

**Atıf - Reference:** Tüysüz, Dilan (2021) Richard Sennett'in "karakter aşınması" kavramı bağlamında Amerikan Sapığı filminin incelemesi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(11): 47-64.

Araştırma makalesi / Research article

## Richard Sennett'in "karakter aşınması" kavramı bağlamında Amerikan Sapığı filminin incelemesi

Dilan Tüysüz\*

### Öz

Sanayi kapitalizminin şekil değiştirerek günümüzde esnek ya da yeni kapitalizme dönüştüğü kabul edilmektedir. Kapitalizmin bu yeni biçimi ekonomik ilişkileri olduğu kadar gündelik hayatı ve bireyin karakterini de etkilemektedir. Çağımızın önemli sosyologları arasında yer alan Richard Sennett, *Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri* isimli çalışmasında yeni kapitalizmi şekillendiren kavramları ele alarak, bu yeni koşullar altında karakterin durumunu irdelemiştir. Bu doğrultuda Sennett "karakter aşınması" kavramını geliştirerek, kapitalizmin mikro düzeyde, başka bir ifadeyle kişinin karakteri üzerinde ve kişiler arası ilişkiler bağlamında ne gibi etkileri olduğunu değerlendirmiştir. Sennett'e göre yeni kapitalizm, bireylerde karakter aşınmasına neden olmaktadır. Bu çalışma Sennett'in karakter aşınması kavramından yola çıkarak, yeni kapitalizmin bireyler üzerindeki olumsuz yansımalarını *Amerikan Sapığı* (*American Psycho*, 2000, yön. Mary Harron) filmi aracılığıyla incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede betimsel analiz yöntemi benimsenmiş ve esnek kapitalizmin karakter aşınmasına neden olan 'kısa vade, akışkanlık, esneklik, risk' gibi temel kavramlarının etkili bir şekilde filme aktarıldığı sonucuna varılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Richard Sennett, karakter aşınması, kapitalizm, esnek kapitalizm, Amerikan Sapığı

## The analysis of American Psycho movie in the context of Richard Sennett's concept "the corrosion of character"

### Abstract

It is accepted that industrial capitalism has changed shape and has become flexible or new capitalism today. This new form of capitalism affects everyday life and the character of the individual as much as economic relations. Richard Sennett, one of the important sociologists of our time, discussed the state of the character under these new circumstances by addressing the concepts that shaped new capitalism in his work *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. In this direction, Sennett developed the concept of "the Corrosion of Character" and evaluated what effects capitalism has on the micro level, in other words, on the character of the person and in the context of interpersonal relations. According to Sennett, the new capitalism causes the corrosion of character on individuals. Based on Sennett's concept of the corrosion of character, this study aims to examine the negative reflections of new capitalism on individuals through the movie *American Psycho* (2000, dir. Mary Harron). In this context, the descriptive analysis method was adopted and it was concluded that the basic concepts of the new capitalism such as "short term, liquidness, flexibility, risk" that cause the corrosion of character were effectively transferred to the film.

**Keywords:** Richard Sennett, the corrosion of character, capitalism, flexible capitalism, American Psycho

---

\* Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, dilan.tuysuz@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5887-9519

## Giriş

Yaygınlığı, etki gücü ve ortaya çıkışından itibaren karşıt hiçbir ideoloji tarafından sarsılmayan yapısıyla kapitalizmin, gelmiş geçmiş tüm ideolojiler arasında en güçlüsü olduğu kabul edilmektedir. Bu gücü, kapitalist ideolojiye ait ‘eşitlik, özgürlük, zenginlik’ gibi vaatlerin cazibesıyla açıklamak dar çerçevede mümkün görünse de, bunun eksik bir yaklaşım olacağı açıktır. Kendi içerisindeki çelişkilere rağmen, hiçbir ideolojinin elde edemediği bu gücün ardında kapitalizmin işleyiş biçimleri, taşıyıcıları ve en önemlisi yeni koşullar karşısında kendisini sistematik biçimde yeniden yapılandırma becerisi yatmaktadır.

Bu doğrultuda, yaklaşık son elli yıldır kapitalizmin dönüşüme uğradığı düşünülmektedir. Kapitalizmin bu yeni safhası, “esnek kapitalizm”, “örgütsüz kapitalizm”, “geç kapitalizm” ya da “yeni kapitalizm” gibi çeşitli isimlerle anılmaktadır. Sanayi kapitalizminin karakteristikleri arasında yer alan istikrar, uzun vade, kalıcılık, katı bürokrasi gibi kavramlar ile yıllar boyu aynı ürünü üreten ya da hizmeti sunan büyük kurumlar ve kariyeri boyunca tek bir işte uzmanlaşan çalışanlar yeni kapitalizmde ortadan kalkmıştır. Yeni kapitalizmin belirleyici özellikleri arasında ise esneklik, geçicilik, akışkanlık, risk ve kısa vade anlayışı yer almaktadır. *Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri* isimli çalışmada yeni kapitalizmi söz konusu kavramlar bağlamında değerlendiren Richard Sennett, yeni kapitalizmin bireyin karakteri üzerindeki dönüştürücü etkisini ele almaktadır (2010b). Sennett’in bu çalışması, kısaca, yeni kapitalizmin esneklik rejiminde karakterin aşınacağı savına dayanmaktadır. Bireyin karakterinin, “sadakat ve karşılıklı bağlılık, uzun vadeli bir hedef için çaba sarf etme ya da gelecekteki bir amaç uğruna bugünkü kimi mükâfatları erteleme” şeklinde kendini gösterdiğini belirten Sennett’e göre bireylerden risk almaya açık, değişime hazırlıklı ve katı prosedürlere daha az bağlı olmalarının beklendiği yeni kapitalizm kültürü karakter konusunda sorunlar çıkarmaktadır (2010b: 10-11). Bu bağlamda, Mary Harron’ın Bret Easton Ellis’in aynı adlı romanından uyarladığı *Amerikan Sapiği* (2000) filmi yeni kapitalizmin karaktere nasıl etki ettiğinin anlaşılması konusunda önemli bir çerçeve sunmaktadır. Film, görünürde oldukça seçkin bir hayat süren Wall Street çalışanı Patrick Bateman’ın aynı zamanda seri katil olarak işlediği cinayetleri konu almaktadır. Filmin muğlak finali, Patrick’in gösterilen cinayetleri gerçekten mi işlediği, yoksa tüm bunların hastalıklı bir zihnin yanılsamaları mı olduğu konusunda izleyicinin kafasını karıştırmaktadır. Ancak dikkat edilmesi gereken Patrick Bateman’ın, seri katil olmasa bile, gerçeği algılayış şeklini çarpıtarak sanrılar görmesine neden olan psikolojik rahatsızlığını körükleyen çevresel faktörler arasında yeni kapitalizmin mikro etkilerinin de yer alabileceğidir. Buna göre, betimsel bir yaklaşımla nitel veri analizi doğrultusunda ele alınan film, temel olarak ‘karakter aşınması’ kavramı çerçevesinde incelenmiştir. Nitel veriler aracılığıyla araştırılan konu hakkında betimsel ve gerçekçi bir çerçeve çizmeyi amaçlayan nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel analiz, tanımlanan bulguları açıklamak, birbiriyle ilişkilendirmek ve anlamlandırmak açısından çalışmaya uygun görülmüştür. Bu doğrultuda analize temel oluşturması bakımından öncelikle sanayi kapitalizminin doğuşuna ve tüketim toplumu ile kurduğu ilişkiye bakmak gerekmektedir. Sonrasında sanayi kapitalizminin yeniden yapılanarak dönüştüğü kabul edilen yeni kapitalizm dönemi ele alınarak; bu yeni dönemin temel değerleri çerçevesinde ‘karakter aşınması’ kavramı irdelenecektir. Çalışma, *Amerikan Sapiği*

filmini merkeze alarak, yeni kapitalizmin kültürünün kişiler ve kişiler arası ilişkiler üzerindeki aşındırıcı etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

### **Sanayi kapitalizmi, tüketim toplumu ve kültür ilişkisi**

Kapitalizmin doğmasını sağlayan en önemli etkenlerden biri kuşkusuz Sanayi Devrimi'dir. Kısaca, tarıma ve zanaata dayalı üretim tarzından, makine gücünün egemen olduğu üretim tarzına geçiş olarak tarif edilebilen Sanayi Devrimi 18. yüzyılın başında ilk olarak İngiltere'de başlayıp, diğer ülkelere yayılmış ve yayıldığı her ülkeyi köklü ve geri dönülemez biçimde etkilemiştir. Yeni teknolojik buluşların sanayiye uygulanması sonucu insan ve hayvan gücünün yerini makinelerin alması üretim biçimlerini ve üretim ilişkilerini değiştirerek, ekonomik bir dönüşüme neden olmuştur. Evlerde ya da atölyelerde gerçekleştirilen küçük ve basit üretim, fabrikalarda büyük makinelerle sağlanan üretim karşısında sahneden silinirken, kendi üretim araçlarıyla çalışan zanaatçılar, ücretli işçi ya da fabrika sahibi; büyük çiftliklerle mücadele edemeyerek topraklarını satmak zorunda kalan köylüler ise fabrika işçisi olmuştur. Böylece bir yanda sermaye sahibi girişimci sınıf oluşurken, bir yanda da üretim araçlarından yoksun işçi sınıfının doğmasına yol açan Sanayi Devrimi, 20. yüzyıl kapitalist toplumlarındaki temel sınıfsal oluşumlara zemin hazırlamıştır.

Değişen yöntemler, üretimin fazlasıyla artmasının yanı sıra işgücünün niteliğini değiştirerek uzmanlaşmayı ve işbölümünü ortaya çıkarmıştır. Toplumsal hayatın büyük kentlere kayması, işçi sınıfının doğması, ulaşım ve iletişim araçlarındaki gelişmeler kapsamlı kültürel değişimleri beraberinde getirmiştir. Ekonomik iktidar, toprak mülkiyetinden sanayi sermayesine doğru el değiştirirken; sermaye ve emek ayrı ellerde toplanmıştır. Ancak bu ayrı ellerin sanayi kapitalizminde birbirine sıkı sıkıya bağlı olduğu düşünülmektedir. Zygmunt Bauman *Bireyselleşmiş Toplum* adlı kitabında bu durumu şöyle açıklamaktadır (2005: 33):

İşçiler kendi geçimlerini sağlamak için işe alınmaya bağımlıydılar; sermaye de kendini yeniden üretmek ve büyütme için onları işe almaya bağımlıydı. Buluşmalarının sabit bir adresi vardı; ikisinden biri başka yere kolayca taşınmazdı. Muazzam fabrika duvarları iki tarafı da ortak bir hapisaneye kapattı...Fabrika onların ortak ikametgahı, eşzamanlı olarak hem siper savaşı için bir savaş meydanı, hem de umutların ve rüyaların doğal yuvası oldu.

Sanayi kapitalizmine geçilmesiyle birlikte devletin müdahaleci politikaları yavaş yavaş geçerliliğini yitirmeye başlamış, girişimciler devletin ekonomiye karışmasını sakıncalı bulmuştur. Sanayi kapitalizminin doktrini olarak benimsenen 'Klasik İktisadi Düşünce'ye, yani liberalizme göre yeni oluşan kapitalist girişimci sınıf, sınırlamalardan uzak tutularak desteklenmeli ve piyasa özgür bırakılmalıydı. Böylece liberalizmin temel politikası "Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" (*Laissez Faire, Laissez Passe*) sloganı temel alınmıştır. Buna göre kastedilen, insanların istedikleri malı istedikleri miktarda üretmeleri ve piyasaların geçirgen olmasıdır. Liberalizm genel olarak, ekonominin bireyci olması ve kişisel çıkarlara dayanması, iktisadi hayatın itici gücünün bireysel çıkarlar olduğu, devlet müdahalesinin olmadığı tam rekabete dayalı bir pazar yapısında kendi menfaatlerini kollayan kişi ve firmaların aynı zamanda toplumun menfaatlerini de gerçekleştirmiş olacağı esasına dayanmaktadır.

Sanayi kapitalizmi sadece ekonomiyi ve devlet yapısını değil, toplumsal yaşamı da önemli ölçüde etkilemiştir. Fabrikalarda hızlı biçimde ve çok sayıda üretilen malların satılması için fabrikaların tamamlayıcısı olarak mağazaların açılmaya başlaması 19.

yüzyıl başkentlerinde perakende ticaretin dönüşüme uğramasına yol açmıştır. *Kamusal İnsanın Çöküşü* adlı çalışmada Richard Sennett'in belirttiği gibi, "Mağazaların doğuşu her ne kadar sıradan bir olay gibi görülse de, aslında bu, aktif bir alışveriş alanı olarak kamusal alanın yerini nasıl insan yaşamında daha yoğun fakat daha az sosyal bir kamusal deneyime bıraktığı paradigmasının özüyüdü" (2010a: 190). Malların bu mağazalarda sabit fiyat politikasıyla satılmaya başlaması, satıcı ve alıcı arasındaki alışverişte yaşanan pazarlık diyalogunu sonlandırarak alıcıyı daha pasif bir konuma yerleştirmiştir. Mağazalar alıcı için daha az sosyal etkileşimde bulunduğu, ancak herhangi bir şey satın alması dahi sergilenen farklı ürünler arasında dolaşarak sosyalleştiği bir kamusal alan haline gelmiştir.

Değinildiği gibi sanayi kapitalizmi ile birlikte gelen modernleşmenin hem ekonomik alanda, hem siyasal ve hukuki süreçlerde, hem de toplumsal ve kültürel boyutta etkileri vardır. Üretim sürecinin makineleşmesi ve standartlaşması ekonomik hayatı dönüştürürken, demokratikleşme, bürokratikleşme ve laiklik kavramları yönetsel alana damgasını vurmuştur. Bireyin modern koşullara adapte olması ise toplumsal ilişkiler ve kültürel alandaki dönüşümlerle sağlanmıştır.

Modernleşme sürecinde yaşanan hızlı değişime bireylerin uyum sağlaması, modernliğin sembollerinin toplumsal hayata yayılması ve benimsenmesi için kitle iletişim araçları devreye girmiştir. Endüstri toplumunda artan işbölümü ve bunun gereği ortaya çıkan uzmanlaşma neticesinde bireyselliğin ve yabancılaşmanın artması; toplumun evrensel değerler etrafında birleştirilmesi ve ortak bir dil yaratılması gereğini doğurmuştur. Bu noktada kitle iletişim araçlarının işlevi, parçalanmış ve farklı hayatlar süren bireylerin önüne, diğer grup ve sınıfların hayatlarına dair imgeler ve anlamlar sunmak; sonra da bu tamamen ayrı ve değişik hayat parçalarını 'anamlı' bir bütün içinde birleştirmektir. Stuart Hall kapitalist toplumda kitle iletişim araçlarının üstlendiği işlevleri şu şekilde yorumlamaktadır (1994: 233-235):

Medyanın büyük kültürel işlevlerinden birincisi budur: Başkalarının 'dünyalarını', 'yaşanan gerçekliklerini' algıladığımız ve onların hayatları ile bizimkilerini kavranabilir bir 'bütünün dünyası' halinde, bir 'yaşanan totalite' halinde hayali olarak yeniden inşa ettiğimiz toplumsal bilginin, toplumsal imgenin sağlanması ve seçmeci inşası... Modern medyanın ikinci işlevi çoğulluğu yansıtmak ve göstermektir; bu çoğullukta nesneleştirilen sözlükçelerin, hayat tarzlarının ve ideolojilerin sabit bir envanterini sağlamaktır... Medyanın üçüncü işlevi, seçmeci olarak temsil ettiklerini ve sınıflandırdıklarını örgütlemek, düzenlemek ve bir araya getirmektir.

Kitle iletişim araçlarının üstlendiği 'yerel farklılıkların önemini azaltarak ortak bir kültür ve kolektif bilinç oluşumunu sağlama' işlevinin arka planında ise tüketim toplumunu sürdürme amacı yer almaktadır. Tüketim toplumunun başlangıcı ise, kendi ürettiği malı para karşılığı satın almak zorunda olan işçiyi aynı zamanda tüketici haline getirerek, daha çok tüketmek için daha çok para kazanması, dolayısıyla da daha çok üretimde bulunmasını gerektiren bir kısır döngüye dayanmaktadır.

Kapitalist toplumlarda tüketim, artık fiziksel ihtiyaçları gidermekten çok, beğenilme, taklit etme, bir üst sınıfa aitmiş gibi hissetme ve görünme, belli bir hayat tarzına uygun davranma gibi psikolojik ve sosyolojik güdülerle gerçekleştirilen bir eyleme dönüşmüştür. Tüketim psikolojisinin bu yönü Sennett'e göre mağaza sahipleri tarafından 19. yüzyılda fark edilmiş ve bu yönde taktikler uygulanmaya başlanmıştır. Sennett mağaza sahiplerinin, bir elbiseye onu giyen Duchesse X'in resmi aracılığıyla "statü" kazandırarak alıcıların ürünleri akılcı biçimde değerlendirmekten alıkoyduklarını belirtmektedir (Sennett, 2010a: 195). Aynı yöntem günümüzde daha da farklı çeşitlemelerle devam etmektedir.

Tüketim kültürü içerisinde, bireyselliği ifade etmek için programlı bir şekilde inşa edilen hayat tarzı, bedensel özelliklerden giyim kuşama, ev dekorasyonundan otomobile ve boş zaman aktivitelerine kadar uzanan geniş bir yelpazeden yapılan tercihlerle şekillendirilmektedir. Bireylerin kapitalist sistemin yeniden üretimine katılmıyor göründükleri çalışma dışı boş zaman aktiviteleri bile tüketim ideolojisinin egemenliği altındadır. İrfan Erdoğan, bununla ilgili olarak şunları dile getirmiştir (1997: 208):

Dinlenme, kapitalizmde yeniden tanımlanarak alışveriş yapma, lokantaya ve ticarileşmiş eğlence, piknik ve turizm faaliyetleri içine çökertilmiştir. Böylece insanların iş dışı faaliyetleri de sermaye tarafından gasp edilmiştir. Yeme, içme, giyme, eğlenme, dinlenme faaliyetleri kapitalist pazar ideolojisinin kitle kültürü pratikleriyle 'para harcama' faaliyetlerine dönüştürülmüştür.

Bahsedildiği üzere, tüketim toplumuna ait insan bir kısır döngü içinde sıkışık kalmıştır. Herhangi bir üretim ve/veya tüketim aracı üzerinde özel mülkiyete sahip olmak isteyen birey, bu arzusunu gerçekleştirmek için daha çok çalışmakta, daha fazla satın alma gücüne ulaşmak için çabalamakta ve sonuçta daha çok tüketmektedir. Tüm bu çabanın altında ise sahip olduklarının ve tükettiklerinin ona kazandıracağını umduğu statü ve sınıf aidiyeti yatmaktadır. Marx'ın da belirttiği üzere bu, kapitalizmin temeldeki sınıf farklılıklarını tüketim mallarına sahip olma üzerinden perdelemenin bir yoludur. "Böylece ne ürettiklerine göre tanımlanmak yerine, insanlar kendilerini tükettikleriyle tanımlar hale getirir (...) Toplumumuzdaki temel farklılıklar hala sınıf farklılıklarıdır; fakat sınıfları ya da grupları yaratmanın aracı olarak imalat mallarının kullanılması, bu farklılıklar üzerinde bir örtü oluşturur" (Williamson, 2001: 13). Gerçekte var olan sınıf farklılıklarını belirtmek için kullanılan kıstaslar tüketim toplumunda; satın alınan mallar, tercih edilen markalar, eğlenmek için gidilen mekânlar, okunan kitap ve dergiler, seyredilen programlar, dinlenen müzik türleri vb. ile yer değiştirmiştir. Başka bir ifadeyle ürün farklılıkları toplumsal farklılıkların yerine geçmiştir. Birey sınıf atlama arzusunu, bir üst sınıfın tüketim biçimini taklit ederek tatmin etme yoluna gitmektedir. Böylece bireylerin maddi durumu, zengin ya da yoksul olmaları ve dolayısıyla ait oldukları toplumsal tabaka, sosyo-ekonomik sistemin sonucu değil, kişinin çok çalışması ve tüketmesi ile ilgili bir durum haline getirilmektedir.

## **Yeni kapitalizm döneminde karakter aşınması**

Emek ve sermayenin temel değişkenler olduğu sanayi kapitalizminin temelinde Fordizm yatmaktadır. Kitle üretimine ve kitle tüketimine dayalı Fordist üretim sistemini, modern dönemin karakteristiği olarak düşünmek mümkündür. Standart üretime dayanan bu üretim biçimi, merkezileşmeyi gerektirmektedir. Yeniden örgütlenen esnek kapitalizm ise Fordist üretimden post-Fordist üretime geçişi zorunlu kılmıştır. Esnek üretim olarak da adlandırılan post-Fordizm, kitlesel üretim yerine farklılaşmış üretimi getirmiş ve tüketici yelpazesinin genişlemesini sağlamıştır. İktisadi arka plan olarak ortaya konan post-Fordizm'in kültürel vizyondaki ifadesi ise postmodern durum olarak nitelendirilmektedir.

Postmodernizm terimi, içinde yaşadığımız çağın kültürel, toplumsal, sanatsal ve düşünsel formlarını nitelendirmek için kullanılmaktadır. Postmodernizm bir anlamda modernlikten kopuş, modernin terk edilmesini işaret eden bir kırılma olarak değerlendirilmektedir. Grossberg, Wartella ve Whitney konuyu şu şekilde açıklamaktadır (1998: 53):

Eğer modernite kitle üretimi, kitle kültürü ve kitlesel her şey ise, postmodernite, küçüğe dönüş ve esnekliktir. Eğer modernitedeki kapitalizm, daha az kimse için daha çok üretim ve tüketicileri ürünleri satın almaya ikna etmek yoluyla karı arttırmaya adanmışsa, postmodernitedeki kapitalizm küçük tüketici gruplarının farklı taleplerini hızla yanıtlayacak üretim ve dağıtım sistemlerini geliştirmek yoluyla karı arttırmaya adanmıştır. Eğer modernite insanlara işçiler, tüketiciler ve aile üyeleri olarak odaklanıyorsa, postmodernite bütünüyle tüketici ve hayat tarzı tercihleri tarafından belirlenen çeşitli ve parçalı özneler olarak kimlikler inşa eder ve yüceltir.

Postmodernizm kendi içinde çatışan, birbirinden farklı yönelim ve bakış açısının bulunduğu, sınırları çizilemeyen bir alandır. Bu karmaşa ve belirsizliğin, postmodern söylemin etkinliğini ve popüleritesini arttırdığı düşünülmektedir. Postmodernizm hızla gelişen önemli bir kültürel dönüşümün göstergesi olarak kabul edilmektedir. Buna göre postmodernizmin, tüketim ideolojisinin taşıdığı değerler ve yaşam biçimleri ile de örtüştüğü görülmektedir. “Postmodern kültürün iki temel boyutu olarak, gerçekliğin imajlara dönüşümü ve zamanın bir dizi şimdi haline geldiği şizofrenik bölük pörçüklüğü” (Jameson, 1994: 15), tüketim ideolojisinin zevk almaya ve eğlenceye dayalı, anlık, yüzeysel, popüler kültürle ilişkili yapısına karşılık gelmektedir. Postmodernist kültürün gündelik hayatın estetikleştirilmesi projesine uygun olarak hipermarketler, büyük alışveriş merkezleri, fuarlar, ticaret merkezleri gibi mekânlar birer ‘tüketim mabedi’ haline gelmiştir. Kitleler sıklıkla bu mabetleri ziyaret ederek, birkaç şey satın almakta veya sadece vitrinlere bakıp etrafı gezmekte, yemek yemekte ya da sinemaya gitmektedir. Satın almadan önce çeşitli alternatifler karşılaştırılmakta, denenip incelenmekte, fiyat ve marka farkları araştırılmaktadır. Böylece tüketimin sıradan bir eylem olmaktan çıkarak adeta ritüel halini aldığı görülmektedir. Sosyolojik ve psikolojik ihtiyaçları karşılayarak kişiye kimlik kazandıracığı düşünülen ürünün satın alma süreci de ayrı bir zevk kaynağı olmuştur.

Jameson’a göre “gerçekçilik piyasa kapitalizmine, modernizm tekelci kapitalizme ve postmodernizm geç/çok uluslu/tüketimci kapitalizme tekabül etmektedir” (1994: 78). Sanayi kapitalizminin bugün geldiği nokta çeşitli kaynaklarda ‘geç kapitalizm’, ‘yeni kapitalizm’, ‘esnek kapitalizm’ ya da ‘örgütsüz kapitalizm’ olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte yeni kapitalizmi, ‘örgütsüz’ olarak nitelendirilse bile, kapitalizmin sistematik olarak yeniden yapılanmış başka bir evresi olarak düşünmek gerekmektedir.

Kapitalizmi yeniden yapılanmaya iten çeşitli koşullar bulunmaktadır. Sennett’e göre “Modern kapitalizmi, her ne kadar örgütsüz ve verimsiz olsa da, kesin ve geri döndürülemez bir değişim arayışına iten temel nedenler vardır. Bunlar tüketici talebindeki volatilité ya da dalgalanmayla ilişkilidir” (2010b: 53). Küçük tüketici gruplarının farklı taleplerini hızla yanıtlayacak üretim ve dağıtım sistemlerini geliştirmek için standartlaşmış seri üretimin terk edilmesi esnek uzmanlaşmayı doğurmuştur. Esnek uzmanlaşma kısaca, farklı ürünlerin piyasaya en hızlı şekilde sunulması anlamına gelmektedir. “Bu yeni üretim sürecinin en temel özelliği, dış dünyanın değişken taleplerinin kurumun iç yapısını belirlemesine izin vermesidir” (Sennett, 2010b: 54). Küresel piyasanın sürekli değişen taleplerini takip etmek ve bunlara hızla cevap vermek için şirketlerin de hızlı karar almaları ve bu doğrultuda harekete geçmeleri gerekmektedir. Bu sebeple şirketler katı bürokrasiyi ve dikey hiyerarşiyi terk ederek yatay networkler olarak yeniden yapılanma yoluna gitmiştir. Şirketlerin bu yeni organizasyon yapısında iktidar hala yukarıdan aşağıya doğru işlemekte, ancak küçük çalışma gruplarına bölünen bu esnek yapıda kendisini daha az görünür kılmaktadır. Geleneksel kültürün üretime ve tüketime konu olabilen ticari bir meta haline dönüşmesi ve bu yeni kültürel değişimin bireysellik üzerindeki yoğun

vurgusu, internetin iş hayatı ve özel yaşam üzerindeki dönüştürücü etkisi de kapitalizmi yeniden yapılandıran koşullar arasında sayılmaktadır.

Yeni kapitalizmin anahtar kelimeleri; esneklik, risk, bağımsızlık, geçicilik, kısa vade ve anlık olma şeklinde sıralanmaktadır. Özellikle esneklik, akışkanlık ve risk, yeni kapitalizmin insan karakterine yönelik saldırısından bahsederken Richard Sennett'in ağırlıklı olarak üzerinde durduğu iki kavramdır. İnsanı verimsizleştiren ve pasifleştiren katı ve bürokratik rutine karşı yüceltilen bir değer olarak esneklik; inisiyatifi bireye veren, özgürlüğü, geliştirici ve yenilikçi bir süreci ifade eder şekilde kullanılmaktadır. Yeni sistemde esneklik sadece bireyler için değil kurumlar için de idealize edilmektedir. Kurumlar için esneklikten kastedilen; daha önce bahsedildiği üzere şirketlerin standart üretim yerine çeşitli tüketici gruplarının farklı ihtiyaçlarına yönelik, hatta kişiye özel üretim politikası benimsemesi, değişken ve rekabetçi piyasa koşullarına adapte olmak için teknik altyapı yatırımlarında bulunurken, bu yeni şartlara uygun personel istihdam etmesidir. Şirketlerin bu yeni personel politikasına göre çalışanlarından aktif, girişken ve hırslı olmaları, risk alabilmeleri, hızlı düşünüp doğru karar vermeleri ve tıpkı bilgisayarlar gibi kendisini sürekli güncellemeleri istenmektedir. Başka bir deyişle bireylerden beklenen akışkan olmalarıdır. 'Akışkanlığı' yeni kapitalizmin inşa ettiği anlık ve geçici evrendeki işler, ilişkiler, değerler ve trendlerin sunduğu farklı kalıplara kolaylıkla girme yeteneğine sahip olmak şeklinde tanımlamak mümkündür. Ancak, girdiği her ortama ayak uydurabilen akışkan birey için sürekli değişen yaşam tarzlarına, kişiler arası ilişkilere ve toplumsal değerler sistemine herhangi bir bağlılık geliştirmek giderek zorlaşmaktadır. Kalıcı ve istikrarlı değerleri kaybeden, bunu yerine farklı bağlılık alanları arasında seçim yapmaya zorlanan birey sonuçta, hayatının merkezine sadece kendisini koyarak, kendisine yoğunlaşmakta ve içe dönmektedir. Kendisini toplumdaki izole eden kişi için başkalarını düşünme, çevresi için iyi bir şeyler yapma, dürüst olma gibi ahlaki değerlerin ise giderek marjinalleştiği düşünülmektedir. Kapitalist sistemin kurallarını içselleştiren bu birey, başkasını mağdur eden bir davranışına rağmen kendisini haklı görmeye devam edecektir. Çünkü esnekliğin vaat ettiği özgürlük aslında bireyi yerleşik ahlaki değerlerden ve toplumsal normlardan koparmaktadır. Bu aynı zamanda, bireyin toplumsal alandan uzaklaşarak, özel alana yöneldiğinin de bir işaretidir. Geçicilikler dünyasında sürekli değişen durumlara karşı kendisini devamlı yeni baştan programlayan/inşa eden birey sonunda yönünü kaybetmekte ve kendi kimliğine yabancılaşmaktadır.

Gerçek kimliğini kaybeden birey için ise sistemin farklı reçeteleri bulunmaktadır. Bireylere kimlik, hayat tarzı ve imajlar sunma konusunda Mike Featherston'un *yeni kültür araçları* olarak nitelendirdiği grup devreye girmektedir. Buna göre simgesel malların ve hizmetlerin sağlanmasıyla uğraşan yeni kültür araçları grubu içinde pazarlama, reklam ve halkla ilişkiler sektöründe çalışanlar, radyo ve televizyon yapımcıları, sunucular, magazin muhabirleri, moda yazarları ve sosyal yardım çalışanları, evlilik danışmanları, cinsel terapistler, diyetisyenler gibi yardım meslekleri mensupları yer almaktadır (Featherstone, 1996: 85). Esnek kapitalizmin getirdiği yeni kültürün ve hayat tarzının aşılması, akışkan bireyin anlık değişikliklere uyum sağlaması için gerekli enformasyonun sağlanması işi kültür araçlarının görevi olarak tanımlanmaktadır. Kendini yenileme, kişisel gelişimi sağlama, kişiler arası ilişkilerin yönlendirilmesi, başarılı ve mutluluk verici bir hayat tarzının kurulması için yol gösteren kitaplar, dergiler, televizyon programları, seminerler bu amaca hizmet etmektedir. Bütün bunların bir diğer işlevi ise, bireye farklı hayat tarzları ve bununla ilgili olarak farklı kimlikler silsilesi sunmaktır. Örneğin, bir kadın hem başarılı ve

kendine güvenen bir iş kadını, hem sevecen ve becerikli bir anne/ev hanımı, hem de çekici, sportif ve bakımlı bir kadın olarak ayrı kimliklere sahip olması yönünde yönlendirilmektedir.

Bireyin kimlik oluşumunu etkileyen cinsiyet ve yaş gibi sabit değişkenler dışında yer alan eğitim, medeni durum, gelir seviyesi, ait olunan sosyal sınıf, kültürel koşullar ve meslek etkenleri üzerinde etkili olan esneklik politikaları bütünlüksüz, şizofrenik bir benliğin gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Sennett bireyin içine düşebileceği durumu şu şekilde açıklamaktadır: “Her bireyin benliği, bireyin temel kaygısı haline gelmiştir; kendini tanımak, dünyayı tanımak için bir araç olmayıp bir amaç olmuştur. Tam da bu denli kendimize dönük olduğumuz için, kendimize özel bir ilkeye ulaşabilmemiz ve kişiliklerimizin ne olduğunu kendimize ve başkalarına net bir biçimde anlatabilmemiz son derece zordur” (Sennett, 2010a: 17).

Bu doğrultuda, bireyin benliğine dair anlam inşasını oluşturmak amacıyla metalar devreye girmektedir. Metaların taşıdığı sembolik anlamlar ve bireylere vaat ettiği imajlar dizisi, benliğin oluşumu ve gelişiminde kaçınılmaz rol oynamaktadır. Giysiler, arabalar, cep telefonları, çantalar, saat vb. aksesuarlar benliğine giden yolda bireye rehberlik etme işlevi üstlenmiştir. Ancak buna karşılık hisler, duygu ve düşünceler, gerçek ihtiyaçlar kişinin görüntüsü karşısında önemini yitirmiştir.

Esnek kapitalizmin özelliklerinden bahsederken Sennett’in üzerinde durduğu bir diğer kavram ise risktir. “Kapitalizm gerçekte risksiz düşünülemez ve işleyemez. Belirsizlik ve risk kapitalizmin doğasına içkindir. Bu nedenle sürekli olarak belirsizlik ve risk üretip topluma yaymak yeni kapitalizmin özsel misyonudur” (İlhan, 2007: 290). Örgütlü kapitalizmde risk, büyük ölçüde sermaye sahibi girişimcileri ilgilendiren bir sıkıntıyken, yeni kapitalizmde risk her kesimden insanın karşılaşabileceği bir durum haline gelmiştir. Küresel ekonominin krizlerinden, ülkeler arası gerginliklere ve gezegeni tehdit eden ekolojik problemlere kadar birbirini etkileme gücüne sahip pek çok etmen, bu kriz ve belirsizlik durumunu körüklemektedir. Anlık olarak değişen kendisinden bağımsız bu koşullar karşısında birey, yaptığı risk analizleri doğrultusunda ne kadar önlem alırsa alsın, riski tamamen ortadan kaldıramayacağını bilincindedir. Ancak bu bilinç bireyi paranoyak, kaygılı ve huzursuz bir ruh haline sürüklemektedir. Buna rağmen “risk, bir bakıma, esnek kapitalizm için varoluşsalıdır. Risk üretmede ve bunu kazanca/kâra tahvil etmede emsalsiz bir yeteneğe sahip olan yeni kapitalizm için riskin besleyici değeri paha biçilmezdir. Çünkü risk korkusunun potansiyel ticari değeri sınırsızdır” (İlhan, 2007: 291). Bu çerçevede, insanların korkularını besleyip büyüterek, bu korkular üzerinden kâr sağlamak kapitalizmin uyguladığı stratejiler arasında yer almaktadır. Sistem tarafından empoze edilen günümüz insanının korkuları başta ‘öteki’ne karşı duyulan korku ve düşmanlık olmak üzere, başarısızlık, yaşlanmak, hastalanmak, ölmek, beğenilmemek, dışlanmak, maddi kayba uğramak olarak örneklendirilebilir.

Esnek kapitalizmin anahtar kelimelerinden olan bağımsızlık ise birkaç boyuta sahiptir. Küreselleşme ve internet teknolojileri şirketlerin uzamsal bağımlılıklarını yerle bir ederken, aynı teknolojiler çalışanların da işyerindeki fiziksel bağımlılıklarını büyük ölçüde azaltmıştır. *Home-office* çalışma biçimi esnek-zamanlı çalışmadır. Ancak Sennett esnek-zamanlı çalışmanın yeni bir kontrol ağı ördüğünü belirtir. “Esnek-zamanlı çalışan, çalıştığı mekânı seçse bile, emek süreci üzerinde kontrole sahip değildir” (2010b: 61). Buna göre sadece iktidarın denetim biçiminin yüz yüze olandan elektronik ortama taşındığı gözlenmektedir.



Daha önce belirtildiği gibi sanayi kapitalizminde emek ve sermayenin karşılıklı bağımlılığı söz konusudur. Bu bağımlılık bir çalışanın emekli olana ya da ölene kadar aynı işyerinde çalıştığı uzun vadeli bir ilişkiye dayanmaktadır. Ancak esnek kapitalizmin bir diğer anahtar kelimesi olan ‘kısa vade zihniyeti’ bu bağımlılık biçimini de sonlandırmıştır. Kapısını aşındıran işsizler ordusunun farkında olan şirketler için verimsiz bulduğu çalışanını gözden çıkarmak kolaylaşmakta, vazgeçilmez olmadığının farkında olan ve kronik tatminsizlikten mustarıp birey ise sürekli iş değiştirme arayışı içinde çalışmaktadır. Sermaye ve emek arasındaki göbek bağının yerini ise sermaye ve tüketici arasındaki bağımlılık almıştır. Bauman’ın belirttiği üzere “Sermaye, kendi rekabetçiliği, verimliliği ve karlılığı bakımından arz edilen fikirlere talebin oluşturulması ve güçlendirilmesi için tüketicilere bağımlıdır” (2005: 39). Bahsedilen kısa vade zihniyeti sadece iş ilişkilerini değil kişiler arası ilişkileri de etkilemektedir. Ölene kadar süren evlilikler ya da dostluklar romantik filmlerde ya da romanlarda karşılaşılan bir ideale dönüşmüştür.

Buraya kadar esneklik, akışkanlık, risk, kısa vade zihniyeti ve bağımsızlık gibi temel kavramlar üzerinden özetlenen esnek kapitalizmin yarattığı karmaşık yapı, Sennett’in karakter aşınması olarak adlandırdığı duruma yol açmaktadır. Buna göre; bireyin iş ve özel hayatında kurduğu her türlü ilişkide ve hatta tükettiği ürünlerin niteliğinde bile hâkim olan geçicilik, sadakati ve bağılılığı erozyona uğratmakta, esnekliğe, hıza ve riske dayalı iş tanımları bireyin kendisini güvensiz ve değersiz hissetmesine neden olmakta, uzun süreli insani ilişkiler ve kalıcı hedefler ortadan kalkmaktadır. Çalışmanın devamında yeni kapitalizmle birlikte yaşanan dönüşümlerin gündelik hayattaki yansımalarının ve bu belirsiz ve karışık düzenin bireyin karakteri üzerindeki olumsuz etkilerinin yorumlanması için *Amerikan Sığı* filmi incelenecektir.

### ***Amerikan Sığı* filminin incelenmesi**

Bret Easton Ellis’in aynı adlı romanından uyarlanan film, 1987 yılında New York’ta geçmektedir. Ana karakter Patrick Bateman (Christian Bale), seksenli yıllarda ortaya çıkan ve ‘genç şehrli profesyonel’ olarak çevrilebilecek ‘yuppie’ (*young urban professional*) jenerasyonunun temsilcisidir. Wall Street’te babasının şirketinde çalışmaktadır. Lüks dairesi, pahalı kıyafetleri ve üst sınıfa ait yaşam tarzı ile dışarıdan kusursuz görünen bir hayata sahiptir. Ancak film ilerledikçe Patrick’in aynı zamanda seri katil olduğu anlaşılır.

Filmin başında Patrick’le tanıştığımızda ilk dikkati çeken vücuduna gösterdiği aşırı ihtimamdır. Dengeli beslenme ve egzersiz programı uygulayarak vücuduyla ilgilenmesi gerektiğinden bahseden Patrick her sabah yaptığı bakım rutinini de izleyici ile paylaşır. Söz gelimi sabahları yüzü şişmişse buz torbası kullanmaktadır. Sırayla saydığı gözenek temizleyici losyon, suyla aktive olan temizleme jeli, bal-bademli vücut sabunu, arındırıcı jel, naneli yüz maskesi, alkolsüz tıraş sonrası losyonu, nemlendirici, yaşlanma karşıtı göz balsamı ve nemlendirici koruyucu krem gibi ürünler cildinin genç kalmasına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte Patrick ekler: “Bir Patrick Bateman görüntüsü var. Soyut bir kavram. Ama gerçek bir ben yok. Sadece bir varlık. Yanıltıcı bir şey”. Söz konusu sahne, kapitalist düzende arzu nesnesi haline gelen, bakışa yönelik bir cinsel objeye dönüşen ve bu nedenle de sürekli yatırım yapılmaya ihtiyaç duyulan beden, Patrick’in yaptığı gibi egzersizlerle, diyetlerle, kozmetikler ve estetik operasyonlarla işlenmesi ve idealleştirilmesi gereken tüketim nesnesine dönüştüğünü açık şekilde örneklemektedir. Jean Baudrillard’ın dikkat çektiği gibi (1997: 155):

Tüketilen şeyler arasında diğer nesnelere göre daha güzel, daha kıymetli, daha eşsiz –tüm diğer nesnelere göre özelleşmesine rağmen otomobilden bile daha fazla anlamla yüklü- bir nesne vardır: bu nesne, ‘Beden’dir. Bin yıllık bir püritanizm çağından sonra fiziksel ve cinsel özgürleşme biçiminde bedenin yeniden keşfi ve reklamda, modada kitle kültüründeki mutlak varlığı –bedenin etrafını kuşatan sağlık, perhiz, tedavi kültür, gençlik, zariflik, erillik saplantısı, bedenle ilgili bakımlar, rejimler, fedakârca uygulamalar, bedeni kuşatan arzu söylemi- bunların hepsi bedenin günümüzde kurtuluş nesnesine dönüştüğünün tanığıdır.

Kitle iletişim araçlarında sunulan güzel, çekici, zayıf, sağlıklı bedenlere sahip kadın, erkek ve çocuk imgeleri aracılığıyla empoze edilmek istenen, bireylerin kapitalist sistemin çarpık düzenini fark etmelerini sağlayacak bir bilinç geliştirmek için uğraşacakları yerde bedenlerine yatırım yapmalarıdır. Beden bir iktidar alanı haline gelmiştir ve güzellik ipuçları, zayıflama önerileri, sağlık kürleri, genç kalma yöntemleri gibi hazır reçeteler beden üzerinde uygulanan iktidarın geliştirilmesine yöneliktir. Fazla kilolarından ve toksinlerinden arınmış zayıf, sağlıklı ve fit bedenler, iktidarın işlediği alanlardır. Durmadan yeniden biçimlendirilen bu bedenler, son moda ve marka giysilerle ambalajlanmaktadır. Patrick de filmde son derece şık ve marka takım elbiseler içinde görünmektedir. Dış görüntüsü konusunda oldukça takıntılı olan Patrick, yansımaları görebileceği parlak yüzeylerde görünümünü kontrol etmekte ya da sevişirken aynada hoşnutlukla bedenine bakmaktadır. Patrick’in bu takıntısı narsisizmin ‘kişinin kendi güzelliğine duyduğu hayranlık’ şeklindeki popüler çağrışımını akla getirirse de aslında benliğinde boğulan bireye ait bir karakter bozukluğu olarak narsisizmi işaret etmektedir. Narsisizmin bahsedilen popüler görüşten farklı anlamına dikkat çeken Sennett’e göre (2010a: 416);

Bir karakter bozukluğu olarak narsisizm güçlü bir benlik sevgisinin tam zıttıdır. Kendine kapanma doyum sağlamaz, benliğe zarar verir; benlik ile öteki arasındaki sınırın silinmesi yeni ve ‘başka’ olan hiçbir şeyin hiçbir zaman benliğe girememesi anlamına gelir; benlik silinip süpürülmüştür ve kişinin ötekinde kendini gördüğünü düşündüğü an’a kadar dönüşüme uğramıştır, ardından da anlamsız hale gelmiştir.

Bu çerçevede bireyin kişilerin ve olayların kendisi için ne anlama geldiği hakkındaki takıntısının, söz konusu kişi ve olayların anlamsız hale gelmesine neden olduğunu belirten Sennett, benliğin kendine gömülmesinin benliğin gereksinimlerinin tatminini engellediğini eklemektedir. “Narsisizm böylelikle, hem benliğin gereksinimlerine tam anlamıyla gömülme hem de gereksinimlerin tam olarak doyurulmasını engelleme şeklinde ikili bir özellik taşır” (2010a: 22). Benliğinin gerçek arzularından uzaklaşan narsist birey hangi başarıya ulaşırsa ulaşınsın ya da neye sahip olursa olsun hiçbir zaman tatmin olmamaya mahkûm edilmiştir. Kim olduğu ve gerçek arzularının ne olduğuna cevap bulamayan birey, kendi aksinde boğulan Narkissos misali kendi benliğinde boğulmaktadır.

Karakter bozukluğu olarak narsisizmin ortaya çıkışını, yeni bir toplumun bu rahatsızlığın psikik bileşenlerini teşvik etmesi ile ilişkilendiren Sennett’in dikkat çektiği üzere esnek kapitalizmin egemen psikopatolojisi narsisizmdir. Sanayi kapitalizminin baskı ve denetime dayalı katı düzeninde arzularını bastıran ama buna karşılık nevrozlaşan bireyine karşılık yeni kapitalizmde birey, arzuları serbest bırakıldığı ve kısırlatıldığı için, kendi benliğinin güdülemediği bu sahte arzuların peşinde koşarak sürekli bir tatmin arayışı içinde sürüklenmektedir. Benliğin tatmin arayışı ise, Patrick’in narsistik davranışlarının da örneklediği üzere hiçbir şeyden doyum alamama, farklı ve kimi zaman uç noktada deneyimlere yönelme ile sonuçlanabilmektedir.

Söz konusu durumu, Richard Sennett'in *Yeni Kapitalizmin Kültürü* adlı çalışmasında ele aldığı konulardan biri olan kapitalizmin "üst sınır yok" deklarasyonu ile ilişkilendirmek mümkündür (2006). Yazara göre, herhangi bir nesnenin, insanın kullanabileceğinden fazlasına sahip olması, nesnelere gücüne duyulan akıldışı inançtan kaynaklanmaktadır. Konuyla ilgili olarak, kişinin hepsini hatırlamasının mümkün olmadığı binlerce şarkı saklama kapasitesine sahip iPod cihazlarını ya da herhangi bir insanın satın alabileceğinden çok daha fazlasını tek bir çatı altında toplayan Wal-Mart mağazalarını örnek gösteren Sennett, üst sınır olmaması vaadinin tüketme tutkusunu harekete geçirdiğini ileri sürmektedir (2006: 96-97). Sennett'in bu savı bizi, kişiyi hep daha fazlasına sahip olma, hemen her konuda sınırları zorlama eğilimiyle yüzleştirdiğini söyleyebileceğimiz bir kavrayışa götürmektedir. Patrick'in geldiği nokta da tam olarak burasıdır. Markalı kıyafetlerin, lüks mekânlarda yenen yemeklerin, şık eşyaların ve uyuşturucunun, kısacası kendini daha iyi hissetmek için tükettiği hiçbir şeyin yeterli gelmemesi onu, insanları öldürdüğü, parçaladığı ve hatta yediği, kısacası tükettiği bir üst sınıra zorlamıştır.

Oysaki genel olarak bakıldığında Patrick Bateman maddi durumu, mesleki statüsü ve fiziksel özellikleri ile filmin isminin işaret ettiği Amerikan sapığından çok uzak bir profil çizmekte, ana akım anlatılarda idealleştirilen *Amerikan Rüyası*'nı yaşayan kahramana daha çok benzemektedir. Bununla birlikte Amerikan Rüyası'nın masum bir kavram olmadığı hatırlatılmalıdır. "Toplumdaki herkesin peşinden koştuğu maddi başarı amacına ulaşmak için bireysel rekabet koşullarını destekleyen ve buna bağlılık gerektiren geniş bir kültürel zihniyet" olarak tanımlanan *Amerikan Rüyası* kavramı 1931 yılında tarihçi James Truslow Adams tarafından ortaya atılmıştır (Messner ve Rosenfeld, 2013: 6-7). İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nin *Büyük Bunalım* döneminde kullanılan kavram, ekonomik krizin etkilerini yoğun şekilde yaşayan insanlar için bir nevi teselli ve motivasyon amacı taşımaktadır. Buna göre *Amerikan Rüyası* kavramı, cinsiyeti, dini ve ırkı fark etmeksizin her Amerikan vatandaşının bireysel başarı ve zenginliğe ulaşmak için fırsat eşitliğine sahip olduğunu vaat etmektedir. Kavramın, ilk kullanımından uzun yıllar sonra bile özellikle popüler kültür ürünleri aracılığıyla yeniden üretilmeye devam ettiğini ve motive edici etkisinin hala sürdüğünü gözlemlemek mümkündür. Bununla birlikte Messner ve Rosenfeld, *Amerikan Rüyası*'nın bir de karanlık yüzü olduğu belirterek, kavramın eşitlik vaadine karşılık pratikte yaşanan eşitsizliğin ve başarı ve başarının maddi ölçütlerine yapılan yoğun vurgunun bireylerde hayal kırıklığı, anksiyete, öfke ve isyan gibi duygular yarattığını eklemektedir (2013: 89). Bu çerçevede Patrick'in *Amerikan Rüyası*'nın vaat ettiği neredeyse her şeye sahip olduğu söylenebilir. Ancak rüya yerine kâbusu deneyimleyen Patrick aynı zamanda, kavramın içi boşaltılmış bir illüzyondan ibaret olduğunu gösteren somut bir örnektir. Kişinin öz benliğine ait gerçek arzularının farkına varmasının engellendiği, geçici tatminlerin ve sahte görünümlerin egemen olduğu böylesi bir düzenin bireyin karakterini aşındırması kaçınılmaz görünmektedir.

Bahsedildiği üzere filmin hikâyesi seksenli yılların sonunda geçmektedir. Söz konusu zaman dilimi, Sennett'in ifade ettiği gibi, kapitalizmin son otuz yıldır yeniden örgütlenmeye başladığı döneme denk gelmektedir. Küresel finansın, teknolojinin, medyanın ve ticaretin ileri sektörlerinde yeniden örgütlenen kurumsal yaşamın zayıf bir sadakat, düşük enformel güven ve işe yaramazlık konusunda yüksek düzeyde kaygı ürettiğine dikkat çeken Sennett, toplumsal yozlaşmanın kalbinde kısaltılmış kurumsal zaman ilkesinin yattığını belirtmektedir (2006: 113). Kısaltılmış zaman ilkesi, kendi yeteneklerine yatırım yaparak uzun yıllar boyunca aynı işte çalışan kişilerin ve

deneyime değer veren kurumların yerine, risk odaklı, ani değişen durumlara tepki verme potansiyeline sahip gençlerin ve bu gençleri işe almaya istekli kurumların geçmiş olması anlamına gelmektedir. Her şeyin hızlı ve kısa zaman dilimi içinde yapılması gerekliliği, istikrar kavramının değerini kaybetmesine neden olmuştur. Sonuç, hayatıyla ilgili uzun vadeli planlar yapamayan bireyin yolunu kaybetmesidir.

Patrick'in işinin Amerika'nın finans merkezi olarak kabul edilen Wall Street'te olması bu açıdan dikkat çekicidir. Kısaltılmış zaman ilkesinin egemenliğindeki finans sektöründe, hız ve risk kavramlarının yoğun olarak deneyimlendiğini söylemek olanaklıdır. Bu açıdan Sennett'in bahsettiği toplumsal yozlaşmanın mikro örneği Patrick'in iş çevresinde somut hale gelmektedir. Bununla birlikte ofisinde olduğu sahnelerin hiçbirinde Patrick'in ciddi anlamda çalıştığını görmek mümkün değildir, kulaklığını takıp müzik dinler ya da bulmaca çözer. Şirket babasına ait olduğu için performansı ya da işe yararlığı hakkında endişelenmesine ve hatta sevgilisi Evelyn'in söylediği gibi çalışmasına gerek yoktur. Patrick ise kendisine istifa etmesini öneren Evelyn'e itiraz eder ve "çevreme uyum sağlamak istiyorum" diye cevap verir. Patrick'in yanıtı, mesleğin statüyü ve bir sınıfa ait olmayı gösterdiği esnek kapitalizm toplumuna ait düşüncüyü yansıtmaktadır. Kişinin sistem tarafından kabul edilmesi için meslek sahibi olması ve çalışma hayatına katılması önemli bulunmaktadır. Ancak daha da önemli olan toplumsal statüyü ve saygınlığı arttıracak prestijli bir işe sahip olmaktır. Statünün derinlerdeki değerinin meşrulukla ilgili olduğunu söyleyen Sennett'e göre, kurumlar meşruluk bahsettiğinde birey statü sahibi olur ve böylece işe yaradığını hisseder (2006: 119). Esnek kapitalizmin yeniden örgütlenen kurumsal dünyasında işe yaramazlık duygusu ile mücadele eden bireyin, ele alınan örnekte ise Patrick'in statüsüne gösterilen itibar, çalışmayı ve genel çerçevede de hayatı onun için anlamlı hale getirmektedir.

Ancak Patrick'in dünyasında meslek, statüyü belirlemede tek başına yeterli değildir. Sahip olunan metalar da kişinin toplumsal konumunu belirleyen önemli kıstaslar arasında yer almaktadır. Filmde temsil edilen bu durumu totemizm ve meta fetişizmi kavramları ile açıklamak olanaklıdır. Kapitalist toplumlarda sınıflandırma sistemleri, üretim ilişkilerine göre değil tüketim temel alınarak yapılmakta, daha doğrusu öyle görünmektedir. İlkel toplumlardaki sınıflandırma sistemlerinin ise daha karışık olduğu bilinmektedir. Robert Boccock söz konusu sınıflandırma sistemlerinin içinde belirli grupları, klanları ya da kabileleri simgelemek için belirli bitkiler, hayvanlar ya da nesnelere kullanıldığını dikkat çekmektedir (1992: 241). Buna göre sınıflandırma sistemi hangi totemin hangi gruba ait olduğunu göstermekte ve belirli bir grubun bütün üyeleri arasında kolektif kimlik duygusu kurmaya yardımcı olmaktadır. Boccock ayrıca, farklı totemik objelerin bir grup ve diğeri arasında sınır çizilmesine de hizmet ettiğini belirtmektedir (1992: 241).

Günümüzde ise totemizm şekil değiştirmekle birlikte, üstü kapalı biçimde varlığını hala sürdürmektedir. Artık hayvan, bitki ya da nesnelere oluşan ilkel totemlerin yerini metalar almıştır. Kapitalizmin işlevlerinden biri olarak meta haline gelen ürünün öne çıkması, başka bir ifadeyle totemik nitelik kazanması, herhangi bir ürünü satın alırken o ürünün üretimi için harcanan emeğin ve üretim esnasında yaşanan ilişkilerin arka plana itilmesi anlamına gelmektedir. Tükettiği herhangi bir ürünün kişiyi daha mutlu, daha başarılı, daha saygın, kısacası olduğundan daha farklı biri haline getirdiğini düşünmek çağdaş toplumlara özgü yeni totemizm olarak nitelendirilmektedir. Herhangi bir tüketim malı, onu satın alan ve kullanan kişinin ait olduğu sınıfın, statüsünün, gelir durumunun, zevklerinin, yaşam tarzının göstergesi yani totemi haline

gelmiştir. “Kendimizi, diğer insanlardan, satın aldığımız şeyle farklılaştırırız. Bu süreçte bizi farklılaştıran ürünle özdeşleşiriz; ve bu bir tür totemizmdir” (Williamson, 2001: 46). Totemizme göre BMW marka araba kullananlar Peugeot marka araba kullananlardan; Marlboro marka sigara içenler Samsun içenlerden farklı algılanmaktadır. Bu farklılığı yaratan ise sadece totemik üründür.

Totemizm aynı zamanda Karl Marx’ın *meta fetişizmi* kavramıyla da bağlantılıdır. Marx, *Kapital*’in *Metaların Fetişizmi ve Bunun Sırrı* bölümünde detaylandığı meta fetişizminin kökenini, bunları üreten emeğin özel toplumsal niteliği ile ilişkilendirerek açıklamaktadır (2003: 76-77). Buna göre, emek ürünü üreticiler arasındaki değişim sırasında meta haline dönüşmektedir. Marx için meta “nitelikleri duyularla hem kavranabilir hem de kavranamaz toplumsal şeyler”dir (2003: 77). Metanın duyularla kavranabilir yönü kullanım değerini, duyularla kavranamaz yönü ise değişim değerini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda kullanım değeri, emek ürünlerinin üretimi için harcanan insan emeğinin maddi ifadeleri şeklinde tanımlanmaktadır. Marx’ın verdiği örnekte ağacın biçimi değiştirilerek yapılan masa, ağaç olmaya devam etmektedir ve kullanım değeri üreticisinin emek-zamanı ile belirlenir. Bununla birlikte, değişim sırasında üreticinin kişisel emeğinin toplumsallaşmasından ötürü masa değişim değeri kazanmaktadır. Bu değer, ürünün kendisiyle değil, toplumsallaşmasıyla ilgilidir. Başka bir ifadeyle ürüne değişim değerini veren toplumdur. Değişim değerini (değer) “şeylerin bir özelliği”, kullanım değerini (zenginlik) ise “insanın özelliği” olarak tanımlayan Marx’a göre meta fetişizmi, ikisi arasındaki farkı oluşturmaktadır. Marx’ın örneğinden devam edilecek olursa masanın üzerinde yemek yeme, çalışma gibi çeşitli işler yapma işlevinin yanı sıra, kullanıcıya gelir düzeyini gösterme, belli bir kimlik oluşturma gibi tatminler sağlama için satın alınması meta fetişizmi ile açıklanmaktadır. Burada masaya yüklenen anlamlar toplum tarafından belirlenmektedir.

Meta fetişizminin sonuçlarından biri olarak tüketim nesnelere yan anlamlarla yüklendiği görülmektedir. Herhangi bir ürün üstlendiği yan anlamlar aracılığıyla kullanıcıya özgürlük, güzellik, prestij ve güç gibi vaatlerde bulunmaktadır. *Amerikan Sapiği*’nda, Patrick’in kışkırdığı bir karakter olan Paul Allen’ın başkasına uzattığı kartvizit ile başlayan ‘kartvizit gösterisi’ meta fetişizminin örneklendiği ilginç sahnelerden birini oluşturmaktadır. Söz konusu sahnede Patrick büyük bir özgüvenle yeni bastırılmış olduğu kartvizitini çıkarır ve arkadaşlarına gösterir. Kemik rengi kart üzerinde ismi ve görevi yazmaktadır. Patrick’in hemen ardından karşısında oturan arkadaşı ise “güzel ama asıl şuna bakın” der ve yumurta kabuğu renginde olduğunu söylediği kendi kartını çıkarır. Bir başka kişi ise “etkileyici ama bunlar hiçbir şey” diyerek üçüncü kartviziti masaya koyar. Bu kartın rengi ise soluk bulut beyazıdır. Az önceki özgüveni tamamen sarsılmış olan Patrick, Paul Allen’ın kartını da görmek ister. Paul’ün diğerlerinden pek de değişik görünmeyen kartı Patrick’e göre masadaki bütün kartlardan daha zevk sahibidir. Aslında dikkatle bakıldığında dört kart arasında renk ya da tasarım açısından çok belirgin farklar yoktur. İsimler ve iletişim bilgileri hariç kartların üzerindeki logo ya da kişilerin unvanları da benzerdir. Birbiriyle aynı kullanım değerine sahip kartlar ile Patrick ve masadaki diğer karakterlerin gözündeki değişim değeri arasındaki fark meta fetişizmidir. Patrick’in keyfini kaçıran, masadakilerin beğenisini ve onayını kazanamamış olması ve kartvizitinin kendisine sağlayacağını umduğu gösterişin bir bakıma sarsılmasıdır. Kendisini iyi hissetmesi ve özgüveninin gelişmesi ötekilerin onayına ve beğenisine bağlı olan birey bu şekilde başkalarına olan bağımlılığını da pekiştirmektedir.

*Amerikan Sapiğı* filmi, olay örgüsünün geçtiğı zaman dilimi dikkate alındığında; yeniden örgütlenen kapitalizmin ideolojisini ele alması açısından olduğı kadar, seksenli yıllarda iktidarda olan Cumhuriyetçi Parti'nin işçiler, yoksullar, etnik azınlıklar ve kadınlar hakkındaki muhafazakâr politikalarını yansıtmaması bakımından da önemlidir. Bu bağlamda Julian Murphet, Patrick'in, Cumhuriyetçi Parti'nin ırk, cinsiyet ve sınıf konusundaki muhafazakâr görüşlerini birleştiren abartılı bir portre olduğunu belirtmektedir (2002: 55). Bu görüşün zıddıymış gibi görünen bir sahnede arkadaş grubuyla restoranda oturan Patrick sohbet esnasında masadakilere ayrımcılığı bırakmak, nükleer silahlanmayı yavaşlatmak, terörizme ve dünyadaki açlığa son vermek, evsizlere yemek ve barınak sağlamak, kadınlara eşit haklar tanımak, geleneksel ahlak değerlerine dönüşü teşvik etmek ve sosyal konulara eğilip maddiyatçılığı bırakmak gerektiğini söyler. Çevresindeki hiç kimse tarafından ciddiye alınmayan Patrick'in sözlerinde samimi olmadığı ise birkaç sahne sonra anlaşılacaktır. Ara sokaklardan birinde yerde oturan siyahi bir evsizede yavaşan Patrick önce adamla kısa ve dostça görünen bir sohbet ettikten sonra aniden "Ne kadar ezik bir insan olduğunun farkında mısınız?" diyerek evsiz adamı bıçaklar. Patrick'in daha alt sınıfta yer alanlara ya da etnik azınlık üyelerine takındığı olumsuz tutum film boyunca devam eder. Gittiğı kulüpteki kadın barmeni aşağılayıcı tavrı, kuru temizlemecideki Çinlilere yönelik abartılı öfkesi, evsiz siyahi bir adamı ve iki fahişeyi öldürmesi Patrick'in ırkçı ve sınıfsal nefretini yansıtmaktadır. Murphet'e göre, Bateman'ın bu saldırılarını birbirine bağlayan "yuppie olarak Patrick'in sınıf bilincini belirleyen haset ve nefretin kesin birleşimi"dir (2002: 42). Filmin son sahnesinde televizyonda dönemin ABD başkanı Ronald Reagan'ın konuşmasını dinleyen arkadaşları, Reagan'ın soğukkanlılıkla yalan söylediğini ima eder ve ekler: "Şuna bakın. Kendisini zararsız, ihtiyar bir moruk olarak gösteriyor ama özünde...". Bundan sonrası Patrick'in iç sesiyle devam eder: "Özün hiçbir önemi yok". Patrick'in sözleri iki açıdan önemlidir; ilk olarak nasıl ki Patrick'in herkesin gözündeki beceriksiz ve ezik imajının altında bir psikopat yatmaktaysa, benzer şekilde Ronald Reagan'ın da tehlikeli ve kötü bir yönetici olduğu ima edilmektedir. İkinci olarak ise öz/görüntü karşıtlığı çerçevesinde, filmde sürekli tekrarlanan temalar arasında yer alan 'görüntünün yanıltıcılığı' vurgulanmaktadır.

İmajların ve markaların egemen olduğu mevcut sistemde, görünümün altında yatan öze kimsenin dikkat etmemesi ve görünümün güvenilmez niteliğı, film boyunca bütün karakterlerin sürekli olarak, karşısındakini bir başkasıyla karıştırmasıyla desteklenmektedir. Söz gelimi Paul Allen, Patrick'i Marcus Halberstram adında başka birisi zanneder, avukatı ise Davis isimli biriyle karıştırmaktadır. Pek çok kez tekrarlanan bu durum, birisinin üstündeki her şeyin markasını bilme ama kişinin kendisi hakkında – ismi dâhil- hiçbir fikir sahibi olmama ile sonuçlanan bir kayıtsızlaşma halini örneklemektedir. Takım elbiseleri, kemik çerçeveli gözlükleri ve saç tıraşları ile birbirlerine benzer görünen Patrick ve arkadaşları arasındaki ayrım sadece kullandıkları ürünlerin markalarına göre belirlenmektedir.

Filmde görünümün yanıltıcılığı bağlamında sadece kişilerin değil, mekânların da birbiriyle karıştırıldığı görülmektedir. Filmin sonlarına doğru polisten kaçan Patrick, ofisine geldiğini düşünerek girdiğı binanın yanlış olduğunu fark eder. Sokaklarında koştuğı ya da ofisinin penceresinden gördüğü gökdelenlerin biçimlendirdiğı New York manzarasında bütün binalar birbirinin aynı görünmektedir. Öldürdüğü kadınların cesetlerini sakladığı Paul Allen'ın evine gittiğinde ise, karşısında temizlenmiş boş bir daire bulur. Dairenin Patrick'in görmeyi beklediğı gibi kanlar ve ceset parçaları ile dolu olmaması, söz konusu cinayetlerin gerçekte işlenmemiş olması ihtimaline işaret ettiği

gibi, aynı zamanda Patrick'in binaları karıştırarak başka bir daireye gelmiş olabileceğini de düşündürmektedir.

Kişiler kadar mekânların da tek tiplendiği, ancak nerede yemek yenildiğinin statü göstergesine dönüşmesine bağlı olarak totemik nitelik kazandığı film evreninde hakkında sıklıkla bahsedilen, ancak film boyunca hiç gösterilmeyen bir restoran vardır. *Dorsia* isimli bu restoran, rezervasyon yaptırmanın neredeyse imkânsız olduğu adeta ütöpik bir mekandır. Bu nedenle *Dorsia*'da yer ayırttığını söyleyen kişi kıskançlıkla karşılanmaktadır. Patrick de film boyunca bunu başaramaz ancak birlikte olduğu kadınlardan birini *Dorsia* olduğunu söyleyerek başka bir mekâna götürür. Kadın anti-depresan ilaçların etkisiyle uyuşmuş vaziyette olduğu için, bulduklarını restoranın *Dorsia* olmadığını ayırdına varamaz. Burada önemli olan kadının kendisinde olup olmaması değildir. Gidilen restoran ya da kulüplerin ve orada sunulanların neredeyse benzer olduğu şehirde *Dorsia*'nın ayrıcalıklı konumu sadece temsil ettiği itibarla ilgilidir. Öte yandan filmdeki diğer mekânların aynılığı, *Dorsia*'nın şehirdeki bir başka restorandan aslında çok farklı olmayabileceği düşüncesini desteklemektedir. Görüntünün yanıltıcılığı hem mekânları hem de kişileri birbirinin yerine geçebilir hale getirmiştir.

Patrick'in kurbanları arasında en önemlisi, kıskançlıkla karışık bir özenme duyduğu iş arkadaşı Paul Allen'dır. Paul'ün önemli bir müşteri olduğu ima edilen *The Fisher*'la çalışması, *Dorsia*'da rezervasyon yaptırabilmesi ve herkesinkinden daha şık bir kartvizite sahip olması Patrick'in kendini küçük görmesine yol açmaktadır. Bu nedenle birlikte yedikleri yemekten sonra evine davet ettiği Paul'ü baltayla öldürür. Bu sırada marka kıyafetlerine ya da mobilyalarına kan bulaşmaması için oldukça özenli davranmaktadır; eşyaların üzerini örtmüş, yere gazete sermiş, üzerine ise yağmurluk giymiştir. Cesedi bir uyku tulumuna sararak apartmandan dışarı çıkartır ve bir taksinin bagajına koyar. Bu esnada ne yaşadığı binadaki görevli, ne de sokakta karşılaştığı arkadaşı Patrick'in taşıdığı yüke dikkat etmez. Arkadaşının, Patrick'in bagaja yüklemeye çalıştığı şeye karşı duyduğu tek merak ve ilgi, uyku tulumunun markası hakkında olur. Söz konusu sahneyi, sadece kendisine odaklanmış ve çevresindeki diğer insanlara karşı kayıtsızlaşmış bireye dair bir alegori olarak okumak mümkündür.

Filmin sonlarına doğru kontrolünü kaybeden Patrick panik halde avukatını arar ve karşısına çıkan tele-sekretere işlediği tüm cinayetleri, kimleri nasıl öldürdüğünü, hatta kimisinin beynini yediğini itiraf eder. Telefonu kapattığında rahatlamış gibidir. Ertesi gün, arkadaş grubuyla bulunduğu mekânda avukatının da olduğunu görür ve yanına giderek dünkü mesajını hatırlatır. Avukat, Patrick'e şakasını çok beğendiğini söyler, mesajı ciddiye almamıştır. Zaten mesajdaki sözler Patrick'e ait olsa da avukat karşısındakinin Davis isimli bir başkası olduğunu zannetmektedir. Patrick ısrar etmesine rağmen karşısındakini ikna edemez, avukat sonunda Paul Allen'ı öldürmüş olamayacağını çünkü iki hafta önce onunla Londra'da yemek yediğini söyler. Ancak film boyunca herkesin sürekli olarak birbirini başkasıyla karıştırdığı düşünülürse avukatın bulunduğu kişinin gerçekten Paul Allen olup olmadığı net değildir.

Avuktan beklediği tepkiyi alamayan Patrick masadaki arkadaşlarının yanına döner ve iç sesinden dinlediğimiz sözleriyle film sona erer:

Aşılacak başka bir engel kalmadı. Kontrol edilemez ve delirmiş olanla, vahşi ve kötü olanla, sebep olduğum tüm kargaşayla ve buna karşı olan belirgin kifayetsizliğimle olan tüm ortak noktalarımı artık geride bıraktım. İstirabım daimi ve keskin ve hiç kimse için daha iyi bir dünya ümit etmiyorum. Hatta ıstirabımın başkalarına da bulaşmasını istiyorum. Kimsenin kurtulmamasını istiyorum. Bunları itiraf ettiğim halde arınmış değilim. Cezam benden

kaçmaya devam ediyor ve ben kendime dair daha derin bir bilgi kazanmıyorum. Anlatıklarından hiç bir yeni bilgi çıkartılamaz. Bu itirafın bir manası yok.

Bu sahnede Patrick'in arkasındaki kapının üzerinde görülen ve aynı zamanda romanın kapanış cümlesi olan "Çıkış Değildir" (*This is not an exit*) yazısı, Bateman'ın varoluşsal çıkışsızlığını görsel açıdan da desteklemektedir.

Belirtildiği üzere film, Patrick'in film boyunca gösterilen (pek çoğu da gösterilmeyen) cinayetleri gerçekten işleyip işlemediği konusunda muğlak bir sona sahiptir. Gördüklerimizin onun hastalıklı zihninin bir ürünü mü, yoksa kendisini doğrudan ilgilendirmiyorsa çevresinde olan bitene ilgi göstermeyen bireylerin ciddiye almadığı bir şiddet mi olduğunun kararı izleyiciye bırakılmıştır. Paul Allen hariç, diğer kurbanların Patrick'in sosyal çevresinde yer almayan karakterler olması, cinayetlerin gerçekliğini belirsizleştirmektedir. Çünkü söz konusu suçu Patrick'e bağlayacak ilişki olmadığı için kurbanlarla ilgili soruşturulma yapıldığı görülmez. Tek bilinen Paul Allen'in kayıp olduğudur. Romanın ve filmin temel temalarından biri olan 'görünümün yanıltıcılığı' bağlamında bakıldığında, film boyunca 'görülen' cinayetlerin aslında Patrick'in fantezilerinden ibaret olduğu ve seri katil imgesinin gerçek olmayabileceği akla yakın gelmektedir. Bununla birlikte, sadece görünüme önem verilen, karşısındakinin gerçek kimliği konusunda kimsenin fikrinin olmadığı Patrick'in dünyasında, herhangi bir kişinin vahşi cinayetler işleyen bir seri katil olduğu konusunda şüphe ve dikkat çekmemesi de aynı oranda mümkün görünmektedir.

## Sonuç

Kapitalizmin günümüzde edindiği 'yeni' ya da 'esnek' sıfatı, sistemin yeniden yapılanma süreci sonunda katı taraflarının törpülediği, şekil değiştirdiği ve tekrar organize edildiği ancak özünde hiçbir zaman ortadan kalkmadığı bir başka evreyi tanımlamaktadır. Katı bürokrasi katmanlarının esnek networklere, rutin çalışma düzeninin serbest zamanlı işlere, üretime katılmaya dayalı sınıf farklılıklarının tüketim mallarına sahip olmayla ilgili sınıf farklarına evrildiği yeni kapitalizmde iktidar ve güç ilişkilerinin eşitsiz ve keyfi doğası varlığını sürdürmektedir. Bir başka deyişle iktidar oyunlarının kuralları değişse de aktörleri aynı kalmaktadır.

Richard Sennett'in tarif ettiği üzere, yeni kapitalizmin 'özgürlük ve bağımsızlık' sloganlarının cazibesi ve otoritesiz, dolaylı, daha az baskıcı, esnek, uzamdan bağımsız politikaları günümüz bireylerinin yaşadığı karakter aşınmasının gözden kaçmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, yeni ya da eski, şimdiye kadar aldığı ve bundan sonra alacağı sıfat ne olursa olsun kapitalizmin bireylere kayıtsızlık, kaygı, güvensizlik, tepkisizlik, şüphe, tatminsizlik, yön kaybı ve umutsuzluk aşılama özelliği değişmemektedir. Yeniden örgütlenen kapitalizmde kurumlara ve değerlere karşı zayıf bir sadakat besleyen, işe yaramazlık hissi taşıyan insanların kurduğu yüzeysel ilişkilerin egemenliği hâkimdir.

Bu kapsamda esnek kapitalizmin yol açtığı karakter aşınmasını incelemek için *Amerikan Sapığı* filmi seçilmiştir. Bret Easton Ellis'in 1991 yılında yazdığı aynı isimli roman içeriğindeki grafik şiddet betimlemeleri ve hikâyede geçen ürünlerin marka ve tasarımcılarının uzun uzun anlatıldığı bölümleri nedeniyle ABD'de fazlasıyla eleştiri almış, yazar Ellis ise çoğu eleştirmen tarafından kadın düşmanı olarak nitelendirilmiştir. (Simpson, 2000: 148). Bununla birlikte yönetmen Mary Harron, romanda okuyucuyu zorlayacak derecede detaylı anlatılan Patrick'in eziyetlerini ve şiddet eylemlerini filmde göstermemeyi tercih etmiştir. Yönetmenin, romanın alt metninde yer alan seksenli



yılların kapitalizminin aşırılıklarını yansıtmada konusunda ise romana sadık kaldığı görülmektedir. Film, sadece tüketmeye odaklanmış, yüzeydeki görünüm dışında hiçbir şeye önem vermeyen, yozlaşmış ve karakter olarak aşınmış bir toplumun eleştirisini şiddet ve cinayet aracılığıyla yapmaktadır. Bu çerçevede Patrick Bateman, kapitalizmin çarklarının en somut işlediği, paranın merkezi Wall Street’de çalışan bir karakter olarak, meta fetişizminin, beden politikalarının ve rekabetin yörüngesindeki tüketim toplumunun ideal örneği şeklinde betimlenmektedir. Herkesin birbirinin yerine geçebilir olduğu ve metalaştığı dünyasında Patrick’in öldürdüğü, parçaladığı ve yediği insanlar da onun için tüketebileceği birer metadan farksız hale gelmiştir. Kapitalizmin sürekli olarak körüklediği açgözlülük, Patrick’in öldürmeye karşı duyduğu bastırılmaz arzuya karşılık gelmektedir.

İnsanlar arasındaki ilişkilerin şeyler arasındaki ilişkilerle yer değiştirdiği yeni kapitalizmde ‘şeyler’, kişinin yabancılaşmasına ve karakterinin aşınmasına yol açan temel unsurlar arasında yer almaktadır. Ancak öte yandan aynı ‘şeyler’ kişinin kendini daha iyi, güzel veya başarılı hissetmek için kullandığı birer araç haline gelmiştir. Varoluşuna sahip olduğu şeyler aracılığıyla anlam kazandırmak isteyen Patrick, içindeki varoluşsal boşluğu, öldürdüğü, parçaladığı ve parçalarını sakladığı, başka bir deyişle şeyleştirdiği insanlar aracılığıyla doldurmaya çalışmaktadır.

Film boyunca gösterilen ve ima edilen cinayetler hayal ürünü olsun ya da olmasın, her iki durumda da değişmeyen tek şey Patrick’in yaşadığı kişilik bozukluğunun gerçek olmasıdır. Filmde şahit olunanlar kişilik bozukluğunun çok uç bir noktası olmakla birlikte, Patrick’in hayatındaki yalnızlık, kayıtsızlık, sahtelik, geçicilik, rekabet ve meta fetişizmi günümüzde pek çok bireyin mustarip olduğu karakter aşınmasının sebepleri arasında yer almaktadır. Başka bir ifadeyle kapitalizmin bireyin karakterini aşındıran karakteristiklerinin, fantezi boyutunda ya da gerçekte, Patrick’i cinayete ve şiddete yönlendiren psikolojik rahatsızlığı güçlendirdiğini söylemek mümkündür. Sonuç olarak, erken ya da geç, nasıl nitelendirilirse nitelendirilsin kapitalist sistemin işleyiş sürecinde değişmeyen tek şey, bireyin karakterinde meydana gelen aşındırıcı ve yıpratıcı etkisidir.

## Kaynakça

- Baudrillard, Jean (1997) *Tüketim Toplumu*, Çev. Nilgün Tural - Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Zygmunt (2005) *Bireyselleşmiş Toplum*, Çev. Yavuz Alogan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bocock, Robert (1992) *The Cultural Formations of Modern Society. Formations of Modernity*, Ed. Stuart Hall – Bram Gieben, ss. 229-274. Cambridge: Polity Press.
- Erdoğan, İrfan (1997) *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş*, İstanbul: İmge Kitabevi.
- Featherstone, Mike (1996) *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev. Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Grossberg, Lawrence, Wartella, Ellen & Whitney, D. Charles (1998) *Media Making Mass Media in a Popular Culture*, London: Sage.
- İlhan, Süleyman (2007) Yeni Kapitalizmin Karanlık Yüzü: İnsanlık ve Ahlakilik Söylemlerinin Sahiciliği Üzerine, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2): 283-306.
- Jameson, Fredric (1994) *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Mantiği*, Çev. Nuri Plümer. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Hall, Stuart (1994) Kültür, Medya ve İdeolojik Etki, Çev. Mehmet Küçük. *Medya, İktidar, İdeoloji*, Der. Mehmet Küçük, ss.169-209. Ankara: Ark Yayınevi.
- Marx, Karl (2003) *Kapital I*, Çev. Alaattin Bilgi. Eriş Yayınları. III. Basım, Yer Belirtilmemiş.
- Messner, Steven F. & Rosenfeld, Richard (2013) *Crime and the American Dream*, Belmont: Wadsworth.
- Murphet, Julian (2002) *Bret Easton Ellis's American Psycho: a reader's guide*. New York: Continuum.
- Pressman, Edward R. & Hanley, Christian (Yapımcı) ve Harron, Mary (Yönetmen). (2000). *Amerikan Sapığı* [Film]. ABD: Lion's Gate Films.
- Sennett, Richard (2010a) *Kamusal İnsanın Çöküşü*, Çev. Serpil Durak – Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, Richard (2010b) *Karakter Aşınması, Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri*, Çev. Barış Yıldırım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, Richard (2006) *Yeni Kapitalizmin Kültürü*, Çev. Aylin Onacak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Simpson, Philip L. (2000) *Psycho Paths: Tracking the Serial Killer Through Contemporary American Film and Fiction*. Southern Illinois University Press.
- Williamson, Judith (2001) *Reklamın Dili, Reklamda Anlam ve İdeoloji*, Çev. Ahmet Fethi. Ankara: Ütopya Yayınevi.