

TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE İZLEYİCİ EMTİASI PERSPEKTİFİNDEN “THEY LIVE” FİLMİ ÇÖZÜMLEMESİ

Burak TÜRTEN¹

Semih KOPUZ²

Ebru YILMAZ³

ÖZ

Kitle iletişim araçları ile bireyler tüketime özendirilerek tüketim kültürünün yaygınlaştığı tüketim toplumları oluşturulmuştur. Tüketim toplumları süregelen üretim sisteminin devamı için oldukça önemlidir. Dallas Smythe tarafından ortaya konan izleyici emtiası kavramının vurguladığı, reklam veren kuruluşların kitle iletişim araçlarında zaman geçiren kitleleri satın alması durumu da mevcut kapitalist sistemin devamına hizmet etmektedir. Bu çalışmada tüketim kültürü ve izleyici emtiası kavramları “They Live” filmi örneği ile irdelenmektedir. Film ilgili ekonomik düzene ve düzenin devamını sağlayan toplumsal gruplara eleştirel perspektifle bakmaktadır. Bu yönleri ile incelenen filmin çözümlenmesinde ideolojik ve yapısal film eleştirisi yöntemleri kullanılmıştır. Sonuç olarak filmin tüketim toplumu eleştirisi getirdiği ve kapitalist düzenin egemen ideolojisine karşı tutum sergilediği belirlenmiştir. Film yalnızca egemen güçlere eleştiri getirmekle kalmayıp aynı zamanda toplumsal düzen içerisindeki değişim direncine de vurgu yaparak değişime direnen bireyleri de eleştirmektedir. Merkezine egemen ideoloji eleştirisini alan filmin kendi ideolojisini ürettiği de söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim Kültürü, Tüketim Toplumu, İzleyici Emtiası, They Live, Film Çözümlemesi

ANALYSIS OF THE MOVIE “THEY LIVE” FROM THE PERSPECTIVE OF CONSUMER CULTURE AND AUDIENCE COMMODITY

ABSTRACT

Through mass communication channels, individuals have been encouraged towards consumption, thus cultivating the proliferation of a culture centered around consumption and resulting in the formation of consumer societies. These societies of consumption hold paramount importance in the continuity of the persisting production systems. The concept of the audience commodity, as proposed by Dallas Smythe, accentuates how advertisers purchase the attention of the audience spending time on mass communication platforms, serving the perpetuation of the capitalist system. In this study, the concepts of consumption culture and the audience commodity are scrutinized through the lens of the film "They Live". The film critically examines the relevant economic order and societal groups upholding its continuity. In this regard, both ideological and structural film criticism methods are employed for the analysis of the film. Consequently, the film is found to offer a critique of the consumer society and exhibit a stance against the dominant ideology of capitalism. The film not only scrutinizes prevailing powers but also addresses individuals resistant to societal change, thereby highlighting its criticism towards those opposing change within the societal framework. Furthermore, it can be argued that while centering its focus on critiquing the dominant ideology, the film itself constructs its own ideology.

Keywords: Consumer Culture, Consumer Society, Audience Commodity, and They Live, Film Analysis

Araştırma Makalesi

Research Article

¹Dr. Öğr. Üyesi
Karabük Üniversitesi
İletişim Fakültesi

E-Posta
burakturten@gmail.com

ORCID
0000-0002-1962-7781

²Lisansüstü Öğrencisi
Kocaeli Üniversitesi
İletişim Fakültesi

E-Posta
smhkpz@gmail.com

ORCID
0000-0002-4655-8566

³Öğr. Gör.
Bilecik Şeyh Edebali
Üniversitesi
Gölpazarı MYO

E-Posta
Ebru.yilmaz@bilecik.edu.tr

ORCID
0000-0002-7243-7928

Başvuru Tarihi / Received
30.08.2023

Kabul Tarihi / Accepted

27.09.2023

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

GİRİŞ

Tüketim, genel anlamıyla bireylerin temel fiziksel ihtiyaçlarının yanı sıra, sosyal ve kültürel bağlamda ortaya çıkan gereksinimlerini karşılama eylemi olarak kabul edilir. Bu kapsamda tüketim yalnızca temel ve somut ihtiyaçları giderme amacı taşımakla kalmaz, aynı zamanda sosyal ilişkilerin ve kültürel kimliğin inşasına yönelik taleplere de cevap verir (Odabaşı, 2013: 16).

Günümüzde tüketiciler artık temel ihtiyaçlarını karşılama noktasında doyuma ulaşmış durumda olup satın aldıkları ürünlerden bekledikleri faydalar yalnızca rasyonel boyutlarda değil, aynı zamanda soyut boyutlara da kaymıştır. Bu soyut faydalar, ürünlerin sağladığı somut özelliklerden ziyade bireyin kimlik, kişilik ve statü inşasıyla ilgilidir. Bu durumun oluşmasını sağlayan temel etken ise tüketim kültürüdür (Berger, 2012, s. 64). Tüketim kültürü, tüketici davranışlarını ve değerleri etkileyen bir anlayış olarak öne çıkmaktadır. Günümüz toplumlarının özgün bir özelliği olarak kabul edilen tüketim kültürü, bireylerin düşünce biçimlerinden davranışlarına kadar pek çok alanı etkilemiş ve şekillendirmiştir (Ersöz, 2010: 39). Bu kültür, reklamcılığın ve kitle iletişim araçlarının evrensel bir şekilde etkili olduğu bir ortamda gelişmiş ve tüketim alışkanlıkları üzerinde derin bir etki bırakmıştır. Aynı zamanda tüketim kültürünün bu etkisi, popüler kültür ürünlerinin, medyanın ve reklamların şekillendirdiği bir tüketim anlayışı ile daha da güçlenmektedir (Baudrillard, 1997). Bu noktada, John Carpenter tarafından yönetilen "They Live" filmi tüketim kültürünün yansımalarını sorgulayan ve bu yansımaların insanların düşünsel ve duygusal dünyalarına nasıl etki ettiğini irdeleyen bir zemin sunmaktadır.

İzleyici emtiası kavramı ise, medya ve reklam endüstrilerinin bireyleri izleyici olarak değil, potansiyel tüketiciler olarak değerlendirmesi anlayışını ifade eder (Smythe, 1990). Bu yaklaşım, bireylerin izleme deneyimlerinin ötesinde, reklamların ve medyanın bireyler üzerindeki etkisinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Smythe'in (1990) bu kavramı tanımlamasıyla, medya içeriklerinin ve reklamların aslında izleyicilerin dikkatini çekmek ve tüketim taleplerini artırmak amacıyla birer

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden "They Live" Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

meta olarak değerlendirildiği vurgulanmıştır. "They Live" filminde, ana karakterin gözlükle gördüğü gerçek dünya, tüketim kültürünün ve izleyici emtiasının görselleştirilmiş bir temsili olarak ele alınmaktadır.

John Carpenter'in yönettiği "They Live" filmi bu bağlamda tüketim kültürü ve izleyici emtiası kavramlarını eleştirel bir perspektiften ele alan bir film olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma ise "They Live" filmi tüketim kültürü ve izleyici emtiası kavramları bağlamında inceleyerek, filmdeki eleştirel yaklaşımların günümüz toplumsal ve kültürel dinamikleriyle nasıl ilişkilendirilebileceğini tartışmayı amaçlamaktadır. Filmdeki semboller, görsel anlatım ve karakterler ile ilişkili olarak tüketim kültürünün ve izleyici emtiasının eleştirisi yapılarak, ideolojik yapı çözümlenecektir.

1. TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE İZLEYİCİ EMTİASI KAVRAMI

1.1. Tüketim Kültürü

Kültür, bir toplum içerisindeki inançları, dilleri, törenleri, sanatı, dini ve giyim biçimlerini kapsamaktadır (Yanıklar, 2006: 14). Kültür, bir topluluğun tarihi gelişimi, birikimi hususunda sahip olduğu bilinçtir (Saydam, 2021:315). Bir toplumun özünü oluşturan şey kültürdür. Kültür toplumu diğer toplumlardan ayıran özgün yandır. Dolayısıyla toplumdaki sembol haline gelmiş modeller ve bu modellere set çeken maddi imkânlar kültürü içerisine almaktadır. (Mardin, 2007: 6) Günümüzde baskın özellik gösteren kapitalist sistem ile tüketim faaliyetlerinin devamı için oluşturulan ve topluma benimsetilen bir kültür de mevcuttur. Bu kültür ise tüketim kültürüdür.

Tüketim kültürü, pazar unsurlarının egemen olduğu, pazar ekonomisinin içerisinde olan toplumların kültürüdür (Belk, 1988:145). Bu kültür ancak bu özelliklere sahip bir toplumda kendine yer bulabilir. Tüketim kültürü içerisinde birey yaşamını sürdürebilmek için tüketmekten ziyade, tüketmek için yaşar hale gelir (Odabaşı, 2013: 47). Tüketim kültürü, tüketicilerin yararçı olmayan statü arama, ilgi çekme, yenilik arama gibi niteliklerle ön plana çıkan ürün ve hizmetleri arzuladıkları hatta peşine düşüp, satın alıp, sergiledikleri bir kültürdür (Belk, 1988:145). Tüketim kültürünün oluşturulması ve bu kültürün topluma benimsetilmesi tüketim toplumu

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

içerisinde meydana gelmektedir. Tüketimin yaygınlaşmasıyla beraber ise tüketicilerin satın aldıkları ve tükettikleri şeyler aynılaştırmıştır. Bunun sonucunda ise kitle kültürü oluşmuştur (Odabaşı, 2013: 47). Kitlesel üretim beraberinde kitlesel bir tüketimi getirmiş ve bu durum da aynı tip ürünler ve aynı tip tüketim kalıpları meydana gelmiştir. Tüketimde, bir tek boyutluluk oluşmuş ve nihayetinde tek boyutlu bir insan modeli gelişmiştir. Bu tek tip insan modelinin oluşmasını sağlayan en önemli yapılar ise sinema filmleri, televizyon dizileri ve reklamlar aracılığı ile verilen mesajlar ve bu mesajların bireylerde benimsenerek davranışlara dönüşmesidir. Bu davranışlar yeni tüketim alışkanlıkları olarak adlandırılabilir.

İstenilen doğrultuda eşik bekçilerinin oluşturduğu kültür üretimi ile insanlar tek tipleşmiştir ve aynı olmaya başlamıştır. Aynı markaya sahip çantalar, aynı marka ayakkabılar, kişileri tek tip birey olma noktasına itmiştir (Baudrillard, 2014: 21-23). Bu tek tip insan modelini oluşturma noktasında medya araçlarının eşik bekçilerinin vasıtası ile verdikleri mesajlar aktif rol oynamaktadır. Marcuse (2015: 22-25) reklamlar ile verilen mesajlar sonucu bu mesajlara uyumlu olarak bireylerin dinlenme, eğlenme, davranma ve tüketme, başkalarının beğendiklerini beğenme ve hoşlanmadıklarından hoşlanmama gibi düşüncelerle insanların tek boyutluluğa itildiğini savunmuştur. İnsanların kendilerini malları aracılığı ile tanıdığını ruhlarını otomobillerinde, müzik setlerinde, dubleks evlerinde, mutfak donatımında bulduklarını ifade etmiştir. Yani kişiler tükettikleri ürünlerle kendilerine kişilik katarak, kendilerini bu ürünlerle özdeşleştirmiştir. Tüketim odaklı toplum yapısında birey, tüketim eylemlerine bağımlı hale gelerek özgürlüğünü yitirmiş bir konumda bulunmaktadır. Bu durum, modern endüstriyel toplumun mekanizmalarıyla etkileşime giren bireyleri, sürekli tüketmeye yönlendirerek, esasen bir tür köleliğe sürüklemektedir. Herbert Marcuse'un "Tek Boyutlu İnsan" adlı eserinde öne sürdüğü gibi, gelişmiş endüstriyel düzenin yücelttiği bireyler, aslında tek bir boyutta sıkışık kalmış, sınırlı düşünce ve davranış kalıplarına mahkûm edilmiş köleler olarak nitelendirilebilir (Marcuse, 2015: 22-25). Herbert Marcuse'un tüketim kültürüne getirdiği eleştiri ile bu kültürün insanları birer köle haline getirdiğini fakat bunu yaparken aslında bireylerin kendisini özel ve farklı hissetmelerini sağladığını

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

savunmuş ve tüketim kültürüne bu noktada bir eleştiri getirmiştir. Tüketim kültürünün içerisinde, bireylerin satın aldıkları ürünler aracılığıyla farklı ve özel hissetmeleri teşvik edilmekte, ancak paradoksal bir biçimde, bu tüketim biçimleri bireyleri tekdüzeleştirmekte ve nihayetinde tüketim kültürünün tahakkümü altında birer marionet haline getirmektedir. Sürekli harcamaların ve kredi kartlarının hâkim olduğu ekonomik bir sistemde, bireyler sürekli devam eden tüketim döngüsünün içinde yaşama durumuna gelmiştir.

1.2. İzleyici Emtiası Kavramı ve Dallas Smythe

1970'li yıllarda, medya eleştirisinin arttığı bir dönemde, medyanın kitleleri etkileyebilecek ve yönlendirebilecek bir güce sahip olduğu üzerindeki vurgu daha fazla önem kazanmıştır. Bu bağlamda manipülasyonu olanaklı kılan uygulamalardan biri de reklamcılık olarak görülmüştür (Smythe, 1977: 7). Reklamcılık ürün ya da hizmetlerin tanıtım ve satış faaliyetlerine katkı sağlayan bir araç gibi görülse de toplumsal ve siyasal söylemlerin dolaylı aktarımını da katkı sağlayan önemli bir araçtır (Elden, 2015). Kapitalizm açısından bakıldığında reklamcılığın sadece ticari amaçlar taşıyan bir unsur olmaktan ziyade kültürel bir anlam taşıdığı da aşıkardır. Nitekim reklamın kültüre olan etkileri neticesinde küresel markalar kitleleri etkileyebilmekte, taraflar oluşturabilmekte, yeni nesillerin geleneksellikten uzaklaşmasını sağlayabilmekte ve yapay gündemlerle yönlendirmede bulunabilmektedir (Yaylagül, 2021: 164). Bu bağlamda, günümüzde yeni medya platformlarının hayatımızdaki artan etkisi ve önemi ile birlikte, bu konuların tümü daha sıkı bir şekilde değerlendirilmeye başlamıştır. Ancak sosyal medya ve internet, henüz hayatımızın belirgin bir parçası olmadığı dönemde, Dallas Smythe gibi çalışmalarıyla eleştirel bir bakış açısı sunan akademisyenler tarafından bu durum ele alınmıştır (Smythe, 1960). Dallas Smythe, yaptığı çalışmalarda reklamlar ve izleyici emtiası kavramı üzerine araştırmalar yapmıştır. Bu bağlamda reklam harcamalarının aslında izleyicilerin dikkatlerini satın aldığı öne sürmektedir (Yaylagül, 2021: 164). İzleyici dikkatinin satın alınması, kapitalist toplumlarda kitlelere tüketim kavramının benimsetilmesi, kamuoyu oluşturulması ve karlılık elde edilmesi amacıyla yönelik bir strateji olarak kullanılmaktadır. Smythe'e göre, kapitalist toplum yapılarında, bireylerin uyku

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

dışındaki zaman dilimleri iş hayatına ayrılmakta ve bu durum bireylerin özgür iradeleriyle karar verme yetilerine sınırlama getirmektedir (Smythe, 1977: 7). Smythe’in bu görüşleri “They Live” filminde kitle iletişim araçlarına bağımlı toplum, uyuşan, uyuyan, kendi zevklerinden bihaber ona aktarılan iletilerle yaşayan şekilde gösterilmektedir. Smythe izleyici emtiası kavramının sağlamasını yaparken, televizyon ve radyo programlarının ücretsiz olmasının nedeninin reklam veren kuruluşların orada zaman geçiren kitleleri satın alması olduğunu belirtmiştir (Smythe, 1977: 6). Televizyon ya da radyo programları bizlere esas ürün olarak sunulsa da esas ürün konumunda olan kitle iletişim araçları karşısındaki izleyicilerdir. Günümüzde bu durumun sürdüğü hatta daha da ilerlediği sosyal medya platformlarıyla kanıtlanmıştır. Nitekim 2020 yılında Netflix platformunda yer alan Sosyal İkilem (Social Dilemma) belgeselinde YouTube, Instagram başta olmak üzere birçok kuruluş ücretsiz sunduğu uygulamalarına karşılık topladıkları verilerle milyarlarca kişiden oluşan izleyici emtialarını kurum ve kuruluşlarla satmaktadır (<https://www.thesocialdilemma.com/> E.T. 21.08.2023). Belgesel içerisinde konuşan onlarca eski çalışan bu durumu detaylarıyla itiraf etmişler ve kullanıcıları uyarılmışlardır. Dallas Smythe izleyici emtiası kavramını, kapitalizm yararına sunulan ürün ve hizmetlerin, reklamlar vasıtasıyla izleyicileri tüketime yönlendirmesi ve kitleleri manipüle etmesi şeklinde özetlemektedir (Stevenson, 2008: 27). Bu bağlamda, tüketici dikkatinin satın alınması sonucunda, ücretsiz kitle iletişim araçları tarafından sunulan içerikler aracılığıyla, tüketime yönlendirme hedefiyle bedeli ödenerek edinilen bir emtiaya dönüşmektedir.

2. YÖNTEM

Corrigan (2007), filmlerin kültürel yaşamdaki önemine dikkat çekerek film incelemelerinin yüzeysel tepkilerden öte daha derinlemesine ve düşünceli bir yaklaşımla yapılmasının önem arz ettiğini belirtmektedir. Bir filmin incelenirken yalnızca görünenleri betimlemek yerine daha analitik bir çözümlmeye ihtiyaç olduğunu ifade etmekte ve bu anlamda akademik film eleştirisini diğer eleştiri biçimlerinden daha önde tutulması gerekliliğini vurgulamaktadır. Akademik film eleştirisinin temel özelliği, bu eleştiri biçiminin belirli bir kuram ve yaklaşıma dayanması, öznel bir tarafı olmakla birlikte filmi bir sanat formu ve kitle iletişim aracı

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

olarak derinlemesine incelemeyi amaç edinmiş olması gerekliliği vurgulanmaktadır (Özden ,2004). Corrigan (2007), film eleştirisini altı temel yaklaşıma ayırarak sinema tarihi, ulusal sinemalar, türler, yaratıcı yönetmenler, biçimci yaklaşımlar ve ideoloji şeklinde sınıflandırmaktadır. Özden (2004) ise gazete eleştirisi dahil olmak üzere, tarihsel eleştiri, auteur eleştirisi, göstergebilimsel eleştiri, sosyolojik eleştiri, ideolojik eleştiri, psikanalitik eleştiri, feminist eleştiri ve tür filmi eleştirisi olmak üzere dokuz ana temaya ayırmıştır. Bu yaklaşımların bazıları sanatçıyı merkeze alan bir yaklaşımı temsil ederken (auteur eleştirisi veya yaratıcı yönetmenler eleştirisi ile psikanalitik eleştiri), bazıları toplum odaklı bir perspektifi yansıtmaktadır (tarihsel, toplumsal, ideolojik yaklaşım ve feminist eleştiri). Göstergebilimsel eleştiri ise eserin yapısına odaklanır.

Akademik film eleştirisi alanında, literatürde sıklıkla kabul görmüş sekiz temel yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar; tarihsel eleştiri, yapısalcı eleştiri, sosyolojik eleştiri, ideolojik eleştiri, psikanalitik eleştiri, toplumsal cinsiyet eleştirisi, auteur eleştirisi ve tür eleştirisi olarak katagorize edilmiştir. Bu yaklaşımlar, çeşitli akademik kaynaklar ve araştırmalar tarafından desteklenmektedir (Ryan ve Lenos, 2012; Ryan, 2012; Buckland, 2018; Butler, 2011). Bu kapsamda bu çalışmada John Carpenter tarafından yönetilen "They Live" filmi tüketim kültürü ve izleyici emtiası kavramlarını eleştirel bir perspektiften ele alan bir film olması açısından yapısalcı eleştiri kapsamında çözümlemeye tabi tutulacaktır. Yapısalcılık, bir metodolojik yaklaşım olarak incelenen nesneye yapısal kavramların uygulanması; gözlemlenen olayların ve fenomenlerin yüzeyindeki görünüşün ötesinde yatan bazı temel kuralların veya yasaların oluşturduğu sistematiği anlamaya yönelik bir çabadır (Moran, 1981:176). Bu perspektif, her türlü olgusal oluşumun ve sürecin altında yatan sistemik yapıları açıklamayı amaçlar ve olayların ardındaki temel gerçekleri anlamak genel bir hedef olarak benimser (Vardar, 2001:10). Sinema alanında, yapısalcı analiz, bir filmin anlatısını oluşturan unsurları ve bileşenleri belirleme amacını taşır; bu unsurlar arasındaki ilişkileri inceleme yolunu seçer. Sinematik öğelerin ve birimlerin, nasıl bir etkileşim içinde bir araya gelerek filmi oluşturduğunu anlamaya yönelik bir çalışma alanını oluşturur (Özön, 2020). Aynı zamanda bu yaklaşımda film anlamı oluşturan

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

yapısal öğelerin, sembollerin ve ilişkilerin analizi üzerinden eleştirilir. Görsel ve işitsel sembollerin kullanımı, hikâyenin yapısı, karakter ilişkileri gibi unsurlar incelenir. Amacı, filmdeki sembollerin ve yapıların derin anlamlarını çözümlenektir. Bu kapsamda bu çalışma ise "They Live" filmini tüketim kültürü ve izleyici emtiası kavramları bağlamında inceleyerek, filmdeki eleştirel yaklaşımların günümüz toplumsal ve kültürel dinamikleriyle nasıl ilişkilendirilebileceğini tartışmayı amaçlamaktadır. Filmdeki semboller, görsel anlatım ve karakter dinamikleri üzerinden tüketim kültürünün ve izleyici emtiasının eleştirisi yapılarak, ideolojik çözümlenme yapılacaktır. Bu nedenle daha çok edebiyat ve tiyatro metinlerinde uygulaması görülen ve sinema üzerine ait anlatılarda uygulanmış örnekleri sınırlı olan yapısal çözümlenme yöntemi (Sözen Fadıl, 2013) ile filmleri kültürel bir metin okuma aracıyla ideolojik koşullandırma ve imalar yönü ile çözümleneyen ideolojik eleştiri (Özden, 2004: 167) yönteminden faydalanılacaktır. Bu kapsamda çalışma ilgili alana katkı sağlaması nedeni ile önemli görülmektedir.

3. THEY LIVE FILMİNİN TÜKETİM KAVRAMI VE İZLEYİCİ EMTİASI PERSPEKTİFİNDEN ÇÖZÜMLEMESİ

“They Live” filminin sergileme bölümü, açılış sekansı, Tolstoy’a atfedilen, muhteşem hikayelerin iki şekilde başladığı ya bir insanın yolculuğa çıktığı ya da şehir bir yabancıya geldiği ihtimallerinden ikincisiyle başlamaktadır. ABD’ye gelen Nada ismindeki ana karakter sırtında çantasıyla yürüyerek şehir merkezine doğru ilerler. Nada, İspanyolcada hiçbir şey anlamına gelmektedir. Bu bağlamda Nada ismi, karakterin işsiz, ailesi olmayan ve cebinde bir kuruş parası olmayan kimliğiyle uyumlu bir biçimde bilinçli olarak tercih edilmiştir. Nada, şehre gelir gelmez ilk işi iş bulma kurumuna gitmek olmuştur. Bireyselliğin oldukça ön planda olduğu ABD kültürel yapısında onun hayali de para kazanarak daha iyi bir konuma gelmektir. ABD toplumuna yönelik bireysel davranma ve geleceğe dair umut besleyerek hayalperest bir düşünceye sahip olma konusu film boyunca çeşitli örneklerle izleyiciye aktarılmaktadır. Nada, iş aramak için sokaklara döndüğünde bir rahibin vaaz verdiğini görmektedir. Gözleri görmeyen rahip sürekli olarak birilerinin onları uyuttuğunu, gerçekleri görmeleri gerektiğini anlatmaktadır. Gözleri görmeyen bir rahibin gören

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

insanları görmemekle itham etmesi, yönetmenin maddiyatla ilişkisi daha az olan karakterin olaylara daha farklı bir perspektiften bakabildiğini vurgulamasıyla ilgilidir.

Nada kendine uygun bir iş olmadığı söylendiğinde pes etmeyerek gördüğü ilk inşaat alanına gidip iş istemektedir. Zorlu şartlar altında inşaatta çalışırken, mesai bitiminde kalacak bir yeri olmayan Nada, inşaatta tanıştığı siyahi arkadaşı Frank’ın isteğiyle onun kaldığı kampa gider. Nada’nın beyaz tenli olarak seçilmesi ise yönetmenin muhafazakâr ABD vatandaşı stereotipine bir göndermesi olarak dikkat çekmektedir. Gittikleri kamp alanında derme çatma kulübeler, farklı ırklardan insanlar birlikte sefalet içinde yaşamaktadır. Tüm bu sefalete rağmen kamptaki insanların televizyondan kopamadıkları ve televizyon izledikleri görülmektedir. Televizyon izledikten sonra herkes başının ağrıdığını söyler fakat bu duruma rağmen televizyondan kopamadıkları görülür. Carpenter bu göndermeyle televizyonun kitlelerin afyonu haline geldiğini betimlemektedir. Bu sahneler ekrana gelirken, Nada ve Frank bir şeyler yedikten sonra dinlenmeye çalıştıkları sırada Nada alanın biraz ilerisindeki evin penceresinde açık olan televizyonu fark eder. Televizyon ekranındaki kadın kendini büyük bir yıldız gibi hissettiğini, kendini hep zengin olarak hayal ettiğini ve lüks limuzinlerle yolculuk ettiğini belirtmektedir. Bireyciliğin vurgulandığı bu detay aynı zamanda ABD rüyasına yapılan bir göndermedir. Film boyunca televizyon ekranında güzel görünmek için bir kadının giymesi gerekenler, estetik uygulamalar, tüketime özendirilen iletiler görülür. ABD kültürünü oluşturan birçok ırktan farklı kişilerin kaldığı kamp ise bu rüyanın hayalini kuran ama acı gerçeklerle yüzleşen insanların bir sembolünü oluşturmaktadır. ABD rüyası Nada için de televizyonda gördüğü kadının umutlarının özdeşi hissiyatı olmaktadır.

Kamp üzerinde sürekli gezinen bir helikopter ise asayiş sağlanmaktadır ve Nada’nın defalarca dikkatini çeker. Helikopterin görüldüğü bu sahne gözetim toplumu vurgusunu yapmaktadır. Nada kampın yanındaki kiliseyi fark etmekte ve gündüz binaya girerek ne olduğunu anlamaya çalışmaktadır. İçeri girdiğinde bir hoparlörden kilise korosu sesleri verildiğini, kilise görünümlü bu yerde deneysel bir ortam yaratıldığını, üretilen birçok güneş gözlüğü olduğunu gözlemlemektedir. Olayların ne olduğunu çözümlenmeye çalışırken duvarda “they live, we sleep” onlar yaşar, biz

TÜRTEEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

uyuruz söylemini görür. Yanlışlıkla bir şeye basıp ses çıkardığında ise kilisenin içindekiler Nada’yı yakalamakta fakat Nada bir şekilde kaçmayı başarmaktadır. Sonrasında helikopter tekrar gökyüzünde görülmekte Nada olanları Frank’e anlatmak istemektedir. Bu sırada polis büyük bir baskın yaparak kiliseyi yakıp, talan eder. Buna ek olarak gelen kalabalık ekip kamp alanını da yok eder. Nada canını kurtarmış ve olanları algılamaya çalışır. Kaos dolu gecenin sabahında kamp alanına döndüğünde her şeyin yıkıldığını görür ve kilisenin harap olmuş binasına girerek, duvarların arasında bir karton kutu içerisinde film anlatısının dönüştürücü ögesi olan onlarca güneş gözlüğü bulur. Bu gözlüklerin ne olduğunu anlayamayan Nada bir tanesini alır, diğerlerini de saklayarak oradan ayrılır ve bu noktadan sonra karakter anlatının gelişim sürecindeki olayları yaşamaya başlar.

Nada gözlüğü taktığı anda görüntü siyah beyaza dönüşür. Gördükleri karşısında ise şoka girer. Nada ilk olarak “bilgisayar teknisyenleri arıyoruz” yazılı olan bir ilana bakar. Gözlük takılı değilken bilgisayar teknisyeni arandığını yazan ilan, gözlük takılarak bakıldığında kocaman harflerle “itaat et” yazan bir yazıyı dönüşür. “Karayiplere gelin, tatil yapın” ilanı ise gözlükle bakıldığında “evlen ve üre yazan” bir ilana dönüşür. Erkek giyim dükkânı tabelası, gözlükle bakıldığında “bağımsız karar alma şansın yok, tüket” yazan bir ilan haline gelir. Panoramik şekilde şehre gözlükle baktığında gördüğü ise, “8 saat çalış, 8 saat uyu, 8 saat yaşa, uyu, uyu, kabullen, itaat et, satın al, tüket, düşünme” şeklindeki büyük reklam iletileridir (Şekil 1).

Şekil 1. Nada Gözlüğü Taktığında Oluşan Panoramik Şehir Manzarası



TÜRTEEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

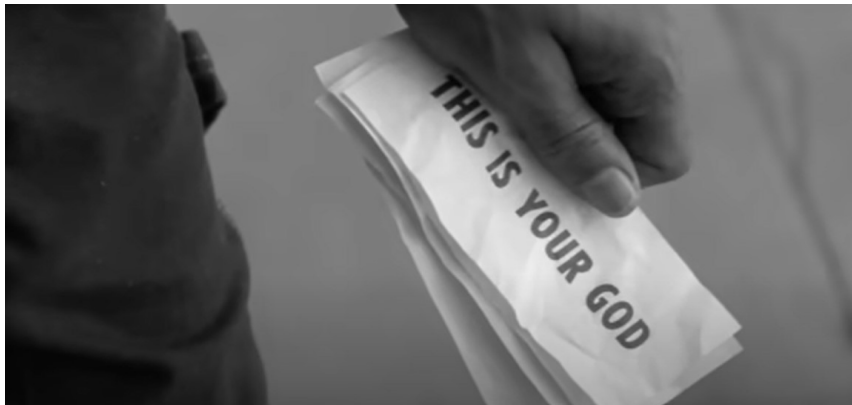
Nada dergi ve gazete satan reyona baktığında ise “otoriteye itaat et, tüket, takip et, fikir yok, evlen ve üre, satın al, televizyon izle” gibi söylemlerin dergi kapaklarında yer aldığını görür (Şekil 2).

Şekil 2. Gözlük Takıldığında Stantta Yer Alan Dergilerin Kapakları



Nada'nın Amerikan rüyası perspektifiyle hayal ettiği şeylerin gerçekte bambaşka olduğunu anladığındaki şok ve korku görünür. Bu andan itibaren filmde eylem bölümü başlar ve Nada çeşitli krizler, çatışmalar ile karşı karşıya gelir. Nada eline aldığı derginin sayfalarını çevirdiğinde benzer telkinleri görür ve sonrasında yanına yaklaşmış gazete alan takım elbiseli adama bakar ve yüzünün iskelet şeklinde olduğunu görür. Gazeteyi satan çalışanın yüzü ise normaldir ve Nada bir kez daha şaşırır. Amerikan rüyası hezeyanını pekiştiren sonraki sahnede ise para üzerinden bir gönderme yapılmaktadır. Dergi satan adamın elindeki dolarlara baktığında Nada, yeniden şaşırır. Gözlüğü takmadığında dolar olarak gördüğü paralar gözlüğü takınca üzerinde “senin tanrın bu” söylemi olan kâğıt parçalarına dönüşmektedir (Şekil 3).

Şekil 3. Nada Gözlüğü Taktığında Paranın Üzerindeki Değişim



TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

Nada, sokaktaki insanları inceler. Kadın kuaföründeki müşteriler iskelet formunda yüzlere dönüşür. Aracına poşet yerleştiren kadının hizmetçilerine telkinde bulunurken onun yüzünün de iskelet şeklinde olduğunu fark eder. Nada, sahnenin devamında markete girer ve her yerde tüket sloganını görür. Takım elbiseli karakterlerin ve lüks giyimli kadınların çoğunun iskelet olduğunun farkına varır. İki takım elbiseli adam arasında geçen konuşmada ise terfi alan kişinin iskelet suretli olması ile birlikte normal görünen karakterin hezeyanı aktarılır. Sonrasında kürk giymiş bir kadının yüzünün iskelet formunda olduğunu görür ve ona çirkin görüldüğünü söyleyerek aşağılayıcı ifadeler kullanır. Bu noktada film Antikapitalist bir duruş sergiler. Kadın kolundaki aygıtla birinin onları görebildiğini söyler ve bir anda onlarca iskelet suretli karakter, markette Nada’ya doğru ilerlerken Nada kaçmaya yeltenir. Polisler onu yakalamaya çalışırken Nada onların da iskelet sureli olduğunu görür. Nada itişmeler sonucunda iki polisi de öldürerek silahlarını ve olay yerinden uzaklaştırır. Nada’nın otoriteye karşı bu tutumu, anlatının antikapitalist yapısının yanı sıra egemen güce karşı duruşunu da ortaya koymaktadır. Althuserci bakış açısı ile Nada hem devletin aygıtlarına hem de devletin ideolojik aygıtlarına karşı mücadele vermektedir.

Sonraki sahnede bir banka şubesine giren Nada, iskelet suretli bireylerle çatışmaya başlar ve sırayla birkaçını öldürür. Bankadan ayrılan Nada yolda yürürken üstünde drone benzeri bir aygıtın onu izlediğini fark eder. Nada bu aygıtı parçalarken karşısına çıkan iskelet suretli olmayan bir polis çıkar ancak Nada ona zarar vermez. Nada’nın bu tutumu esasen egemen gücün tamamı ile bir sorunu olmadığını yalnızca sistemin içerisindeki zararlı hususlarla ilgili mücadelesi olduğunu ortaya koymaktadır.

Bir otoparka giderek silahla Holly adından bir kadını rehin alır ve kendisini evine götürmesini ister. Holly’nin evine geldiklerinde Nada yaşadıklarını anlatsa da Holly ona inanmaz. Holly Thompson isimli bu kadın televizyonda herkesi etkisi altına alan ve kitleleri uyuşturan bir kanalda çalıştığını söylediği an bir fırsatını bularak Nada’yı camdan aşağıya atar. Mevcut özellikleri ile sisteme hizmet eden ve egemen ideolojinin bir parçası olarak konumlandırılan Holly’nin Nada’yı camdan aşağı atması

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

aynı zamanda Nada'nın ideolojisinin de egemen ideoloji tarafından alaşağı edildiği anlamına gelmektedir.

Gözlüğün Holly'nin yanında kalması ile birlikte Nada, daha önce sakladığı gözlüklerin arayışına girer ve şehrin arka sokaklarına doğru ilerler. Sakladığı kutuyu bulduğu sırada yanına arkadaşı Frank'in gelmesi birlikte Nada ona yaşadıklarını anlatır ve Frank'ten gözlükleri takmasını ister. Nada'ya inanmayan ve gözlüğü takmak için direnen Frank ile Nada uzun süre kavga eder. Bu noktada Frank'ın temsil ettiği tüketim toplumundaki köle bireyler ile Nada'nın temsil ettiği aydınlanma ideolojisinin arasında mücadele başlar. Bu sahne boyunca tüketim toplumunun köle bireyi aydınlanma ideolojisine karşı direnmektedir. Nada uzun süre devam eden bu mücadelenin ardından Frank'e gözlükleri takmayı başarır ve Frank, Nada'nın aydınlanma ideolojisine ortak olur. Gözlük ile gezen Frank gizlenmek için gittikleri otelin penceresinden baktığında “Uy, Tüket, Satın Al, TV İzle” ifadeleri bulunan reklam panolarını görür (Şekil 4).

Şekil 4. Frank'in Gözlüğü Taktığında Gördüğü Reklam Panoları



Otelde Gilbert isimli arkadaşlarına görürler ve böylelikle uyandırma servisi adını verdikleri oluşumdan haberdar olurlar. Gilbert, gözlüğü olan kişilerin iskelet suretli kişilerle mücadele ettiğini aktarır ve onları toplantıya davet eder. Nada ve Frank onlarca kişinin bulunduğu toplantıya katılır. Toplantıda Holly'de bulunmaktadır. Bu toplantıda kapitalist düzenin ortaya çıkardığı tüketim kültürüne hizmet eden ve film boyunca iskelet suratlolu olarak sunulan bireyler “yaratıklar” olarak tanımlanır. Yaratık tanımlaması mevcut dünyaya ve insanlığa zarar veren yapıda aktarılır. O andan

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

İtibaren toplantıdaki karakterlerin mücadelesi kapitalist sistemin ortaya çıkardığı ve tüketim kültürüne hizmet eden bireylerle olan kolektif bir mücadeleye dönüşür.

Uyandırma servisi adı verilen bu oluşumun amacı iskelet suretlilerin kendilerini gizlemek için yaydıkları sinyali yok ederek herkesin gerçeği görmesini sağlamaktır. Ancak toplantı esnasında polisler mekâna baskın yaparlar. Baskında birçok uyandırma servisi üyesi hayatını kaybederken bu durum ideolojik açıdan devletin aygıtlarının gücüne vurgu yapar. Egemen güç devlet aygıtları aracılığıyla iktidarını ve gücünü pekiştirir. Dolayısıyla egemenler ile kolektif bir mücadele gerçekleştirmenin mümkün olmadığı vurgulanmış olur.

Bu çatışmadan kurtularak özel bir saat aracılığıyla bir geçide giren Nada ve Frank, gizli toplantıya dahil olurlar. İyi giyimli bireylerin yer aldığı yemekli toplantıda konuşmacı, 2025’te gezegeni tamamen ele geçireceklerini, herkesin bireysel kazancını kat kat artıracıklarını, herkesin onlar gibi olacağını aktarır. Nada ve Frank, kamptan tanıdıkları maddi durumu kötü olan bir adamın iskelet suretlilere katıldığını görür. Bu noktada uzaylı olarak konumlandırılan yaratıklar ile insanların iş birlikleri ortaya çıkar. Karakter Nada ve Frank’in de onlara katıldığını düşünerek övgü dolu sözlerde bulunur ve onlara yapıyı gezdirir. Bu diyaloglarla birlikte her ne kadar iskelet suretliler filmde uzaylı gibi aktarılsa da temsil ettikleri ideoloji kapitalist sistemin aktörleri, medya patronları ve küresel şirket sahiplerinin ideolojileridir. Dolayısıyla görünenin ardında mevcut kapitalist tebaanın yönetici sınıfının ideolojisi yer almaktadır.

Nada ve Frank tesis içerisinde gezerken Holly’nin çalıştığı kanalın mevcut sistemin merkezi olduğunu ve sinyalin buradan yayıldığını farkederler. Çatışmaya giren Nada ve Frank sinyali keserek tüm sistemi çökertmek için çatıya yönelir. Bu anlatıdaki çatışmanın çözümlenmeye başlamasını ifade eden dönüm noktasıdır. Gelişme bölümünde yaşanan krizler, çatışmalar karar bölümü ile birlikte çözümlenmeye başlar. (Parsa, 2012: 30) O sırada Holly de onları bularak eşlik eder. Tam çatıya çıkmak üzereyken, Holly Frank’i öldürür. Holly’nin de iskelet suretlilerden biri olduğunu fark eden Nada ise sinyale ateş etmek üzereyken, Holly ona silahını doğrultur. Film boyunca gözetim sağlayan helikopter de ışıklarını Nada’ya yönelterek teslim olmasını ister. O esnada Nada hızlı bir hareketle Holly’i vurarak silahıyla sinyal

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

yayan uyduya ateş eder. Helikopterden Nada'ya doğrulan silahlar onu vurmaya başladığı an yere düşen Nada orta parmağıyla helikoptere el hareketi yaparak, sinyali kesmenin verdiği mutluluğu yaşar. Sinyal kesildiği an herkes bir anda çevresindeki iskelet suretli kişileri görür hale gelir ve egemenlerin düzeni tamamen bozulur. Bu noktada; mevcut sistem ve egemen güçler ile mücadele kolektif bir çabanın sonucundan ziyade bireysel eylemin başarısı ile sonuçlanır. Nada'nın bu el hareketi kapitalizme, patronlara, tüketim kültürüne, tüketim çılgınlığını besleyen ideolojilere, güç gruplarına ve egemenlere yapılan bir hareket olarak değerlendirilebilir. Film bu noktada kendi ideolojisini üreten bir aygıt konumuna da erişmiştir.

SONUÇ

Tüketim kültürü ve izleyici emtiası üzerinden derinlemesine bir çözümlemeyi ele alan bu çalışma, “They Live” filmi üzerinden bireylerin tüketim alışkanlıklarının da ötesinde tükettikleri ürünlerle birlikte kişilik, kimlik ve statü gibi soyut faydaları aradıklarını temsil ederken aynı zamanda bu arayışın tüketim kültürünün etkisiyle şekillendiğini de ifade etmektedir. Bunun yanı sıra bu film izleyici emtiası kavramıyla bireyleri kitle iletişim araçları yardımıyla yönlendiren ve manipüle eden birer emtia'ya dönüştürdüğünü ortaya çıkarmaktadır. Smythe'in ortaya koyduğu izleyicinin bir emtiaya dönüştüğü vurgusu ve söylemi filmde açıkça örneklendirilmektedir. Filmde kitle iletişim araçları vasıtasıyla bireyler şirketler tarafından manipüle edilen, kontrol edilen emtialara dönüştürülmekte ve satılabilir konuma getirilmektedir. Bireyler satın alma kararlarını kendi verdiklerini sanarak özgür düşünceyle karar aldıklarını düşünmektedir. Fakat gerçekler bundan çok daha farklıdır. Carpenter bu durumu filmde açık bir dille ve sinematik bir söylemle dile getirmektedir.

Filmin önemli temalarından bir diğeri ise Amerikan kapitalizminin eleştirisidir. İskelet suretli karakterlerin arkasında kapitalist sistemin ve büyük şirketlerin yer aldığı gösterilir. Film, kapitalist sisteme yönelik eleştirileri, işsizlik ve toplumsal eşitsizlik gibi sorunları göstergeler aracılığıyla yansıtarak Amerikan toplumundaki bu olguları eleştirir.

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

Ana karakter Nada'nın gözlüğü sayesinde gerçeği görmesi, toplumsal gerçekleri ortaya çıkarması ve bireylerin tüketim kültürü ile yaşamlarını sürdürürken nasıl manipüle edildiklerini görmeleri açısından önemlidir. Ancak Nada'nın en yakın arkadaşına dahi gözlüğü taktırarak gerçekleri gösterememesi ise toplumsal bir eleştiri olarak düşünülmelidir. Mevcut düzende bireyler gerçekleri anlamak ve görmek için yeterince gönüllü, istekli ve hazır değildir.

Film, sembolik anlatım tarzı ile kapitalist ideolojiye, medyanın etkisine, tüketim toplumu olgusuna ve bireylerin gerçekliği algılama yetilerine yönelik çarpıcı eleştiriler sunmaktadır. Medyanın bireyleri yapay mutluluğa sürükleyen, uyaran ve tüketime zorlayan alt-metinlerini fark etmek için insanların özel gözlükler takması gerekliliği bu gerçekliği ortaya koymaktadır. Aynı zamanda Holly karakteri ile manipülasyonun medya aracılığıyla nasıl gerçekleştiği ve gerçeğin gizlenmesinde medyanın nasıl işlev gördüğü yansıtılarak bu eleştirilere derinlik kazandırılmaktadır.

Louis Althusser "Devletin İdeolojik Aygıtları" teorisinde ideolojinin yalnızca bireylerin bilincinde değil, aynı zamanda kurumlar ve medya aracılığıyla da topluma aktarıldığı belirtilir. “They Live” filminde Althusser'in bu görüşünün yansıması ve çatışmaları da yer almaktadır. Zira, televizyon gibi kitle iletişim araçları, devletin ideolojik aygıtları işlevi görmektedir. Filmde bu aygıtlar aracılığıyla tüketim kültürü ve kapitalist ideoloji topluma aktarılmakta ve izleyici emtiasının nasıl manipüle edildiği ve kontrol edildiği Althusser'in ideolojik aygıt kavramıyla paralellik göstermektedir.

Sonuç olarak “They Live” filmi, tüketim kültürü, izleyici emtiası ve kapitalist sistem eleştirisi bağlamında toplumsal eleştiriler sunan bir yapıdadır. Reklam mesajlarının altındaki gerçekler ile kapitalist toplumun göz ardı edilen yönlerini ve manipülatif gücünü eleştirel bir bakış açısıyla aktarmaktadır. Özgür düşüncenin ve bireysel özgürlüğün tüketim kültürü tarafından nasıl şekillendirildiği ve sınırlı hale getirildiği vurgulanan temalar arasındadır. 1988 yapımı olmasına rağmen filmin aktardığı tüm önermelerin günümüzde de geçerliliğini koruyor olması filmin önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

KAYNAKÇA

- ALTHUSSER, Louis (2014). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. (Çev.: A.Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları.
- BAUDRİLLARD, Jean (1997). Tüketim Toplumu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRİLLARD, Jean (2014). Nesnelere Sistemi. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- BAUMAN, Zygmunt (1999). Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- BELK, Russell W. (1988). Possessions and the Extended Self. Journal of Consumer Research, 15(2), 139-165.
- BERGER, Arthur A. (2012). Kültür Eleştirisi & Kültürel Kavramlara Giriş (2. Baskı). (Ö. Emir, Çev.). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- BOCOCK, Robert (2005). Tüketim. Ankara: Dost Kitapevi.
- BUCKLAND, Warren (2018). Sinemayı Anlamak. (T. Göbekçin, Çev.). Hayalperest.
- BURTON, Graeme (2008). Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş. (N. Dinç, Çev.). Alan Yayıncılık.
- CORRİGAN, Timothy (2007). Film Eleştirisi El Kitabı. (A. Gürata, Çev.). Dipnot.
- ELDEN, Müge ve KOCABAŞ, Füsün (2015). Reklamcılık: Kavramlar, Kararlar, Kurumlar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- FEATHERSTONE, Mike (2013). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FRANCO, L. (Yapımcı), Carpenter, J. (Yönetmen). (1988). They Live [Sinema Filmi]. ABD: Alive Films.
- MARCUSE, Herbert (2015). Tek Boyutlu İnsan. İstanbul: İdea Yayınları.
- MORAN, Berna (1981). Edebiyat Kuramları ve Eleştirisi. İstanbul: Cem Yayınları.
- ODABAŞI, Yavuz (2013). Tüketim Kültürü. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

TÜRTEN, Burak; KOPUZ, Semih ve YILMAZ, Ebru (2023). Tüketim Kültürü ve İzleyici Emtiası Perspektifinden “They Live” Filmi Çözümlemesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (2), 1765-1782.

ÖZDEN, Zafer (2004). Film Eleştirisi Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi. İmge.

ÖZÖN, Nijat (2000). Sinema, Televizyon, Video, Bilgisayarlı Sinema Sözlüğü. İstanbul: Kabalıcı Yayınları.

PARSA, Alev F. (2012). Sinema Göstergibiliminde Yapısal Çözümleme: Sinemasal Anlatı Sunumu ve Kodlar. İçinde: Ö. Güllüoğlu (Ed.), Görsel Metin Çözümleme: İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri (s. 11-33). Ankara: Ütopya.

RYAN, Michael (2012). Eleştiriye Giriş Edebiyat Sinema Kültür. (E. S. Onat, Çev.). De Ki.

SAYDAM, Ali (2021). Algılama Yönetimi. İstanbul: Remzi Kitabevi.

SMYTHE, David (1977). Communications: Blindspot Of Western Marxism. Canadian Journal of Political and Social Theory, 1(3), 1-28.

SÖZEN, Mustafa F. (2013). Yapısalcı Yöntem ve Bir Film Çözümlemesi. The Journal of Academic Social Science Studies, 6(8), 609-624.

STEVENSON, Nick (2008). Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi (Çev. Göze Orhan ve Barış Engin Aksoy). Ankara: Ütopya Yayınları.

The Social Dilemma. (2023). <https://www.thesocialdilemma.com/>

VARDAR, Bülent (2001). Dilbilimden Yaşama: Yapısalcılık. İstanbul: Multilingual Yayınları.

YANIKLAR, Cengiz (2006). Tüketim Sosyolojisi. İstanbul: Birey Yayıncılık.

YAYLAGÜL, Levent (2021). Kitle İletişim Kuramları. (11. Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları.

ÖZDEN, Zafer (2014). Film Eleştirisi Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi. İmge Kitapevi, Ankara.

Yazarların çalışmaya katkı payları eşittir.

Herhangi bir kişi ya da kurum ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.