yöntemsel tavrını oluşturmaktadır. Sosyal bilimler alanında 20. yüzyılın başındaki fen bilimlerinin pozitivist/akılcı paradigması yerine 1980’li yılların başından itibaren özellikle Kültürel Kuram’ın katkılarıyla pozitivism ötesi/yorumlayıcı paradigmaya geçiş yaşanmıştır. Bilginin örgütlenmesi ve sunulmasında tek ve en doğru bir biçimin olmadığını savunan bu düşünce sistemi sosyal bilimlerde nesnellikten çok bakış açısını ön plana çıkarmaktadır. Olay ve olguları ayrıntılı bir şekilde ve derinlemesine açıklama ve yorumlama bu süreçte öne çıkmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 30-31). Niteliksel araştırmalarda görüşme, odak grup görüşmesi, gözlem gibi tekniklerin yanında bir diğer kullanılan teknik doküman incelemeleridir. Dokümanlar, yazılı, görsel ya da işitsel olabilir. Doküman çözümlemesinde betimleme, verilerin hangi bilgileri ortaya koyduğunu gösterirken: analiz, veri setinde görülmeyen ancak kavramlar ve sınıflamalar yoluyla, temalar arası anlamlı ilişkileri ortaya çıkarmayı sağlamaktadır, yorumlama ise verilerin anlamlandırma sürecini kapsamaktadır (Kümbetoğlu, 2019: 145-147).

Çalışma kapsamında sosyal bilimler alanında Nitel İçerik Analizi yönteminde sıklıkla kullanılan amaçlı örneklem tekniği ile belirlenen televizyon programları araştırmanın kuramsal çerçevesi bağlamında oluşturulan kategorik ayrımlar¹²

¹² Çalışma kapsamında oluşturulan kategorik ayrımlardan ilki gündelik hayat pratikleri içerisindeki nesnelere dünyasının öne çıktığı programlar iken ikincisi ise beden meta-laşma sürecinde nesne kategorisine indirildiği programlardır. Çalışma için örneklem alınan zaman diliminde ikinci kategoriden bir programın yayında olması nedeniyle bu kategoriden bir örnek analize dâhil edilmiştir.

üzerinden analiz edilmiştir. Bu çalışmanın evrenini yaşam tarzı¹³ programlarının ilk örneklerini sunan TLC¹⁴ kanalı oluşturmaktadır. Bu evren içerisinde amaçlı örneklem tekniği kullanılarak seçilen programlar¹⁵ kuramsal alan üzerinden oluşturulan kategoriler üzerinden Nitel İçerik Analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz kapsamında çalışmanın yürütüldüğü zaman dilimini kapsamı nedeniyle 01-14 Haziran 2021 tarihleri arasında belirlenen programlar üzerinden 66 dakika 23 saniye görüntü deşifre edilmiştir. Çalışmada deşifre edilen görgül malzemenin teorik artalandaki bilgilerden soyutlanması sonucunda ulaşılan bulgular kategorik boyutta sınıflandırılarak eleştirel perspektiften irdelenmiştir. Bu çalışma içerisinde araştırmanın temel sorunsalı bağlamında yanıt aranılan araştırma soruları şunlardır:

1. Tüketim toplumunda sosyal teorideki özne-nesne ilişkisi hangi toplumsal dinamikler ekseninde dönüşüm yaşamıştır?
2. Gündelik hayat pratikleri içerisinde nesnelere taşıdıkları gösterge değerlerinin toplumsal sistemin yeniden üretim sürecindeki işlevi nedir?
3. Ticari televizyon yayıncılığı kapitalist sistemin bir parçası olarak nesnelere bağlı olarak gelişen tüketim ekonomisinde biçimsel ve içerik düzleminde hangi ideolojik mesajların taşınmasına aracılık etmektedir?

Çalışmaya başlanmadan önce TLC kanalındaki programlar bir ay süreyle yakından takip edilerek söz konusu örneklem seçim tarihinden önce tematik bağlamda sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma sonucunda araştırma sorusu bağlamında bir realite televizyon kanalı olarak TLC'de tüketim toplumunda nesnelere sistemi bağlamında iki temel program şeklinin olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki düz anlamda tüketim dünyasındaki metalaşmış ilişkilerin de kaynağını oluşturan gündelik hayattaki sıradan nesnelere. Bu nesnelere yaşam alanımız olan evlerden başlayıp toplumsal alanda kullanabilecek her türlü endüstriyel ürünü kapsamaktadır. İkinci olarak öne çıkan program tipi ise bedenin tüketim toplumunda kullanılan birtakım tıbbi reçete ve kürler sonucunda

¹³ Realite televizyon yayıncılığı üzerine yapılan çalışmalarda bu yayıncılık içerisinde üç temel program şekli olduğu görülmüştür. Bunlar; suç ve acil servis programları, yaşam tarzı programları ve yarışma programlarıdır (Hill, 2005: 24). Bu çalışma içerisinde tüketim toplumundaki nesnelere sistemini konu edinen yaşam tarzı programları çalışma evrenini oluşturmaktadır.

¹⁴ TLC kanalı Kasım 1980'den itibaren "The Learning Channel" olarak yayın hayatına başlamış ve 1992 yılında TLC adını almıştır. 2001 yılından itibaren yaşam tarzı programları odaklanan kanal Discovery Communications'a katılmıştır. Modern ve ötesi toplumlarda gündelik hayatın üretim ve yeniden üretim süreçleri özellikle televizyonun üzerinden verilen bilgiler ekseninde ilerlemektedir. Bu bağlamda realite televizyonculuğu bireylerin tüketim ekseninde bireyselliklerini ortaya koyarken kültürel alanda ansiklopedik bir episteme alanı yaratmaktadır.

¹⁵ Çalışma kapsamında analiz edilen programlar: *Çılgın Takıntılar*, *Rüya Gibi Evler* ve *Benim Tuhaf Alışkanlığım*'dir.

nesnelleşerek imajiner bir hâl kazanmasına neden olan uygulamaları içeren yapımlardır. Gündelik hayattaki bu iki farklı nesnelleşmiş form aynı zamanda ilgili literatürdeki kuramsal bilgilerle de koşutluk taşımaktadır. Tüketim toplumu ve özne oluşum süreçlerine ilişkin sosyolojik literatür temel olarak bu iki yönseme altında şekillenmektedir.

Bu çalışmanın sınırlılığı sosyal bilimler alanında yapılan diğer çalışmaların sınırlılığından farklı değildir. Sosyo-kültürel olarak geniş bir alanla ilişkili fenomenlerin analizinde sınırlı bir alan araştırma evrenini oluşturmaktadır. Yaşam tarzı programcılığı alanında öncü konumu ve yenilikçi program içerikleriyle öne çıkan TLC kanalı üzerinden araştırmanın yapılması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu sınırlılık hali analiz kısmında çalışmanın kapsamındaki teorik bilgiler ekseninde derinlemesine yorumlama süreçleriyle aşılmaya çalışılacaktır.

Araştırmanın Bulguları

Tüketim toplumunda bireylerin kültürel alanda nesnelere kurdukları iletişim ve etkileşim biçimleri gündelik hayat pratiklerinin büyük bir kısmını kapsarken yaygınlığı ile televizyon bu alana ait temsil sistemlerinin toplumsal alanda doluşumunu sağlamaktadır. Nesnelere sisteminin kültürel alandaki hegemonik gücünü yaşam tarzı programları üzerinden ele alan bu çalışmada ilgili literatür üzerinden tanımlanan kategorik ayrımlar araştırma bulgularının daha kolay anlaşılması için sınıflandırılmıştır. Bu bağlamda nesnelere sisteme ilişkin ilk kategorik ayrım meta dünyasının bir parçası olarak tüketim nesnelere gündelik hayat pratikleri içerisindeki anlamı ve işlevidir. Burada toplumsal alanda kümülatif olarak artan nesne dünyası bireylerin yaşamını istila ederken tüketim toplumu içerisindeki hobi araç ve gereçleri, yapay “şeyler” dünyası gündelik hayatın dokusuna sızmaktadır. Nesnelere ilişkin ikinci kategorik ayrım ise beden tüketim toplumu içerisindeki nesnelleşme sürecine işaret etmektedir. Tüketim toplumunda bedene yönelik tıbbi kür, bakım ve ilgi bedenin her bir parçasını ayrı ayrı nesnelleştirirken neoliberal piyasa ekonomisi içerisinde beden metalaşmakta böylelikle de bedene ilişkin bir denetim sistemi sosyo-kültürel alanda işlerlik kazanmaktadır.

Tüketim toplumunda meta-dünyasının genişlemesi olarak nesnelere sistemi

Çalışmanın ilk kategorisi kapsamında tüketim toplumunda gündelik hayat etkinlikleri içerisinde nesnelere sisteminin temsilinin ilk ele alındığı program *Çılgın Takıntılar* “My Crazy Obsession” isimli programdır. Günümüzde iktisadi etkinlik içerisinde tüketim olgusu, nesnelere yalnızca faydaları için tüketilmesini aşarak girift bir toplumsal ilişkiler ağının parçası haline getirmiştir. Bu durum hem nesnelere dünyasına hem de nesnelere içerisinde barındıran toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel dinamiklerine gönderme yapmaktadır. Tüketimin

belirli bir kodlar sisteminde sevk ve idare edildiğini düşünen Baudrillard, nesnelerin kendilerinden ve sağladığı faydalardan çok anlamlarının tüketildiği üzerinde durmuştur. Buna göre bireylerin imajlar dünyası içerisinde tüketiminde bulunurken aynı zamanda kolektif olarak üretilen bir anlamı da tükettikleri söylenebilir. Bu anlam kapitalist sistemin içerisindeki tüketim kültürünün işlenmesine yönelik bir meta anlatıyı da bünyesinde taşımaktadır.

Aşırı tüketme halini çoğu insan bolluk olarak tanımlarken Baudrillard bu duruma "istifleme" demeyi tercih etmiş ve bugün bireylerin içerisinde bulunduğu bolluğu, bolluğun en ilkel hali olarak tanımlamıştır. Postmodern bireyler istiflemenin adını değiştirerek ona "koleksiyonculuk" adını vermiştir (2018: 17). Koleksiyon oluşturma bahanesi ile bireyselliklerini tüketimde kuran insanlar bütün olarak elde etmek istedikleri anlam uğruna pek çok parçayı tek tek satın alarak ve satın alma eyleminin büyümesine kapılmaktadır. Koleksiyon adı altında büyülenen bireyler, gereksiz pek çok nesne "gadget" sahibi olur. Dünya üzerinde koleksiyonculuk yaygın bir hobi olarak öne çıkarken bireyler bu koleksiyonlara farklı anlamlar yüklemektedir. Bu bağlamda analiz kategorisine alınan, koleksiyon ve nesnelere dünyasının en çarpıcı örneklerine yer veren "*Çılgın Takıntılar* (My Crazy Obsession)" isimli program, seyircilerine hayatlarında duymadığı farklı koleksiyonları su yüzüne çıkarma iddiası ile gündeme gelmektedir. Nesnelere dünyasının tuhaf yönlerine vurgu yapan programın analiz içerisine alınan 1.sezon 6. bölümünde, programın henüz açılışında dış ses tarafından duyulan sözler, programa ve tüketim ediminin nesnelere ile olan ilişkisine dair oldukça önemli fikirler vermektedir. "...boş olan yerleri dolduruyorlar, her kuruşu harcıyorlar ve acı verici işlemlere dayanıyorlar, böylelikle koleksiyonlarını büyütüyorlar" (00:13-00:39).

Bu sözlerden de anlaşıldığı üzere koleksiyonculuk ve mekânı belirli nesnelere ile kaplama fikri bireyler için yalnızca anlam boşluklarını gidermek amacıyla yapılmaz. Bireyler koleksiyonculuk ve daha fazla nesneye sahip olma fikri adına kendilerinden ödün vermek durumundadır. Bolluğa olan bu bağımlılık, bireylerin kendi hayatlarını nesnelere göre yaşamasını sağlarken tüketim toplumu ve kapitalist sistemin de sürekliliğini sağlamaktadır. Esasen hobi olarak başlanılan koleksiyonculuk, kapitalist sistemin çarkları içerisinde elbette ücretsiz olarak gelişmemektedir. Ücretsiz ve keyfi olması gereken bu durum içerisinde birey, Lefebvre (2020) üzerinden tanımlanacak olursa bürokratik olarak yönlendirildiği için, gereğinden fazla para harcıyarak ve gereğinden fazla nesne satın alarak konumlandırılmaktadır. Dolayısıyla rahatlıkla söylenebilir ki, tüketim toplumu içerisinde yaşayan tüm bireyler, satın alma edimi içerisinde hapsolmüştür¹⁶.

İnceleme içerisine alınan ilk bölümde (1. sezon, 6. bölüm) cansız manken koleksiyonu bulunan Chadmichael Morrisette seyirci karşısına çıkmaktadır. Chanmichael'in 300'e yakın cansız manken koleksiyonu bulunmaktadır. Michael'in hedefi bu sayıyı giderek arttırarak dünyanın en büyük cansız manken

¹⁶ Bu sistemin dışındaki bireyler Bauman tarafından tüketim toplumu içerisinde "eksikli tüketici" "atık" olarak tanımlanmaktadır (Bauman, 2019).

koleksiyonuna sahip olmaktır. Michael tüm bireyselliğini bu mankenler üzerinden kurmaktadır ve bu hobi uğruna kendisinden ödün vermektedir. Ailesi gibi gördüğü mankenler için yaptığı tanımlama ise kendisini bu bolluğa nasıl kaptırdığını özetlemektedir “mankenler bana tavır yapmıyor ve ters cevap vermiyor, mankenlerle dolu bir odada oturmayı sinir bozucu insanlarla dolu bir odada oturmaktan daha iyi buluyorum” (01:30-01:41). Ayrıca aynı cümleler, onu bu hobiyeye itenin yalnızca kapitalist sistem değil, içerisinde bulunan ve birbirlerine kayıtsız bir uygarlık içerisinde bulunan insanların da olduğunu özetlemektedir. Yeni kapitalizmin narsist havası Michael’i kendisini tüketimde, gereğinden fazla tüketimde, bollukta bulmasını sağlamıştır. Chadmichael esasen koleksiyon nesnelere olan ancak arkadaşları olarak gördüğü cansız mankenler kendisine bir semantik alan yaratmış ve bu alanı her geçen gün genişletmektedir. Mankenlerle kurduğu ilişkiyi şu şekilde ifade etmektedir: “Bu mankenler benim dünyamda yaşıyor, ben onlara ikinci bir şans veriyorum, onlara yeni bir hayat veriyorum, ben burada bir aile kuruyorum” (02:06-02:12).

Bu sözlerden de anlaşıldığı üzere Michael, mankenlerle doldurduğu fantezi dünyasında iktidar olarak ipleri elinde bulundurduğunu düşünmektedir. Ancak unuttuğu gerçek, bürokratik yönlendirilmiş tüketim toplumunda iplerin her daim egemen güçlerin, özellikle günümüzün egemen ekonomik örgütlenme şekli olan kapitalizmin elinde bulunduğu¹⁷. Michael’in 223 metrekairelik odası mankenlerle dolmuş durumdadır. Öyle ki Michael mankenlerinin eve sığabilmesi adına temel ihtiyaçlarını karşılayacak pek çok eşyayı evden çıkarmak durumunda kalmıştır. Evin içerisi detaylı bir şekilde kameralara alındığında görünen, temel ihtiyaçları karşılayacak eşyaların yerini Michael’in mankenlerinin aldığıdır. Hatta Michael mankenlerinin çokluğu yüzünden ev arkadaşı ile tartışmalar yaşamış bu nedenle de bazı mankenlerini barındırmak adına onlara farklı bir ev aramaya koyulmuştur. Michael’in mankenlerine ev arama macerası ise, onları gerçek birer insanmış gibi gördüğünden dolayı oldukça zor geçmektedir. Programda Michael’in mankenlerine ev ararken yaşadığı zorluklar detaylı olarak işlenmiştir¹⁸. Michael’in mankenlerle kurduğu ilişki Henri Lefebvre’nin gündelik hayat sosyolojisi içerisinde Marksist teori üzerinden kurduğu ilişki içinde yeniden ele aldığı yabancılaşma mefhumu ile açıklanabilir. Lefebvre’ye göre Marx yabancılaşmayı insan faaliyetlerinin iktisadi etkinlikler içerisindeki dönüşümü ile sınırlamaktadır. Oysa yabancılaşmada önemli olan bunun bir sü-

¹⁷ Michael mankenler üzerindeki gücüne o denli inanmaktadır ki, caddelerde gezinirken eski püskü manken gördüğünde ona bir hayat vermek istemektedir. Mankenlere bir hayat verdiği düşüncesi o denli yoğundur ki ayda iki kez mankenlerini koruma temizliği adı verdiği temizlik ile yıkamakta ve hatta bazı mankenlerini korumak adına adeta mummy-alamaktadır.

¹⁸ Michael mankenleri için ışığın doğru geldiği, yeterli büyüklükte ve havadar bir ev aramaktadır. Bu da onu zorlamaktadır. İlginç olan ise Michael’in isteklerine, emlakçıların şaşırmasından yanıt vermesidir. Postmodern toplumda hemen hemen hiçbir durum “ilginç” olarak göze çarpmamaktadır. Bu durum Baudrillard’ın *Tüketim Toplumu* (2018) kitabında toplumsal sistemin irrasyonel bir düzene kavuştuğu ile açıklanabilir.

reç olarak tanımlanmasıdır. Buna göre kavram tikel bir hareket içerisinde hem yabancılaşma hem de ondan kurtulma etkinliğini birlikte içerir. Kavramın yabancılaşma- yabancılaşmadan kurtulma ve yeniden yabancılaşma eksenindeki diyalektik hareketi öne çıkarken gündelik hayat etkinlikleri içerisinde bireyin gündelik hayatını özelleştirmesi ve bunun içerisinde yoksunlaşarak yabancılaşması sürecin bir parçasıdır (2019: 218-222). Bu bağlamda ele alındığında Michael'in mankenlerle olan ilişkisini modern dünyadaki insanlar arası ilişkiyle ikame ettiği görülmektedir. Kentsel yaşam içerisinde tüketim kültürünün toplumsal yaşamın her alanını saran istilacı doğası karşısında insani ilişkiler yabancılaşırken farklı tüketim formları yabancılaşmadan kaçınmanın yolları olarak insanlara sunulmaktadır. Nesnelere kurulan ilişkiler ağının gündelik hayatın merkezine oturması bunun bir parçasıdır. Böylelikle yabancılaşmadan kurtulmak için sahip olunan nesnelere yeni bir yabancılaşmanın parçası olarak görürlük kazanmaktadır.

Chadmichael'in mankenler ile ilgili takıntısının ne zaman başladığına dair sorular yöneltildiğinde ise "Mannequin" (1987) isimli filmin onu derinlemesine etkilediğini ve hayatını değiştirdiğini ifade etmiştir. Bu itiraf, Hollywood filmlerinin ve kültür endüstrisi ürünlerinin bireylerin hayatlarında nasıl etki yarattığının önemli bir örneğidir. *Frankfurt Okulu* teorisyenlerinden Adorno, popüler kültür ürünlerinin bireysel ve toplumsal yaşama olan etkilerini inceleyen Hollywood film endüstrisinin kültürel malın üretim sistemindeki standartlaştırma ve rasyonelleştirme süreçlerine dikkat çekmiştir. Michael'in bu bağlamda popüler bir eğlence formu olan Hollywood filmi ile kurduğu ilişki gerçek yaşamındaki gündelik hayat pratiklerini etkilerken kültür endüstrisi ürünlerinin nesnelere üzerinden kurguladıkları bir denetim sisteminin örneği olarak öne çıkmaktadır.

Tüketim toplumunda televizyon anlatısı içerisinde önemli bir yer kaplayan yaşam tarzı programlarında iki unsurun değişimi özellikle ön plana çıkmaktadır. Bunlardan ilki bireyin bedensel/fiziki dönüşümü sonucu nesnelleşmesi iken diğeri bireyin içerisinde yaşadığı mekânın dönüşümüdür. Mekânsal dönüşüm bu çalışma içerisinde gündelik hayatın materyalist nesne dünyasına işaret ederken çalışmanın bu kategoride ele alınan ikinci programı "Rüya Gibi Evler (Flip or Flop)"dir. Tüketim toplumunda insanın mahrem yaşantısını sürdürdüğü alan olan ev dahi toplumsal sistemin üretim ve yeniden üretim sistemlerinin bir nesnesi olarak kurgulanmaktadır. Evin kapitalist sistem içerisinde beğenilir ve arzu edilebilir bir yaşam alanı olarak tanımlanması bu mekânsal pratik üzerinde bir dizi yenileme projesinin sürekli yapılmasına bağlıdır. Programda özellikle kötü ve oldukça bakımsız görünen evler seçilirken güncel beğeniler ve üsluplar üzerinden mekânın yenileme süreci izleyiciye aktarılmaktadır. Bauman (2003) üzerinden tanımlanacak olursa uzman bilgisi gündelik hayatla kurduğu etkileşim sürecinde kapitalist sistemin yeniden üretim sisteminin bir parçası haline gelmiştir. Ev dekorasyonu, yapı marketler, inşaat sektörü ve medya kesişiminde kurulan bütünleşik kapitalist söylem alanı toplumsal sistemin devamlılığını sağlamaktadır. Programın açılışında dış ses bu amacı vur-

gulamaktadır: “En çirkin evleri, en berbatlarını bulabildiğimiz en yıkık dökük olanları satın alıyor ve onları bütün alıcıların hayalini kurduğu güzel yuvalara dönüştürüyoruz” (0:10-01:21).

“Rüya Gibi Evler” isimli program, seyircilere emlak dünyasının kapılarını aralamayı vaat eden ancak emlak dünyasının klasik al-sat işleminden oldukça uzakta bir format sunan bir ev yenileme, dönüştürme programıdır. Bu nedenle bu tarz programlar, mekânlar için “Wannabe¹⁹” programı olarak görülebilir. Emlak dünyasında oldukça popüler bir eski çift olan Tarek ve Christina El Moussa çifti, hayatlarını açık arttırmalarla aldıkları harabe evleri yenileyerek ve bunun sonucunda kâr elde etmeye çalışarak geçirmektedir. Ayrıca ailenin özel hayatları da şov dünyasının içerisine girmiş bulunmaktadır. Programda yalnızca evler değil, ailenin inişli çıkışlı hayatları da gündeme getirilmektedir. Tüm bireyselliklerini bu şov dünyası içerisinde kuran eski çift- yeni iş arkadaşları, mahremiyetlerini de şov dünyası uğruna feda etmiş durumdadır. İkilinin bu durumu akla Jean Baudrillard’ın “Simülasyon ve Simülaklar” isimli kitabında bahsettiği “Loud” Ailesi’ni getirmektedir. Loud Ailesi de benzer şekilde, ekrana çıktıkları andan itibaren aile yapıları yok olan ve bir “aile simülakrı” haline gelen önemli şov dünyası ailesi örneğidir²⁰.

Programın klasik anlatısı, çiftin onarmaları için kötü halde bir ev bulmaları, ev için açık arttırmaya katılmaları, tadilat işlerini halletmeleri ve arada belirli gerilimler yaşasalar da başarı ile kâr elde ederek programı sonlandırmaları şeklinde gelişmektedir. Araştırma için ele alınan 8.sezon 3.bölümde de klasik anlatı aynı şekilde işlemiştir. Programın anlatı yapısındaki bu gelişim süreci aslında realite televizyonculuğundaki anlatı kalıplarının eklektik bir şekilde kod sistemi içerisinde kendisini tekrar üretmesinin bir örneğidir. Discovery Channel’daki programların belgesel sinemadan realite televizyon yayıncılığına dönüşümünü aktaran bir çalışmada söz konusu kanaldaki yayınların biçimsel kodlar olarak belirli anlatı yapılarını tekrar ederek içerik düzleminde toplumsal gerçeklikle ilişkilerini sıfır düzeyinde tutarak bir simülasyon evreni kurguladıkları ortaya konulmuştur (Tutar, 2009). Programın ele alınan bölümünde programa bir aile olarak başlayan çift boşandıktan sonra programa iş arkadaşı olarak devam etmektedir. Bu durum aynı zamanda postmodern dönemde kişisel ve duygusal ilişkilerin yüzergezer olmasının bir örneğini sunmaktadır. Çiftin içerisinde bulunduğu durum Bauman’ın postmodern insan ilişkilerini *Ribena* isimli içkiye benzetmesinin bir örneğini sunmaktadır. Bauman, bu içkinin tek başına tüketildiğinde oldukça sert ancak seyreltilerek tüketildiğinde katlanabilir olduğunu belirtir. Çiftin durumu da bu içki ile paralellik göstermektedir.

¹⁹ “Wannabe” esasen bireyin bir ünlüye benzeme çabası için kullanılan ifade olarak realite programlarda ünlülere benzemeye çalışan bireylere verilen isimdir. Burada söz konusu alanla bir alegori kurulacak olursa kötü haldeki evler örnek evlere benzetilmeye çalışılarak bu kez bir insana değil cansız bir örnek nesneye benzeme çabası öne çıkmaktadır denilebilir.

²⁰ Loud Ailesi hakkında detaylı bilgi için bkz: Baudrillard (2020: 49-56).

İkili adeta, evlilik hayatlarını seyrelterek iş ve şov dünyası içerisinde katlanılabilecek halde sabit kılmıştır.

Tarek'in bulunduğu ev için bir kafede buluşan eski çift, oldukça medeni bir şekilde yeni evi değerlendirmektedir. Buldukları hedef Anaheim California'da bulunmaktadır ve konumu itibarı ile programın ismi ile de benzerlik göstermektedir (*Rüya Gibi Evler*). California eyaletinin kendisi hali hazırda bir rüya, bir fantazmagorya olarak görülmektedir. Baudrillard, "Amerika" adlı yapıtında California'daki bir evi de işaret ederek bu ülkeyi dev bir holograma benzetmektedir. Fantasmaya yakın bu yapı içerisinde benzer öğeler birbirlerine bağlanırken, Amerikan gerçekliği gözlerden silinmektedir. Bu süreçte geriye tek kalan ışığın dağılmasından oluşan görüntüdür (2013: 41-43). Baudrillard'ın genelde Amerika özelde ise California ile ilgili tanımlamaları dışında pek çok kitle iletişim aracı da bu eyaleti bir rüya evreni olarak sunmuştur. Programın anlatısında evin içerisini gezme fırsatını elde eden ikili, evin tahminlerinden de kötü çıkması ile şoka uğramaktadır. Evin dışı oldukça "normal" gözükürken içinde tadilat gerektiren çok fazla yer bulunmaktadır. Çift, evin dışına kandıklarını dile getirirken adeta postmodern kültür içerisinde bireylerin içlerinden çok dışlarına ilgi göstermelerine de vurgu yapmaktadır. Programın gerçekliği içerisinde ev, sürekli iğrenç, kokuşmuş ve tuhaf olarak nitelendirilmektedir. Bu durum, ekonomik geliri belirli bir düzeyin altında olan bireyler için eksiklik duygusunu beslemektedir. Bu gibi programlar bireyler üzerinde bir eksiklik duygusu yaratırken tüketimi devamlı olarak beslemektedir. Böylelikle televizyon güncel tüketim eğilimlerinin sürdürülmesi ve devamlılığının sağlanmasında bir denetim mekanizması işlevi görmektedir. Televizyon üzerinden verilen uzmanlık bilgisi sonucunda bireyler toplumsal sistemi yeniden üreten hücreler olarak kurgulanmaktadır.

Tüketim toplumunda bedenin nesnelleşmesi sürecinde işlerlik kazanan denetim mekanizmaları

Çalışmanın ikinci kategorisi kapsamında tüketim toplumunda gündelik hayat etkinlikleri içerisinde bedenin nesnelleşmesinin bir temsilini sunan "Benim Tuhaf Alışkanlığım (My Strange Addiction)" isimli program bireyin dönüşümü sürecinde nesnelleşerek bir meta konumuna sahip olmasını anlatmaktadır. Realite programcılık içerisinde nesnelere sisteminin insan bedeni üzerinden işlediği bir program olan *Benim Tuhaf Alışkanlığım*'da bedenin tüketim kültürü içerisinde en değerli yatırım nesnesi haline gelmesi aktarılmaktadır. Bu çalışmada incelenen programın 5. sezon, 5. bölümdeki Kanadalı bir pop şarkıcısına karşı takıntısı bulunan 33 yaşındaki Toby seyirci karşısına çıkmaktadır.

Toby, Justin Bieber'a benzemek adına 100 bin dolardan fazla harcama yapmıştır. Bu alışkanlığını "bazıları lüks arabalar, bazıları evler alır, ben ise Justin Bieber'a benzemek için ameliyat oluyorum" (01:33-01:40) sözleriyle açıklamaya çalışan Toby, lüks araba ve evler gibi bedene yapılan müdahalelerin de esasen tüketim kültürünün bir parçası olabileceği gerçeğine vurgu yapmaktadır. Bu

bağlamda Toby'nin kendisini tüketimdeki diğer paydaşlarından çok da farklı görmediği göze çarpmaktadır. Tüketim günümüzde nesnelere aracılığı ile gerçekleşebildiği gibi bedeninin kendisi de nesnelere dönüşebilecek bir alan haline gelebilmektedir. Justin Bieber'ın kültür endüstrisine girdiği ilk zamanlarda ona hayran olduğu ve onun gibi görünmek istediğini anlattığını dile getiren Toby (01:46-01:48) kıskançlığa kapılarak içerisinden onun yüzüne sahip olması gerektiğini geçirmiş ve o günden beri de Bieber gibi görünmeyi kendisine amaç edinmiştir.

28 yaşında olan Toby, saç ektirme, kaş dolgusu, göz kapağı derisi ameliyatı, gülümseme, dudak kenarı ameliyatı, çene ameliyatı gibi pek çok ameliyat geçirmiştir. Toby geçirdiği operasyonları oldukça başarılı bulsa da Bieber'a benzemek için daha fazla ameliyat geçirmesi gerektiğini söylemektedir. Toby'nin kendini kaptırdığı "Bieber fantazmagoryası" içerisinde ne kadar ameliyat geçirirse geçirsün asla hedefine ulaşamayacağı ise aşikârdır. Bu tamamlanamayacak olma duygusunu ise şu sözlerle ifade etmektedir; "Ameliyat olmaktan vazgeçmem için ölmem gerekir, ancak ölüm beni ameliyat olma fikrinden vazgeçirebilir" (03:28-03:31). Bu bağlamda Toby, kendisini ne kadar beğenirse beğensin, ameliyatları ne kadar başarılı bulursa bulsun asla tam bir görünüme kavuşamayacağını farkındadır. Çünkü postmodern kültürde yani tüketim ve görünümler dünyası kültüründe birey, kitle iletişim araçlarından taşan eksiklik duygusu ile devamlı olarak beslenmektedir. Kendisini tüketimde bulan Toby için Justin Bieber esasen yalnızca bir malzemedir. Burada öne çıkan bir unsur tüketim toplumunun gündelik hayat pratikleri içerisinde öznenin kendisini yeniden üretim sürecindeki kişiselleştirme takıntısının bir nesnelleşme sürecine neden olmasıdır. Toplumsal alandaki farklılaşma istencinin bedenler üzerinden sergilendiği tüketim kültüründe tıpkı nesnelere ait anlam, güzellik ve işlevlerinin günümüzde dönüşüme uğraması gibi bedeninin de tarihsel süreç içerisindeki estetik beğeni kodları değişime uğramış, farklılaşma arzusu altında heterojen toplumsal alanda homojen bir yapı ortaya çıkmıştır. Beden üzerinde uygulanan biyo-teknolojiler ile gittikçe birbirine benzeyen bireyler aynı zamanda estetik beğenilerin ve beklentilerin sınırlarının müphemliği nedeniyle tuhaf ve şok edici olana doğru yönelim kazanmıştır.

Toby ayrıca yalnızca beden olarak fiziksel görünüşü ile değil kılık-kıyafet olarak moda algısını da Justin Bieber üzerinden kurgulamaktadır. Yaş olarak aralarında fark bulunan Justin ve Toby'nin durumu, Toby'nin 30'larında bir adam gibi görünmektense bir ergen gibi görünmeyi tercih edeceğini söylemesiyle aydınlanmaktadır (14:36-14:39). Bu bağlamda televizyonun semiyolojik bir makine gibi iş gördüğü ve tüketim ve modaya bağlı güncel eğilimleri bireylere aktardığı söylenebilir. Tüketim kültürü içerisinde gençliğe ve şimdiki zamana yapılan vurgu fetişist bir nesne konumu kazanırken toplumsal alanda bireyler üzerinde sosyo-kültürel bir denetim sistemi kurgulanmaktadır.

Sonuç

Günümüzde Batılı ve Batı dışı toplumları eş zamanlı etkileyen tüketim kültürü toplumsal alanın temel örgütlenme biçimidir. Tüketim kavramı bu süreçte ilkel ve geleneksel toplumlardan farklılaşarak bir ihtiyaçlar manzumesi olmaktan çıkarak tarihsel gelişim çizgisinde öncelikle kitlesel devamında ise bireysel tüketim şekli almıştır. Tüketim kültürünün modern ve ötesi toplumlarda yaygınlaşmasında genelde kitle iletişim araçları özelde ise yaygınlığı ile televizyonun ayırt edici bir yanı bulunmaktadır. Televizyon yayıncılığı alanında gündelik hayat pratikleriyle doğrudan ilişki içerisinde bulunan realite programcılığı sosyo-ekonomik ve kültürel pek çok dinamiği içerirken anlatı yapısında kurguladığı içerikler ile toplumsal sistemin yeniden üretim ve denetim süreçlerine hizmet etmektedir. Bu programcılık şeklinin bir alt türünü oluşturan yaşam tarzı programlarıyla tüketim kültürü ve ideolojisi arasında yakın ilişkiler bulunmaktadır.

Söz konusu ilişkileri ilgili literatür üzerinden geniş bir perspektiften be-tilmeye çalışan bu çalışmada kuramsal bilgilere eşlik eden görgül verilerin incelenmesi sonucunda günümüzde tüketim toplumunda nesnelere sisteminin anlam ve işlevine ilişkin çıkarımlarda bulunulmuştur.

Çalışma içerisinde nesnelere dünyasının tüketim toplumunun gündelik hayat pratikleri içerisindeki konumu ele alınan ilk kategoridir. *Çılgın Takıntılar*'da nesnelere üzerinden insanın bireyci bir yaşam formu kazanırken aslında nesnelere bağımlı bir ilişki formu geliştirdiği gözlemlenmektedir. Özgürleşme söylemi üzerinden toplumsal dolaşıma giren tüketim söylemi bu bağlamda kültürel metaları yeni bir hegemonik söylemin içerisinde inşa etmektedir. Nesnenin simgesel değerinin ilkel toplumlardan farklı olarak endüstriyel süreçler üzerinden kurgulandığı günümüzde tüketimin kolektif boyutu yapı bozumuna uğrayarak karşılıklı ilkesi yok olmuştur. Satın alma ediminin hiper tüketime dönüştüğü bu evrende program bireyin nesne uğruna dış gerçeklikten nasıl koptuğunu göstermektedir. Bu bağlamda öznenin nesne üzerindeki tahakkümünün tersine çevrime uğradığı gözlemlenmektedir. Ayrıca tüm hayatlarını koleksiyonları ya da Baudrillard'ın deyişiyle istifledikleri uğruna baştan düzenleyen bireylerin koleksiyonlarına irrasyonel bir sempati ile bağlı olduğu göze çarpmaktadır.

Rüya Gibi Evler isimli program bu kategoride ele alınan ikinci programdır. Söz konusu programda tüketim çağında bireylerin nasıl bir "fantazmagorya" içerisine sürüklendiği, bireylerin en çok zaman geçirdiği yer olan evlerinin nasıl standardize edildiği görülmektedir. Tüketim toplumunda farklılaşma uğruna yapılan girişimlerin endüstriyel nesnelere sistemiyle ilişkisine odaklanan programda farklı sektörlerle ilişkili olan bu yenileme projelerindeki bütünsel tüketim söylemi öne çıkmaktadır. Programda tıpkı yenilenen evler gibi evin içerisindeki aile konumunun da simülakr haline gelişini gözlemlenmektedir. Birbirine yabancılaşan aile bireyleri tüketim sisteminin işlemlerine yönelik kapitalist ilişkiler bütünü içerisinde bir araya gelerek geçmişin sembolik formları gibi bir anlam dünyasını izleyiciye yapay olarak sunmaktadır.

Çalışma kapsamında ikinci kategori olarak bedenin nesnelleşmesi süreci ele alınırken bu kategoride öne çıkan program olan *Benim Tuhaf Alışkanlığım*, tüketim dünyası içerisinde en değerli tüketim nesnesi olan beden üzerine yoğunlaşmaktadır. Tüketim toplumunda beden ve dış görünüşe olan ilgi bir saplantı halini alırken kapitalist sistem içerisindeki egemen güçler bedeni bir mücadele alanı olarak yeniden tanımlamışlardır. Sosyo-kültürel yapıdaki beden üzerine hegemonik söylem, fizyolojik yaşlanma süreçlerine müdahale edilmesini ve bedenin her uzvunun sonu belirsiz bir mükemmelleştirme çabasının nesnesi olmasını sağlamıştır. Program popüler kültürün oluşturduğu küresel ikonların sadece boş vakit ve eğlence içerikleri bağlamında gündelik hayata etkilerini değil bunun daha ötesinde bireyin kendisini sosyo-psişik formda nasıl algıladığına da örnek olmaktadır. İncelenen bölümde Justin Bieber bu amaçla kullanılırken Hollywood dünyasının pek çok yıldızı da bu tarz programlar içerisine yerleştirilmekte, bireyler bu ünlü kişiliklere benzemek uğruna bedenleri ve benlikleri üzerinde bir dizi operasyona girişmektedir.

Ele alınan programlar temelinde kategorik incelemeler sonucunda günümüzde tüketim toplumunun gündelik hayat pratikleri içerisinde özne ve nesne arasında kurulan diyalektik ilişkinin bir tersine çevrim yaşadığı bu bağlamda nesnelere sisteminin gün geçtikçe insani ilişkileri çerçevelediği söylenebilir. Nesnelere tüketim etkinliği bu süreçte kolektif ve içinde yaşanan kültüre bağlı sembolik boyutunu yitirerek özellikle yaygınlığı ile kitle iletişim aracı olarak televizyon üzerinden yapılandırılan bir işaret sistemine yerini bırakmıştır. Hegemonik ve buyurgan nesnelere sisteminde ait işaretler sistemi yeni bir sembolik form gibi sosyo-kültürel alanda bireylere kendisini dayatırken içinde yaşanan kapitalist sistemin yeniden üretim ve denetim sürecinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır denilebilir.

Kaynakça

- Adorno, T. W. (2011). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi* (N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anderson, S., Bateman, H., Harris, E. ve McAdam, K. (2006). *Dictionary of media studies*. Londra: A&C Black.
- Bataille, G. (2017). *Lanetli pay* (I. Ergüden, çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (2002a). *Tam ekran* (B. Gülmez, çev.). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- _____ (2002b). *Çaresiz stratejiler* (O. Adanır, çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- _____ (2005). *Şeytana satılan ruh ya da kötülüğün egemenliği* (O. Adanır, çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- _____ (2009). *Gösterge ekonomi politikası hakkında bir eleştiri* (O. Adanır ve A. Bilgin, çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

- _____ (2011). *Nesneler sistemi* (O. Adanır ve A. Karamollaoğlu, çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- _____ (2013). *Amerika* (Y. Avunç çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- _____ (2016). *Simgesel değiş- tokuş ve ölüm* (O. Adanır, çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- _____ (2018). *Tüketim toplumu* (N. Tatal ve F. Keskin, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- _____ (2020). *Simülakrlar ve simülasyon*. (O. Adanır, çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, tüketicilik ve yeni yoksullar* (Ü. Öktem, çev.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- _____ (2003). *Modernlik ve müphemlik* (Ü. Türkmen, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- _____ (2019). *Postmodernlik ve hoşnutsuzlukları* (İ. Türkmen, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu* (A. Ekmekçi ve O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (1996). *The world of Goods: Towards an anthropology of consumption*. Londra ve New York: Routledge.
- Elliot, A. ve Lemert C. (2011). *Yeni bireycilik* (B. Kıcırcı, çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Featherstone, M., Hepworth, M. ve Turner, S. B. (ed.) (1991). *The body: Social process and cultural theory*. Sage Publications.
- Fiske, J. (1990). *Reading the popular*. Londra: Routledge.
- Hill, A. (2005). *Reality tv audiences and popular factual television*. Routledge, London and New York.
- Kaplan, Y. (1992). *Televizyon*. İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- Kraszewski, J. (2017). *Routledge television guidebooks reality tv*. Londra: Routledge.
- Kümbetoğlu, B. (2019). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma* İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kumar, K. (2013). *Sanayi sonrası toplumdan post-modern topluma çağdaş dünyanın yeni kuramları* (M. Küçük, çev.). Ankara: Dost Kitabevi.
- Lazzarato, M. (2016). *Göstergeler ve makineler* (F. N. Demirci, çev.). İstanbul: Otonom Yayınları
- Lavenda, R.H ve Schultz, E.A. (2021). *Kültürel antropoloji temel kavramlar* (D. İşler ve O. Hayırlı, çev.). Ankara: Doğu Batı yayınları
- Lefebvre, H. (1996). *Marx'ın sosyolojisi* (S. Hilâv, çev.). İstanbul: Sorun Yayınları.

- _____ (2012). *Gündelik hayatın eleştirisi I* (I. Ergüden, çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- _____ (2019). *Gündelik hayatın eleştirisi II* (I. Ergüden, çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- _____ (2020). *Modern dünyada gündelik hayat* (I. Gürbüz, çev.). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Lipovetsky, G. (2018). *Hipermodern zamanlar* (A. Altınörs, çev.). Bilge Kültür Sanat Yayınları.
- Mauss, M. (2013). *Sosyoloji ve antropoloji* (Ö. Doğan, çev.). Ankara: Doğu Batı Yayıncılık.
- Mutlu, E. (1991). *Televizyonu anlamak*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Postman, N. (2020). *Televizyon öldüren eğlence* (O. Akinhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ritzer, G. (2019). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek* (F. Payzın, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Roberts, J. (2013). *Gündelik hayatın felsefesi devrimci praksis ve kültürel kuramın kaderi* (E. C. Ercan, çev.). İstanbul. Doruk Yayınları.
- Şentürk, R. (2017). *İletişim ve televizyon teorileri*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Tutar, C. (2009). *Uluslararası Televizyon kanalları bağlamında ideolojik bir çözümleme örneği: Discovery Channel* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon bombası* (K. Şahin, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Weber, M. (1997). *Protestan ahlaki ve kapitalizmin ruhu* (Z. Gürata, çev.). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Willis, S. (1993). *Gündelik hayat kılavuzu* (B. Aksu ve A. Emre, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Etik Kurul Onayı: Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.

Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Yazar Katkı Oranı: Ece Kaptan (%50), Cem Tutar (%50)

Ethics committee approval: There is no need for ethics committee approval.

Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.

Financial support: No funding was received for this study.

Author contribution rate: Ece Kaptan (50%), Cem Tutar (50%)

