**Tüketim Kültüründe Beden**

Mark Featherstone'un tüketim kültürü çözümlemesinde gündelik hayatın estetikleşmesinden bahseder. Gündelik yaşamın içini dolduran imgeler hızlı bir akış içerisindedir.

Tüketim toplumu mallar, kültürel bağlar ve hayaller üzerinde özgürleşmiştir.

Featherstone reklamcılık konusuna değiniyor. Reklamcılık, 'iyi yaşam, arzu, güzellik, romantizm, tatmin ve cemaat imajlarını' sömürür ve bu imajları, sabundan arabaya, alkollü içeceklerden çamaşır makinesine birçok endüstriyel ürünle bütünleştirir.

Burada artık markanın tüketiminden bahsedilmelidir. Aynı ürünleri başkalarıyla paylaşmaktan, onların da bu ürünleri kullanmasından haz duyarız. Malların kullanım değerleri önemini yitirir ve ürün anlamdan da bağımsızlaşır?

Burada beden ve tüketim ilişkisini, bir yandan bedenin korunmasına yönelik pratikler, öte yandan ise bedenin görünümü açısından ele alır ve iç ve dış beden ayrımı yapar.

Bir yandan da iç ve dış bedenin birbirlerinden ayrılmaz olduğuna dikkat çeker. Featherstone'a göre, tüketim toplumunda: "İç ve dış beden bir araya gelir. Tüketim toplumunda iç bedenin korunması, dış bedenin görüntüsünün güzelleştirilmesi hedefini taşımaktadır.

Bedenin korunması ve iç beden sorunu sağlık ve bedenin işlevinin optimum hale gelmesiyle ilişkilidir. Featherstone dış bedeni hem görüntü hem de toplumsal uzamda bedenin kontrolü ve hareketlendirilmesi bağlamında değerlendirmektedir.

Featherstone'a göre güzel görünmek yoluyla rahat ve iyi hissedileceği düşüncesi satılabilir bir mal olarak medya ve şirketler tarafından ileri sürülür.

'İyi görünmek ve bedeni korumak tüketici yaşam tarzının kaçınılmaz parçasıdır.'

Tüketim toplumunda Yaşam stilleri konusunda akla gelen konuların başında çeşitli beslenme rejimleri ya da spor yoluyla sağlıklı ve iyi görünme çabasına harcanan zaman ve para gelir.

Featherstone ince ve zayıf olmakla, sağlıklı olmak arasındaki ilişkiye eleştirel bir yaklaşım getirmektedir. Şişman olmanın sağlık açısından tehlikeli olduğu düşüncesi kamuca benimsenmiştir. Featherstone buna karşı, zayıflık ve sağlıklı olmak arasındaki ilişkiyi ele alan bilimsel araştırmaları örnek göstererek, medya ve reklamlardaki tavsiyelerin birçoğunun yarı bilimsel nitelikte olduğunu iddia eder: 1980'li yıllarda İngiltere'de yapılan araştırmalar, zayıf olanın uzun yaşayacağı tezinin tam tersine, fazla kiloluların uzun yaşadığını ortaya çıkarmıştır.

Baudrillard ne diyor?

Bedenin püritanizm çağından sonra bedenin yeniden keşfi-

Ne oluyordu püritanizm çağında? Baudrillard’a göre insanlar bedenlerinin olmadığına ruhun bedene üstün olduğuna ikna edilmeye çalışıldılar.

Ama günümüzde beden artık bir kurtuluş nesnesine dönüşmüştür. Beden artık püritan çağdaki ruh neyse onun yerini almıştır.

Baudrillard şimdi de insanlar bedenlerinin olduğuna ikna edilmeye çalışılıyorlar ve burada bir gariplik var diyor.