

GÜNDELİK HAYATTA BENLİĞİN SAHTE SUNUMU: *FAMILY ROMANCE, LLC* *

Can Öktemer

Werner Herzog, 1970'li yıllarda **Wim Wenders**, **Rainer Werner Fassbinder** gibi isimlerle birlikte Yeni Alman sinemasının bayraktarlığını yapmıştı. Bu sinemacılar, öncelikle Almanya'nın ırkçı geçmişi, göçmen sorunu, Doğu Almanya'nın yıkılışının ardından yaşanan hafıza sorunsalı üzerinde durmuşlardı. Filmlerini hümanist bir söylemle zenginleştirmiş aynı zamanda yerellikten çıkarıp farklı kültürlerle, sanat alanlarıyla etkileşime sokarak sınırsız bir dünyaya seslenmeye çalışmışlardı. **Werner Herzog**'u *Fitzcarraldo* (1982), *Nosferatu*'nun (F. W. Murnau, 1922) yeniden uyarlaması *Vampir Nosferatu* (1979) gibi filmlerden biliyoruz. Yönetmen son yıllarda *The Mandalorian* (Dave Filoni, 2019 –) gibi dizilerde oyuncu olarak boy gösterse de halen aktif olarak film çekmeye devam ediyor.



Yönetmenin son filmlerinden *Family Romance, LLC* (2019) belgesel sinema ve kurgunun sınırlarını zorlayan bir yapımdı. Filmin konusu ise bir hayli ilginç; *Family Romance LLC*, özet olarak Japonya’da yalnızlar, kayıp arkadaşlar, anne - babası ayrı ya da sorunlu olan insanlar için bir tür sahte arkadaşlık, ebeveynlik hizmeti sunan bir şirketin hikâyesini anlatıyor. Şirketin kurucularından Ishii Yuichi, 12 yaşındaki Mahiro’nun annesinin isteğiyle yıllar önce hayatını kaybeden babasının yerine “sahte” baba olarak dublörük yapmaya başlıyor. Filmin ana çatısını da Ishii ve Mahiro arasındaki ilişki oluşturuyor. Lakin Ishii, filmde sadece sahte baba rolünde değil aynı zamanda başta fotoğrafçı olmak üzere farklı meslek dallarında da dublörük yapıp, mutsuz, yalnız ve çaresiz insanlar için hizmet sunuyor. Mahiro ile ilişkisi film içerisinde ilerledikçe roller gerçeğe dönüyor, duygular ve iş birbirine girmeye başlıyor.

Filmin başrolünü üstlenen **Yuichi Ishii** gerçek hayatta Family Romance şirketinin kurucusu. Yani, **Ishii** filmde bir nevi kendini canlandırıyor. Filmi ilginç kılan husus da burada başlıyor; çünkü Japonya’da gerçekten de böyle bir hizmet sunan bir şirket söz konusu. Zaten **Werner Herzog**, şirketin varlığından bir öğrencisi sayesinde haberdar olmuş, konuyu çok ilginç bularak film çekimi hazırlıklarına başlamış. 2009 yılından beri faaliyet gösteren Family Romance şirketi son yıllarda şöhreti artmış ve küresel bir fenomene dönüşmüş durumda. Bunda **Ishii**’nin televizyona çıkmasının ve **Elif Batuman**’ın 2018 yılında The New Yorker için kaleme aldığı “Japan’s Rent Family Industry” isimli makalesinin payı büyük olsa gerek.

Elif Batuman, makalesi için hem **Yuichi Ishii** hem de bazı müşterilerle görüşmüş. **Ishii**’nin aktardığına göre şirketin ihtiyaca göre, her türlü role girebilecek 20 kişilik bir ekibi var. Şirketin ismi Family Romance ise **Freud**’un yazdığı “The Family Romance of Neurotics” isimli bir makaleden geliyor. Freud bu makalesinde, sorunlu aile ilişkileri olan çocukların mevcut gerçeklikten kaçış için kendilerine filmlerden, kitaplardan hayali aileler uydurmalarını ele alıyormuş. Dolayısıyla **Ishii**’nin hizmet sağladığı sahte “baba”, “anne”, “eş”, “koca” gibi roller olmasının da bir yerde makalenin içeriğiyle uyumlu olduğu söylenebilir.

Ishii, öncelikle düğünlere konuk olarak katılarak işe başlamış, daha sonra “eş”, “sevgili” hatta “damat” olarak yıllar içerisinde hizmet vermiş. **Batuman**’ın aktardığına göre, **Ishii**’nin en çok zorlandığı rol “damat” rolü oluyormuş. Gerçek

bir nikâh hazırlığı yaparmış gibi aylar öncesinde müşterisiyle çalışmaya başlıyorlarmış, sonra düğün günü geldiğinde ihtişamlı bir sahte düğün gerçekleşiyormuş. İşin en zor kısmı da gelini öpme anlarında oluyormuş; böyle durumlarda **Ishii** kendisini gerçekten evleniyor gibi hissediyormuş. Peki müşteriler? **Batuman**'ın Japonya'da görüşme imkânı bulduğu müşterilerden **Kazushige Nishida**, karısını erken yaşta kaybetmiş, kızıyla sorunlar yaşayan yalnız biridir. Her gün işe gidip gelmektedir hatta arkadaşlarıyla sosyalleşmektedir. **Nishida**'nın en büyük sıkıntısı gece eve gelince kendisiyle kaldığı o yalnızlık anı oluyormuş. Bu sebeple **Ishii**'nin şirketine başvurmuş. Şirket ona sahte bir kız ve eş ayarlamış. Bir süre eve gelince onlarla yemek yemiş, dışarı çıkmış dertleşmiş. Bir süre sonra iş rolden çıkıp hakiki bir dertleşme sürecine girmiş çünkü "sahte" eş **Nishida**'ya kendi dertlerini anlatmaya başlamış.

Herzog, **Ishii**'yle yaptığı uzun sohbetlerden sonra, filmi kendine göre olaylar gerçekten yaşanmış gibi kurgulamış ve yazmış. Özellikle anlatının dilinin belgesele yaslanması nedeniyle kurgu ve gerçek iç içe geçmiş. Bunda da **Herzog**'un dijital kamerasıyla kendi benliğini olduğunca saklayarak, sahneleri doğal akışına bırakmasının ve çoğu zaman da doğaçlamanın önünü açmasının payı büyük olsa gerek. Zaten yönetmen de MUBI'deki söyleşisinde her şeyin kurgu olmasına rağmen sahnelerde ilginç bir gerçeklik söz konusu olduğunu belirtiyor. Tıpkı gerçek hayattaki gibi filmde de gerçeklik ve sahtelik iç içe geçmiş. Film izleyen birçok kişinin **Family Romance LLC**'yi belgesel kategorisine sokması belki de bu yüzden. Bu bağlamda filmde gerçek ve kurgunun iç içe geçmesi çok farklı okumalara alan açmakta. Özellikle gündelik hayatta icra ettiğimiz roller, benlik sunumları hem şirketin gerçekteki varlığı hem de filmin içerisinde konu edilişi bakımından üzerine düşünölesi bir durum yaratmakta. Bu doğrultuda gündelik hayattaki mikro ilişkileri ve etkileşimleri inceleyen ABD'li sosyolog ve sosyal psikolog **Erving Goffman**'ın çalışmaları filmin analizi için iyi bir projeksiyon görevi görebilir.

Gerçeğin Kurgusu

Erving Goffman, çalışmalarında ağırlıklı olarak gündelik hayattaki iletişim ve etkileşim süreçlerini merkezine alır. **Goffman**, sıradan gibi görünen ve hayatın doğal akışı içerisinde sıklıkla tekrar eden bu iletişim sürecini bir oyuna ve tiyatro sahnesine benzetir:

Öyle görünüyor ki bu da toplumsal etkileşimin kendisinin tıpkı bir sahne gibi, dramatik açıdan şişirilmiş eylemler, karşı-eylemler ve son sözlerin karşılıklı alışverişinden oluşması nedeniyle böyledir. Bir senaryo pratik yapmamış oyuncuların elinde bile yaşam kazanabilir çünkü yaşamın kendisi de dramatik canlandırmaya dayanan bir şeydir. Tüm dünya tabii ki bir sahne değildir, ama tam olarak neden böyle olmadığına parmak basmak pek de kolay değildir. (Goffman, 2014, s. 77)

Gündelik hayatta toplumun mikro düzeyinde cereyan eden bu süreçte benlik sunumlarımız ve büründüğümüz roller bu oyunun en temel parçasıdır. Üstelik icra ettiğimiz rolleri karşı taraf, yani bizi dışarıdan izleyenler için ikna edici bir şekilde oynamalıyız. Benlik sunumlarımızdaki gerçekliğin esası buna dayanmaktadır. **Goffman**'ın çerçevesini çizdiği bu iletişim sürecinde bireyler bir oyunun içerisinde olduklarının tam da bilincinde değillerdir lâkin dahil oldukları süreçte hangi diyalogla söze başlayacakları ya da anne-baba gibi geleneksel rolleri nasıl icra edecekleri hakkında bir ön bilgiye sahiptirler. En nihayetinde toplumlarda yıllar içinde bu tip roller standartlaşmış bir tipoloji ortaya çıkarmıştır. Yine oyun imgesi üzerinden gideceksek özellikle annelik ve babalık rollerinin oynanmasında ellerinde bir nevi hazır metin vardır. **Goffman**'ın tarifıyla:

Çünkü gerçek yaşamdaki rollerimizi sahnelemeyi öğrenirken, kendi performansımızı sunacağımız kişilerin rutinlerine de ister istemez aşına oluruz. Ve gerçek bir rutini düzgünce idare edebilecek duruma geldiğimizde bunu yapabilmemizin sebebi kısmen "beklentsel toplumsallaşma", yani bizim açımızdan gerçeklik kazanmak üzere olan gerçeklik hakkında zaten eğitilmiş olmaktır. (Goffman, 2014, s. 78)

Bununla beraber, bireyler çevresindekileri yani oyuna katılanları inandırabilmek için iddia ettikleri rolleri ikna edici bir şekilde sunmak durumundadır. Çünkü ancak bireyin benlik performansının ikna ediciliği o rolün devamlılığını sağlayabilir aksi halde iletişim krizine ya da mesafeye yol açabilir.

Buradan tekrar filme dönecek olursak; **Goffman**'ın çerçevesini çizmeye çalıştığı iletişim süreci ve oyun imgesi; gerçek yaşamda Family Romance şirketinin sunmuş olduğu hizmetle farklı bir boyut almış durumda. Şirketten hizmet talep edenler ve hizmeti karşılayan dublörler arasında sürecin sahte ve oyun olduğuna dair bir ön bilgi söz konusudur. Benzer bir durumu film içerisinde de görürüz; 12 yaşındaki Mahiro'ya annesi tarafından uzun yıllar önce vefat etmiş babasıymış

gibi rol yapması için tutulan Ishii'nin ilişkisinde taraflar durumun sahteliğinin bilincindedir. Filmin içerisinde Ishii, Mahiro'nun annesine “*O bana yalan söylüyor ben de ona der.*” mesela.



Lakin iki taraf da rolleri ikna edici bir şekilde oynamakla mükelleftir yoksa şirketin sunduğu hizmet sekteye uğrayabilir. Dolayısıyla Ishii, en başta Mahiro'ya babası olduğuna dair ikna edici bir benlik performansı sunmak zorundadır yoksa oyunun akışı ilerlemez. Benzer bir şekilde Mahiro da Ishii'nin ikna ediciliği oranında onunla “babasıymış” gibi duygusal bağ kurabilir. **Goffman** bu durumu gerçek hayattaki karşılığı için şöyle tarif ediyor:

Bir performansın başarılı olması için, ona şahit olanların büyük ölçüde oyuncuların içtenliğine inanması gerekir. Olaylar tiyatrosunda içtenliğin yapısal yeri budur. (2014, s. 76)

Dolayısıyla iki tarafın da sürecin sahte olduğunu bilmelerine rağmen rollerin devamı ve sürekliliği için ikna edici bir benlik performansı sergilemeleri lâzımdır. Ishii de Mahiro'yu ikna edebilmek için önce annesinden gerekli otobiyografik bilgileri edinir. Mahiro'nun doğumu, gittiği okul, sevdiği şeyler ya da vefat eden babasının dış görünüşü, karakteri gibi konularda birçok detaya hâkim olur. Filmde buna benzer bir durum da alkolik eşini kızının düğününe getirmekten çekinen bunun için şirketten hizmet talep eden bir kadının hikâyesidir. Filmde

kadın, eşinin yerine geçecek olan dublör oyuncuya tüm detayları aktarır, kedilerinin isimleri gibi sahte eşin rolü için öğrenmesi gereken her bilgi öğrenilmiş olur.

Sonra da bir zamanlar o ailenin ferdiymişçesine ailenin geçmişi hakkında bilgi sahibi olunması gerekmektedir. Yine **Goffman**'ın tarifiyle açıklayacak olursak:

Öyleyse bir role girebilmek için gerekli niteliklerle, o role girildiği zaman rolü titiz bir şekilde icra etmek için gerekli sıfatlar arasında bariz bir ayırım vardır. Dolayısıyla burada yapmak olmaktır ve “yapılması” planlanan şey, ciddi bir gerçekleşmeyle mühürlenir. Bir rolü benimsemek, rol tarafından benimsenmektir. Tam benimsemesi iyi örnektir. (2018, s. 113)

Mahiro ve Ishii için ise bu durum biraz farklıdır. Mahiro'nun annesinin Ishii'den talep ettiği daha uzun süreli bir hizmettir ve sıklıkla kamusal alanda icra edilmesi gerekmektedir. Üstelik modern bir baba figürünün yapması gereken azami davranış modellerini de yerine getirmelidir bir anlamda. **Goffman** bu durumu şöyle açıklar:

Rol perspektifinin, sosyo psikolojik türden kesin sonuçları vardır. Bir iş veya faaliyetle yükümlü bir kimse bir konuma geçerken, ilgili rolün kapsadığı bütün eylem yelpazesini benimsemek durumunda olduğunu fark eder; yani rol, toplumsal bir determinizmi ve bir sosyalleşme doktrinini imler. Bir seferde benimsediklerimiz, davranış öğeleri değil, daha ziyade bunlarla yüklü bütün bir koşum takımımızdır ve bir yük katarı gibi çekilirken daha bir at olmayı öğrenebiliriz. Öyleyse rol, sosyalleşmenin temel birimidir. Bir toplumdaki yükümlülükler roller aracılığıyla tahsis edilir ve onların icrası için tertipler hazırlanır. (2018, s. 91)

Bunun için de Ishii, modern baba rolü performansı icra etmelidir. Mahiro'yla parklarda dolaşmalı, eğlence yerlerine gitmeli birlikte selfie çekmelidir. Nihayetinde duygusal bağın gelişimi ancak ortak hafıza biriktirmeyle olur. Ishii de Mahiro'yla birlikte selfie çeker, birbirlerinin telefonlarına bakarlar, Mahiro'un çocukluk resimlerine bakarken o hatırayı sanki beraber yaşamış gibi yaparlar.

Birlikte ortak zaman geçirilmesi duygusal bağın gelişiminin ilk ayağını oluştururken diğer ayağı ise sırların ve özel hayatın paylaşılmasıdır. Mahiro ve Ishii birlikte zaman geçirdikçe Mahiro ona özel dünyasını açmaya başlar. Okulda hoşlandığı çocuktan başlayıp annesinin ona koyduğu yasaklara kadar her şeyini

anlatmaya başlar. Artık burada gerçek ve kurgu birbirine girmeye başlamıştır. Çünkü Mahiro, artık Ishii'yi bir profesyonel olarak değil gerçekten babası olarak görmeye başlamıştır. Onunla birlikte yaşamayı arz etmektedir. Bu noktada oyun artık ahlaki ve etik bir boyuta geçiş yapmıştır. Nihayetinde Ishii'nin atacağı bir sonraki ciddi adım, ilişkisini oyun olmaktan çıkarıp hakiki bir zemine çekecektir. Üstelik Mahiro'nun annesi de Ishii'yle beraber yaşamak istemektedir. Onu vefat eden eşi yerine geçirmeye hazırdır.



Goffman, bireyin büründüğü role kaptırmasının üstelik etrafını da inandırmasının bazen tehlikeli sonuçlar doğurabileceğini aktarmaktadır. Yazar bu tip benlik sunmalarını “kinik” olarak tarif eder ve böyle durumlarda tehlikeyi ortaya çıkaran, bireyin icra ettiği “sahte” rolle çevresini kandırarak “kişisel” birtakım çıkarların peşinde koşması olabilir. Bununla beraber **Goffman** her “kinik” performansı tehlikeli olarak görmez. İnsanlar, ciddi ihtiyaçlarına yönelik de sahte bir rol icrası yapabilirler. Yazar burada doktorların bazen hastaları ruhsal açıdan iyi edebilmek için onlara plasebo uygulamasını örnek olarak gösterir. Bu bağlamda Ishii'nin oynadığı sahte baba rolü ve hatta şirketinin sunduğu hizmet bir anlamda **Goffman**'ın işaret ettiği olumlu “kinik” performans biçimine örnek olarak gösterilebilir. Hem şirket hem de şirkete hizmet için başvuranlar durumun bir oyun olduğu bilinciyle hareket etmektedirler. Filmde de gördüğümüz şekilde karakterlerin yalnızlık, başarı, şöhret ya da duygusal açıklıklarını kapatabilmek için büründükleri sahte roller yukarıda Goffman'ın tarif ettiği duruma örnek olarak gösterilebilir.

Lakin buradaki en önemli açmazlardan birisi işin ahlaki tarafıdır. Yani duyguların sömürülmesi (kişiler her ne kadar şirkete gönüllü bir şekilde başvursa da) ya da bireylerin role kendilerini kaptırmaları anında yaşanacak kriz şirketle ilgili etik ve ahlaki sorunları da beraberinde getirmektedir. Filmde de gördüğümüz gibi oyunun sınırları gerçek bir zemine doğru kaydıkça mesele ikircikli bir hale bürünmektedir. Çünkü taraflardan biri role kendisini ciddi olarak kaptırdığında gerçeklik ve kurgu arasındaki ince çizgi ortadan kaybolmaktadır. **Elif Batuman**'dan yukarıda aktardığımız gibi, sahte damat rolü için hizmet sunan Ishii de gerek gelini öpme seremonisi esnasında gerekse de düğün hazırlıkları esnasında kendisini gerçek bir damat gibi hissetmektedir.

Werner Herzog MUBI'deki gösterimin ardından gerçekleşen soru cevap bölümünde, filmdeki her şeyin kurgu olduğunu lâkin ilginç bir şekilde filmde hissedilen duyguların son derece gerçek olduğunu ve insanın içerisine işlediğini aktarır hem film hem de gerçekteki şirket için "Yalan ne? Gerçek ne? Hiçbir şey gerçek değil ama gerçek." tarifini yapıyordu. Dolayısıyla hakikatin ne olduğu sorusu bir taraftan filmin ana önermesi olurken diğer taraftan da gerçek hayata sirayet etmiş bu husus da sorgulamaya açılıyordu. En nihayetinde sosyal medyanın varlığıyla birlikte hayatlarımızın ne kadar gerçek ne kadar sanal olduğu da ayrı bir tartışma haline gelmiş durumda. Peki hangi hayatımız gerçek? Sanal olan mı? Yoksa fiziki gerçeklikte devam eden mi?



“Yalnızlık Çağı”

Werner Herzog, yine film sonrası gerçekleşen söyleşide 21. yüzyılı “yalnızlıklar çağı” olarak tarif ediyor. Yönetmen, endüstriyel toplumlarda yalnızlığın giderek artacağı inancında. Yönetmen, yoğun iletişimin ve enformasyon bombardımanının olduğu bir dönemde varoluşsal yalnızlıkların hayatın bir gerçekliği olacağı görüşünde. Bu bağlamda, Japonya’daki yalnızlık halleri nasıl okunabilir? Birçok düşünürü göre Japonya’nın 1980’li yıllarla birlikte hızlı Batı tipi kapitalistleşme sürecine girmesi, toplumsal hayatın bu modele göre şekillenmesi, geleneksel aile yapısına sıkı sıkıya bağlı Japon toplumu için sosyal bir çözülmeye neden olmuş. Başta aile kurumları olmak üzere toplumsal ilişkiler yeni kültürel dinamiklerle bir tür uyumsuzluk yaşamış. Bu kültürel çatışma da toplumun önemli bir kesimin yalnızlık yaşamasına ve içine çekilmesine neden olmuş. Tam da böyle bir ortamda sahte anne, baba, eş ve arkadaşlık hizmeti sunan **Ishii**’nin şirketi ortaya çıkmış ve hatırı sayılır bir kesime hitap eder hale gelmiş. Bununla beraber, Japonya’daki fenomeni doğu-batı dikotomisi üzerinden ya da bölgesel bir analizle okumak eksik bir analize götürebilir bizi kanımca. Yalnızlık ve gündelik hayatta sahte ilişkiler içerisinde bir iletişim süreci içerisine girmek, küresel bir vaka olarak ayrıca incelenmeyi bekliyor.

Gündelik hayatta hepimiz üstlenmek durumunda olduğumuz rolleri ve benlik sunumlarını bir şekilde icra ediyoruz. Çoklu benlik sunumları da denilebilecek bu süreçte evde, okulda, iş yerinde, kamusal alanlarda farklı benlik performansları icra etmekteyiz. Bunların birçoğu sahte, birçoğu gerçeklik taşımakta. Lakin hem izleyiciler hem kendimiz bunların bilincinde davranarak rollerimizi oynuyoruz. **Werner Herzog**’un filminde karşılaştığımız durum ise bambaşka bir şeyi imlemekte. Tarafların yalan ve sahte olduğu bir gerçeklikte rol icrası ve karşı tarafı mutlu etme çabası başka bir evreyi göstermektedir.

Wim Wenders, 1985 yapımı *Tokyo Ga* filminde bir taraftan Japonya’daki gerçekliğin özünü arıyor diğer taraftan da sinemadaki saf gerçekliğin ve imajların yitimine dair bir yas tutuyordu. Özellikle hızla endüstrileşen, tüm otantikliğini yitiren Tokyo, filmin ruhuna uygun bir mekân olarak karşımıza çıkıyordu. Filmde gördüğümüz Tokyo imgesi o kadar gerçek ve aynı zamanda replikayla doluydu ki vitrinlerde sergilenen yemekler bile gerçek gibi görünen ama gerçek olmayan

ürünler haline gelmişti. İlginç bir şekilde filmde karşımıza çıkan **Werner Herzog** da benzer bir durumdan şikâyet ediyordu:

Bugünlerde elimizde pek fazla imge kalmadı. Çevreye bakarsan neredeyse yalnızca binalar görürsün. İmgeler artık neredeyse olanaksız. Bu nedenle artık bu küskün manzarada hala bulunası gerçek bir şey var mıdır diye bir arkeolog gibi elimize kürek alıp kazmalıyız. İhtiyacımız - yeterli ve uygun imgelerimizin olmaması. Çaresizce, uygarlığımızın ve içsel dünyalarımızın durumu ile uyumlu imgelere ihtiyacımız var.

İki yönetmen de televizyon çağında hakiki hayata temas eden bir imaj bulmanın imkânsızlığından dem vuruyordu. **Tokyo Ga**'ya bakınca Batılı sinemacıların saf imajları içerisine hapsedikleri sahte dünya yerine Tokyo'da aramaları anlaşılır bir şey olsa gerek. Lakin küreselleşmenin etkisiyle 1980'li yıllarla beraber tüm dünya artık aynı çerçevenin içerisine hapsolmüştü zaten. **Jean Baudrillard** mesela, "artık hepimiz televizyonun içinde yaşıyoruz, tüm gerçekliğimiz orası diyordu" özetle, *Simulakrlar ve Simülasyon* kitabında. Dolayısıyla Tokyo'da aradıkları şey artık mevcut değildi. 1985'ten 2020'ye çok şey değışti. Japonya'daki vaziyet ise çok daha başka bir hale dönüşmüş durumda sanki. Family Romance şirketinin varlığı, **Elif Batuman**'ın makalesindeki insanlık portreleri ve **Herzog**'un filmindeki yalnızlık hallerini gözler önüne seriyor. Üstelik insanlar sadece yalnızlıklarını gidermeye çalışmıyorlar aynı zamanda sentetik mutluluk anlarına da muhtaçlar. Gerçeklik çoğu zaman bizim inşa ettiğimiz ve ona körü körüne bağlandığımız bir şey. Netice itibariyle saf gerçeklik ve hakikat bizi rahatsız edebilir. Dolayısıyla bağlandığımız yapay gerçeklikte mutluluk arıyor olmamız da bu krizin bir uzantısı belki de...

İnsanlara hizmet veren robot oteller, akvaryumda yüzen robot balıklar, dublör anne, baba sevgililer; tüm bunlar derin bir yalnızlığın yansıması. Lakin bana kalırsa bu durumu sadece Japonya üzerinden okumak eksik bir analiz sunar. Sosyal medyanın etkisiyle tekil yalnızlıklara büründüğümüz bu dönemde 21. Yüzyılın cidden yalnızlıklar çağı mı olduğu üzerine düşünmek gerekiyor belki de...

* Bu yazı 11 Temmuz 2020 tarihinde Gazete DuvaR'da çevrimiçi yayımlanan "[Werner Herzog'tan Sahte Mutluluklar Şirketi](#)" isimli yazının genişletilmiş halidir.

Kaynaklar

- Batuman, E. (2018) *Japan's Rent-A-Family Industry* (The New Yorker, 23 Nisan [\[baęlantı\]](#))
- Goffman, E. (2014) *Gündelik Hayatta Benliğin Sunumu* (Çev. Cezar, B.) İstanbul, Metis Yayınları.
- Goffman, E. (2018) *Karşılaşmalar: Etkileşim Sosyolojisinde İki Çalışma* (Çev. Çalcı, S.). Ankara, Heretik Yayınları.