

T.C
MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE ANABİLİM DALI

**NESNENİN ÖZNEYİ “BAŞTAN ÇIKARMA” HALLERİ:
BAUDRİLLARD AÇISINDAN BİR İNCELEME**

Yüksek Lisans Tezi

İdris KILIÇ

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Yunus CENGİZ

Mardin 2019

T.C.
MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

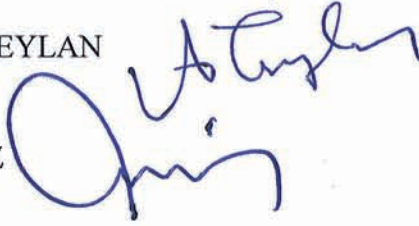
TEZ ONAYI

Enstitümüz Felsefe Anabilim Dalı 17755004 numaralı öğrencisi İdris KILIÇ'ın hazırladığı “Nesnenin Özneyi “Baştan Çıkarma” Halleri: Baudrillard Açısından Bir **İnceleme**” başlıklı yüksek lisans tezi ile ilgili Tez Savunma Sınavı, Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 24/06/2019 Pazartesi günü saat 15:00'te yapılmış, tezin onayına oy çokluğu/oybirliğiyle karar verilmiştir.

Üye : Prof. Dr. Gürbüz DENİZ



Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ahmet CEYLAN



Danışman : Doç. Dr. Yunus CENGİZ



ONAY:

Bu tezin kabulü, Enstitü Yönetim Kurulu'nun/...../2019 tarih ve/..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

...../...../2019

Enstitü Müdürü

Doç. Dr. Ömer BOZKURT

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
KISALTMALAR LİSTESİ	iii
ÖNSÖZ	iv
GİRİŞ	1
Çalışmanın Konusu, Amacı ve Önemi	1
Literatür Değerlendirmesi	4
Metodoloji	8
Kavramsal Analiz	10
1. BAŞTAN ÇIKARMANIN ZİHİNSEL HALLERİ	17
1.1. İmlenemeyen İmge	17
1.2. Ayartma Çemberinde Arzu.....	36
1.3. Nedenselliğe Hapsedilen Akıl	54
1.4. İstencin Hayaleti.....	70
2. BAŞTAN ÇIKARMANIN TOPLUMSAL KOŞULLARI	85
2.1. Sınır Çizilemeyen Moda.....	86
2.2. Oyuncul Mekânlar Olarak Kitle İletişim Araçları.....	101
2.3. Masalımsı İmge Üretimi Olarak Reklam	114
2.4. Kitle: Toplumsalın Sonu	131
SONUÇ	147
KAYNAKÇA	156
ÖZGEÇMİŞ	161

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Nesnenin Özneyi “Baştan Çıkarma” Halleri: Baudrillard Açısından Bir İnceleme

İdris KILIÇ
Mardin Artuklu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Felsefe Anabilim Dalı
2019: 161 Sayfa

İsteme süreci ve istemenin mahiyeti tarih boyunca hep özne ile ilişkilendirilmiş ve bu hak ona bahşedilmiştir. Baudrillard, öznenin iradesi ve arzuları üzerine kurulan bu isteme sürecine eleştirel bir şekilde yaklaşmış ve çağlar boyunca istemede araç görevi gören nesneyi işin içerisine katarak meseleye farklı bir pencereden yaklaşmıştır. Bu çalışma, nesnenin etkinliği ile başlayan süreçte, öznenin isteme sürecindeki edilgenliğini ve baştan çıkartılmasını Baudrillard’ın bakış açısıyla sorunsallaştırmaktadır.

Çalışmamız giriş ve iki bölümden oluşmaktadır. Girişte çalışmamızın metodolojisi belirtilmiş ve gerekli kavramların analizi yapılmıştır. Birinci bölümde baştan çıkarmaya neden olan imge, arzu, akıl ve istenç gibi zihinsel süreçler ele alınmıştır. Baudrillard, bu zihinsel etmenleri sadece özne ekseninde değil; nesneyi de olaya dâhil ederek işlemektedir. Bu nedenle akıl ve istenci belirsizlik ve rastlantı çerçevesinde soruşturmaktadır. Ayrıca imgenin gerçeklikten daha gerçek olma durumunu söz konusu etmektedir. Buna binaen arzunun konusunun öznenin kendi iradesinin etkinliği olarak değil, yapay imgeler kullanılarak oluşturulduğunu söylemektedir.

İkinci bölümde moda, reklam ve kitle iletişim araçları gibi toplumsal koşulların isteme sürecindeki etkisi ele alınmıştır. Baudrillard tüm bu koşulların birlikte imgeler üretmek suretiyle öznedeki arzular oluşturduğunu ve onu tüketime yönlendirdiğini söylemektedir. Böylece bu toplumsal koşullar öznedeki sürekli bir eksiklik yaratarak onun kendini kemale erdirmesini zorunlu kılmaktadır. Özne, kendisinde oluşturulan eksikliği yani arzuları hem giderme hem de kitleden geri kalmama adına devamlı olarak kendisine dayatılan şekilde onları gidermeye çalışmaktadır. Bunun nihayetinde özne, toplumsal koşulların imgelerle çekici kılıp dayattığı ve sürekli değiştirdiği tüketim nesnesini belirlenen şekilde edinerek baştan çıkmaktadır.

Anahtar Sözcükler: İsteme, hiper-gerçeklik, simülasyon, baştan çıkarma.

ABSTRACT

MASTERS THESIS

Object's States of "Seducing" the Subject: A Baudrillardian Analysis

İdris KILIÇ

Mardin Artuklu University

Institute of Social Sciences

Philosophy Department

2019: 161 Pages

The process and the essence of desiring has always been associated with the subject throughout history and the right to this act was granted to it. Baudrillard, critically approached this process of desiring based on the will and desires of the subject. He included the object in the process of requesting and approached from different a way. However it has accepted as a instrument of desiring in the course of the ages. This study problematizes the passivity and seduction of the subject in the process of activating the object with a Baudrillardian perspective.

This study consists of an introduction and two sections. In the introduction, the methodology of our study was stated and necessary concepts were analyzed. In the first chapter, mental processes such as image, desire, reason and will are investigated. Baudrillard deals with these mental factors not just with subject on the axis; but by included the object in process. Therefore, it investigates reason and will within the framework of uncertainty and coincidence. In addition, he draws on the issue of image being more real than reality. He says that the subject of desire is created not by the subject's own will's activity but by using artificial images.

In the second chapter, the effects of the social conditions such as fashion, advertising and mass media on the desiring processes are discussed. Baudrillard says that all these conditions create desires in the subject by producing images and directs it to consumption. Thus, these social conditions create a permanent deficiency in the subject and make it necessary for it to complete itself. The subject is trying to resolve them in the ways imposed on him in order not to fall behind the society and so as to fill the void created in it. At the end of this, the subject is seduced by acquiring the object of consumption which the social conditions make attractive by the images and which constantly change.

Key Words: Request, hyper-reality, simulation, seduction.

KISALTMALAR LİSTESİ

Çev. : Çeviren

s. : Sayfa

Ed. : Editör

SBE : Sosyal Bilimler Enstitüsü

FBE : Fen Bilimleri Enstitüsü

Bkz. : Bakınız

Yap. : Yapımcı

Yön. : Yönetmen

ÖNSÖZ

1950’li yıllardan sonra moda, reklam, kitle iletişim araçları ve kitle gibi tüketimi belirleyen toplumsal koşulların önceki dönemlere nazaran daha etkili olmaya başlamasıyla öznenin, hem tüketim alışkanlıklarında hem de isteme sürecinde önemli değişiklikler hâsıl olmaya başlamıştır. Zira toplumsal koşullar nesneyi, bir tüketim malzemesine çevirerek özneye dayatmakta ve onun istemesinin oluşmasını sağlayarak tercihlerinde söz sahibi olmaktadır. Böylece öznenin, iradesinin eseri olarak ortaya çıkan ve kendini gösteren bir isteme değil toplumsal koşulların tüketim nesnesine değer ve anlam biçmesiyle oluşturulan bir süreç karşımıza çıkmaktadır.

Baudrillard, bu koşulların etkisiyle beraber öznenin bir karar verici olarak istemeyi belirlemediğini, tam tersine sürecin nesne tarafından başlatıldığını betimlemeye çalışmıştır. Ona göre öznenin hayal, arzu, akıl ve istenç gibi zihinsel durumları moda, reklam, kitle iletişim araçları ve kitle tarafından simüle edilmekte ve harekete geçirilerek istemeyi yerine getirmektedir.

Böyle bir perspektiften hareketle isteme sürecinin, nesne tarafından başlatılarak öznedeki nasıl oluşturulduğunu anlaşılır kılmaya çalıştık. Bunu yaparken öznenin irade veya arzu sahibi olup olmadığını çalışmamıza konu etmedik. Zira Baudrillard bu meseleye bakarken bu kavramların toplumsal koşullardan ayrı olmadığı kanısını taşımaktadır. Bu nedenle biz Baudrillard’ın düşünceleriyle meseleye yaklaşarak moda, reklam ve kitle iletişim araçlarının özneyi nasıl harekete geçirdiğini ve aslında öznenin nasıl edilgen bir durumda olduğunu ortaya koymaya çalıştık.

Bütün çalışmam boyunca bana hem felsefeyi sevdiren hem de tezimin her aşamasında yanımda olup desteğini esirgemeyen değerli hocam Doç. Dr. Yunus CENGİZ’e en içten dileklerle teşekkür ederim. Zira kendisi ilmek ilmek dokuduğumuz bu çalışmamızda sabırla rehberlik yaparak beni cesaretlendirdi ve bana destek oldu. Ayrıca çalışmam boyunca bana yardımcı olan, katlanan ve onları ihmal edip çalışmayla geçirdiğim sürelerde bana hoşgörülle yaklaşan değerli eşim Mine KILIÇ’a ve kardeşlerime şükranlarımı sunuyorum.

İdris KILIÇ
Mardin-2019

GİRİŞ

Çalışmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Antik Yunan'dan beri insan, isteme süreci açısından özne olarak gösterilmiş, böylece eylem sürecinin belirleyicisi konumunda kabul edilmiştir. Öznenin iradesi ve istekleri üzerine kurulu bu isteme sürecinde nesne, istemede kayda değer bir biçimde etkili görülmemiştir. Daha çok bir araç muamelesi gören nesne, öznenin irade ve arzusunun yöneltildiği bir durum olarak kabul edilmiştir. Bu dönem açısından isteme, öznenin tekelinde olan, onun zihinsel durumlarıyla ilişkili olan ve arzularının tezahüründen başka bir şeyi konu edinmeyen zihinsel bir süreç olarak tasavvur edilmiştir.

Bu bakış açısı şüphesiz erken modern dönemde de etkisini devam ettirmiştir. Hatta belki de daha vurgulu bir şekilde öznenin irade özgürlüğü ön plana çıkartılmıştır. Nitekim isteme sürecinin özne ile ilişkilendirilmesinin erken modern dönemdeki en güçlü savunucularından biri olan Descartes'ta öznenin iradesi en güçlü biçimde savunulmuştur. Descartes, insanda bir şeyi yapma ya da yapmama kabul ve red etme gibi iradi yetilerin olduğunu çok güçlü bir biçimde vurgulamıştır. Buna göre, Tanrı tarafından insana bahşedilen bu sınırsız güç, insanın irade sahibi olarak özgürce seçim yetisini ifade etmektedir.¹ Bu bağlamda meseleye baktığımızda insanın iradesini, isteme süreci ile ilişkilendirecek olursak, klasik dönem düşünürleri gibi Descartes'ın da bunu insanın özünde taşıdığını yani doğuştan getirdiğini savunduğunu görürüz. Ona göre insanın özgürlüğü ve bununla yapacağı seçimler, insanda zaten doğuştan getirilen ve var olan şeylerdir. İnsan bu güçlü iradenin eseri olarak istediği gibi seçim yapar ve bunu uygular. Dolayısıyla bir nesne etkinliği veya nesnenin sürece etkisi söz konusu dâhi olamaz. Çünkü iradeyi kullanan özne, sürecin hâkimidir.

Geç modern dönemde ise insanın doğasına ve iradesine ilişkin düşünceler farklılaştıysa da özgürlüğe yapılan vurgu pek değişmemiştir. Nitekim varoluşçular, Descartes'tan farklı olarak insanın başlangıçta bir özünün olduğunu kabul etmeseler

¹ René Descartes, *Meditasyonlar*, Çev. İsmet Birkan, BilgeSu Yayınları, Ankara, 2007, s. 50; René Descartes, *Yöntem Üzerine Konuşma*, Çev. Afşar Timuçin, Bulut Yayınları, İstanbul, 2006, s. 45.

de öznenin seçim yapma iradesini etkili bir biçimde vurgulamışlardır.² Hatta insanın bu yönünden dolayı kendisine ve topluma karşı sorumlu olduğunu ve özünü yaratabileceğini dile getirmişlerdir. Bu dönemde varoluşçu bağlamda genişçe bir literatür de oluşmuştur. Varoluşçular Descartes'tan farklı olarak öznenin seçme etkinliğini toplumsal koşullardan ayrı görmemişlerdir. Nitekim kendi eserlerinde teknolojinin, bilimin, tarihin ve siyasetin seçim edimi üzerindeki etkisini irdelemişlerdir. Ne var ki özneyi saran bu koşullarla birlikte yine de insanın özgür olduğunu ve seçimini kuşatan bu koşulları iradesiyle bertaraf edebileceğini emin bir şekilde savunmuşlardır.³

İnsanın özgür seçiminden emin olan bu yaklaşım 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra ciddi bir şekilde terk edilmeye başlanmıştır. Nitekim özcü bakış açısını temelden tüm varlıklar açısından reddeden Foucault, Deleuze ve Baudrillard; insanın eylemlerinin insanın doğası temelinde değil, içerisinde bulunulan koşullarda ele alınabileceğini ve özgürlüğünden o kadar emin olunamayacağını dillendirmişlerdir. Böylece insanın bir irade sahibi olarak tercih eden değil, içerisinde bulunulan toplumsal koşullarda özgür bir şekilde seçim yapabilme durumunun mümkün olup olmadığını sorunsallaştırmışlardır. Böyle bir bakış açısıyla meseleye yaklaşan bu düşünürler insanın mevcut koşullarda irade ve seçim durumunun birçok şeyle ilişkiselliğini mevzu bahis etmişlerdir.

Moda, reklam, kitle iletişim araçları ve kitle gibi pek çok bileşeni ele alan ve bunların oluşturduğu etkileşim ağının, insanın istemleri üzerindeki belirleyici etkisine yoğunlaşan Baudrillard, klasik dönemde insanın kendi koşulları açısından özgür olup olmadığını ya da bir irade sonucunda isteme etkinliğini gerçekleştirip gerçekleştirmediğiyle ilgilenmemiştir. Ancak öznenin mevcut koşullar açısından isteme sürecinde rol oynayan bu ağdan kendisini kurtarmasını pek mümkün görmemiştir.⁴ Çünkü tüketim toplumu açısından konuya baktığımızda kitlenin belirlediği anlamsal yüklemelerle öznelerin yönelimi harekete geçmektedir. Başka bir ifade ile insanlar nesnelere karşısında moda, reklam ve kitle iletişim araçları gibi

² Jean-Paul Sartre, *Varoluşçuluk*, Çev. Asım Bezirci, Say Yayınları, İstanbul, 2017.

³ Sartre, *Varoluşçuluk*, s. 54.

⁴ Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2016.

toplumsal aktörlerin oluşturduğu ağ içerisinde nesne tarafından baştan çıkarılmaktadır.⁵ Böylece algı, arzu, akıl ve iradeden oluşan, Antik Yunan'dan beri irdelenen isteme süreci Baudrillard tarafından tersinerek nesneden özneye doğru gerçekleşen bir süreç olarak kabul edilmiştir.

İsteme sürecinin klasik ve modern düşüncenin savunduğu gibi öznenin başlamadığını iddia eden Baudrillard, meseleye nesne cephesinden bakılmasının süreci daha anlaşılır kılacağını düşünmektedir. Zira öznenin iddia edildiği gibi güçlü iradesi ve arzularının tezahür ettiği bir istemenin günümüzdeki koşullarda mümkün olmadığını ifade etmektedir. Çünkü bulunulan koşullar, öznenin irade edimini kullanmasına ya da ona ihtiyaç duymasına olanak tanımamaktadır. Hatta belki de insana biçilen irade özgürlüğü başından beri hep abartılmıştır. Hele ki istemenin özne ile ilişkilendirilmesi ve nesnenin süreçte yadsınması, aslında meseleye özne lehine yaklaşımdan başka bir anlam ifade etmemektedir. Özne, bir irade öznesi olarak her şeyi kendiyle ilişkilendirmiş, böylece kendi tarihini oluşturabilmiştir.⁶ Oysa bu durumu öznenin kendini yanıltması olarak gören Baudrillard açısından isteme, nesneden başlamaktadır. Buna göre meseleye nesne açısından baktığımız zaman, süreç daha farklı bir boyuta kavuşmaktadır. Zira isteme sürecine nesne tarafından yaklaşırsa Baudrillard'a göre, seçim iradesinin özne ile özdeşleştirildiği bir süreç anlaşılacaktır. Tam tersine öznenin nasıl nesne tarafından arzulanıp ayartıldığı ve nihayetinde baştan çıkartıldığı görülecektir.⁷ Bu nedenle öznenin, kendisini irade sahibi olarak görmesini aldatma olarak değerlendiren Baudrillard; kendine tarih oluşturan öznenin, kendini rahatlatma adına bütün bu eylemleri yerine getirdiğini ima etmektedir. Zira toplumsal koşullar hesaba katılmadan öznenin etkin olduğu düşüncesine başvurmak, kitlenin belirlenimlerinin egemen olduğu tüketim toplumunda işe yaramayacaktır.

Baudrillard, bu süreci, nesnenin özneyi baştan çıkarması olarak ifade etmektedir. Biz de bu çalışmayla Baudrillard açısından isteme sürecinin özne tarafından değil nesne tarafından başladığını ortaya koymaya çalışacağız. Bunu

⁵ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, s. 217.

⁶ Jean Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2010, s. 144.

⁷ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 145.

yaparken istemeyi oluşturan imge, arzu, akıl ve istenç gibi zihinsel durumların nesne ve içerisinde bulunduğu ağ tarafından özneyi baştan çıkarttığını irdeleyeceğiz. Aynı zamanda yaptığımız incelemenin daha anlaşılır olması için söz konusu edilen zihinsel durumların toplumsal tabakada kendilerini dışa vurma şekillerini moda, reklam, kitle iletişim araçları ve kitle çerçevesinde sorunsallaştıracamız. Böylelikle öznedeki oluşum isteme hâllerinin toplumsal koşullardan bağımsız olmadığını, hatta bu koşullar tarafından nesne kullanılarak öznenin istemeye itildiğini görünür kılacağız.

Düşünce tarihinin genelde özne eksenli olarak irade sürecini tahlil ettiğini düşünürsek, baştan çıkarma ekseninde hazırlanan ve nesnelere sisteminin hayatımız üzerindeki etkisini ele alan çalışmaların tüketim toplumunu düşünmeyi ciddiye alan araştırmacılara farklı bir yaklaşım kazandıracasını bekleyebiliriz. Çünkü Baudrillard bir taraftan aşağı yukarı tüm zihinsel durumları izah ederken diğer taraftan ise sinema, sanat ve mimariden tutun da müziğe kadar tüketim toplumunun neredeyse tüm yönlerini eserlerinde ele alabilmiş bir kişidir. “Baştan çıkarma” ekseninde plânlanan bir çalışma tüm bu hususlara doğrudan ya da dolaylı olarak temas edebilecek durumdadır. Bu sebeple baştan çıkarma çerçevesinde oluşturulan bu çalışmanın Baudrillard’ın düşüncelerinin açıklığa kavuşmasına ciddi bir katkı sağlayacağını düşünmekteyiz.

Literatür Değerlendirmesi

Baudrillard düşüncesi üzerine hatırı sayılır sayıda eserin hazırlandığını görmekle beraber, yapılan çalışmalarda genelde Baudrillard’ın simülasyon kuramı ve felsefesinin epistemolojik temellendirme çabalarının, toplumsal çözümlemelerin, medyanın, kitle iletişim araçlarının ve mimarinin konu edinildiğini söylemek mümkündür.⁸ Bununla birlikte onun felsefi olarak nerede durduğunu gösteren ve kullandığı kavramları daha anlaşılır kılmaya yardımcı eserler de söz konusudur. Nitekim Kim Toffoletti’nin *Yeni Bir Bakışla Baudrillard*⁹ eseri Baudrillard’ın

⁸ Özlem Yumrukuz, *Jean Baudrillard’ın Simülasyon Kuramı Çerçevesinde Türkiye’de Medya İncelemesi(2010-2012)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi SBE, İstanbul, 2015; Yavuz Küçükalkan, *Platon ve Baudrillard’da Gerçeklik Sorununun Medya Bağlamında Değerlendirilmesi(Truman Show Filmi Örneği)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi SBE, Erzurum, 2010; Hasan Basri Kartal, *Jean Baudrillard’ın Simülasyon Teoreminin Çağdaş Mimarlık Örneklerinin İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi FBE, İstanbul, 2013.

⁹ Kim Toffoletti, *Yeni Bir Bakışla Baudrillard*, Çev. Yetkin Başak, Kolektif Kitap, İstanbul, 2014.

düşüncelerini yaşadığımız şartlarda somut örnekler üzerinden ele almaya çalışmaktadır. Toffoletti, Baudrillard'ın fikirlerini imaj, sanat, tüketim ve ekran temaları üzerinden irdelemektedir. Böylelikle yazar, Baudrillard'ın tezlerinin işleyişini, görsel alandaki güncel olaylara uygulayarak teorisini anlaşılır kılma gayretindedir. Yazarın deyimiyle, yeni bir çerçeve takılan resmin bakışımızı değiştirmesi gibi, Baudrillard'a farklı bir açıyla yaklaşmaya çalışmaktadır. Aynı şekilde Mike Gane, *Jean Baudrillard: Radikal Belirsizlik* isimli eserinde Baudrillard'ın eserlerinde geçen anahtar kavramları, fikirleri ve üslubunu eleştirel bir şekilde değerlendirerek belirgin bir çerçeveye oturtmaya çalışmaktadır.¹⁰ Yazar ayrıca Baudrillard'ın teorilerini günlük hayata daha çok dokunan teknoloji, cinsiyet ilişkileri, sanat ve fotoğrafçılık gibi alanlarda çözümlenmeye çalışarak yapılabiliğini sorgulamaktadır. En nihayetinde yazar, Baudrillard'ın düşünme şeklini ve felsefi tarzını ortaya koyma gayesindedir.

Türkiye'de de Baudrillard üzerinde pek çok çalışma yapılmaktadır. Burada şüphesiz Oğuz Adanır'a ayrı bir parantez açmamız icap eder. Zira bizzat Baudrillard ile tanışıklığı da olan Adanır, Baudrillard'ın eserlerinin Türkçeye kazandırılmasında ve felsefesini oluşturan kavramlarının anlaşılmasında önemli rol oynamıştır. Adanır, Baudrillard'ın üzerine yeteri kadar çalışılmadığı ve eserler üretilmediğinden yakınsa da kendisi, bu eksikliğin giderilmesi ve yazarın tanınıp anlaşılması adına çalışmalar yapmıştır. Birçok eserinde¹¹ Baudrillard'ı işleyen ya da onun konu olmasını sağlayan Adanır'ı böylece hatırlatmış olalım. Bunun dışında Mehmet Güzel, *Post Modern Dönemde Epistemolojik Hakikat Örneği: Baudrillard Örneği*¹² isimli çalışmasında gerçek ve hakikatin, simülasyon kuramı ile birlikte hiper-gerçekleşmesini izah etmektedir. Bu çalışmada, epistemolojik olarak hakikatin ortadan kaybolması ve imgelerin boyutlar eklenmesi ile gerçeğinde simüle edildiği ve yeni durumdaki hiper-gerçeğin, üretilen bir yapaylık olarak hemen her alanda daha etkili olduğu izah edilmektedir. “Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı ve Küresel (Evrensel) İnsanın

¹⁰ Mike Gane, *Jean Baudrillard: Radikal Belirsizlik*, Çev. Ali Utku ve Serhat Toker, De Ki Basım Yayınları, Ankara, 2008.

¹¹ Oğuz Adanır, *Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleyişiler*, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 2004; Oğuz Adanır, *Baudrillard*, Say Yayınları, İstanbul, 2010.

¹² Mehmet Güzel, *Post Modern Dönemde Epistemolojik Hakikat Örneği: Baudrillard Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi SBE, Bursa, 2014.

Çıkmazları”¹³ isimli makaleyi hazırlayan Ayşe Cengiz ise Batı kültürünün eseri olan tüketim toplumunu, medya ve kitle iletişim araçları üzerinden simülasyon ve hiper-gerçeklik kavramları ile açıklamaktadır. Bu eserde özgürlük, medya ve kitle iletişim araçları etrafında ele alınmakta ayrıca bu koşullarla ilişkisi ve durumu sorgulanmaktadır.

Fahrettin Altun, *M. McLuhan ve J. Baudrillard’ın Medya Kuramlarının Karşılaştırmalı Çözümlemesi*¹⁴ isimli doktora çalışmasında McLuhan ve Baudrillard’ın medya kuramları arasındaki ilişkiyi, benzerlikleri ve farklılıkları ile bir bütün olarak düşünce şekilleri açısından ele almaktadır. Bu çalışmada kitle iletişim araçları ve kitlenin rolünü detaylı bir şekilde görmekteyiz. Yine başka bir çalışma olan *Jean Baudrillard’ın Simülasyon Kavramını Temellendirme Çalışmaları*¹⁵ isimli tezinde Ahmet Dağ, simülasyon kuramı ile Baudrillard’ın epistemolojisi ve felsefe dünyasındaki yerini saptamaya çalışmaktadır. Yazar; modern toplumun doğuşunu, hiper-gerçeklik ve sanallaşma ile yerini kitleye bıraktığını, bunun oluşmasında şüphesiz teknolojinin önemli bir işleve sahip olduğunu vurgulamaktadır. Buradan hareketle Baudrillard’ın simülasyon kuramını merkeze alarak felsefesini anlaşılır kılma gayretindedir. Baudrillard’ın düşüncesini anlaşılır kılma adına simülasyon, ayartma, simülakr ve simgesel değiş-tokuş gibi kavramları açıklayan yazar “baştan çıkarma” kavramını merkeze almamıştır. Biz bu çalışmadan farklı olarak baştan çıkarmayı merkeze alıp isteme sürecini anlaşılır kılmaya çalışacağız. Baudrillard üzerine yapılan başka bir çalışma olan İrem Uslu’nun *Mimari İmgenin Eleştirisi üzerine: Jean Nouvel aracılığıyla Jean Baudrillard’ı Okumak*¹⁶ isimli tez çalışmasında imgenin bir iletişim aracı olarak yapay ve hileli yapısının, mimarinin yapısını nasıl değiştirdiği izah edilmiştir. Buna göre çağdaş mimarinin anlaşılır kılınmasının yolu imgenin geldiği yerin kavranması ve anlaşılmasıdır.

¹³ Ayşe Cengiz, “Baudrillard’ın Simülasyon Kuramı ve Küresel(Evrensel) İnsanın Çıkmazları”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 21, İstanbul, 2005, s. 117-125.

¹⁴ Fahrettin Altun, *M. McLuhan ve J. Baudrillard’ın Medya Kuramlarının Karşılaştırmalı Çözümlemesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi SBE, İstanbul, 2006.

¹⁵ Ahmet Dağ, *Jean Baudrillard’ın Simülasyon Kavramını Temellendirme Çalışmaları*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul, 2009.

¹⁶ İrem Uslu, *Mimari İmgenin Eleştirisi Üzerine: Jean Nouvel Aracılığıyla Jean Baudrillard’ı Okumak*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Orta Doğu Teknik Üniversitesi FBE, Ankara, 2011.

Baudrillard üzerine yapılan bu hatırı sayılır sayıda çalışmada simülasyon kuramını, gerçeklik-hiper gerçeklik ilişkisini, moda, medya ve kitle iletişim araçlarının özneyi yönlendirmede nasıl rol oynadığını vurgulu bir şekilde görmekteyiz. Fakat yapay olarak üretilip özneyi yönlendiren imgeyi görmemizle beraber, imgenin zihinsel durumlar temelinde arzu, akıl ve istenç ilişkisinin istemedeki rolü irdelenmemiştir. Aynı şekilde kitle, moda, reklam, kitle iletişim araçları ve medyanın çalışmalarda ayrı ayrı işlendiğini görmekle beraber, bu toplumsal koşulların zihinsel durumlara etkisi ve dolayısıyla istemedeki yerinin yapılan çalışmalarda yeterince ele alınmadığını anlamaktayız. Bütün bunlarla beraber bizim çalışmamız, bu çalışmalardan farklı olarak tüketim nesnesinin, toplumsal koşulları kullanarak öznenin zihinsel durumlarını harekete geçirme ve yönelimlerinde söz sahibi olarak onu etkileyip baştan çıkartması sürecini görünür kılmaya çalışmaktadır.

Doğrudan “baştan çıkarma” üzerine yapılan ve bizzat baştan çıkarmayı başlığa çıkararak çalışma da vardır. Baudrillard *Baştan Çıkarma Üzerine* isimli eserinde baştan çıkarmanın üretim, cinsellik ve dişi-erkek ile ilişkisini detaylı bir şekilde ele almaktadır. Yazar aynı zamanda Kierkegaard’ın *Baştan Çıkarıcının Günlüğü*¹⁷ eserinde geçen kadın-erkek ilişkisini de tahlil etmektedir. Buna göre Kierkegaard baştan çıkarmayı nişanlılık ve evlilik gibi durumlar üzerinden irdeler. Nihayetinde baştan çıkarma Kierkegaard’da estetik bir aşama olarak arzu, zevk ve eğlence aşamasıdır. Oysa Baudrillard baştan çıkarmanın bu kadar masum olmadığını, aşk ve arzu üzerinden izah edilecek kadar kolay olmadığını iddia etmektedir. Zira baştan çıkarma, Baudrillard’a göre tersinme özelliği sayesinde özünde oyun ve meydan okuma barındırmaktadır. Tersinme özelliği ile kastedilen gösteren-gösterilen ve neden-sonuç ilişkisinin yer değiştirebilmesidir. Bu nedenle baştan çıkarma kışkırtıcı, ani ve yoldan çıkarıcıdır. Dolayısıyla böyle bir tasavvurda baştan çıkarma; estetik alanda görülebilecek eğlence ya da zevk aşaması değil, dünyanın ve kötülüğün stratejisi olarak her şeyi oyuna çevirip anlam biçen veya yok etme kabiliyetini taşıyıp hakikati yok eden bir oyundur.

¹⁷ Søren Kierkegaard, *Baştan Çıkarıcının Günlüğü*, Çev. Süha Sertabioğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2010.

Baştan çıkarmayı başlığa taşıyan başka bir çalışma olarak, “Kierkegaard’dan Baudrillard’a Baştan Çıkarma”¹⁸ makalesinde Ufuk Bircan baştan çıkarmayı, Kierkegaard ve Baudrillard açısından izah etmeye çalışmaktadır. Bu makalede “baştan çıkarma” kavramı hem tarihsel bir sorgulamaya tabi tutulmuş hem de Kierkegaard, Tolstoy ve Baudrillard gibi düşünürler açısından ne anlama geldiği izah edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışma, “baştan çıkarma” kavramını okuyucuların zihninde somutlaştırmaya çalışmakta ve baştan çıkarmanın zihinsel durumlarla ilişkisini makale imkânlarının sınırlılığı içerisinde ortaya koymaktadır. Çalışmamızın söz konusu olan anlayışla, Baudrillard açısından isteme sürecinin nesneden başlamasını ve öznenin baştan çıkarılması meselesine katkı sunacağını düşünmekteyiz.

Metodoloji

İsteme sürecine dair Baudrillard’ın düşüncesini ortaya koyarken onun post-yapısalcı bir yaklaşımın içerisinde olduğunu hesaba katmak gerekir. Dolayısıyla her ne kadar Baudrillard açıkça belirtmese de onun baştan çıkarmaya dair düşünceleri, nesneyi temel/asıl kabul ettiği anlamına gelmez. Aslında o, bu düşünceleriyle başından beri özneye tanınan ayrıcalığı ve asıl olma rolünü, yerinden etmek istemektedir. Çünkü post-yapısalcı yaklaşım açısından Batı düşünce geleneği, temeller üzerine kuruludur. Bu temel kimi zaman arkhe kimi zaman logos kimi zaman da öz gibi ya da başka unsurlarla ifade edilmiştir. Bunların yanı sıra Batı düşüncesi geleneğinde temelcilik töz-ilinek, iyi-kötü, beden-ruh gibi karşıtlıklarla ifade edilmiştir. Oysa post-yapısalcı yaklaşım kendi geleneklerindeki asılları yerinden etmek ve karşıtlıkları bertaraf etmek yönelimindedir. Nitekim Derrida, yapı-söküm yöntemini uygulayarak Platon’un idea kavramını yerinden ederek onun yerine belirsizliği ve temelsizliği ifade eden “khora”¹⁹ kavramını ön plana çıkarmış, Deleuze ise bizzat ideanın kendisinin içeriğini değiştirerek onu aktüel karakterden uzaklaştırıp virtüel/gücül biçime dönüştürmüştür. Buna benzer örnekleri post-yapısalcı literatür açısından arttırmak mümkündür. Her birisinde Deleuze’ün ifadesiyle kavramların, nesnelere ve genel anlamda her tür unsurun yersizleştirme ve

¹⁸ Ufuk Bircan, “Kierkegaard’dan Baudrillard’a Baştan Çıkarma”, *Karadeniz Dergisi*, Sayı 29, 2016, s. 60-82.

¹⁹ Jacques Derrida, *Khôra*, Çev. Didem Eryar, Kabcacı Yayınevi, İstanbul, 2008.

yurtsuzlaştırma etkinliğiyle karşı karşıyayız. Baudrillard açısından durum farklı değildir. Onun asıl eleştirileri, özneyi asıl olmaktan çıkartarak yersiz-yurtsuzlaştırmasını sağlamaktır. Yoksa nesnenin asıl olduğunu göstermek değildir. Ancak bu etkinliği, nesnenin içerisinde yer aldığı konumun sahiciliğini göstermek suretiyle yapmaktadır.

Öznenin Baudrillard açısından bu şekilde yerleştirilip yurtsuzlaştırılması onu yok etmemekte, aslında ona daha çok alan açmaktadır. Çünkü bu düşüncede, tüm fiziksel ve psikolojik unsurlarıyla tarihi süreçte ortaya konulmuş olan belirgin bilişsel harita aktüelliğini yitirerek ve sınırlanmış olmaktan kurtularak eylemin ufkunu sınırsızlığa vardırarak kadar olumsal-virtüel evrene çekmektedir. Dolayısıyla tarzları açısından farklılık arz etse de post-yapısalcıların uyguladıkları yapısöküm yaklaşımı Baudrillard için de geçerlidir. Nitekim Derrida'nın ve Deleuze'ün metinler ve kavramlar üzerinden yaptığı yapısökümü, Baudrillard tüketim toplumu üzerinden yapmıştır.

Post-yapısalcı düşünürlerin birinin diğerlerinin söylediklerini daha anlaşılır kılmaktan dolayı Baudrillard'ı tek başına ele almadık. Yeri geldiğinde Deleuze ve Bourdieu ile karşılaştıracğıız. Ancak açıkça söyleyelim ki Derrida daha çok metinler üzerinden düşünce ürettiğinden onu Baudrillard ile karşılaştırma fırsatını pek bulamadık. Bu çalışma boyunca Baudrillard'ın çalışmalarını, kendi eserlerini esas almakla birlikte onun düşünceleri üzerine yazılan eserleri de dikkate alacağız. Baudrillard, baştan çıkarma olayına aşağı yukarı tüm eserlerinde doğrudan ya da dolaylı bir şekilde yer vermektedir. O açıdan bu konuyu daha anlaşılır kılacağını düşündüğümüz belirli eserlerin isimlerini belirtmeye gereksinim duymuyoruz. Açıkça söylemek gerekirse Baudrillard tasımsal olarak ilerleyen gerekçelerini her zaman belirten, vardığı sonuçları açıkça paylaşan veya çözüm yolu üreten bir düşünür değildir. Hatta çoğu zaman kullandığı dilin aforizmatik, ironik ve edebi olduğunu bile söyleyebiliriz. Zira Baudrillard, birbiri ile çelişir gibi görünen düşünceleri dile getirirken çoğu zaman ironi yapmakta ve okuyucuyu ikilemde bırakmaktadır. Bu nedenle onun düşüncelerini belli kalıplar içerisinde okuyucunun önüne somut olarak koymak mümkün değildir. Biz bunu bir olumsuzluk olarak değil tam tersine olumsuzluk yaratan ve Baudrillard'ın metinlerinin imkânlarını açık kılan

bir fırsat olarak değerlendirdik. Bu nedenle çalışmamız boyunca Baudrillard'ın metinlerini anlamakta ya da ne demek istediğini tespit etmekte zorlanmış olabiliriz. Böyle durumlarda Baudrillard'ın farklı metinlerini bir arada değerlendirerek ve benzer bağlantılarda eser veren düşünürlerin söylediklerini dikkate alarak bu sorunun üstesinden gelmeye çalıştık.

Bunların yanında tezdeki bölümlerin birkaç kısmında çalışmamızı daha somutlaştıracasını düşündüğümüz için *Black Mirror* dizisi ve *Azınlık Raporu* başta olmak üzere sinema örneklerini tezin işlenen kısmında ve iddiamızla ilişkili olarak tahlil edeceğiz.

Tezimiz iki bölümden oluşacaktır. Birinci bölümde istemeyi oluşturan imge, arzu, akıl ve istenç gibi zihinsel durumları inceleyeceğiz. Böylece imgelerle çekici kılınan nesnenin, znede zihinsel hâlleri nasıl harekete geçirdiğini irdeleyeceğiz. Aynı zamanda isteme sürecinde öznenin arzularını harekete geçiren ve onu nedensellikten uzak tutan tüketim nesnesinin, özneyi nasıl ayartıp oyuna getirdiğini anlamaya çalışacağız. Nesnenin bütün bu etkinliğine rağmen öznenin, nasıl bir iradesi varmış gibi tercihe sürüklenip baştan çıkartıldığını görünür kılacağız.

İkinci bölümde ise zihinsel durumların oluşmasını sağlayan ve özneyi kuşatıp yönlendiren moda, reklam, kitle iletişim araçları ve kitle gibi toplumsal koşulları ayrı ayrı ele alarak işleyeceğiz. Zira bu koşulların öznenin tercihleri üzerinde nasıl etkili olup onu hâllere sevk ettiğini ve tercihe zorladığını irdeleyeceğiz. Tercihleri moda, reklam ve kitle iletişim tarafından tüketim nesnesi etkin kılınarak belirlenen öznenin, kitleden geri kalmama ve toplumsallığını sağlama adına nasıl kendi iradesiyymiş gibi belirleneni tükettiğini araştıracaağız. Nihayetinde nesnenin, toplumsal koşullar aracılığıyla imgeleri kullanarak znede arzuları nasıl oluşturduğunu ve onu baştan çıkarttığını izah etmeyi deneyeceğiz.

Kavramsal Analiz

İsteme süreci Baudrillard'a göre nesneden başlamakta ve özne, sürece sonradan dâhil olmaktadır. Öznenin sürece dâhil olması, şüphesiz baştan çıkarılmasını gerektiren hallerin söz konusu olması ve bu hallerin etkisiyle öznenin kendinden geçmesi şeklinde olmaktadır. İstemeye yönlendirilen özne, nesnenin etkin olduğu bu

sürecin sonunda tüketerek ve gösterileni alarak kendinden geçmektedir. Zira bu şekilde öznenin istemesi oluşturulmaktadır. Baudrillard bu baştan çıkarma sürecini bir takım kavramları kullanarak açık kılmaktadır. Özneyi baştan çıkarmaya götüren ve sürecin anlatımını basitleştiren kavramların başında “simülasyon” kuramı gelmektedir. Simülasyon olarak ifade edilen bu durum²⁰ gerçekten daha etkili bir şekilde insanı seçmeye yönlendirdiği için “hiper-gerçeklik” olarak da dile getirilmektedir.²¹ Bu düşüncede, gerçeklik bütünüyle yok olmaz. Simüle edilen gerçeklik, hiper-gerçek olarak üretilerek gerçekten daha etkili, daha vurucu ve daha büyüleyici olarak özneye dayatılmaktadır. “Simülakr” ise gerçeklik olarak algılatılmak istenen görünümdür.²² Simülasyon ve hiper-gerçeklik meselesini Baudrillard, Disneyland üzerinden somutlaştırmaktadır. Buna göre Disneyland’da Amerika’nın sahip olduğu tüm değerler minyatür bir şekilde çizgi film karakterleri tarafından sergilenmektedir.²³

Baudrillard Disneyland’ın sadece bir minyatürleşme olarak simülasyon olmadığını; çelişki ve güzellikleriyle, aslında Amerika’nın Disneyland’a benzediğini saklamaya çalıştığını dile getirmektedir. Böylece simülasyon olan Disneyland aslında bir gerçekliğin yeniden canlandırması değil tam tersine gerçeğin, gerçeğe benzemediğini gizleyerek gerçekliğin devamını sağlamaktadır.²⁴ Bu demektir ki simülasyondan kastedilen salt bir kurgu ve benzetim değil, ilişkili olduğu şeyin yokluğunu gizleyerek kendini gerçek ve hatta hiper-gerçek olarak konumlandırmadır. Çünkü simüle ettiği şeye ait izleri taşıyarak onun gerçekliğini ondan etkili olarak yerine getirmektedir. Disneyland ile sağlanan, Amerika’nın gerçek olmadığını simüle edilmesidir. Yani aslında gerçeğin gizlenmesidir. Tıpkı burayı ziyaret eden insanların çizgi film karakterleri üzerinden gösterilen modellerle çocuklaşmalarına izin verilerek, aslında çocuk olmadıklarına onları ikna etmek gibidir. Nihayetinde Disneyland, Amerika gerçekliğinin bir parçası iken aslında Amerika da hiper-gerçek

²⁰ Jean Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2001, s. 12.

²¹ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 12; Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 5.

²² Jean Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2016, s. 27.

²³ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 28.

²⁴ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 29.

Disneyland'ın bir parçasıdır.²⁵ Böylece modern sistemin oluşturduğu kitle iletişim ağının etkisiyle, gerçekliğin bir hayalet olarak sürdüğü düşünülmekte olup gerçekliğin ortadan kalkmasından sonra oluşan bu temsil ya da hayalete “kalıntı” denilmektedir.²⁶ Nesne tarafından imgeler kullanılarak özneye arzular oluşturulmakta; moda, reklam ve kitlenin belirlenimleri olarak özneye istetilmekte ve bu sürecin sonunda hiper-gerçek kılınan nesnelere, özneye tarafından tüketilmek suretiyle baştan çıkartılmaktadır.

Öznenin oyuna getirilmesi meselesine baktığımız zaman Baudrillard'a göre arzulayan bir özne değil, ayartan bir nesne söz konusu olmaktadır. “Ayartma”²⁷ ile kastedilen, nesnenin meydan okuyarak özneyi tuzağına düşürmesi ve onu etkilemesidir. Böylece öznenin arzusu yerine, nesnenin oyunlarına ve meydan okumasına isteyerek veya istemeyerek olumlu cevap veren özne, oyuna gelerek onun belirlediği şekilde süreçte var olmaktadır.²⁸ Nesnenin ayartma oyununa düşen özne, bu oyunu oynamak zorunda kalmakta ve nihayetinde kendisinden geçmek suretiyle baştan çıkartılmış olmaktadır.

Bourdieu'nün ifadesiyle söyleyecek olursak bu ayartma sürecinin sonunda özne, “illusio”²⁹ olmaktadır. Buna göre özne, kendi sermayesine ve kazanıp kaybedeceği şeylere göre diğer öznelerle bir oyuna dâhil olmakta ve karşı karşıya gelmektedir. Oyuna katılan her öznenin kazancı Bourdieu'ye göre oyunda işgal edilen yere ve özneyi o konuma getiren şeye göre değişir.³⁰ Oyuna katılan öznelerin meydan okuması, sermayesine göre yani kazanıp kaybedecekleri şeylere bağlıdır ve süreç buna göre ilerler. Oyuncular farklı alanlarda değerleri değişen ve oynanan oyuna göre değeri artıp-azalan kozlara sahiptir. Öznenin sermayesini oluşturan ve özgül ağırlıkları alanlara göre farklılık gösteren bu kozlar, tıpkı kumardaki jetonlara

²⁵ Gane, *Jean Baudrillard: Radikal Belirsizlik*, s. 69.

²⁶ Jean Baudrillard, *Üretimin Aynası*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2013, s. 20.

²⁷ Bkz. Caner Taslaman ve Hümeysra Okuyan, “Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramında Ayartma Kavramı”, *Uluslararası Din&Felsefe Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, İstanbul, Haziran 2018, s. 29-45.

²⁸ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 144.

²⁹ Pierre Bourdieu ve Loic Wacquant, *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, Çev. Nazlı Ökten, İletişim Yayınları, İstanbul, 2014, s. 104.

³⁰ Bourdieu ve Wacquant, *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, s. 106.

benzemektedir.³¹ Özne kendisinde var olan sermaye ile riske girerek oyunun oynanabilir olduğunu düşünerek oyuna katılır. Bourdieu bu oyuna katılmayı ve yatırımı “illusio” olarak değerlendirmektedir.³² Dolayısıyla oyuna katılmayı bir yatırım olarak gören özne, sürece dâhil olup özneler arası bir mücadeleye girerek illusio olmaktadır. Böyle bir tasavvurda “illusio”; Baudrillard’ın nesnenin, özneye meydan okuması ve akabinde öznenin bu meydan okumanın tuzağına düşerek sürece katılması yani “ayartma” ile benzerlik göstermektedir. Zira özne, nesne tarafından yapılan meydan okumaya tuzağa düşerek veya düşürülerek olumlu cevap vermiş olmakta ve böylece oyuna getirilmektedir.

Baştan çıkarma sürecinde nesne, toplumsal koşullar vasıtasıyla yan anlamlar yüklenip hiper-gerçek hale getirilerek özne için oluşturulan simülasyon sürecinde iş görmekte ve öznedeki hâller oluşmasını sağlayarak, meydan okumaya katılmasını ve nihayetinde onu kendinden geçirip etkileyerek baştan çıkartmaktadır. Baudrillard’a göre tersinemez olan bu baştan çıkarma süreci hileli bir süreçtir, zira üretilen her şeyi anlamsız hale getirmektedir. Çünkü simgeler evreniyle ilişkili olarak aslında anlam verilemeyen bir süreci barındırmakta ve özneyi bir şekilde etkileyerek ya da kendisinden kurtulmasını engelleyerek sonuca ulaşmaktadır. Bunu Baudrillard’ın ele aldığı bir hikâyeye somut kılmaya çalışalım. Hatta bunun akabinde Deleuze’ün bu kavrama yaklaşımını ve iki düşünür arasındaki ilişkiyi açıklamamız, konunun zihinde canlandırılmasına olanak sağlayabilir.

Hikâyeye göre çocuk, periden isteklerde bulunur. Peri, çocuğun bu isteklerine koşul olarak, tilkinin kuyruğundaki kızılığını asla aklına getirmemesini şart koşar. Çocuk bu şartı kolay bulur ve kabul eder. Zira ona göre tilkinin kuyruğundaki kızılık çok anlamsız ve kolay bir şarttır. Fakat çocuk, perinin yanından ayrıldıktan sonra tilkinin kuyruğundaki kızılığını aklından atamaz. Bu inatçı görüntü olmadan tek bir an bile geçiremez. Kurtulmak için çabaladıkça daha çok maruz kalır. İstekleri bir yana yaşama sevincini de kaybeder. Belki ölürken bile bu düşünceden kendisini kurtaramamıştır. Baudrillard burada gösterensiz gösterenin gücüne dikkat çekmektedir. Buna göre peri, kötü niyetliydi zira anlamın boş bıraktığı yerin, zihni

³¹ Bourdieu ve Wacquant, *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, s. 83.

³² Bourdieu ve Wacquant, *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, s. 82.

büyülediğini çok iyi biliyordu.³³ Çocuğa başlangıçta kolay gelen perinin şartı onun peşini bırakmamıştır. Zira baştan çıkarma, hareketli ve anlamsızlığı dayatarak onu etkilemiştir. O kadar etkili olmuştur ki çocuk her yerde ve şekilde onunla karşılaşmıştır. Çünkü tilkinin kuyruğundaki kızılık bir dayanaktan yoksun olarak kendi anlamını dayatmış ve aklından çıkaramayacağı bir anlamsızlık üreterek çocuğun bunun önüne geçmesini engellemiştir. Baudrillard bu örnekte çocuğun, anlamsız bir gösteren ile baştan çıkartıldığını ifade etmektedir. Tüketim toplumunda, kitle iletişim araçları kullanılarak gösterilen imgeler de tıpkı bu kızılık gibi gösterenden yoksun olarak özneye dayatılmaktadır. Özneyi etkileyen bu imgeler özneye arzuları harekete geçirmekte ve onu etkileyebilmektedir. Özneye gidereceğinsin kitleden gelen bu mesajlara maruz kalmakta; kurtulmaya çalıştıkça mesajlar başka bir biçimde kendini dayatarak öznenin baştan çıkmasını sağlamaktadır.

Baudrillard'daki baştan çıkarma kavramı ile Deleuze'ün "sapkınlık"³⁴ kavramı öznenin etkilenmesi olarak birbiriyle benzerlik göstermektedir. Deleuze ve Guattari sapkınlığı yerli-yurtlulaşma olarak görmektedir.³⁵ Yani birey, bir şeye anlam verirken onunla çeşitli açılardan bağ kurar ve artık onu kendisi için onu yerli-yurtlu kılmaktadır. Ian Buchanan *Deleuze ve Guattari'nin Anti-Ödipus'u* eserinde "saplantı" kavramını bir hikâye üzerinden anlaşılır kılmaya çalışmaktadır.³⁶ Altmışlı yaşlardaki yorgun özgürlükçü Ruben Olivier, boş odasını kiralayan kıza âşık olur. Kadın onunla yatmama karşılığında onu seveceğini söyler. Yine de adamın kendisini çıplakken görmesine izin verir ve adam, çıplak gördüğü kadının göbeğindeki piercingten büyülenir. Kadın, adama sakladığı sürece her şeyin çok iyi olacağını söyleyerek piercingi adama verir. Adam piercingi kaybeder ve her ne kadar bu nedenle de olmasa da ilişkileri kötüye gider ve ayrılırlar. Kadın, adamı terk etmez ve piercingi tekrar bulur fakat iyi olarak gideceğini söylediği şeyler iyi gitmez. Zira adamın dünyası değişmiştir ve adam uzun süredir kendini tecrit ettiği evinin dışında

³³ Jean Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, Çev. Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2014, s. 94.

³⁴ Gilles Deleuze ve Félix Guattari, *Anti-Ödipus Kapitalizm ve Şizofreni 1*, Çev. Fahrettin Ege, Hakan Erdoğan ve Mustafa Yiğitalp, Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara, 2014, s. 203.

³⁵ Eugene W. Holland, *Deleuze ve Guattari'nin Anti-Oedipus'u: Şizoanalize Giriş*, Çev. Ali Utku ve Mukadder Erkan, Otonom Yayıncılık, İstanbul, 2013, s. 175.

³⁶ Ian Buchanan, *Deleuze ve Guattari'nin Anti-Ödipus'u Okuyucu Rehberi*, Çev. Fahrettin Ege ve Hakan Erdoğan, Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara, 2014, s. 174.

neler olup bittiğini arzular.³⁷ Buchanan'a göre adam ve kadının ayrılmasının sebebi aslında ilişkilerinin bir düşkünlükten doğmasıdır. Buna göre kadının bir baba figürüne; adamın ise ölmüş karısıyla ikinci bir şansa ihtiyacı vardır. Bu durum da onların arzularını birbirlerinin üzerinde yerli-yurtlu yapmasını sağlamıştır. Zira adam, kadından sonra hem kendisini terk edilmiş bir çölde yalnız görmekte hem de çölde yalnız olmadığını gösterip uğuldayan şeyin piercing olduğunu söyler.³⁸

Deleuze'ün düşüncesinde, adamın piercinge her şeyi bağlaması ve onu görüp büyülenmesi sapkınlıktır. Çünkü özne açısından, ne anlama geldiği sorusunun mümkün olması yerli-yurtlulaştırmayı da beraberinde getirmektedir.³⁹ Yersiz-yurtsuzlaştırmadan kastedilen Deleuzeyen bir ifade ile anlamsal değer biçilen şeyin bağlamından koparılarak bir çöle bırakılmasıdır. Yani öznedeki hâsıl olan ve temele oturtulan düşüncenin bağlamından koparılarak ve başıboş bir şekilde belirsizliğe itilmesidir. Yersiz-yurtsuz hale getirilen arzu yeniden yerli-yurtlulaşmaya çalışılarak arzu üretimi yeniden sürdürülmeye çalışılmaktadır. Hikâyede adam, bir nesneden yani piercingten etkilenmiş ve arzusunu ona yönelterek yerli-yurtlu yapmıştır. Başka bir ifade ile adamın büyülediği piercing onun kendi arzularını bir nesneye aktarıp kendine mal ederek yerli-yurtlu olmasını sağlamıştır. Fakat kaybetmesinin akabinde yani yersiz-yurtsuz olması sonrasında nesneyi bulması onu kendisi açısından ne anlama geliyor diye yeniden yerli-yurtlu yapmaya çalışmış ve bunu başaramayarak oraya takılıp kalmıştır. O açıdan nesnenin göstergesel değeri, adamın bir noktaya takılıp kalmasına ve saplanmasına sebep olmuştur. Yani adamın arzusu, nesnenin kaybolması ile yersiz-yurtsuzlaşmış fakat nesneye saplanıp kaldığı için yeniden arzuyu üretip yerli-yurtlu yapamamış, bunun yerine arzusunun izlerini taşıyan nesneye takılmıştır. Böylece kendisini bir çöle bırakılmış gibi görmekte fakat çöldeki anlamsızlıkta arzuya dair emareler de uğultu olarak kendini göstermektedir. Yunus Cengiz, sapkınlık için, üretici olan arzusunun kesintisinden sonra ortaya çıkan arzusunun simüle edilmesi adına bir noktaya yoğunlaşması tabirini kullanmaktadır.⁴⁰

³⁷ Buchanan, *Deleuze ve Guattari'nin Anti-Ödipus'u Okuyucu Rehberi*, s. 174-175.

³⁸ Buchanan, *Deleuze ve Guattari'nin Anti-Ödipus'u Okuyucu Rehberi*, s. 175.

³⁹ Holland, *Deleuze ve Guattari'nin Anti-Oedipus'u: Şizoanalize Giriş*, s. 176.

⁴⁰ Yunus Cengiz, "Yazı ve Bilinçdışı: Arzuya Olumsuzluk Katma", *Arzu Üretimi Yeni Sosyolojik Deneyimler*, Ed. İbrahim Yücedağ, Çizgi Yayınevi, Konya, 2019, s. 95.

Dolayısıyla hikâyedeki adam, büyülenmenin akabinde arzuyu sürdürme ve simüle etme adına bir nesneye saplanıp kalmıştır.

Baudrillard'ın düşüncesine göre meseleye yaklaşacak olursak adamın bu takıntısının donmuş bir meydan okuma olduğunu, dolayısıyla baştan çıkarma olmadığını görürüz. Çünkü baştan çıkarma saplantı gibi bir noktaya ya da şeye takılıp kalmaz, tam tersine hareketli ve canlıdır. Ona göre sapkınlık olan şey monoton ve ortaklaşa bir gösteriye dayanır.⁴¹ O açıdan adam, kızla beraber ortaklaşa bir işe girişmiş ve piercinge saplanıp kalmıştır. Oysa tilkinin kuyruğundaki kızılılık hareketli, anlamsız ve devamlı çocuğu meşgul etmekteydi. Bu sebeple çocuk her kurtulmaya çalıştığı zaman daha çok içine saplanmakta ve daha çok baştan çıkarıcıya maruz kalmaktaydı. Çocuğun aklından atamadığı ya da saplandığı şey anlamlı bir durumdan ibaret değildi. Bu nedenle olsa gerek Baudrillard baştan çıkarmanın tersinebilir ve gizli gerçekleştiğini iddia eder.⁴² Baudrillard'ın baştan çıkarmanın gizli gerçekleştiğini vurgulaması belki de Deleuze'ün, fantezileri bir grup edimi olarak görmesine de karşı çıkış olabilir. Zira baştan çıkarmada özne, hem karşılaştığı nesnenin kendisini baştan çıkarmasını beklemekte, hem de bunu kendi başına dilemektedir.

⁴¹ Baudrillard, *Baştan Çıkarma üzerine*, s. 158.

⁴² Baudrillard, *Baştan Çıkarma üzerine*, s. 158.

1. BAŞTAN ÇIKARMANIN ZİHİNSEL HALLERİ

Baştan çıkarma Baudrillard'ın eserlerinde daha çok tüketim toplumu temelinde ele alınıyorsa da öznenin başına gelen bu durumu, toplumsal koşullar açısından ele almadan önce zihinsel bir süreç olarak ele almak gerekmektedir. Zira bu sürecin meydana gelmesini sağlayan imge, arzu, düşünme ve istenç gibi zihinsel hâller bulunmaktadır. Baudrillard'ın düşündüğü anlamda imge, gerçeklik olarak bilinegelen alana ya da işleyişe ihtiyaç bırakmayacak şekilde zihinsel bir ağ oluşturmakta; arzu ise öznenin bu ağ içerisinde kolaylıkla ayartılmasını sağlamaktadır. Baudrillard, akli nedensel ilişkileri kuran bir etmen olarak değil, her şeyi belirsiz kılan ve kaotik bir yapı olarak görmektedir. Bu sebeple iradenin düzenli bir işleyişin sonucunda vuku bulmadığını, rastlantısallığın ördüğü ancak öznenin rasyonelize ettiği bir durum olarak anlamaktadır. Birbiri ile oldukça iç içe bir şekilde bulunan bu zihinsel durumların Baudrillard açısından yorumlanması için çalışmamızın bu bölümünde bunları ayrı ayrı ele almamız icap etmektedir.

1.1. İmlenemeyen İmge

Klasik dönemi düşündüğümüzde imge, kendi başına bir görünüm ve ipucu olarak bir anlamlandırma sürecinin içerisinde bulunmaktaydı. Gerçeklik veya hakikate işaret eden ve böylece gösteren rolünü alan imge günümüzde değişerek bir gösterilene dönüşmüştür. Dolayısıyla klasik dönemde imge, gerçekliğin bir görünümüken ve gerçeği imlerken günümüzde imleyen değil imlenen bir vaziyete gelmiş olmaktadır. Gösteren yerine gösterilene dönüşen imgenin, tüketim toplumunda işaret edilenin kendisi olması ile gösteren-gösterilen ilişkisi ortadan kalkmıştır. Böylece imgeler özne için bir işaret görevi görmemekte bunun yerine kendinden başka bir şeye ihtiyaç duymayacağı bir formda var olmaktadır. O açıdan özne, artık gerçeğe işaret eden gösteren rolündeki imge yerine, gerçekliği simüle eden ve ondan daha etkili olan imgelerle muhatap olmaktadır.⁴³ Çalışmamızın bu kısmında ele alacağımız imgenin gerçekle ilişkisini ve boyutlarını anlaşılır kılmayı deneyeceğiz. Bunun yanında saf imge ile tüketim toplumunda üretilen yapay imgenin

⁴³ Jean Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2015, s. 86.

farkını ortaya koyacağız. Nihayetinde üretilen imgenin haber ile ilişkisini Baudrillard açısından ortaya koyarak özneyi nasıl etkilediğini anlaşılır kılmaya çalışacağız.

Baudrillard imge konusunda, bir görünüm olarak mevcut dünyaya özgü bir illüzyonla sihirli ilişkisinin olduğunu söylemektedir. Buna göre bize gerçek veya gerçekten daha beter olanın varlığından emin olmanın mümkün olmadığını, bu nedenle de dünyanın gerçeklik ilkesinde olduğu gibi gerçeğe ihtiyacı kalmadığını dile getirmektedir.⁴⁴ Bu demektir ki saf imge çekiciliği özünde barındırmakta ve gerçekle sınırlı bir ilişki içerisinde yer almaktaydı. Yani ona işaret ederken özneyi büyüleyebilmekte ve gerçekle sihirli bir ilişki içerisinde gösteren olarak bulunmaktaydı. Oysa tüketim toplumunda geldiği nokta, gösteren rolünü bir kenara bırakması ve gerçeğe olan ihtiyacı ortadan kaldırması şeklindedir. İmge, gerçeğin ortadan kalkmasında şüphesiz hem gerçekten daha etkili olarak hem de ona ihtiyaç kalmayacak şekilde gösterilen rolünü yerine getirerek etkili olmaktadır. Fakat üretilen imge etkinliğini saf imgenin özünde taşıdığı çekicilikle yapmamakta, gösterilen olarak kendisini aldırarak etkili kılmaya çalışmaktadır. Zira imge, gerçeğin varlığı veya onun durumundan emin olmayı bize göstermemektedir. Dolayısıyla işaret edilen gerçekten emin olmak veya onun sorumluluğundan kurtulmak mümkün olmamaktaydı. Oysa mevcut şartlarda hiper-gerçek şekilde görülen imge, bir görünüme ihtiyaç duymadan kendisini dayatmaktadır.

Yapay olarak anında üretilen ve özneye tahakküm kurarak etkili olan imge, gerçekliğe ihtiyaç kalmayacak şekilde onun gereklerini yerine getirmekte ve bizi gerçek ile ilgili sıkıntılı olabilecek durumdan kurtarmaktadır. Bu nedenle özne, hem gerçeğe tanık olup onunla karşı karşıya gelmek yerine gerçekliğin imgelerle yeniden üretimini yeğlemekte hem de yapay olarak üretilen imgeler aracılığıyla gerçek ihtiyacını giderip üzerine uzun uzadıya düşünmeyi engellemektedir.⁴⁵ Özne, gerçeğin rahatsız edici sonuçları ve felaketlerini kısa bir süre sonra bambaşka içeriğe sahip başka görüntü ve imgeler ile geride bırakarak olaya takılıp üzerine uzun uzadıya düşünmekten kendisini alıkoymaktadır. Yani bir nevi imge, bir gerçeğe işaret etmeyerek aslında gerçekle ilgili olabilecek olumsuz, yük ve sorumluluk doğurucu

⁴⁴ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 86.

⁴⁵ Oğuz Adanır, "Teknolojik Gelişmeden Nesne Teknolojisine ya da Toplumsal Gelişme Nasıl Durakladı?", *Özne Dergisi*, Adana, Bahar 2011, s. 18.

sonuçların önüne geçmiş olmaktadır. Böyle bir tasavvurda imgenin gerçeklikten daha etkili olma işini özne açısından yerine getirdiği saptanabilir. Zira imge, işaret ettiği gerçek ve daha ötesine geçerek bir simülasyon olarak varlığını sürdürdüğü tüketim düzeninde, onun kendisinden başka bir şeye ihtiyaç duymayacağı bir biçimde var olarak özneyi etkilemeyi başarmaktadır.

İmgenin gerçek ile olan ilişkisi ve simülasyon sürecini daha anlaşılır kılmak için Claire Colebrook'un "*Giles Deleuze*" isimli eserinde Don DeLillo'nun romanına dayandırıp ele aldığı ahır örneğini incelemekte fayda görüyorum. Romanda, Amerika'da fotoğrafı en çok çekilen ahır ele alınmaktadır. Buna göre bu ahırın o kadar çok fotoğrafı çekilmiş ki ahır turistik bir mekân hâline gelmiştir. Böylece fotoğrafı çekilen şeyin somut gerçek olarak değil, ahırın tekrarlanan simülasyon aracılığıyla oluşan şey olduğu iddiası vardır.⁴⁶ Baudrillard'ın simülasyon kuramı çerçevesinde ele alındığı zaman ahır, bir kökenden yoksun olması nedeniyle tanımla örtüşmektedir. Ayrıca imgenin gerçekten daha etkili olması gibi, fotoğrafı çekilen ahır gerçekten daha etkili olarak hiper-gerçektir. Böyle bir tasavvurda ahır, gerçeğin ötesine geçerek bir hiper-gerçek olmuştur. Colebrook, Baudrillard'ın düşüncesiyle bakılacak olduğunda bu hadisenin acınası olacağını ifade etmektedir.⁴⁷ Baudrillard'a göre bu durum edimsel ahırlarla olan bağlamın kaybedildiği ve bunun yerine kopyanın egemen olduğu bir dünya düzeni anlamına gelmektedir.⁴⁸ Bu perspektifte ahırın kendisi artık söz konusu değildir. Kopyasının çoğaldığı bir ortamda üretilen etkinliğin gerçek olarak adlandırılması mümkün değildir. Bu nedenle içerisinde bulunduğumuz tüketim düzeni de her şeyi kopya ve sanal hâle getirerek öznenin simülasyonlara maruz kalmasını sağlamaktadır.

Baudrillard düşüncesiyle acınası olarak görülebilecek bu durumun aksine Deleuze, edimsel ve sanal arasındaki bu katı ayrıma karşı gerçeğin edimsel-sanal olduğunu iddia eder. Buna göre her türlü varlık zaten edimsel olarak bir imgeye denk gelmektedir.⁴⁹ Bu bağlamda ahır, zaten bir ahır fikrinden üretilmiştir. Dolayısıyla edimsel olanın sanaldan üretilmesi ve genel olarak bir ahır fikrine dayanması normal

⁴⁶ Claire Colebrook, *Giles Deleuze*, Çev. Cem Soydemir, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2013, s. 130.

⁴⁷ Colebrook, *Giles Deleuze*, s. 131.

⁴⁸ Colebrook, *Giles Deleuze*, s. 131.

⁴⁹ Colebrook, *Giles Deleuze*, s. 132.

bir şeydir. Ayrıca Deleuze edimsel olarak inşa edilen ahırın, algılanıp kavranması için genel ahır imgesine ihtiyaç duyduğunu ifade etmektedir. Bu pencereden bakıldığında yaşadığımız dünya da edimsel-sanaldır. Böylece varlıklar veya şeyler, kopya ve simülasyon süreçlerinde oraya çıkmaktadır.⁵⁰ Bu demektir ki her nesnenin gerçek olarak sahip olduğu güç, onun sanal olan durumunda da söz konusu olabilir. Zira nesnenin gerçekliği onun sanallığına yansiyabilir. Deleuze bu şekilde gerçeğin kopyalarının, simülasyon olarak var olmasının acınası olmadığını, zaten olağan bir durum düşüncesini taşıdığını savunmaktadır.

Baudrillard'ın olaylardaki simülasyon düşüncesi yerine, Deleuze her şeyin ilk düşünce ve imgesinden taklit edilip görüntülediği “kökense” bir simülasyon sürecine işaret etmektedir. Bu nedenle dünyada herkes ve her şey aynı zamanda bir simülasyon olarak yer almaktadır. Deleuze bu noktada Baudrillard'dan ayrılarak sanal kopyalar yerine simülakra dünyasından bahsetmektedir. Nihayetinde sonradan farklı olarak her şeyde kendini gösteren ve uyarlanan bir durum söz konusu olmamakta ve hayatın her olayı kendisinden farklı olarak kendini göstermektedir.⁵¹ Yani her olayın öncekinden etkili olup başka bir şeye dönüşmesi kökense simülasyon düşüncesinden bağımsız bir durum değildir. Zira “edimsel” olarak kabul edilen her şeyin daha sonra sanal olarak fotoğraf ya da başka bir şey olarak ortaya çıkması başlangıçtaki şeyin imgesinden hareket edilerek farklı bir şekilde var olabilmesidir. O açıdan ahır farklı, ahırın kopyası farklıdır. Aynı zamanda Deleuze, genel bir gerçeği, nesneyi ya da şeyi kabul ederek olumsuzluğu arttırmaktadır.⁵² Dolayısıyla ahırın turistik bir şeye dönüşmesi ya da başka bir şeye benzemesi olanaklı bir imkân dâhilinde yer almaktadır.

Deleuze'ün aksine Baudrillard'da simülasyon, her olayda yeniden tekrarlanarak göstergesel bir anlam bulmakta ve hiper-gerçek hâle gelmektedir. Böylelikle onun, hayatın farklı durumlarında kendini yenilemesi ve üretmesi özgün bir simülasyon olarak söz konusu olacaktır. Daha doğrusu karşılaşılan ve kökeni olmayan her şeyin simülasyon olarak değerlendirilmesi bu düşüncelerle çelişmeyecektir. Hayatın her alanında kendisini dayatan bu simülasyonlar imgenin

⁵⁰ Colebrook, *Giles Deleuze*, s. 132.

⁵¹ Colebrook, *Giles Deleuze*, s. 133.

⁵² Colebrook, *Giles Deleuze*, s. 133.

görünümle ilgili tarafını yadsıyarak onun üretilen bir gerçeklik olarak söz konusu olmasını sağlamaktadır. İmgelerle üretilen gerçekliğin bir hakikate işaret etmesine gerek yoktur. Bu sebeple imgenin hiper-gerçekleşip bir görünümün ötesine geçerek kendini dayatması ile hayatın her alanında kullanılmasına imkân yaratılmış olundu. Baudrillard, günümüzde imgenin özellikle belgeleme, mesaj üretimi, ahlaki-politik amaçlar, reklam ve moda gibi alanlarda yoğun olarak kullanıldığını söylemektedir.⁵³ İmge gerçekten yoksundur. Çünkü bir içeriğe sahip olma gibi bir derdi yoktur. Bu nedenle bu kadar çok alanda kullanımı söz konusudur. Aynı zamanda imgenin bu denli çok alanda kullanılması, şüphesiz onun işe yarıyor olmasından ileri gelmektedir. Zira bu şekilde birçok alanda kullanılan imge artık gerçeğin ötesine geçerek öznenin baştan çıkarılma sürecinde iş görmektedir. Onun bu denli kullanılması ve geldiği durum her ne kadar onun kendiliğinden ortaya çıkıp özneyi büyüleyip etkileyen yapısını barındırmasa da, hemen her alanda gösterimi ve her yerde var edilmesi sayesinde etkinliğini korumaktadır. Böylece imge, kendini özneye çekici kılabilceği her biçimde var olup kendini dayatarak etkinliğini devam ettirmektedir.

İmgenin bir gösterilen olma durumu, bulunduğumuz tüketim toplumunda her alanda karşımıza çıkıp bize kendisini dayatmaktadır. Baudrillard günümüzde imgeler kullanılarak sunulan şiddet ve sefaletin, reklam ve dayatma amacı haline geldiğini söylemektedir. Buna göre gelinen noktada bir mankenin yüz ve vücut hatları, bir Afrikalının iskeleti andıran görüntüsü kadar etkilidir.⁵⁴ Nitekim bu hadisede Afrikalı gerçek iken, manken ise hiper-gerçektir. Bu durum imgenin gerçekten daha etkili olduğunu göstermektedir. Zira bir yanda açlık ve sefalet yüzünden iskeleti ortaya çıkan Afrikalı, diğer yanda ise mankenin zayıf vücudunun imgelerle çekici kılınarak imrenilen bir moda simgesi olarak Afrikalıdan daha etkili olma durumu vardır. İmge bu şekilde hiper gerçeğe dönüşerek özneye etki uyandırmakta ve onu baştan çıkartmaktadır. Başka bir deyişle yokluk nedeniyle pantolonu yırtık olan birinin bir yandan dışlanmak suretiyle kenara itildiğini, diğer taraftan pantolonun eskitme yapılarak moda ikonları tarafından topluma dayatıldığını görmekteyiz. Sefalet

⁵³ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da kötülüğün Egemenliği*, s. 87.

⁵⁴ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 88; Jean Baudrillard, *Cool Anılar III-IV(1990-200)*, Çev. Yaşar Avunç, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2002, s. 218.

nedeniyle giysileri yırtık olan birey ile imgeler kullanılarak moda yoluyla yırtık elbiseyi giyen aynı etkiyi uyandırmamaktadır. Moda yoluyla yırtık kıyafetler markalar tarafından fahiş fiyatlara satılmakta, böylece kullanım değeri yerine moda yoluyla göstergesel bir değer atfedilmektedir.⁵⁵ Çünkü hiper-gerçek olan gereksinimi bir kenara iterek göstergesel bir anlam dayatmasıyla daha etkili olmaktadır. Bu nedenle bırakın imgenin ahlaki ve insani olanı ön plana çıkartıp vurgulamasını, tam tersine olmaması gerekeni yani şiddeti, açlığı ve sefaleti modanın aracı haline getirerek etkili kılmayı akla getirmektedir. Böylece yapay olarak üretilip dayatılan imge, hem toplumun değer yargılarında hem de kitle üzerinde gerçekliğin başka bir amaç doğrultusunda kullanılmasında önemli rol oynamaktadır.

İmgenin şiddet yüklü olması ve değer yargıları ile ilgilenmeyen tavrı şüphesiz onun gerçek olarak kabul edileni de değiştirmede rol oynayabileceğini düşündürmektedir.⁵⁶ Fakat imgenin bu değişiklikteki etkisi her zaman istenilen şekilde sonuç vermeyebilir. İmgenin bu şekildeki durumunu Bizanslı ikonoklastlar üzerinden ortaya koymaya çalışalım. Baudrillard, ikonoklastların kutsal imgelere tapınmaya karşı olan Bizans İmparatorunun da desteği ile insanların zihnindeki var olan tanrı imgesini silmek suretiyle kendi amaçlarına hizmet eden ikonaları yerleştirmeye çalıştığını söylemektedir. Buna göre imgeleri her yere yerleştirerek insanların zihninden Tanrı imgesini silip atabileceklerini sezdikleri zaman, aslında Tanrının var olmadığını ve üretilen bir şeyden ibaret olduğunu da farkında olmadan ortaya koymuşlardır.⁵⁷ Bu demektir ki bir amaç için yapılan birliktelik ve değiştirilmeye çalışılan sonuçlar beraberinde başka hadiseleri meydana getirmiştir. Burada iki husus göze çarpmaktadır. Birincisi ikonoklastların, her yere Tanrı imgesini yerleştirmek suretiyle insanların zihnindeki imgeleri silip atacıklarını düşünmeleridir. Yani kendi ürettikleri ikonaları, insanların zihnindeki anlamlandırılmış imgelerle değiştirmek ve zihindeki yok etmek için her yere yerleştirmişlerdir. Böylece her yere yerleştirilip insanlara dayatılacak olan imgelerin işe yarayıp zihindeki ile yer değiştirmesinden medet ummuşlardır. İkincisi ise yoğun bir şekilde üretilen ve dayatılan bu ikonaların aslında bir simülasyon sürecini ortaya

⁵⁵ Oğuz Adanır, *Fikir Mimarları*, Say Yayınları, İstanbul, 2016, s. 49.

⁵⁶ Baudrillard, *Simülaklar ve Simülasyon*, s. 17-18.

⁵⁷ Baudrillard, *Simülaklar ve Simülasyon*, s. 18.

çıkardığıdır. Çünkü imge, gerçeğe ait izleri taşıyarak onun zihinde canlandırılmasına olanak sağlayan bir şeydir. İkonoklastlar kendi imgelerinin de bir canlandırmayı sağlayacağını fark ettikleri zaman, aslında Tanrının simülakra olarak var olan bir şey olduğunu anlamışlardır.⁵⁸

Baudrillard, Bizanslı İkonoklastların imgeyi bu denli çoğaltmak suretiyle gösterilene yok etmeleri ile tüketim toplumundaki imge üretimi arasında bir fark olmadığını ima etmektedir. İkonoklastlar kendi imgelerini her yere yerleştirip dayatarak aslında insanların zihninde var olan imgelere yüklenen anlamları yok etmeyi düşünüyorlardı. Günümüzde yapılan ise Baudrillard'a göre, imgeyi anlama boğmak suretiyle onun yok olmasına katkıda bulunmadır.⁵⁹ Böylece Bizanslı ikonoklastların yaptığı gibi meseleye yaklaşınca imgenin daha çok anlama gelmesi, onu büyütmemekte tam tersine yok olmasını sağlamaktadır. Yani imgeye ne kadar çok şey söylettirmeye çalışılırsa aslında onun büyüleyiciliği o ölçüde azalmaktadır.⁶⁰ Bu durumda imgenin anlam yüküyle donanması ve içeriğinin yok edilme çabaları arasında bir ayrım söz konusu değildir. Zira her ne kadar bir fark var gibi görülse de ciddi bir ortak yön de söz konusudur. Her ikisi de imgenin gerçek ile bağını ve ilişkisini yok etmektedir. Yani bir nevi gerçeği yeniden üretmektedirler. Dolayısıyla hem Bizanslı İkonoklastların hem de günümüzde yapılanlar imgeyi sadece gerçeğin görevini üstlenmesini değil, aynı zamanda gerçeğin yeniden üretilmesini sağlayan bir hale getirmektedir.

İmgeyi bu şekilde bir gerçekten daha etkili olacak şekilde üretmek onun sadece imge olma ihtimalini ortadan kaldırmıştır. Çünkü imge artık gerçeği imlememektedir. Fakat olanın sadece imgeye olduğunu düşünmek doğru bir düşünce olmayacaktır. Zira Baudrillard, günümüzde yok edilen imgelerin gerisinde, yok olanın aslında biz insanlar olduğunu dile getirmektedir. Buna göre imgenin geldiği nokta itibarıyla, insanların artık saklayabileceği veya arkasına geçebileceği bir gizlenme durumu bulunmamaktadır.⁶¹ İmgenin bu şekilde şeffaflaşması ve müstehcen hale gelmesi gizlenme durumunu ortadan kaldırmaktadır. Burada

⁵⁸ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 19.

⁵⁹ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 87.

⁶⁰ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 86.

⁶¹ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 90; Jean Baudrillard, *Karnaval ve Yamyam*, Çev. Oğuz Adamır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2012, s. 15.

müstehcenden kasıt her şeyin ortada olması ve alenen yapılmasıdır. Zira imgenin en üst aşama olarak bütünsel gerçekliğe ulaşmasıyla yani her şeyin şeffaf ve geçirgen hâle gelmesiyle özne açısından saklanma durumu mümkün değildir. Kaldı ki şeffaflık ve müstehcenlik aynı zamanda gerçeğin değil hiper-gerçek olanın özellikleridir. Çünkü imgenin, gerçekten daha etkili olmasını boyut ekleyerek de yapmaktadırlar.⁶² Bu sebeple nesnelere müstehcen ve şeffaf olduğu bir ortamda imgenin gizleyip, sihirli kılacağı veya bizi büyüleyecek bir içerik taşımış olması da söz konusu olmamaktadır. Her şeyin şeffaflaşp geçirgen olduğu günümüzde imge artık bir amaç için üretilmektedir. Herhangi bir söylem ile ilişkili değildir. İmgenin bu amaç için üretimi ve ilişkiden yoksun olması anlamsız olmasından kaynaklanmamaktadır. Tam tersine anlamca yoğun bir içeriğe sahip olmasından neşet etmektedir. İmge bu anlam yoğunluğuyla belirli bir yönelime sahip olmamakla bir amaç için var olmakta, net bir ağın içerisinde olmamakla da belirgin bir ilişkisellikten uzak olmaktadır. İmgenin bu şekilde amaç için üretilmesi ve ilişkisizliği onun yapay ve benzer olarak devamlı üretilmesini sağlamaktadır.

Üretilen imge, yapaylığı önümüze sermektedir. Baudrillard, sentetik olarak üretilen imgenin gerçek bir gönderenden yoksun olduğunu ve teknik sayesinde imgenin rastlantısal olma ihtimalinin ortadan kaldırıldığını ima etmektedir.⁶³ Böylece gönderenden yoksun olan imge, bir gösterilen olarak anlam yüklü bir şekilde tüketiciye dayatılmaktadır. Şüphesiz imgelerin yapay ve sayısal üretimi beraberinde bir sanallaşmayı da getirmiştir. Bu sanal üretimle beraber imge, özneyi olaya dâhil eden ve onu olayın içerisine sokan bir biçimde var olmaktadır. Baudrillard imge için dünyanın iki boyuta soyutlanmasıdır tabirini kullanmaktadır. Yani normalde gerçek dünyadaki boyutlardan birisi saf dışı edilerek yanılısamanın da etkisiyle iki boyuta indirgenmektedir. Bir nevi imge özneyi gerçek dünyadan kopartıp onu hayallere daldırabilme potansiyeline sahiptir. Günümüzde yapılan ise imgenin hiper-gerçekleştirilmek suretiyle özne ile karşılıklı olabileceği sanal bir gerçekliktir.⁶⁴

⁶² Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 20.

⁶³ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 24.

⁶⁴ Baudrillard, Jean; "İllüzyon, Yitirilen İllüzyon ve Estetik", Çev. Oğuz Adanır, *Doğu Batı Dergisi*, Sayı 19, Ankara, 2002, s. 9-25.

Dolayısıyla sanal görüntü, iki boyut yerine imgeyi üç boyutlu olarak gerçekçi olarak yaratarak özneyi imgenin içerisine sokmaktadır.

Sanal görüntü, gerçekliği de hiper-gerçek kılmak suretiyle oluşturulan yadsımayı da yok eder ve kusursuz bir şekilde gerçekten daha etkili olan imgeyi ortaya çıkarır.⁶⁵ Bu bağlamda şöyle bir izah yapabiliriz. Normal imge gerçeğin boyutunu azaltıp iki boyuta indirgeyerek bir nevi var olandan bir şeyler eksiltmek suretiyle saf bir hâle indirger. Oysa sanal gerçeklikle beraber üretilen imgelerde bırakınız boyutları azaltmayı ona yeni boyutlar eklenmekte ve gerçeğe dair zihinde tamamlanacak hiçbir boşluk bırakılmamaktadır. Yani hiper-gerçek bir hâle sokulmak suretiyle özne ile etkileşime sokulmaktadır. Bu nedenle bilgisayar ve teknik vasıtasıyla üretilen imgeler bir sanal kusursuzluk içerisinde üretilip her şeyin yadsındığı ve etkili kılınmaya çalışıldığı bir boyutta var olmaktadır. Bu üretilme her ne kadar imgenin büyüleyici ve sürprizi barındıran yapısını yok etse de gerçekten daha etkili durumu katlayarak özneyi baştan çıkartmaktadır. İki boyutu olan saf imge ve yapay imgenin daha rahat anlaşılması için fotoğraf hadisesini ele almamızda fayda görmekteyim.

Saf imgeye en yakın örneğin fotoğraf olduğunu ileri süren Baudrillard eski resimlerde varlıkların çekim anında orada olduğunu ancak görüntüde orada olmadıklarını ifade etmektedir. Buna göre fotoğrafa bakıldığında gösterdiği şeyin yokluğu insana nostaljik duygular yaşatmaktaydı. Oysa yapay imgelerin söz konusu olduğu fotoğrafta bu düşsel özellikler mümkün değildir. Çünkü bilgisayar aracılığıyla gerçekleşen bir teknik kurgudan ibarettir.⁶⁶ Buradan hareketle saf imgeye örnek olarak eski fotoğrafların verilmesi beraberinde bir doğallığı da getirmektedir. Zira bir amaç veya anlam dayatması için yapılan bir eylem söz konusu değildir. Fotoğraf sadece anın durdurulması olarak söz konusu idi. Teknik bir hadiseden yoksun olarak düşsel özelliklerin mevcut olabileceği bir biçimdeydi. Fotoğrafta hayal gücünü harekete geçirecek boşluk vardı. Yani öznenin hayal dünyasında fırtınalar koparabiliyordu. Fakat tüketim toplumunda yapay imgelerin olduğu fotoğraflar teknik yardımıyla ışık kullanılarak üretilen imgelerden ibarettir. Doğal bir yanı

⁶⁵ Jean Baudrillard, *Sanat Komplosu*, Çev. Elçin Gen ve Işık Ergüden, İletişim Yayınları, 2018, s. 30.

⁶⁶ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 91.

yoktur. Daha çok anlama gelmektedirler, çünkü genelde bir amaç için söz konusudurlar. Aynı zamanda herhangi bir nostalji duygusuna hitap etmedikleri gibi iki boyutlu bir hâle indirgenmeleri de mümkün değildir.

Sentetik hale getirilen, nostalji ve gizemli yönleri ortadan kalkan imgenin günümüzde geldiği duruma başka bir ifade ile gösteren-gösterilen ilişkisi varken belki de imgeyi daha iyi yapacağı düşüncesiyle ona yeni boyutlar eklendi. Baudrillard'a göre eklenen üçüncü ve dördüncü boyutlar imgeyi bırakın daha iyi yapmayı, var olan boyutları da yok ederek ortadan kaldırmıştır.⁶⁷ İmgelerin iki boyutlu yani gösteren-gösterilen olan yapısı söz konusu iken onlara yeni boyutlar ekleyerek bir gösterilen olmalarının önü açıldı. Eklenen üçüncü ve dördüncü boyutlar sayesinde imgenin iki boyutlu yapısı ve hatta sonradan eklenen yeni boyutlar önceki boyutları ortadan kaldırmıştır. Baudrillard imgeye eklenen üçüncü boyutu bir yadsıma boyut olarak görmüştür.⁶⁸ Yani düşünce, zaman ve anlam yüklenmesi yoluyla imge bir işaret yerine daha çok gerçekliği yadsıyan bir olguya bürünmüş hâle getirildi. Dördüncü boyut ise aslında bir boyuttan ziyade boyutların ve sınırların ortadan kaldırıldığı sanal bir evre olarak görülebilir. Zira bu evrede her şey şeffaf ve boyuta ihtiyaç duymayan bir biçime indirgenmiştir.

Baudrillard daha önceki boyutları yok eden bu dördüncü boyutu bir “bütünsel gerçeklik” olarak ifade etmektedir. Buna göre bu bütünsel süreçte her şey aralıksız, sürekli ve art arda gelmektedir.⁶⁹ Bu bağlamda anlaşılmaktadır ki bütünsel gerçeklik boyutu ile beraber önceki boyutlar ortadan kaldırılmış ve aslında boyutun olmadığı bir biçim ile karşı kaşıya kalınmıştır. Üç boyutlu gerçeğe bir boyut daha eklenmiş dolayısıyla hiper-gerçek bir boyuta çıkarılarak üçüncü boyuttaki yanılsama da yok edilmiştir.⁷⁰ Zira dördüncü boyutta her şey birbiri ile ilişkili bir birliktelik içermektedir. Fraktal bir boyut olarak anında aynısının benzerini yeniden üretebilir durumdadır. Fraktal ile kastedilen parçalandıkça kendini aynı şekilde her parçada sürdürebilen demektir. Yani imgeler rastgele ve başboş bir şekilde bir şeye işaret etmediği gibi birbirlerinden de bağımsız değildir. Reklam imgelerine baktığımız

⁶⁷ Jean Baudrillard, *Bir Parçadan Diğetine*, Çev. Yaşar Avunç, İnkılâp Yayınları, İstanbul, 2001, s. 96.

⁶⁸ Baudrillard, *Bir Parçadan Diğetine*, s. 96.

⁶⁹ Baudrillard, *Bir Parçadan Diğetine*, s. 96.

⁷⁰ Baudrillard, *Sanat Komplosu*, s. 30.

zaman devamlı birbirine işaret eden ve arkasından gelen haberlerle ilişkili olmaktadır. Çünkü tüketim toplumunda sanal olarak üretilip dayatılan imge, tekliğin mümkün olmadığı bir bütüncüllükte, aralıksız ve sürekli olarak kendini dayatarak özneyi baştan çıkartmaya çalışmaktadır. Yani hiper-gerçek olan imge üretilen olarak art arda bir bombardıman gibi tüketim nesnesini özneye isteterek, özneyi arzulararak ve bunu şeffaf bir süreklilik içerisinde arz ederek etkili olmaktadır.

İmgenin bu yeni boyutları ile beraber Baudrillard'a göre her şey teknik bir hadiseye indirgenmiştir. İmgenin iki boyutlu yapısının yeni boyutlar eklenmek suretiyle aslında boyutsuz bir hâle gelmesini opera üzerinden anlaşılır kılmaktadır. Baudrillard operalarda dört sesli odaların var olması ile birlikte sesin kusursuz bir şekilde dinleyiciye ulaştırılmaya başlandığını ifade etmektedir.⁷¹ Bu da operada normalde sesin uzaktan algılanan bir şey olarak değil, tekniğin kullanılması olarak sesin kusursuz bir nesne olmasını sağladı. Yani normalde operada uzaktan gelen ses, hatalar içeren ve doğal ortamı bozucu her türlü etmeden uzaklaştırılarak mükemmel bir biçimde zuhur etmektedir. Daha da anlaşılır olması adına, Baudrillard operanın, konser salonunda veya CD'den dinlenilmesinin aynı şey olmadığı düşüncesindedir. Çünkü operada belli bir uzaklıkta dinlenen ses CD'de veya televizyonda sanki siz içindeymişsiniz gibi aksettirilir. Bu sebeple birisi müzik diğeri ise teknik bir hadisedir.⁷² Dolayısıyla opera salonunda belli bir mesafeden dinlenen müzik, sanal bir şekilde söz konusu olduğunda aslında sesin teknik bir nesneye dönüşmesinden başka bir şey değildir. Ses her ne kadar seyirciye kusursuz bir şekilde sunulsa da aslında teknikten ibaret olarak zihinsel bir hareket biçimidir.

Baudrillard, müziğe eklenen bu boyutların ve tekniğin imgedeki boyutlarla aynı biçimde olduğunu ima etmektedir. Tıpkı imgeye eklenen dördüncü boyut gibi müziğe de dördüncü boyut eklenmiş ve ses teknik bir mükemmelliğe ulaştırılarak her türlü hatadan ve etkiden arındırılmıştır.⁷³ Burada şüphesiz ses ve müzik, artık imgelerle dinleyicilerin dünyasında fırtınalar kopartıp onları hayale daldıran bir şey değil tam tersine mükemmelleştirilmiş bir nesne olarak söz konusudur. Buradan

⁷¹ Baudrillard, *Bir Parçadan Diğetine*, s. 97.

⁷² Baudrillard, *Bir Parçadan Diğetine*, s. 97.

⁷³ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 30.

hareketle sanallıkla beraber, müzikte sesin teknik bir hadiseyle daha kusursuz kılınması gibi, her şeyin imgeye dönüştüğü bir yerde imgenin olmayacağı iddiasındadır.⁷⁴ Kaldı ki sanallaşma ile beraber her şeyde tekniğin kullanılması bir nevi her şeyin yok olduğu bir kara delik gibi kendini göstermektedir. Yani her şey teknik vasıtasıyla bütünsel gerçekliğe ulaştırılınca imgeden bahsedilmesi mümkün olmamaktadır. Müzik de CD ve sanal ile birlikte hatalardan münezzeh edilerek bütünsel gerçekliğe ulaşırken, imge fraktal ve şeffaf bir şekilde her yerde anında üretilip tüketiciye sunulurken bütünsel hale gelmiştir.

İmgenin bütünsel gerçekliğe ulaşması ile her yerde öznenin karşısına çıkartılıp kendini dayatması mümkün olmuştur. Zira imge, teknik yardımıyla anında üretilmekte ve kendini aynının benzeri olarak metastaz gibi çoğaltabilmektedir. İmgenin boyutlarının artırılması ve gerçekten daha etkili olması ile geldiği noktayı ele aldıktan sonra onun bu durumunu daha anlaşılır kılmak için fotoğraf ile olan ilişkisini biraz daha incelemeye ve açık kılınır yapmaya çalışalım. Bunu yapma sebebimiz fotoğraf imgesinin diğer bütün imgelerden farklı bir yapıyı yani saf imgeyi içerisinde taşımasıdır. Çünkü fotoğraf bir canlandırma unsuru olması yanında, kendisi bir olay olarak söz konusu olmaktadır. Fakat tüketim toplumunda hâlâ bu büyüleyici ve özgün olma yönünü koruyup korumadığı ile ilgili olarak Baudrillard şunları söylemektedir:

“Fotoğraf çekmek özgün eylem olma niteliğini yitirmiştir, çünkü imge anında silinerek yeni baştan çekilebilmektedir. Eskiden tanıklığı tartışılmayan negatif kopya artık bu özelliğini yitirmiştir. Bu arada negatif aşamasında nesne ve imgeyi birbirinden ayıran banyo, baskı ve mesafe olayı da devre dışı bırakılmıştır. Banyo edilen film şeridi üzerinde yer alan imge dünya tarafından üretiliyor ve bu şerit sayesinde yeniden canlandırma özelliğine sahip olabiliyordu. Oysa doğrudan ekran üzerinde görülebilen sayısal imge, ekran üzerinde görülebilen yığınla imgeden yalnızca bir tanesidir. Otomatik makinenin çalışma biçimine boyun eğen yığının bir parçasıdır.”⁷⁵

Fotoğrafın özgün olan imgesi o an çekilmesi, farkında olunmadan ve imgelerin gösteren olduğu bir biçimi barındırırken sayısal imgenin kullanılması ile beraber bu özelliğini yitirmiştir. Çünkü imge silinip anında üretilerek yeniden çekilme şeklinde kendini tekrar edebilmektedir. Aynı zamanda negatif kopyanın nesne ve imgeyi birbirinden ayıran banyo ile baskı anı, teknolojik makinelerde ekran üzerinde her

⁷⁴ Baudrillard, *Bir Parçadan Diğerine*, s. 98.

⁷⁵ Jean Baudrillard, *Neden Hâlâ Her Şey Yok Olup Gitmedi*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2002, s. 19.

şeyi göstermek suretiyle ortadan kaldırılmıştır. Bu nedenle sayısal olan imge aslında imgeye ait her şeyi yok ederek fotoğraf hadisesinde olduğu gibi kendini aynının benzeri olarak devamlı üretme şansına erişmiştir.

Fotoğraf, sayısal imgeler ve dijital makineler tarafından ele geçirilmeden önce, imge gösteren olarak gösterilene işaret eden ve ona ait izleri taşıyan durumuyla gizemli ve büyüleyiciydi. Oysa yapay olarak üretilen imgelerde, imge işaret edilene dair bir aracı olma rolüne sahip değildir. İmge gösterilen olarak yer aldığı bu süreçte kendini yeniden üretebilmekte ve gerçeğe ihtiyaç duyulmayacak şekilde her yerde var olabilmektedir. Bunun nihayetinde negatif kopya aşamasındaki gibi imgenin yeniden canlandırıp özneyi büyüleyeceği bir süreç söz konusu değildir. Zira sayısal imge, hem negatifinden yoksundur hem de böyle bir şeye ihtiyaç bırakmayacak kadar her durumda sonsuzca üretilebilmektedir.⁷⁶ Baudrillard imgenin artık “illüzyon” duygusunu insanda barındırmaktan uzak olduğunu çünkü fotoğraf çekimi esnasında sentetik imgelerin referans göstereceği bir şeyin kalmadığını ima etmektedir. Buna göre yapay fotoğrafın çekimi esnasında referans yapılan bir şey olmadığı için gerçeğin olmasına gerek kalmamakta, zira sentetik imge sanal gerçeklik olarak yeniden üretilmektedir.⁷⁷ Böyle bir tasavvurda fotoğraflarda yapay olarak üretilen imgelerin özneyi illüzyo edip kendinden geçireceği ya da onu duygu durumlarına sokacağı bir içerik sunması mümkün değildir. O açıdan fotoğraf imgeleri bir gerçeklikten yoksun olarak gerçeğe ihtiyaç bırakmayacak şekilde kendi kendilerine gönderme yapmaktadırlar. Yani bir yönüyle sentetik imgelerle bezenmiş fotoğraf, özneye imgesel olarak düşleyebileceği bir gerçeklik alanı bırakmamaktadır.

Fotoğrafın teknik bir olaya dönüşmesi nesnenin egemenliği ve oyunları ile yönlendirilen, teknik oyunlarla baştan çıkartılan bir öznenin varlığını söz konusu kılmaktadır. Tüketim nesnesinin yaptığı ise imgeleri vermek istediği mesaja uygun hale getirerek edilgen öznenin yönlendirilmesine olanak sağlamaktır. Zira fotoğrafta artık farkında olunan ve dayatılan fotoğraf imgeleriyle karşı karşıyayız. İmgeler gösterilmek istenen surette kitle iletişim araçlarıyla karşımıza çıkartılıp o mesajı vermektedirler. Bu nedenle fotoğrafın, çekiciliğini ve etkileme gücünü özne

⁷⁶ Baudrillard, *Neden Hala Her Şey Yok Olup Gitmedi*, s. 24.

⁷⁷ Baudrillard, *Neden Hala Her Şey Yok Olup Gitmedi*, s. 23.

açısından kaybettiğini söylemek gerekir. Aynı zamanda fotoğraftaki bu ışık olayları ve teknik, insanoğlunun dünyayı fotoğraf ile anlaşılır kılma çabalarını da sekteye uğratmaktadır. Baudrillard, fotoğraf imgesinin bir gösterim yerine kurguya dönüştüğünü dile getirmektedir.⁷⁸ Fotoğrafın kurgusu ve ışık oyunları sayesinde, imge hemen her alanda kendini göstermekte moda, reklam ve kitle iletişim araçları kullanılarak özneye dayatılmaktadır. Fotoğraftaki bu kurgu ve gerçek meselesi, onun özneye vermek istediği mesaj ile kendisini belli etmektedir. Çünkü kurgu olmayan fotoğrafın bize bir mesaj verme ya da bir anlamı dayatma gibi durumu söz konusu değilken teknik bir hadiseye dönen fotoğraf, sürekli bir anlam aktarımı ve mesaj iletme kaygısı gütmektedir. Böylece fotoğraf imgesi tüketim nesnesini hâkim kılan, özneyi etkileyip tüketime yönlendiren ve kendinden geçip kitlenin parçası olmasını sağlayan unsur olarak söz konusudur.

Sanallaşma ile yapay olarak üretilebilen imgeler birçok alanda yoğun olarak kullanılmaktadır. Biz onun haber üretimi ve haber verme işini nasıl üstlendiğini açıklamaya çalışacağız. Böylece onun içerisinde bulunan toplumsal koşullarda nasıl etkin ve yönlendirici bir rol üstlendiğini anlayabiliriz. Baudrillard haber ve haberdar etme işini üstlenen imgelerden yola çıkarak gerçeğe ulaşmamızın mümkün olmadığını dile getirmektedir. Kaldı ki sanal evrende üretilen bir şeyin yeniden canlandırılması mümkün değildir. Bu nedenle imgelerin bizi sadece haberdar etme işini üstlendiğini, dolayısıyla da bilgilendirme veya bilinçlendirme amacı taşımadığını söylemektedir.⁷⁹ Bu noktada imgelerin bilgi verme ve bilinçlendirme amacının olmaması önemli bir olgudur. İmge bunu sağlamaktan uzaktır. Çünkü sanal olarak üretilen imge tıpkı fotoğraf meselesinde görüldüğü gibi bir canlandırma yapmaktan ya da gerçeğe ait izleri taşıyarak buna imkân sağlamaktan uzaktır. İngeden beklenen herkesi haberdar etmesidir. Böylece imge, hem tüm topluma seslenme işini yerine getirmiş olur hem de özneyi haberdar ederek onun haber verilen şeye ortak olunmasını yerine getirir. Dolayısıyla kitle iletişim araçları kullanılarak her yere ulaştırılmaya çalışılan imgeler bir dolanım sağlayarak herkesi ortak bir yapay sürece de dâhil etme derdindedir. Çünkü içerikten yoksun olan bu

⁷⁸ Jean Baudrillard, *İmkânsız Takas*, Çev. Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2012, s. 146.

⁷⁹ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 72.

yapı kendi kendini devamlı üreterek, aslında süreci sürekli hale getirmektedir. Bir nevi içerikten yoksun olan ve dolanımı sağlayan imgeler, iletişimin değiş-tokuş edilemeyeni olarak süreçte en etkin konumda yer almaktadır. Zira sadece anlam dolanımı sağlayarak öznenin haberdar olmasını ve bu şekilde bunu tüketim toplumunun özüne uygun olarak anında tüketmesini sağlamaktadır.

Baudrillard üretilen imgelerin haber verip özneyi olayın parçası hâline getirmesini Körfez Savaşı ve 11 Eylül saldırılarından sonraki Afganistan ile Irak savaşı üzerinden anlaşılır kılmaktadır. Zira bu savaşlarda sanal olarak üretilen ve yoğun bir şekilde topluma sunulan sayısal savaş imgeleri söz konusudur.⁸⁰ Körfez Savaşı'nın aslında yaşanmadığını dile getiren Baudrillard, savaşın sadece sanal imgelerden ibaret olarak yaşandığını vurgulamıştır. Buna göre savaş gerçeklikten uzak televizyon ekranlarında imgelerle gösterilmek suretiyle yapılmıştır.⁸¹ Baudrillard burada savaş yaşanmadı diyerek var olan bir gerçekliği reddetmemektedir. Muhtemeldir ki sadece yaşanan olayda imgelerin nasıl gerçeklik algısını oluşturup kitleleri yönlendirdiğini vurgulama gayretindedir. Onun bu düşüncesinin altında yaşanmadığını iddia ettiği savaşın, imgesel haberlerden ve teknik hadiseden ibaret bir biçimde söz konusu olması yatmaktadır. Çünkü kimse artık savaşın nerede olduğuyla ilgilenmemektedir. Bilgisayar ekranından fırlatılan füzeler, savaş imgeleri ve ekranların savaşı canlı yayınlarıyla göstermesi imgenin haberdar etme işini açıklamaktadır. Yani imge, özneyi haberdar ederek kurmaca olan ve sanal olarak üretilen duruma inandırmaya çalışarak savaşın kiminle ya da nasıl yapıldığını önemsiz kılmaktadır. Başka bir ifade ile sayısal imgeler sayesinde ekranlar kullanılarak insanlar haberdar edilmiş ve canlı yayınlar sayesinde olaya dâhil edilmişlerdir. Böylelikle savaşın başlangıcı ve bitişi canlı yayınlarla seyircilere aktarılmış olup, olayın imgesel boyutta cereyan edip bütün toplumları haberdar etmek suretiyle kurmaca bir gerçekliğe dönüştürülme işini sanal imgeler yerine getirmiştir.

Savaş imgeleriyle kitleler, ekran vasıtasıyla haberdar edilip bilgilendirilmekte ve bu şekilde yaşandığı haber verilen olaya ortak yapılmaktadırlar. Böylece özne de

⁸⁰ Jean Baudrillard, *Tam Ekran*, Çev. Bahadır Gülmez, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2004, s. 78.

⁸¹ Toffoletti, *Yeni Bir Bakış Açısıyla Baudrillard*, s. 112.

kendisini kitle iletişim araçlarındaki imge selinin bir parçası olarak gördüğü için şanslı saymaktadır. Çünkü herkese ulaştırılan imgelerin kendisini de sürece dâhil etmesi ile hem kendisinin dikkate alındığını hem de sanki onayı alınmış gibi hissetmesini sağlamaktadır. Fakat aslında gerçekleşen şey, kurmaca olarak planlanan gerçeğin imge sayesinde inşa edilmesinden başka bir şey değildir. Hatta gelinen noktada imgeler sadece kurmaca bir gerçekliği üretmekle kalmayıp geçmişte olanı da değiştirmede kullanılmaktadır. Yani imgeler sayesinde geçmişte olan ya da acı duyulan bir olay, başka olay ve meseleler tarafından bastırılmak suretiyle saldırıya uğrayabilmektedir. 11 Eylül saldırıları sonrasında yapılan Irak savaşında, savaş daha olmadan her şey belirlenmiş ve imgelerle yönlendirilme sağlanmıştır. Ayrıca savaşın çıkış sebebi Baudrillard'a göre *Azınlık Raporu*⁸² filmi ile benzerlik göstermektedir. Bu filmde öngörüye dayanarak suç işleme ihtimali olanlar gözaltına alınıp cezalandırılmakta, bu sayede olayın meydana gelmesi engellenmiş olmaktadır.

Irak savaşında da öngörüye dayanarak yani kimyasal silahların olabileceği ve bunun kullanılma ihtimaline dayanılarak gerçekleşmemiş ya da gerçekleşmesi meçhul olan bir olayın cezası kesilmeye çalışılmıştır. Oysa aslında amaçlanan 11 Eylül saldırılarının ört bas edilmesi, lanet okunması ve topluma unutturulma çabalarıdır. Bunun için gerekli olan şeyler de önceden hazırlanmış; toplum, sanal ekranlar vasıtasıyla yoğun bir imge bombardımanına tutulmuştur. Kurmaca gerçekliğe imgeleri kullanarak hazırlanan toplum, olaya hazır hâle getirilmiştir. Bu nedenle hedeflenen, 11 Eylül tarihinde olan olayın sorumlusunu bulmak değil, bu olayın bastırılması ve zihinlerden silinmesi hadisesidir. Böyle bir tasavvurda Irak ile girilen savaşta varlığı belirsiz kitle imha silahlarının kullanılma ihtimali öne sürülerek gerçekleşmemiş bir olayın, geçmişte olan bir olayı gölgelemesi ve hatırlanmasının engellenmesi düşüncesiyle yapılmıştır.⁸³ Yani bir yönüyle olmayan bir şeye dayandırılarak başlatılan eylem, imgeler kullanılarak olay haline getirilmiştir. Aynı imgeler, toplumu da yönlendirmede kullanılarak geri kalmamaları sağlanmış ve özneleri olayın parçası haline getirmiştir. Muhtemelen imgeleri takip eden izleyiciler, olayın geçtiği yer veya durumla ilgilenmemişlerdir. Zira imgenin

⁸² Steven Spielberg (Yön), 2002, *Azınlık Raporu -Minority Report-*(Film), Abd: 20th Fox Century (Yap.).

⁸³ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 113.

asıl amacı mesajın iletilmesi ve toplumun imgelerle gösterilene inandırılmasıdır. Zaten ekranlar da bu olan biteni canlı olarak seyirciye aktararak bunun olmasına ve başarıya ulaşmasına aracılık etmişlerdir. İzleyici de ekran sayesinde üretilen olaya dâhil olarak kendinden bekleneni yerine getirmiştir.

Savaş ve savaşa ait imgeleri yoğun şekilde kullanan medya, savaşın ekran karşısında olup bitmesini, kazanımı ve unutulması gereken şeyi topluma dayatmıştır. Kimse gerçekte bir savaşın olup olmaması ile ilgilenmemiştir. Medya yoluyla herkese savaşa ait imgeler takip ettirilmiştir. Füzelerin naklen yayınlarla fırlatılması savaşın kendisine ait olan gerçekliğini geride bırakmıştır Baudrillard'ın savaş yaşanmadı savının arka planında bu durum söz konusudur. Çünkü savaşa ait görüntüler kullanılarak, savaş imge ve haber yoğunluğuyla yönlendirilmiştir. Belki de üretilen bu yapay imgeler sayesinde savaş sadece algılarla yapılmıştır. Yani bir nevi imgeler kullanılarak izleyiciye ulaştırılan ve onu olaya dâhil eden savaş bir kurgu olarak gerçeğin yani bilinen manada savaşın önüne geçmiştir. Baudrillard'ın deyimiyle savaş dâhil her şey imgeler ve yorumların yerini alması nedeniyle başlamadan bitmektedir.⁸⁴ Görüldüğü gibi artık gerçek ve kurmaca olan bir aradadır. Nitekim kurmaca olanın gerçekten daha fazla etki uyandırması ve etkili olması söz konusudur. Zira bizde yaratılan etki o olayın olduğunu ve gerçekleştiğini sanmamızdan başka bir şey değildir. Önemli olan sanal ortamda üretilen imgeler sayesinde kitlelerin yönlendirilmesidir.

Günümüzde imge, sanal ve yapay olan gerçekliği etkili kılarak tüketim toplumuna hâkim olmaktadır. Aynı zamanda her alanda kullanılarak da, hiçbir şeyin ondan bağımsız üretilmemesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Zaten kitle tarafından amaçlanan, imgenin hiper-gerçekliği üreterek tüketimi devamlı kılması ve öznelere buna inandırmasıdır. İmgesel olanın gerçekten daha etkili olup hiper gerçek olmasına örnek olarak Amerikan toplumunu veren Baudrillard'a göre Amerikan yaşam biçimi kendiliğinden kurgusaldır. Gerçek olmamasına rağmen imgesel olanın gerçeklikte aşılmış modelidir.⁸⁵ İmgesel olanın gerçeği aşması, onun kurgusal bir imge olduğu için değil; imgesel olan durumun artık gerçeklik olarak yaşandığını ortaya

⁸⁴ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 117.

⁸⁵ Jean Baudrillard, *Amerika*, Çev. Yaşar Avunç, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2013, s. 112.

koymaktadır. Amerikan toplumunda yaşam biçimi imgelerle belirlenmekte ve yönlendirilmektedir. Şehirlerinin devamlı canlı olarak tutulması, reklam tabelalarının yanıp sönmesi, otel binalarında ışık ve televizyonların devamlı açık bırakılması imgesel olarak devamlı yaşanan ve ayakta tutulan kurgusal bir toplumun imgeleri olarak göze çarpmaktadır. Kurgusal olanın sürekli kılınma sebebi yokluğunun anlaşılmasını engelleme çabasıdır. Çünkü simülasyon, gerçeklikten yoksun olarak gerçeği modeller aracılığıyla üretir ve yokluğunu yani gerçeğin olmadığı düşüncesini ortadan kaldırır.⁸⁶ Bu mantık hemen her alanda kendini dayatmaktadır. Kurgusal olan yaşamın kendisi, imgesel olanı da içerisine almak suretiyle gerçeğin ötesinde bir hiper-gerçek olarak varlığını sürdürmektedir. Ahlakdışı olmasa da böyle bir yaşam kültürünün özlenilen ve pratiğe geçmiş olduğu aşikârdır. Kurgusal olanın gerçekleşmesi olarak Manhattan adasındaki binaların birbirleriyle yarışır şekilde yükselmesi benzeşen imgenin olanın en apaçık örneğidir.⁸⁷

İmgesel olanın hayatın merkezine oturduğu Amerikan toplumunda gerçeklik ihtiyacı diye bir mesele söz konusu değildir. İmgelerle büyülenme söz konusudur. İmgelerin insanı baştan çıkartmasına diğer bir örnek olarak striptiz örneği verilebilir. Zira striptizde imgelerin bireyi nasıl çekici hale getirdiği rahatlıkla anlaşılabilir. Baudrillard striptiz meselesinde kadın vücudunun güzel bir şekilde makyajlanarak hatalardan arındırıldığını bu sayede vücudun daha düzgün hale geldiğini söylemektedir. Bunun yanında dirseklere kadar eldiven takılarak bu bölge kapatılmaktadır. Kalçayla bacak arasına siyah, kırmızı ya da yeşil çorap geçirilmektedir.⁸⁸ Görülmektedir ki imgeler teknikten yardım alarak insan vücudunu mükemmel bir yapıya dönüştürmektedir. Yani yapay imge, izleyen olarak özneyi etkileyecek şekilde belli biçimde kullanılmaktadır. Böylece etkilenen özne, bu yapay imgeler tarafından baştan çıkartılıp kendinden geçmektedir. Önemli bir nokta olarak striptizi yapan, tamamen giyinik ya da çıplak değildir. Çünkü muhtemelen böyle bir durumda özneyi bu denli ayartacak hâllerden uzak olacaktır. Yapılan makyaj ve kullanılan takı ile beraber bir arzu nesnesine dönüşen striptizci, yavaş yavaş soyunarak karşıdaki kişiyi baştan çıkartmaktadır.

⁸⁶ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 14.

⁸⁷ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 124.

⁸⁸ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 190.

Striptizi yapanın üzerindeki imgeler ve hareketleri karşıdaki kişiyi etkilemekte onu kendisinden geçirmektedir. Bu durumda striptizi izleyen kişinin yani öznenin etkin olup süreci yöneten konumda olması söz konusu değildir. Çünkü o yönlendirilen, arzuları kontrol altında tutulan ve istediğini almak için bekleyen edilgen bir konumdadır. Başka bir hadise olarak striptiz dansındaki yavaşlığın temelinde indiğimiz zaman Baudrillard bunun sebebinin göstergeler aracılığıyla üretilen bir söylevin kusursuz şekilde oluşturulmuş olması olduğunu dile getirmektedir. Buna göre bu aynı zamanda bir anlam düzeyine ve imge yoğunluğuna sahip olmaktadır.⁸⁹ Teknik sayesinde yapay imgeler kullanılarak oluşturulan durumun izleyiciyi kendinden geçirmesini ve onu etkilerken edilgen duruma itmesi söz konusudur. Zira böyle bir söylev karşısında seyirci kendisinden geçmeye ve söylenilene yapmaya hazır bir şekilde yer almaktadır. Kullanılan imgelerin teknik olması ve davranışların yavaşlığı ile birleşerek öznedeki arzunun oluşması sağlanmaktadır. Aynı zamanda bu yavaşlık öznedeki arzuların önceden belirmesini ve edilgenliği öne çıkartmaktadır. Böylece striptiz meselesinde yapay imgeler, etrafındaki nesnelere ile birlikte kullanılarak özneyi baştan çıkartmaktadır.

Zihinsel durumlardan ilki olarak ele aldığımız bu kısımda imgenin baştan çıkarılma sürecinde nasıl rol aldığını ve etkisini ele almaya çalıştık. Zira imge tüketim toplumunda bir gösterilen olarak olayın kendisi haline gelmektedir. Onun saf imge olan yanını kaybetmesi ve sayısal bir şekilde bilgisayarlar ile ekran aracılığıyla anında, aynının benzeri olarak üretilmesi gösteren olmaktan ziyade gösterilene dönüştüğü bir biçimi doğurmuştur. Böylece üretilen bu imgeler sayesinde kimse gerçeğin ya da gerçekliğe ait izlerin peşinden koşmamaktadır. Hatta bununla ilgilenmemektedir. Çünkü kurgu olan imgenin bir canlandırmadan uzak olup her şeyi özneye dayatabilme durumuna erişmesi ile gerçeğe ihtiyaç kalmamıştır. Her yerde anında üretilip öznedeki hâller oluşmasını sağlayan imge, özneye kendini dayatarak onu etkileyip yönlendirmektedir. Özne ise bu imge seli karşısında yine imge kullanılarak harekete geçirilip eksiklik yaratılan arzularını giderme adına tüketim nesnesinin peşinden gitmekte ve baştan çıkarılmaktadır.

⁸⁹ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 194.

Baştan çıkarılma sürecinde özne, arzularının yerine gelmesi ile gerçek ve hakikat gibi kendisine iş çıkaracak şeylerle de uğraşmamaktadır. Striptiz örneğinde görüldüğü gibi istekleri imgeler kullanılarak oluşturulan özne, edilgen bir şekilde baştan çıkartılmayı sorun etmemektedir. Dolayısıyla striptizde olduğu gibi tüketim toplumunda da imge, öznenin isteme sürecinin oluşturulup yönlendirilmesinde kullanılmakta ve özneyi eksikliğini giderme adına tüketime yönlendirmektedir. Böylelikle üretilen imge aslında özne açısından bir kurmaca gerçekliği inşa etmektedir. Reklam, moda ve kitle iletişim vasıtasıyla özneyi istemeye götürerek baştan çıkartmaktadır. Bu nedenle de özne gerçekliğin aşılması biçimi olarak maruz kaldığı imge tarafından istetilerek edilgen bir şekilde var olabilmektedir. Daha açık bir ifade ile imgesel olanla büyülenen ve baştan çıkartılan özne tüketerek var olabilmektedir.

1.2. Ayartma Çemberinde Arzu

İmgelerin yapay üretimi ve sanallaşma ile beraber birçok alan üzerinde etkili olan imge, tüketim nesnesinin öznenin arzularının oluşturulması ve yönlendirilmesinde rol alarak özneyi baştan çıkartmaktadır. Böylece Klasik dönemdeki etkin olan özne yerine nesne tarafından aldırılan, beğendirilen ve tükettirilen bir özne söz konusu olmaktadır. Bu durumun oluşmasında yani nesnenin etken olma durumuna geçmesinde imgeler kullanılmakta ve bu şekilde bir tüketim düzeni oluşturulmaktadır. Böylece seçtiğini, tercih ettiğini zanneden özne yerine, yapay imgelerle baştan çıkartılan, almaya yönlendirilen ve arzulan özne karşımıza çıkmakta olup öznenin etkin olduğu bir süreç yerine, nesne tarafından belirlenen istekler geçerli olmaktadır. Dolayısıyla özne, isteklerinin o an gerçekleşiyor olmasıyla aslında isteme sürecinde etkinliğinin derecesini çok düşünmemektedir. Daha açık bir ifade ile bunu belki de düşünmemektedir. Bu nedenle edilgen bir öznenen söz edilmektedir. Zihinsel hâllerden ikincisi olan arzu meselesini ele alacağımız bu kısımda arzunun özne-nesne ilişkisindeki yerini, nesnenin ayartmasını ve arzu-öteki ilişkisini tahlil etmeye çalışacağız. Bunun yanında tüketim nesnesinin, öznedeki hâller oluşturarak nasıl arzulanı baştan çıkarttığını Baudrillard açısından izah edeceğiz.

Arzu meselesine baktığımız zaman onun özne ile daha çok ilişkisinin kurulduğunu ve böylece sanki ona mahsusmuş gibi algılanması göze çarpmaktadır. Özne, etrafındaki her şeyi kendi isteklerine aracı kılan bir tarihin mimarı olarak kendine bu payeyi biçmektedir. Baudrillard arzunun bu şekilde anlaşılıyor olmasının altında, tarihe bir anlam ve bütünlük kazandırması olduğunu dile getirmektedir.⁹⁰ Dolayısıyla oluşturulan tarih, öznenin kendi cephesinden oluşturduğu bir perspektif olduğu için her şeyi de kendi eseri ve hakkı olarak görmektedir. Aynı zamanda bu tarihsellik öznenin etkin olduğu ve onun isteklerinin mevzu bahis edildiği bir süreç de işaret etmektedir. Bir nevi öznenin bütün çabası kendisinin isteyen ve arzulayan olarak irade sahibi olduğu, nesnenin ise araç olduğu bir biçimdir. Fakat Baudrillard isteme sürecine nesne penceresinden bakıldığında aslında öznenin etkin olmadığı bir isteme sürecinin görüleceğini vurgulamaktadır. Bu nedenle öznenin bu tarihselliğin arkasına sığınarak kendinde arzulama hakkı görmesi, hatta arzulamayı sadece kendine mal etmesi onun açısından anlaşılır bir durum değildir. Bu da isteme sürecinde öznenin edilgen olduğu bir süreci akla getirmektedir. Zira içerisinde bulunduğumuz tüketim toplumunda üretilip öznenin gündemine sokulan imgeler, özneyi arzulamaya götürerek nesneyi hâkim kılmaktadır. Bu nedenle Baudrillard'ın düşüncesinden öznenin isteyen değil arzulanıp istetilen olduğunu anlamaktayız. Fakat yinede sürecin anlaşılır olması adına bu tarihsel süreci biraz irdelememiz gerekebilir.

Oluşturulan tarih içerisinde nesne, öznenin bir parçası olarak, kendisine yabancılaşmasına olanak tanıyan yapıda olduğunu ifade eden Baudrillard, nesne için bir köle olarak en fazla efendi-köle diyalektiğinde kendisine yer bulan ve söz konusu olan bir durumda olduğunu söylemektedir.⁹¹ Bu demektir ki tarihe sahip olan özne kendisine ve çevresine yabancılaşabiliyordu. Dolayısıyla nesne, öznenin kemale ermesi için bir araç, kendini uzaklaştırması için aracı görevini üstlenmekteydi. Yani bir efendi-köle diyalektiğinde kendine yer bulan nesne, sadece efendi ile olabilecek bir diyalektikte söz konusu idi. Bu da kölenin kendi başına bir var oluştan yoksun olmasını akla getirmektedir. Zira efendi-köle hadisesinde köle sadece efendi ile olabilecek bir diyalektik ilişkide ve bir gün efendiye dönüşme ihtimalini taşıyan

⁹⁰ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 144.

⁹¹ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 144.

olarak var olabilmektedir.⁹² Köle, yalnız başına efendi olmadan bir anlam ifade etmemektedir. Bu şekilde tıpkı efendi-köle durumundaki köle gibi nesne de genellikle öznenin tarihini oluşturan yapısında kendisine tamamlayıcı rolü bulmakta ve o da tıpkı köle gibi bir gün özneye dönüşme hayali kuran olarak yer almaktadır. Dikkat edildiğinde onun sadece karşıtlıklarla örülü modern düşünce ürünü olarak diyalektik şeklinde ifade edildiğini görmekteyiz. Bu nedenle nesnenin kendisi bu süreçte aktör olarak değil, karşıtı üzerinden anlam biçilen yapısı ile bulunmaktadır. Diğer taraftan zaten arzu kelimesinin kendisi de, birisi tarafından yapılan ya da arzu duyduğu hazzı çağrıştıran bir zihinsel durumu akla getirmektedir. Onun çağrışımı nesne ile ilgilidir. Bu da nesneyi, arzu olarak görülen zihinsel durumun parçası haline getirmekte ve özne ile karşı karşıya bırakmaktadır.

Öznenin isteme sürecinde olayı yöneten tek aktör olarak görülmesinin Baudrillard'a göre kurmaca da olsa ona bu şekilde ayrıcalık verilmesinin sebepleri bulunmaktadır. Bu sebeplerden birisinin özneye bir değer biçilmiş olması diğerinin ise tarihsellik olduğu görülmektedir.⁹³ Böyle bir tasavvurda istemeyle ilişkilendirilip imtiyaz tanınan özne bir rahatlama içerisine girmektedir. Aynı zamanda özneye böyle bir değer biçilmiş olması onu önemli kılmakta ve ona huzur vermektedir. Bu huzur ve rahatlama sayesinde anlamlandırdığı her şey sanki onu güvende tutan yapıyı inşa etmektedir. Zira bu şekilde anlaşılmasız olan ya da kendisine işaret etmeyen her şey onu korkutmaktadır. Belki de bu sebeple özne, oluşturulan tarih ve anlamlandırma sayesinde kendisini bir irade sahibi olarak görmekteydi. Çünkü kendine bu irade ve tarihselliği bahşeden özne aslında kendi üzerine titremiştir. O açıdan kendisini muktedir görerek her şeyin merkezine yerleştirmiştir. Bu şekildeki bir değer biçme dünyayı özneye daha anlaşılır kılmıştır. Zira irade ve arzu sahibi bir öznenin kendini güvende tutup başka bir aktör korkusundan uzaklaştırıp huzurlu kılması anlaşılır bir durumdur. O açıdan olayların başka bir şeyin kontrolünde olduğunun düşünülmesi özne açısından rahatsız edici olacaktır.

İsteme hakkını kendinde gören özne, nesneyi söz konusu etmemekteydi. Daha doğrusu böyle bir düşünceye belki hiç gerek duyulmadı ya da düşünülmedi. Bu

⁹² Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 144.

⁹³ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 145.

tarihselliği bir kenara itip nesne kavramını gündeme getiren Baudrillard'a göre arzulama yerine "ayartma" kavramı devreye alındığında nesnenin ne kadar etkin olduğu ve önem arz ettiği anlaşılacaktır. Buna göre diğer bir önemli husus olarak işin arzu duyma ile değil ayartmayla başlatıldığında isteme süreci daha anlaşılır olacaktır.⁹⁴ Çünkü arzu duyma ayartma meselesini açıklayamamaktadır. Zira ayartma arzu duyma değildir. Baudrillard'a göre ayartma, arzuyla oynandığı için kimsenin diğeri karşısında üstün olmadığı bir oyundur.⁹⁵ Fakat ayartma oyununda bizim payeyi nesneye vermemiz şüphesiz onun ayartabilmesinden kaynaklanmaktadır. Kaldı ki özne kendisiyle arzu duymayı eş değer gördüğü için bir şeyleri oyuna getirmeyi ya da nesneyle oynamayı hem düşünmemiştir hem de kendine yedirememiştir. Oysa ayartmanın nesne ile ilişkiselliğinin kurulmasının sebebi nesne arzu duymayı ya da arzuyu bilmez. Daha açık bir ifade ile arzu duymanın ne olduğu veya nasıl bir şey olduğu hakkında fikri de yoktur. Bu nedenle de arzu duymayı bilmeyen nesne, özne ile oynamaktadır. Özneyi heyecanlandırıp hayal kırıklığına uğratan nesne, öznenin baştan çıkarılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla ayartma hadisesi gündeme alındığı zaman özneye paye olarak verilen ve onu ayrıcalıklı kılan bütün süreçlerin tersine döndüğü anlaşılmaktadır. Zaten ayartma kendi içerisinde tersine çevirme özelliğini taşımaktadır. Ayrıca eğer her şey nesne ile başlıyorsa "özne nerede durmaktadır?" sorusu akla gelmektedir. Böylelikle nesnenin yönlendirdiği bu yeni süreçte özne ikinci plana itilmiş olmaktadır. Çünkü ayartan nesne, ayartılan ise öznedir. Yani bütün tarihselliğe sahip olan özne ayartma ile beraber edilgen duruma geçmiştir.

Nesnenin bu şekilde özneyi ayartması ve onu hâllere sokmasının karşısında, öznenin hazır olmadığını görmekteyiz. Bu nedenle Baudrillard tarihsel olarak değer verilen özne konumunun artık sona erdiğini dile getirmektedir. Buna göre her şeyin şeffaf ve müstehcen hale gelmesi ile birlikte özne olma veya iktidar öznesi rollerine kimse talip olmamaktadır.⁹⁶ Baudrillard burada Foucault'un iktidar kavramına da gönderme yapmaktadır. Çünkü Baudrillard'a göre başkalarının arzu dediği şeye

⁹⁴ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 144-145.

⁹⁵ Jean Baudrillard, *Anahtar Sözcükler*, Çev. Oğuz Adanır ve Leyla Yıldırım, Paragraf Yayınları, Ankara, 2005, s. 38.

⁹⁶ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 146.

Foucault, iktidar demektir.⁹⁷ Daha açık bir ifade ile Baudrillard'a göre Foucault'un iktidar ile kastettiği şey her türlü olumsuzluktan arındırılmış, hep var olmuş ve sonsuza dek devam edecek olan bir ağıdır.⁹⁸ Böyle bir tasavvurda iktidar öznesi, isteme hakkını elinde bulunduran ve her şeye yön veren konumdaki özne ile eşdeğer görülmekteydi. Bu da şeffaf ve müstehcen olmanın aynı zamanda arzuyu hipergerçek kılmasını akla getirmektedir. Zira şeffaf ve müstehcen arzuya boyut katmakta ve onu gerçek üstü bir noktaya çıkartmaktadır.

Toplumsal koşullar göz önüne alındığı zaman arzuları oluşturulan bir öznenin, irade ve iktidar öznesi olması yahut bunu üstlenmek istemesi mümkün görünmemektedir. Başka bir ifade ile özne açısından irade ve arzu gibi etkin olacağı durumlar söz konusu değildir. Bulunulan koşulların özneyi ayartması ile arzulamayı kendinde gören iktidar öznesine ihtiyaç kalmamıştır. Belki de her şeyin açık ve şeffaf bir şekilde herkesin gözü önünde yapılması ya da irade öznesi olması durumunda maruz kalacağı yük ve görevler öznenin bu role ihtiyaç duymasını engellemiştir. Bu yük ve sorumluluklardan kastedilen öznenin kendi iradesiyle yapmış olduğu tercihlerden dolayı ortaya çıkan sonuçlara katlanma yükümlülüğüdür. Çünkü her ne kadar modern dönemin irade abidesi değeri biçtiği özne düşüncesi rahatlatıcı olsa da beraberinde onun vereceği kararların mutsuzluğunu da getirme ihtimalini barındırıyordu. O açıdan nesnenin isteme sürecindeki hegemonyası özne açısından arzu ve irade durumunu tartışmaya açmaktadır. Öznenin etkinliği yerine kitlenin yönelimlerinin takip edildiği bir yerde irade ve istekten söz edilmesi bir yanılgıdır. Diğer taraftan bir yönüyle sorumlulukların öznenin sırtından alınması onun açısından bir rahatlama yaratmaktadır.

Nesnenin istemeyi belirlediği bir sürecin nihayetinde Baudrillard belki de bizim edilgenliğe itildiğimizi dile getirmektedir. Özneye meydan okuyan ve onu köşeye sıkıştırmak isteyen nesne, özneyi savunmasız bırakmaktadır. Buna göre nesne burada bir strateji gütmektedir. Bu stratejide nesne, şeyleri özne gibi hesabına geçirmeyi, arzulamayı ve ne istediğini bilmediği için bunu bir oyuna dönüştürür.⁹⁹

⁹⁷ Jean Baudrillard, *Foucault'u Unutmak*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2017, s. 24.

⁹⁸ Baudrillard, *Foucault'u Unutmak*, s. 24.

⁹⁹ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 147.

Böylece öznenin rolünün nasıl olduğunu bilmeyen nesne, ortadan kaybolup geri gelmekte ve alışılmadık bir şekilde bizi büyülemektedir. Çünkü nesnenin bir şeyleri sahiplenme gibi bir derdi olmadığı için özneye tuzak kurarak arzu üzerinden onu tuzağına düşürmektedir. Nesnenin özneyi ayartmak için kurduğu tuzaklara düşen özne, zorunlu olarak oynayacağı bu sürece tuzağa düşmek suretiyle karşılık vermiş olmaktadır. Bilinçli veya bilinçsiz düşülen bu tuzağa öznenin neden düştüğü hâlâ gizemini korur. Çünkü bir kumarı andıran bu tuzağa özne muhakkak düşmektedir. Nesnenin imgeleri kullanarak arzu üzerinden kurguladığı oyunda, özne istediğine erişerek veya ondan mahrum kalarak nesne tarafından kontrol altına alınır. Bunun nihayetinde etkilenen özne nesne tarafından baştan çıkartılır. Bourdieu'nün ifadesiyle özne, nesne karşısında “illüzyo” olmaktadır.¹⁰⁰ Nesne, özneyi ayartarak oyuna getirmesi sayesinde baştan çıkartmaktadır.

Ayartma meselesini biraz daha anlaşılır kılmak için Baudrillard'ın *Çaresiz Stratejiler* eserinde geçen şu hikâyeyi tahlil etmeye çalışacağız. Bu hikâyede kendisine ateşli mektuplar yazan adama, “en çok neremi beğeniyorsunuz?” diyen kadına adamın, “gözleriniz” yanıtını vermesi üzerine kadın, gözlerinden birisini pakete koyup adama yollamıştır.¹⁰¹ Olayın başında adam ayartmaya çalışan, kadın ise arzulanan konumdadır. Aynı zamanda adam arzu duyan, arzulayan olarak özne konumundadır. Adam, kadının sorusu karşısında Baudrillard'a göre bir metafor göstergesi olarak gözleriniz yanıtını vermektedir. Çünkü ayartma metaforiktir.¹⁰² Kadının vücudundaki herhangi bir bölgeyi ya da amacını belli edecek türden cevap vermeyerek kadını etkilemeyi düşünmüştür. Bir diğer husus olarak verdiği cevap ile kadının ruhu ile ilgilendiğini göstermek istemiştir. Bu hikayenin nedensellik ilişkiselliğini kuracak olursak; nesnenin belirgin, net ve çerçevesinin olması değil tam aksine belirsizlik içerisinde bulunması, metaforik yapıda ya da sürprizlerle açık bir anlamsal bünyeye sahip olması ayartmanın daha başarılı şekilde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Nitekim bu olayda da özne olarak adam “gözleriniz” derken sürprizlere açık bir anlamsal yapıya göndermede bulunmaktadır.

¹⁰⁰ Pierre Bourdieu, *Eril Tahakküm*, Çev. Bediz Yılmaz, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2015, s. 97.

¹⁰¹ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 156.

¹⁰² Baudrillard, *Anahtar Sözcükler*, s. 42.

Kadın, adamın bu şekilde kendisini etkilemesini yadsıyarak ona gözünü çıkarıp yollaması ile işleri tersine çevirmiştir. Bir nevi arzu oyununda ayartmayı devreye alarak karşısındakini yerinden etmiştir. Şüphesiz Baudrillard'ın ayartma ile kastettiği kadının ayrıcalıklı olduğu bir konum değildir. Tarihsel olarak ayrıcalıklı olduğunu düşünmüştür fakat asıl kastettiği kendi deyimiyle simgesel düzeyde biçimlere hâkim olmaktır.¹⁰³ Zira arzulanan konumdaki kadın, karşısındaki adamı hiç beklemediği bir şekilde şaşkınlığa maruz bırakarak ayartan konumuna geçmiştir. Başka bir ifade ile tıpkı bir nesne gibi gerçekliği tersine çevirerek arzulatan haline dönüşmüştür. Adam ise oyun oynanılan, arzularına yön verilen bir konuma itilmiştir. Yine Baudrillard bu duruma kadının, metaforu tasfiye ederek göstergenin bir nesne ile bertaraf edilmesi şeklinde yanıt verdiğini söylemektedir.¹⁰⁴ Metafor olarak “gözleriniz” diyen adamın cevabı, gerçek bir nesne ile savuşturulmuştur. Bu örnekte nesnenin özne ile oynama şekli görülmektedir. Arzulatarak, yadsıyarak veya olayı tersine çevirme suretiyle duruma hâkim olup özneyi şaşırtıp etkilemiştir. Nesnenin oyununa gelen, tuzağına düşen ve meydan okumasına karşılık veren özne onun dediklerini yaparak, baştan çıkarılmıştır.

Erkeğin arzu duyan olarak işe girişmesi olayın kendisinden başlamasından dolayı kadını nesne konumuna itmektir. Oysa yukarıdaki örnekte olduğu gibi özne artık konumunu kaybetmiştir. Edilgen bir hâl içerisinde, nesne konumuna yükselen kadından gelenle yetinmektedir. Özne, nesnenin oyun oynamasını ve şaşırtıp düş kırıklığına uğratmasını onun tuzağına düşerek kabul etmiştir. Baudrillard, bir insanın başına gelebilecek en kötü şeyin arzularının gerçekleşmesi olduğunu ima etmektedir. Buna göre bu hikâyede adam tuzak kurarken tuzağa düşürülmüş ve rezil olmuştur.¹⁰⁵ Arzuların gerçekleşmesinden kasıt adamın “gözleriniz” cevabına verilen gerçek nesnedir. Yani adamın arzusu her ne kadar bu değilse de gerçek nesne ile karşılaşınca kurduğu tuzak tersine dönmüştür. Böylece sembolik de olsa arzusu yerine gelen adam, artık ne yapacağını bilemez durumdadır. Baudrillard'a göre rezil olmuştur. Çünkü gerçek nesne kadını meydan okuyucu, erkeği ise rezil olacağı yani artık her seferinde aynı durumla karşılaşma ihtimali ile baş başa bırakmıştır. Özne

¹⁰³ Baudrillard, *Anahtar Sözcükler*, s. 38.

¹⁰⁴ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 157.

¹⁰⁵ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 156.

olmayı bilmeyen kadının özneyi ayartmak istediği zaman kusursuz bir nesneye dönüşmesi gibi, öznenin de hâkimiyet kurduğu bir nesne artık söz konusu değildir. Hele ki arzu duymanın arzulatma tarafından ele geçirilmesi ve nesnenin ayartması nedeniyle özne artık kaderine razı olarak arzu oyunundaki yerini bilmelidir. Zira ona atfedilen ve pay biçilen hâllerde etkin olması söz konusu değildir.

Hikâyeden anlaşılması gereken iki durumun da birbiri ile ilişkisini kurarak bu işi nihayete erdirmemizde fayda görmekteyim. Zira böylece bu hikâyede arzu durumu ve özne-nesne ilişkisi daha rahat anlaşılacaktır. Baudrillard'a göre arzulanan konumdaki kadın daha üstün konumdadır. Çünkü arzulayanın teklifini reddedip kabul edebilir. Oysa arzulanan olarak kadın teklifi kabul ettiği zaman adamın bunu kabul etmekten başka çaresi yoktur.¹⁰⁶ Bu nedenle arzulanan olmak, seçenek sahibi olmayı barındırmaktadır. Zira böylece arzulayan, arzulananın tercihlerini görmezden gelemeyecektir. Nesne de tıpkı arzulananın ayartması gibi özneyi ayartarak baştan çıkartmaktadır. Yani tuzak her ne kadar öznenin gelmiş gibi görünse de tuzığa düşürülen öznedir. Çünkü arzulamaktadır. Ya da öyle sanmaktadır. Her iki durumda da arzulanan nesne olacağı için konum olarak üstün olacak olan nesnedir. Özne ise arzuladığı nesnenin tuzığına düşerek kendinden geçmektedir. Nesne tarafından kışkırtılarak arzu duymaya itilmektedir.

Arzulayan öznenin, nesne tarafından arzulatılarak istetildiği ve edilgen olan bir özne figürü süreçte kendini göstermektedir. Bu da nesnenin, özneyi ayartıp oyuna getirerek baştan çıkartmasını mümkün kılmaktadır. Oysa baştan çıkarma sürecinde özne ve nesne rollerini belirleyen arzu durumu Baudrillard'a göre bir hedef değildir. Buna göre özne-nesne ilişkisi arzu meselesi bağlamında ortaya konulduğunda, bu ilişkide arzunun baştan çıkarıcı için birinci derecede önemli olmadığı görülmektedir. Yani arzu varsayımına göre dayanan bir kozdur. Koz, arzunun kışkırtması ve düş kırıklığı potansiyeli taşımasıdır.¹⁰⁷ Bu demektir ki baştan çıkarma sürecinde her ne kadar özne-nesne durumuna bakılsa da aslında bir oyun oynanılmaktadır. Bir nevi arzu varsayımına dayanılarak oynanılan bu oyunda arzunun olma ve duyulma ihtimali üzerinden plânlar veya tuzaklar kurulmaktadır. Başka bir ifade ile arzunun

¹⁰⁶ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 158.

¹⁰⁷ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 107.

varsayımına dayanarak öne sürülmesi, daha derinlerde özne ve nesneyi de aşan bir şekilde bu koza dayanarak oyunlar oynanır.

Striptiz örneğinde imgeler üzerinden harekete geçirilen arzu öznedeki hâsıl edilerek onun büyülenmesi sağlanmaktadır. Striptizi yapan yani baştan çıkaran için öznenin arzu duyması bir varsayımdır. İmgeler kullanılarak öznenin arzuları oluşturulmakta ve kışkırtılarak onun büyülenmesi sağlanmaktadır. Yapay olarak nesne tarafından oluşturulan bu arzu öznenin irade ediminin eseri değildir. Öyle olması durumunda bile yani öznenin arzusu süreçte yer alsaydı bile bu baştan çıkartma tarafından hedef alınarak yapay imgelerle yeniden oluşturulur. Arzu kozuna dayanan bu süreç öznenin tuzağa düşürülüp yönlendirilmesiyle yani baştan çıkarılması ile nihayete erer.

Baudrillard baştan çıkarma ile birlikte arzunun bir efsaneye dönüştüğünü ve sahiplenme aracı olarak bir irade anlamını taşıdığını söylemektedir. Buna göre baştan çıkarma arzusunun barındırdığı irade ediminin karşısına simülakrlardan yararlanarak eşit düzeyde bir irade çıkardığını ve görünümünden kurulu bir ağla arzuya dair olan potansiyel gücü yaratıp, def ettiğini söylemektedir.¹⁰⁸ Baştan çıkarma sürecinde nesne veya özne tarafından duyulan arzu, gerçek olması durumunda bile irade ediminin ürünü olarak aynı ölçüde yapay bir görünüm tarafından hedef alınmaktadır. Bu şekilde arzunun irade edimini içeren yapısı bir efsane halini almakta ve yok edilmektedir. Böyle bir tasavvurda imgelerle oluşturulan göstergesel biçim simülasyon durumunu yaratmaktadır. Yani oluşturulan simülasyon gerçeğinden daha etkili olarak süreci daha cazip hale getirmektedir. Bu nedenle baştan çıkarılma süresince meydana gelen arzu yapay bir durumdur. Çünkü üretilen ve taklit yoluyla aktarılan bir halde ilerlemektedir. Kadının erkeği baştan çıkarma sürecinde varsayım olarak kabul edilen arzu ortadan kaldırılmakta ve yapay olarak imgelerle üretilen arzu ile oyun oynanarak baştan çıkarılma gerçekleşmektedir. Üretilen istek, yok edilenlerden daha güçlü ve etkili olmaktadır. Oluşturulan görünümle oynanan baştan çıkarma sürecinde, irade edimini çağrıştıran arzu kavramının daha güçlü öğeleri kullanıldığı için sahte olanın gerçekten daha etkili görüldüğü bir simülasyon sürecini oluşturmaktadır.

¹⁰⁸ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 107.

Arzunun bir simülasyon sürecinin içerisinde oluşturulan bir durum olarak üretildiğini düşünen Baudrillard, Deleuze'ün öne sürdüğü arzu kavramının çok anlamlı ve aptallaştırıcı olduğunu vurgulamaktadır. Buna göre Deleuzeyen ifadeyle, “arzunun kendiliğinden devrimci ve hiç farkında olmadan istediğini bilen” şeklinde geçtiğini belirten Baudrillard, bunun bu şekliyle tarihi bir devrimle aynı temel karmaşaya itildiğini ifade etmektedir.¹⁰⁹ Deleuze'ün düşüncesine baktığımız zaman arzunun kendiliğinden devrimci olması, her organda arzu olmasına bağlanmaktadır. Farkında olmadan ne istediğini bilmesi ise, organlar arasındaki arzunun birbirine akmak istemesidir. Bunun yanında her organdaki arzu, diğer organlara akmak ister. Doğası gereği arzu engellerle karşılaşır çünkü farklı organlar söz konusudur. Her organın arzusu da dışarıdan gelen arzuya direnç oluşturarak gerginliği meydana getirir. Önce akmak istediği organı yersiz-yurtsuzlaştırır. Bir nevi her organdaki arzu diğer organlara akmak isterken kararsız kalmakta ve gerginlik yaşamaktadır. Bu sebeple arzu duyup-duymama şeklinde söz konusu olan bu süreç, organsız beden olarak başka arzulara olanak sağlamaktadır. Sonra yerli-yurtlu yapmak suretiyle öznenin önüne borç olarak çıkartılan ve giderilmeye çalışılan arzu tekrar yerli-yurtlu yapılır.¹¹⁰

Baudrillard'da arzu üretilen ve simülasyon durumunda ortaya çıkan bir şey iken, Deleuze'de doğuştan getirilen hâli ile söz konusudur. Ancak arzunun diğer bedenlerle olan ilişkisinde dışarıdan üretilen arzu belki fantezi olarak söz konusu olabilir. Çünkü Socius'un belirlenimi ile meydana gelen bir arzu sadece toplumsal olarak eksikliği belirlenmiş bir hedefe özneyi sevk edebilir. Deleuzeyen bir ifade ile fantezi şeklindeki bir arzu kendisine eksiklik davet edilerek gerçekleşebilir. Daha açık bir ifade ile Deleuze'de arzu, bir eksikliği telafi etmek üzere ortaya çıkmaz. Buna göre kapitalizm üretimi sağlayabilmek için arzuyu bir süreç haline getirerek onda eksiklik meydana getirmektedir. Böylece arzudan türemiş gibi oluşturulan eksiklikler devamlı bir şekilde kendini yenileyip özneyi eksikliği ortadan kaldırmaya

¹⁰⁹ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 37.

¹¹⁰ Cengiz, “Yazı ve Bilinçdışı: Arzuya Olumsuzluk Katma”, s. 78.

itmektedir. Bunun nihayetinde özne kemal olanın peşinden koşarak devamlı arzudaki eksikliği gidermeye çalışmaktadır.¹¹¹

Arzu çıkış noktası olarak bağlantıları kullanarak arzunun sürmesini olanaklı kılmaktadır. Bu nedenle Colebrook, Deleuze’de arzunun üretken ve olumlu olduğu görüşündedir.¹¹² Böylece arzu bedende ortaya çıkan ve önce bedenin diğer bölümlerine, sonra da bunu toplumun diğer bedenleri ile bağlantı kurmak suretiyle biçimlendirir. Çocuğun ağzının annesinin memesi ile bağlantı kurması ve arzuyu üretmesi, arzunun üretken olduğunu göstermektedir. Bu sebeple Deleuze’de arzu eksiklik duyulan ya da arzulanan üzerinden değil, bizzat öznenin kendi bedeninde var olan olarak yer almaktadır. Tabi, burada mevzu bahis edilen bireyin arzusudur. Çünkü kitlenin gündeminde olan arzuyu Deleuze, fantezi olarak adlandırmaktadır. Hatta bireysel olarak değil, kitlesel bir şekilde fantezi olduğunu ima etmektedir. Çünkü ontolojik olarak bir kemal oluşturmayan bu yapı, kişiyi sürekli olarak ulaşamayacağı şeyin peşinden sürükleyerek fantezi oluşturmaktadır. Belki de bu nedenle Baudrillard, Deleuze’deki arzu kavramının aptallaştıracak kadar çok manaya geldiğini ifade etmektedir.¹¹³ Zira Baudrillard arzunun daha çok arzulanma şeklinde zuhur ettiğini düşünmektedir. Yani bir nevi arzuyu, içerisinde bulunduğumuz tüketim toplumunda öznenin sergileyemeyeceği zihinsel bir durum olarak, gerekliliği konusunda tartışılan bir konumda görmektedir. Bir başka eserinde ise yine Deleuze’ün düşüncesine göndermede bulunarak, arzu madem bu kadar kuvvetli, nasıl oluyor da derhal tersine çevrilip bastırılabilen demektedir.¹¹⁴ Deleuze muhtemelen böyle bir soruya kapitalizmin üretim sistemi üzerinden cevap verecektir. Dolayısıyla kapitalizmin sonsuz üretimi sağlayabilmesi için gösterdiği yersizleştirme-yurtsuzlaştırma ve akabinde yerlileştirme-yurtlulaştırma yapması yoluyla meydana getirirken kitle üretimin bunu sağlayacağını düşünmektedir. Bu durumda Baudrillard’ın simülasyon yoluyla üretildiğini düşündüğü arzu, Deleuze’de fantezi üretimi olarak karşımıza çıkmakta ancak Baudrillard, Deleuze’ün düşündüğü

¹¹¹ Buchanan, *Deleuze ve Guattari'nin Anti-Ödipus'u Okuyucu Rehberi*, s. 96.

¹¹² Colebrook, *Giles Deleuze*, s. 122.

¹¹³ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 37.

¹¹⁴ Baudrillard, *Foucault'u Unutmak*, s. 43.

güçte libidinal bir arzunun olmadığını, onun sosyal koşullar içerisinde oluşturulduğunu düşünmektedir.

Baudrillard ve Deleuze'ün arzuya bakışlarını ele aldıktan sonra arzunun simülasyon üretilerek söz konusu olma konusuna geri dönmemizde fayda vardır. Zira simülasyon sürecini barındıran arzu bir aktarma ve taklit olarak var olmaktadır. Yani tam olarak nasıl arzu duyacağını bilemeyen özne, içerisinde bulunduğu şartlarda –miş gibi yapmaktadır. Bu nedenle bu meselenin daha açık olarak ortaya konulması için “öteki” kavramını da olaya dâhil etmemiz gerekiyor. Çünkü fikir ve edimlerimiz hep ötekini işin içerisine yerleştirmektedir. Fakat burada ele alacağımız ötekiliğin modern dönemdeki anlamı ile nefret edilip hor görülen, kenara itilen ya da yok edilmeye çalışılan ötekilik olmadığını vurgulamakta fayda var. Yani içerisinde bulunulan koşullarda tutku nesnesi olarak değer biçilen bir öteki yerine, metastaz gibi üretilen bir öteki söz konusudur. Metastaz gibidir çünkü her yere sirayet edip, kendini aynının tekrarı olarak devamlı bir şekilde üretebilir.

Baudrillard ötekiliğin eksikliğini duymamızla beraber, bir yazgı olarak ona boyun eğmek istemeyeceğimiz için üretilen bir hale getirildiğini söylemektedir. Buna göre yazğıdan kaçmak ve farklılık olması nedeniyle ona ihtiyaç duyduğumuzu ileri sürmektedir.¹¹⁵ Burada iki önemli nokta dikkatimizi çekmektedir. Bunlardan birincisi ötekiye yazgısal olarak muhtaç olunmak istenmediği için üretilme durumudur. Zira boyun eğilecek bir öteki ihtimali muhtemelen öznenin kendisine yedireceği durum değildir. Ayrıca öznellik, ötekiyle bir mücadeleyi de varsaymaktadır.¹¹⁶ Öznenin yerini kaybetmesi yani özne olmayan bir öznenin söz etmemiz doğal olarak mücadele edilen bir ötekiliği değil üretilen bir ötekiliği gündemimize sokmaktadır. İkinci nokta ise üzerimize yapıştırılan etiketlerden ve cinsiyetlerden bir kaçış yolu olarak ötekiliğe ihtiyaç duymadır. Başka bir ifade ile modern dönemin kendisine biçtiği ve kendisinden beklenen rollerden bir kaçış olarak, alternatif bir durum şeklinde kendini göstermektedir. Bu demektir ki öteki olma bir alternatif olma imkânını barındırdığı için önemli hale gelmektedir.

¹¹⁵ Jean Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, Çev. Necmettin Sevil, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2012, s. 142.

¹¹⁶ Christopher Horrocks, *Baudrillard ve Milenyum*, Çev. Kaan H. Ökten, Everest Yayınları, İstanbul, 2000, s. 64.

Öteki, bir mümkün seçenekleri içerisinde barındırması nedeniyle ihtiyaç duyulan konumundadır. Bunun yanında ötekiliği sadece bir gereksinim olmasından dolayı arzu etmemekteyiz. Zira tıpkı imgelerin yapay olarak üretilip benzeşmesi gibi insanların da birbirine benzeşmesi nedeniyle de tercihlerimizde ötekiliğin etkisi artmaktadır. Bu şekilde aynileşme ile beraber arzularımızı yönelteceğimiz ya da tercihlerimize konu olan şey artık mümkün görünmemektedir. Hele hele her şeyin trans hale gelmesi ve şeffaf bir geçirgenliğe sahip olmasıyla aslında öteki olarak görülebilecek şeylerin sonu hazırlanmıştı. Özellikle cinsiyetlerin aynileşmesi veya birinin diğerinin içerisine geçmesiyle beraber yani kadın ve erkeğin birbirinin özelliklerine sahip olması ile öteki olanın ortadan kaldırıldığını da görmekteyiz. Hazırlanan bu sonla beraber öznenin tarihini anlamlı hale getirmemizi ve aynı zamanda öteki olarak birilerini nesne konumuna itmimizi sağlayan yapıyı ortadan kaldırdık. Çünkü öteki bir yönüyle bizim arzu duyduğumuz veya isteklerimizi yönelttiğimiz bir şey olarak ortada bulunmaktaydı. Belki de bu şekilde özne olarak ya da bu role bürünmek zorunda kalmaktaydık. Aynı zamanda her şeyin trans hale geldiği, farklılıkların söz konusu olmadığı bu yeni durumda birbirimize benzemekle isteklerimiz konusunda da kafa karışıklığı yaşamaktayız.

Cinsiyetlerin benzer hale gelmesiyle ya da birbiri içerisinde geçirgen olmasıyla beraber erkeğin dişiye, dişinin de erkeğe dönüşebilme potansiyelini ortaya çıkardığını görmekteyiz. Bu durum doğal olarak onların nesne ve özne olma konumlarında yer değişikliğine yol açmaktadır. Zira nesne olarak görülen kadın ile kendini özne durumunda gören erkeğin ne hale geldiği açık olarak belli değildir. Belki de cinsiyetlerdeki geçirgen ve trans hâl burada da kendine yer bulmaktadır. Baudrillard birbirinin yerine geçebilirliğin gereği olarak, dişi ve erkek rollerinin birleşik kaplar gibi hareket ettiğini söylemektedir. Ona göre artık ikili bir ilişki yerine cinsellik tersine çevrilebilir bir işleve dönüşmüştür.¹¹⁷ Artık cinsiyet durumları sabit değildir. Birbirleri için öteki olarak sabit konumdaki ikili ilişki yerine bir alternatif durumu yaratılmaktadır. Yaratılan durumda aynı zamanda yer değiştirme ve diğerinin rolüne geçme de mümkün olmaktadır. Fakat nihayetinde baştan çıkarılma sürecinin gerçekleşmesi için yine birbirleri için, yapaylık söz konusu olsa bile birer

¹¹⁷ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 144.

ötekilik teşkil edeceklerdir. Bu durum da öteki isteklere göre şekil alan ya da üretilmek şeklinde kendine yer bulmaktadır. Yapay imgelerden ve durumdan ibaret olan bu öteki, diğerinin arzusuyla baştan çıkarılmaktadır. Bu şekilde üretilen simülasyon evreni içerisinde kendinden geçme mümkün olmaktadır.

Baştan çıkarılma sürecinde ihtiyaç duyulan öteki, çoğu zaman zihinde üretilen bir durum olarak söz konusu olmaktadır. İmgelerden yararlanarak oluşturduğumuz durum tarafından baştan çıkarılmanın gerçekleşmesini beklemekteyiz. Zihnimizde ürettiğimiz ideal kadının da tıpkı cinsiyetlerin farklılık olarak üretilmesi gibi yapay bir durumu andırdığını ifade eden Baudrillard, erkeğin düşüncelerinde ürettiği ve ideal kadın olarak gördüğü dişiliğin aslında kendisine ait bir dişilik olduğu iddiasındadır. Buna göre kendisinden izler taşıyan bu yapay duruma arzularını yönelttiğini sanması sorunlu bir yapıyı ve çelişkiyi de içerisinde barındırmaktadır.¹¹⁸ Bu demektir ki erkeğin düşüncelerinin eseri olan ideal kadın, bir yönüyle zihinde oluşturulan ve kendisine ait dişiliği barındıran bir şekilde karşıya aktarılmaktadır. Böylece erkeğin kadında görmeye çalıştığı veya aradığı şey aslında kendi düşüncesi ve dişiliğine ait izlerdir. Bu noktada erkeğin kendi imgesini kadında arayarak kendi kısır döngüsel sürecini hazırlamış olduğu ihtimali söz konusu olabilir. Çünkü paradoks olan bu ideal kadın düşüncesi bir zihinsel durum olarak kendi kendini baştan çıkartma derindedir. Daha açık bir ifade ile arzu sahibi olduğunu düşünen erkek yani özne arzuladığı şeyin idealini kendi beyninde kurarak, zihinsel olarak kendi dişiliğinin yansıması olarak arayış içerisinde. Bu nedenle erkeğin bu paradoks durumu onun dişi ya da yapay olarak üretilen tarafından tuzağa düşmek istemesi olarak da yorumlanabilir. Yani erkek ürettiği ve bir yönüyle kendinden izler taşıyan bir nesne tarafından baştan çıkarılmayı beklemektedir.

Düşüncelerde üretilen dişilik bir nevi ideal kadın olarak söz konusudur. Böylece yapay olarak üretilen bir durumun nesne konumuna geçerek bizi etkilemesini ve arzulanmayı becermesini beklemekteyiz. Bunun nihayetinde baştan çıkarılmaya hazır olan bizler, kendimizden geçmekte ve imgelerin arasında arzularımızın gerçekleştiğini düşünmekteyiz. Baudrillard, ideal kadın ve erkeğin dişiliği olarak vamp-kadının söz konusu olduğunu ima etmektedir. Yani bir nevi

¹¹⁸ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 143.

makyajla ve koyu imgelerle bezenen kadın, erkeğin histerisini yansıtan olarak onu etkilemektedir. Buna göre vamp-kadın nesnedir çünkü dışıdan daha dışı olarak arzuya ve onun öznesine meydan okumaktadır.¹¹⁹ Vamp-kadın özneyi baştan çıkartmada etkilidir. Çünkü onun arzusunu ondan esinlenerek üretmektedir. Bir nevi erkeğin zihnindeki dışıdan rol çalarak bunu kullanmaktadır.

Vamp-kadın arzuya meydan okuyarak öznenin libidinal arzusunu üretebilme kabiliyetini taşımaktadır. Fakat bunların yanında vamp-kadın aslında bir dışı değildir. Çünkü üretilen, imgelerle bezenen ve histeriğin eseri fetişleştirilen olarak nesne kadındır. Bu sebeple arzu süreci yönettiğini zannederken aslında üretilen bir libidinal arzu ile tuzağa düşürülmektedir. Yani nesne özneyi baştan çıkartmaktadır. Başka bir ifadeyle öznenin ilham alan vamp-kadın, onu büyüleyerek tuzağına düşürmekte ve öznenin dışılığı, nesneye dönüşüp arzulatmak suretiyle baştan çıkartmaktadır. Böyle bir tasavvurda öznenin arzu durumu veya irade ediminden söz edilmesi mümkün değildir. Zira özne kullanılarak üretilen nesne, onun eseriymiş gibi yaparak onu tuzağına düşürüp etkilemektedir. Bu nedenle vamp-kadının nesneleşip kendini arzulatması gibi nesne de özneye kendini isteterek onu kullanmakta ve baştan çıkartmaktadır. Bir simülasyon durumu olarak bunu sürekli tekrarlayıp özne için yazgısal bir hâl almaktadır.

Nesne-kadın bir taraftan özneyi etkileyip arzularını oluşturmak suretiyle baştan çıkartmaya çalışırken diğer taraftan bir nesne olarak arzu duyma hakkında bir fikre sahip değildir. Zira öteki olarak özneyi etkileme gücüne rağmen nesnenin kendisi için arzu duyacağı bir öteki söz konusu değildir. Baudrillard bütün bu durumlarla beraber beden ve arzunun yapay bir ikizini oluşturmaya yönelik tüm eylemlerin arzudan yoksun bir bedenin duyarsız ve yararsız bir şekle büründüğünü dile getirmektedir. Ona göre bu hareketler, tıpkı bir cinselliğin pornografi içerisinde son bulması gibi sona erecektir.¹²⁰ Nesnenin bütün bu oyunları ve kitle iletişim sayesinde arzudan yoksun hale geldiğimizi söyleyebiliriz. Zira nesnelere aracılığıyla bize reklam ve moda aracılığıyla gösterilen, arzulanılan durumu tekrar etmekteyiz. Tıpkı Madonna'nın çevresini saran yapay nesnelere ve teknik aracılığıyla kendini ve

¹¹⁹ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 146.

¹²⁰ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 155.

arzusunu üreten bir tavır sergilemesi gibi¹²¹ hepimizin de arzuları bir döngüsellik içerisinde kusursuz bir yapaylık göstermektedir. Belki de burada görüldüğü gibi arzunun bir nesne ile değil etrafındaki birçok nesne ile ilişkisi vardır. Zira Madonna'nın bedeni teknik imgeler yardımıyla makyaj ve aksesuarlar kullanılarak kusursuz bir hale getirilmektedir. Üzerine yerleştirilen ve giydirilen imgeler nesne olarak Madonna'yı arzu duyulur hâle getirmektedir. Bu da nesnenin imgelerle donanmış olarak arzuyu üretmesini mümkün kılmaktadır. Böylece kusursuz hale gelen vücut, kendisini ve arzusunu aynının tekrarı olarak üreten bir şekilde eksiksiz ve hatadan arınmış olarak sergilemektedir.

Öteki ile ilgili bütün bu durumlara rağmen ondan gelenin aynı zamanda bizler için bir çıkış noktası veya olumsuzluk barındırma ihtimali de belirlemektedir. Zira kendi arzuları yerine başkasından gelecek olan arzulara, birey açısından sorumluluktan kurtulma yolu olarak bir kaçıştır. Baudrillard ötekinin istemesi, yapması, bilmesi ve arzulanması için işleri oluruna bırakmak gerektiğini dile getirmektedir. Buna göre bu durum bir vazgeçiş değil stratejidir. Bu şekilde iradenin oluşturduğu ve kurduğu tuzaklara karşı arzunun oyun oynadığını ileri sürmektedir.¹²² Bu demektir ki arzuyla oynanan bu strateji oyunu, iradenin hüküm sürmek istediği ortamda ona meydan okumaktadır. Bu sebeple karar süreçlerini de barındıran bir irade edimi yerine, işi arzu oyununa dönüştürmek suretiyle öteki olana aktarmak özneye bir kaçış yolu sunmaktadır. Çünkü böylece iradenin kendini her şeyin üzerinde gören ve sorumluluk getiren karar süreçleri yadsınabilir. Bu sebeple bu strateji hem bir kaçışı barındırır hem de ötekinden gelen arzu ile oynanarak daha etkili ve baştan çıkartıcı olmaktadır. Zira insanın arzusunun doğuracağı olumsuz sonuçlardan, tatminsizlikten ve tercihlerin sorumluluğundan kurtulması için dışarıdan gelene açık olması ve bu tercih mekanizmalarını başkasına devretmesi özne açısından iradenin yükünden kurtulma adına rahatlama ve ötekinin işin içerisinde olması hasebiyle de olumsuz bir durum olarak daha çok seçeneği mevcut kılacaktır.

Kendi tercihleri yerine dışarıdan gelene açık olmak birey açısından daha teskin edici olarak kendini göstermektedir. Baudrillard arzuyu ya da karar verme hareketini

¹²¹ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 154.

¹²² Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 87.

başkasına devretmenin kaderlerin simgesel dolaşımını ortaya çıkaracağını ileri sürmektedir. Buna göre bu simgesel dolaşım sayesinde bize kurulan tuzaklara karşılık verebileceğimizi, oluşturulan yapaylıklara bir ayna stratejisiyle cevap verme şansına erişebileceğimizi ifade etmektedir.¹²³ Ayna stratejisi, karşımıza çıkartılan bütün yapay durumlara karşı bir öteki olarak söz konusu olup ayna şeklinde yansıtmak suretiyle başkasına aktarımda bulunmaktır. Bu şekilde bir strateji ile başkasının iradesine aktarımda bulunulması bize verilen seçim hakkına bir cevap niteliğindedir. Zira taklit ve aktarma ile kurulan tuzağa cevap vermemiz söz konusudur. Böylece özgürlüğün yadsınması şeklinde ayna durumunu yaratarak kendi yaşamımızla ilgili seçenekler arasından tercihe zorlanmaktan daha keyif verici olacağı düşünülebilir. Dolayısıyla arzu konusunda herkesi şaşırtan, başkasından gelenin sürpriz çekiciliğidir. Bu nedenle kendi irade edimimizin tezahürü olarak dolaşımda olan arzunun bizi etkilemediğini söylememiz icap etmektedir. Çünkü her ne kadar bir irade abidesi olarak özneyi görsek de aslında içten içe işlerin başka birileri tarafından düzene girmesini beklediğimiz gibi arzu konusunda aynısını dilemekteyiz. Belki de bu sebeple arzularımızla ilgilenecek birisini içimizden geçirdiğimiz gibi aynı şekilde birisinin bizi sevmesini, mutlu etmesini veya baştan çıkartmasını hep bekliyoruz. Sihirli bir şekilde hep dışarıdan gelene içten içe kendimizi hazırlamaktayız. Bu da artık kendi duygularımızı veya arzularımızı yerine getirmek gibi bir düşünceyi gerekli görmemektedir. Böylelikle bir talep olarak artık söz konusu olan bu öteki ihtiyacı moda olarak üretilen ve taklit edilen biçimiyle kendini dayatmaktadır.

Yapay şekilde oluşturulan arzularımızın değer görülüp birileri tarafından yerine getirilmesi bizi mutlu etmektedir. *Black Mirror* dizisinin 2. Sezon “hemen döneceğim” başlıklı bölümünde sevgilisinin ölümüyle ses, görüntü ve verilerin aktarıldığı bir robot; ölen sevgilisi ile aynı fiziksel özelliklere sahip olarak kadının hayatına, kendisi tarafından sokulmaktadır. Ölen sevgilisiyle birebir benzerlik gösteren robot, bir yandan sevgiliyi taklit ederek yavaş yavaş kızın hayatında yer edinmekte diğer yandan ölen sevgiliden farklı olarak, onun cinsel ve duygusal açıdan eksikliğini, çok daha etkili bir şekilde gidererek kadını kendisine bağlamaktadır.

¹²³ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 87.

Kadın, bir süre sonra robottan kurtulmak istese de arzularının yerine geliyor oluşundan bunu yapamaz ve ondan vazgeçemez.¹²⁴ Kadının isteklerinin, hiper-gerçekleşen bir robot tarafından karşılanması kadını büyüleyerek oyunda tutmaktadır. Gerçekten daha etkili olanın bu durumu sağlaması kadını rahatsız etmemektedir. Hatta robot, ölen sevgilinin eksik yönlerini, çok daha iyi bir şekilde gidererek çekici olmakta ve kadını baştan çıkartmaktadır. Buradan hareketle tüketim toplumu koşulları da tıpkı bu kadının durumu ile benzerlik göstermektedir. Tüketim nesnesinin imgelerle çekici kılınan yanının öznedeki oluşturulan yapay arzuları, öznenin olası kendi arzusundan daha çekici ve görünür kılması özneyi ayartmaktadır. Hele ki özne, arzuları ya da arzulanılan durumu yerine geliyorsa süreçte etkin olup özne olma rolüne aslında takılmamaktadır. Dolayısıyla yaşadığımız doygunluk içerisinde olan şeyin bizim tarafımızdan mı yoksa bize dayatılan, özendirilen ya da yaptırılan bir biçimde olduğuyla ilgilenmemekteyiz. Çünkü göstergesel olarak kitle tarafından yapılan ve bizim de yapmak zorunda hissettiğimiz, yerine getirmek durumunda olduğumuz arzuları benimseyip gerçekleşmesini beklemekteyiz.

Zihinsel durumlardan arzuyu ele aldığımız bu kısımda öznenin, tarihselliğin verdiği imtiyazlı yerini kaybettiğini görmekteyiz. Özne-nesne ilişkisi nesne lehine dönmüş ve özne edilgenliğe itilmiştir. Oluşan yeni süreçle beraber özne, nesne tarafından oyuna getirilip tuzağa düşürülmek suretiyle ayartılmaktadır. Meydan okuma ve kışkırtmaya dayanan ayartma, arzu ile oynanan bir oyundur. Nesne tarafından oyuna getirilip ayartılan özne etkilenip kendinden geçerek baştan çıkarılmaktadır. Baudrillard öznenin kendi arzusu yerine dışarıdan gelen olarak öteki tarafından gelecek bir arzulanmanın, özne açısından daha teskin edici olacağını düşünmektedir. Zira striptiz meselesinde görüldüğü gibi dışarıdan gelen hem arzuları harekete geçirmede hem de büyülenme konusunda daha çekicidir. Dahası da var. Öznenin kendi arzu ve iradesinin eseri olarak yaptığı tercihlerin sonuçları olumsuz olması durumunda hem memnuniyetsiz hem de yıpratıcı bir süreci beraberinde getirecektir. O açıdan başkasının aldığı haz veya duyduğu arzu öznenin kendi arzusundan daha görünürdür.

¹²⁴ Charlie Brooker (Yazar), Owen Harris (Yönetmen), (2013), *Black Mirror*(Televizyon Dizisi), Netflix.

Baudrillard öznenin kendi eseri olarak arzulama yerine dışarıdan gelebilecek gelişi güzel ve nedensiz bir arzulanmanın daha rahatlatıcı olduğunu düşünmektedir. Böylece özne kendini yıpratmak yerine bunu bir strateji olarak görüp öteki tarafından gelecek arzulanmaya kendini açmalıdır. Çünkü böyle bir strateji sonuçları itibarıyla daha olumsaldır. Bu nedenle herkesin isteklerini başkasına bırakması ortaya göstergesel de olsa bir irade dolaşımını devreye sokacağı için özneyi modern dönemdeki yük ve sorumluluktan kurtaracaktır. Bir nevi strateji olarak arzularımızı başkasının belirlemesi bir kaçış olarak söz konusudur. Dolayısıyla birey dışarıdan gelenin cazibesine kendisini kaptırarak etkilenecek ve baştan çıkartılması mümkün olacaktır.

1.3. Nedenselliğe Hapsedilen Akıl

Arzu meselesinde etkin olan bir özne yerine, arzulan bir nesnenin ön plana çıkması ile dışarıdan gelenin tılsımlı yapısına kendimizi kaptırmamız söz konusu olmaktadır. Zira dışarıdan gelen, bizim için aniden ortaya çıkması nedeniyle büyüleyici bir işlevi yerine getirmektedir. Belki de bu etkileyici durumun sebebi, sadece dışarıdan gelmesi değildir. Bunun yanında dışarıdan gelenin, neden-sonuç içerisinde açıklanmak zorunda kalınmaması onu, özneye çekici kılınmaktadır. Başkasından gelen, striptiz örneğinde olduğu gibi bir nedensizlik içerdiği için, özne tarafından çekici olarak algılanmaktadır. Bu bağlamda striptiz meselesine baktığımız zaman her ne kadar yapay imgelerin özneyi kendinden alıp götürmesi söz konusu olsa da dikkat çekilecek diğer bir husus striptizi yapanın hareketlerinin, giyim kuşamının ve imgelerinin mantıkla izah edilemez durumunun da özneyi baştan çıkarmada rol oynadığıdır. Böyle bir çerçeveden hareket eden Baudrillard, arzulanma durumunun mantıktan uzak bu biçimiyle belki de aklın bu duruma anlam vermede yetersiz kalmasını baştan çıkarılma olayı ile ilişkilendirmektedir. Özneyi baştan çıkartan hususlar olarak imge ve arzudan sonra ele alacağımız akıl ile çalışmamıza devam edebiliriz. Çalışmamızın bu kısmında üzerinde duracağımız akıl meselesinde, onun yapısını ele alarak işe başlayabiliriz. Bu durumu izah ettikten sonra rastlantı konusunun aklın nedensellik kuran yapısındaki yerini ve yazgı ile ilişkisini ortaya koyacağız. Ardından akıl-anlam ilişkisini ve diyalektik mantığın olayları açıklamada yetersiz kalmasını Baudrillard açısından izah edeceğiz. Bunun neticesinde zihinsel

durum olarak önemli rol üstlenen aklın, baştan çıkarılma sürecindeki durumunu tahlil edeceğiz.

Akıl meselesini Baudrillard açısından ele aldığımız zaman bu kavramın karışık ve çözümlenmesi zor olan bir tahlili barındırdığını görebiliriz. Zira modern dönemde her şeyi açıklayıp nedensel temellere oturtan bir akıl yerine, Baudrillard'da akıl; belirsiz, kaotik ve her şeyi boşluğa atan olarak söz konusudur. Bu nedenle bu meseleyi açıklayıp izah etmek sanıldığı kadar basit bir tahlil değildir. Yine de bu zorluğa rağmen aklın durduğu yeri saptamaya çalışacağız. Aklın neden-sonuç içerisinde her şeyi açıklama ve anlaşılır kılma işinin, onun karışık yapısına ters geldiğini ifade eden Baudrillard; aklın böyle bir niteliğinin olmadığını, her şeyin bu şekilde düzenli bir forma sokulamayacağını dile getirmektedir. Ona göre günümüzde herhangi bir olaydan, bir sonucun çıkartılması olanaksız bir durumdur. Bunun sebebi her olayın yorumlanma şeklinin farklı anlamlara ve durumlara gelmesidir.¹²⁵ Buradan hareketle olayın gösterilen, nedenin ise gösteren olduğunu ifade edebiliriz. Böyle bir düşünceye göre içerisinde bulunan toplumsal koşullar özellikle modern dönemde olduğu gibi bir olay ile bir sonucun birbirine iliştilmesinin mümkün olmadığıdır. Zira bütün neden ve sonuçlar birbirine eş değerli olup bir mümkünlük alanı içerisinde birbirleriyle eşleştirebilirler. Aynı zamanda bir olayın tek bir sonuca işaret etmeyebileceği gibi bir sonuca da bir nedenin iliştilmesine ihtiyaç yoktur. Bu bağlamda Baudrillard sonuçsuz bir olayın her türlü nedenin ayrım olmadan, sonuçla rastgele eşleşebileceği sıradan bir olay olarak ifade edilebileceğini ima etmektedir.¹²⁶ Böylece her nedenin sonuçla ilişki kurabileceği bir biçimde mümkünlük alanı taşınması olayların tek bir sebebi olacağı düşüncesini bertaraf edecektir. Çünkü bu aynı zamanda neden-sonuç ilişkisinin yadsınıp ihtimalleri artıran bir süreci doğuracaktır. Nitekim sonuca farklı nedenlerin iliştilmesi farklı anlamları da doğurarak, aklın dayattığı zorunlu ilişkinin de işe yaramada yetersiz kalacağı bir biçime işaret edecektir.

Aklın nedenselliği kurmayan yapısını daha iyi anlamamız için belki de şu hususu göz önüne almak durumundayız. Baudrillard fetişleştirilen nesnenin bizi

¹²⁵ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 21.

¹²⁶ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 21.

arzulatmaya götürüp baştan çıkartan role sahip olmasında etkin rol oynayan durumlarından bir tanesinin, nedensellik mantığını tersine çeviren yapısı olduğunu dile getirmektedir. Buna göre her olayı bir nedene bağlamak gibi anlamsız bir düşünceye tepki olarak nesne tarafından baştan çıkarılmak bizi mutlu etmektedir.¹²⁷ Nesnenin fetiş hale gelmesi, olayların nedensellik temelinden uzaklaştırılması ile olanaklıdır. Çünkü mantık ve nedensellik mümkün olduğu sürece bir nesnenin fetiş hale gelmesi mümkün olmayacaktır. Başka bir ifadeyle her olayı bir nedenle ilişkilendirme meselesine karşı tepki olarak nesneyi fetişleştirmektediriz. Zira nesne, tılsımlı ve her şeyi tersine çeviren bir şekilde var olarak öznenin neden kuran mantığını alt-üst ederek etkili olabilmektedir. Yani alışılmışın dışında bir sürpriz gibi var olup, özneyi etkileyerek nedensel olabilecek bütün açıklamaları saf dışı edebilmektedir. Çünkü her olayın akıl tarafından düzenli bir şekilde açıklanması bizi mutlu etmediği gibi tatmin de etmemektedir. Tam tersine nesnenin her şeyi reddedip, mantığı hiçe sayan yapısı bizim baştan çıkarılmamızda önemli bir etken olmaktadır. Böylece nedenden bağımsız bir şekilde karşımıza çıkartılan her sonucu hoş karşılamakta ve bu durumdan haz almaktayız.

Tüketim nesneleriyle olan ilişkimizin, neden-sonuç mantığı ve akıl tarafından düzenli formlarla izah edilmesinin bizi ikna etmediği ortadadır. Çünkü her şeyin mantıkla açıklanması daha önce ele aldığımız imge kısmında olduğu gibi bizi sadece yapay duygu durumlarına itmektir. Baudrillard, şeyleri açıklamak yerine bu işe son verip onları nesnel kavramlar ve sonsuz sayıdaki referanslar sistemine havale etmemizin daha doğru olacağını, bu durumun dünyayı daha anlaşılır kılacağını dile getirmektedir.¹²⁸ Böylece sonsuz ihtimallerin oluşması ve gösteren-gösterilen ilişkisinin ortadan kaldırılması söz konusu olabilir. Aynı zamanda sonsuz referanslar sistemine havale edilen şeylerin nedensellik temeline oturtulma ve anlaşılır kılınma çabalarına da gerek kalmayacaktır. Başka bir ifadeyle her olgu kendisinden bir anlam üretilmesine ve temele oturtulma zorunluluğun taşınmadığı bir şekilde algılanmasına olanak tanıyacaktır. Bunun nihayetinde her olay bir nedene işaret etmeyecek ve gösteren-gösterilen ilişkisi ortadan kalkarak keyfi bir hâl alacaktır. Nitekim her şeyin

¹²⁷ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 148.

¹²⁸ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 149.

yani olay ve sonucun, rastgele ve düzensiz bir şekilde bir araya gelip zuhur edilmesinin olmağı artırılmış olur.

Nedensellik yerine meseleleri sonsuz referanslar sistemine havale etmemiz, aslında sistemli düşüncelerden kaçışımızın anahtarı olarak göze çarpmaktadır. Bu nedenle bu sistemli düşünceler silsilesinin daha rahat anlaşılması için rastlantı ve yazgı kavramlarını ve bu kavramların bizi nasıl etkilediğini Baudrillard açısından ele alalım. Böylece nedensellikten kaçma sebebimiz ya da ansızın gelenin dayanılmaz cazibesini daha rahat anlayabiliriz. Rastlantı bize göre kendiliğinden oluşan, şaşkınlık yaratan ve bizi etkileyen bir durum olarak tahlil edilebilir. Fakat rastlantının da içerisinde istatistik ve düzen barındırma ihtimalini de düşünmemiz gerekir. Zira o da tıpkı akıl gibi düzenli bir yapıyı anlaşılır kılma işini üstlenmiş olabilir. Rastlantı için Baudrillard iki ihtimalden söz eder. İhtimallerden ilkinde göre rastlantının her şeyin karşı karşıya geleceği bir düzlem ve bunu engelleyecek olan tek şeyin rastlantı olma ihtimali olduğunu söylemektedir.¹²⁹ Bu ihtimalde rastlantının amacının ortalıkta gezen şeyleri bir araya getirdiği mi yoksa ortada olan şeylerin birbirinden bihaber olduğunu mu anlatmaya çalıştığı belli değildir. Eğer rastlantı ortada olan şeyleri bir araya getiriyorsa bu durumda bir irade eserinden söz etmek zorunda kalacağız. Baudrillard bu ihtimalin olmamasını modern dönemin determinist bakış açısındaki boşlukları yakalayarak vermeye çalışmaktadır.

Gelişigüzel yapılan sözlü şakalardan, dil sürçmelerinden ve kavramların birbirlerinin yerine geçmesinin bir rastlantıyı hatırlatma ihtimali psikanaliz tarafından engellenerek nedensellik bir dayanağa kavuşturulmuştur. Buna göre tuhaf bir çekiciliğe sahip olunan bu durumlar psikoloji ile açıklanarak iş yine bilinçaltı ile açıklanmaya çalışılmış yani nedensellik açıklanamayan rastlantıyı, başka bir zorunlulukla yani psikoloji ile temelden reddetmişlerdir.¹³⁰ Böyle bir tasavvurda psikanaliz rastlantı olarak görülebilecek durumları nedensel temellerle açıklayamayınca, ortaya çıkan ve rastlantı olarak görülebilecek şeyleri rastlantı temelden reddeden psikoloji ile açıklamaya çalışmıştır. Yani bir nevi psikanalizin yetersiz kaldığı noktada devreye giren psikoloji, rastlantı olabilecek davranışların

¹²⁹ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 186.

¹³⁰ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 187-188; Baudrillard, *Anahtar Sözcükler*, s. 82.

temeline bilinçaltını koyarak onları zorunlulukla eş değer olan bağıntılar düzeniyle açıklamaya çalışmıştır. Böylece istemsiz olarak meydana gelen bu durumlar, her şeyi açıklayan bilimin devre dışı kaldığı bir an olarak ya da nedensel açıklamalarla değil, rastlantıyı temelden reddeden psikoloji ile halledilmiştir. Belki de bu durumun gerekçesi olarak, eğer rastlantı kabul edilseydi nihayetinde somut bir olgu gibi açıklanma ihtiyacı doğuracaktı. Ne var ki her şeyin bilinçaltı gibi gizemli bir bağıntı düzeni tarafından belirleniyor olması, belki de bu ihtimalin rastlantı olarak değerlendirilebileceği bir duruma ihtimal vermemiştir. Buradan hareketle denilebilir ki determinizm bu işi açıklamada yetersiz kaldığı için rastlantıyı da ele alan durumun gerçekçi olmadığını ileri sürmektedir.

İkinci bir ihtimal ise her şeyin dağınık ve düzensiz olduğu bir ortamda, rastlantının onları bir araya getireceği bir şekilde söz konusu olabileceğini söyleyen Baudrillard'a göre bu durumun da mümkün olması için bir çakışmanın yani birbirine benzer iki sürecin, olayın ya da durumun bir araya gelmesi gerekmektedir. Buna göre böyle çakışmanın mümkünlik taşınması rastlantı diye bir şeyin olamayacağını ileri sürmenin tartışmaya açık olacağını söylemektedir.¹³¹ Birbirine benzer iki sürecin aynı şekilde yaşanması için gelişigüzel bir birlikteliğin söz konusu olması icap eder. Ancak bu şekilde bir rastlantı durumu söz konusu olabilir. Fakat modernleşen dünyamızda böyle bir durumdan söz edilmesi kolay değildir. Gelişigüzel yani rastlantısal olacak bu birlikteliğin çakışma yollu bir özgürlük olarak ansızın, plansız ve oldu-bitti şeklinde olması gerekir. Ne var ki modernleşen birey, bu rastlantısal durumu bir özgürlük dahi olsa kabul etmemektedir. Çünkü Baudrillard'a göre özgürlük imkânı doğuracak olan bu rastlantı bireyin özel ve kutsal alanını dayatan simgesel düşünce ile çelişmektedir. Buna göre böyle bir özgürlüğün olması simgesel düşünce açısından müstehcen ve katlanabilir bir durum değildir.¹³² Zira simgesel düşünce, bir rastlantı eseri olabilecek yakınlaşmaları reddetmekte ve rastlantının eseri olabilecek bir anlayışı hoş görmemektedir.

Tam tersine bireylerin bir arada olması ve kaynaşmasını yani rastlantı eseri olabilecek sürpriz sonuçları engellemek için, her bireye, onun hayatını diğerleri ile

¹³¹ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 188.

¹³² Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 189.

benzer kılacak şeylerden kaçınması adına, farklılığı dayatmaktadır. Belki de tesadüf eseri ortaya çıkabilecek bu benzer davranışlar, aklın düzen oluşturan yapısına aykırılık oluşturacağı için bir tehdit olarak görülmektedir. Yani düzensiz ve kontrol dışı olabilecek benzerliklerin ortaya çıkmasını engellemek için özneye, kişisel alanlar dayatarak orada herkesten farklı olacağı ve kimseyle eşit olmayacağı bir biçimi öngörmektedir. Bu nedenle içerisinde bulunulan şartların da etkisiyle, modernleşen bireyin bu türden bir özgürlük sonucu, rastlantının meydana gelmesine aracı olması olası görünmemektedir. Zira bu durum aynı zamanda maruz kaldığımız şartlar tarafından engellenmektedir. Bu durumdan farklı olarak törenlerde yapılan ve benzer süreçleri barındıran hareketlerin disiplinsizlik içerisinde yapılmamasından dolayı rastlantı olmadığını söyleyen Baudrillard; bu ritüellerin, yani birbirine dokunmadan eğilip bükülmelerin rastlantı değil, yan yana sıralanma olduğunu söylemektedir. Nitekim törenlerde yapılan geliş güzel bir birliktelik yerine, bilinçli hareketler söz konusudur. Bu sebeple rastlantı olarak görülebilecek bu durumun içerisinde bilinçli tavırların barınması sebebiyle rastlantı olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Çünkü ikinci ihtimalde rastlantının söz konusu olması için, birbirine benzer iki olay ya da sürecin aynı şekilde yaşanması gerekmektedir. Bu nedenle ikinci olasılığı doğrulayacak bir durumdan söz etmemiz de güçtür.

Rastlantıyı neden-sonuç ilişkisi içerisinde açıklama ya da onu bir temele oturtma amacının içerisinde bulunduğumuz modern düşünce yöntemlerine göre Baudrillard, istatistik verileri olarak katlanmamızı sürecin müstehcenleştirilmesi olarak görmektedir. Buna göre düzensizlikten düzen oluşturmak ve bunu bir anlama bürüme çabaları bütün sürecin özeti durumundadır.¹³³ Çünkü özne ile nesne arasındaki ilişkinin, rastlantıya dayanması bir fetiş olayından başka bir şey değildir. Rastlantı olarak görülen istatistiksel veriler ise sadece sürecin teşhir edilmesinde bir aracı olarak kullanılmaktadır. Zira düzensizliğin anlama bürümesi olarak istatistiksel veriler, bizim anlam veremediğimiz şeylere nedensellik bezenmiş bir hazırlık içinde olmamızı sağlamaktadır. Bu bağlamda öznenin her şeyi anlaşılır kılma ve anlama bürüme çabaları aslında onun ortaya çıkabilecek olumsuz sonuçların

¹³³ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 189-190.

kendisine mâl edilmesi ihtimaline karşı, bir sorumluluktan kaçışı olarak görülmektedir.

Nedenselliğe sığınmanın başka bir sebebi de öznenin, kendi tarihselliği içerisinde oluşturduğu akılcı bağıntıların yok olup gitmesinden korkmasıdır. Çünkü o zaman belirsizlik içerisinde anlam verilemeyen şeylerin yükü belki de öznenin kendi üzerine kalacaktır. Bunun nihayetinde karşılaştığımız kötü durumlardan kurtulmayı ve şans oyunlarını şansa bağlamamız yani rastlantısallıktan medet ummamız bütünüyle bizim yük ve sorumluluktan kaçma isteğimiz olarak göze çarpmaktadır. Bu şekildeki duygu ve düşünceler içerisinde olmamız doğal olarak irade sahibi bir özne olmaklığımızı önümüze sermektedir. Aynı zamanda rastlantı işindeki irade edimini, daha yüce olması dolayısıyla bu anlam ve sonuçları Tanrıya yükleyerek bu ulvi görevi yüklenmekten kurtulma karşılığında ona verdiğimiz ima etmektedir.¹³⁴ Dolayısıyla rastlantı fikri iradeyi büsbütün dışlayan değil, git-gelli bir hareket bile olsa onu öznenin gündemine tekrar sokan bir fikir olarak durmaktadır. Ancak öznenin bundan tatmin olması pek de kolay değildir. Bu sebepten olacak ki özne, ikinci bir hamle ile irade ve Tanrı arasında bağıntı kurarak yükümlülükten kurtulmayı tekrar deneyecektir.

Suçluluk duyduğumuz ya da pişmanlık yaşadığımız hadiselerde işi rastlantıya atarak yükümüzü hafifletmekteyiz. Böylece kendimizi olabilecek olumsuz durumların sonuçlarından kurtarmaktayız. Meydana gelen olayların açıklanmasında ve başkasına suçun atılması hadisesinde görüldüğü gibi rastlantı, ihtiyaç duyulan bir olgudur. Onun ihtiyaç olması da üretilmesini sağlayan bir durum olarak göze çarpmaktadır. Zira bütün her şeyin birbiriyle ilintili ve işe yaradığı bu evrende rastlantıdan yararlanılması olayın sorumluluğundan kurtulmaktan başka bir şey değildir. Oysa Baudrillard rastlantının olması ve işe yaraması için işe yaramaz biçimlere ihtiyaç duyulduğunu dile getirmektedir. Buna göre tüm içerik ve biçimlerin arasında anlam yitiminin olmasına ya da sözcüğün gerçek manasında uzun süreli anlamsal boşluklara ihtiyaç duyulmaktadır.¹³⁵ Belki de bu nedenle nedensellik temelli bilimlerden ve sayılardan yardım alarak boşlukların da üretilme işini

¹³⁴ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 191.

¹³⁵ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 196.

üzerimize aldığını söyleyen Baudrillard düşüncesini, onun açısından şans oyunları üzerinden izah etmeye çalışalım.

Rastlantısal olan ve şans faktörüne bağlanarak oynanan oyunlarda aslında rastlantı kısmının yadsınıp görmezden gelindiğini görmekteyiz. Oyunu oynayan, şans faktörü ile beraber rastlantının mantık bağıntıları şeklinde ortaya çıkmasını değil, rastlantısal şekilde ortaya çıkmasını beklemektedir. Baudrillard'a göre kişi aslında rastlantısallığı yadsıyarak, şanslı veya seçilmiş kişi olduğunu yani baştan çıkarılacağı bir sürecin yaşanmasını ummaktadır. Buna göre şans oyunu oynayan kişi nesnel olasılık hesaplarından kaçtığı için rastlantısallığa sığınmaktadır.¹³⁶ Bu şekilde baştan çıkarılmayı beklemektedir. Çünkü şansın, zorlanan ve arzulanan bir durum olarak, kendini gösterdiği insanlar neden-sonuç ilişkisi ile örülü bir durumdan kaçış olarak onu denemektedirler. Bu nedenle insanlar neden-sonuç ilişkileri ile örülü dünyamızda bir kaçış yolu bulmak ve uzaklaşmak için oyunlara yönelmektedir. Özne büyüldüğü, şaşkınlık yaşayacağı ve şanslı kişi olarak kendinden geçme isteğinden dolayı bu işi yapmaktadır. Aynı şekilde bizim tarafımızdan yapay bir şekilde oluşturulan neden-sonuç ilişkileri ile birbirine bağlanan rastlantı durumlarının kendiliğinden bir araya gelmesini dilemektedir. Bunu yapma sebeplerinden bir diğeri de belki de yaşadığını hissetmek ve haz almak suretiyle yazgıdan medet ummasıdır.

Rastlantının olmadığı ve her şeyin nesnel bir şekilde birbiriyle bağlantılı olduğu bir durumda Baudrillard, rastlantısal kavramından söz edilen bir evrende nedenselliğin başka şeylere izin vermediğini dile getirmektedir.¹³⁷ Bu demektir ki rastlantı, zorunlulukla aynı düzlemde yol alan bir yapıdır. Çünkü rastlantıyı nedensellik ile açıklama gayemiz onun anlaşılır kılınma isteğindedir. Başka bir ifade ile zorunlulukla aynı manayı taşıyan rastlantıya, rastlantısal şartlarda söz konusu olsa bile, onun bu durumunu mantık ilkeleri ve istatistikî verilerle açıklama getirilmeye çalışılması, rastlantı olma ihtimali ortadan kaldırmaktadır. Zira Baudrillard, rastlantısal bir sürecin ancak rastlantısal bir düşünme biçimiyle açıklanabileceğini ima etmektedir.¹³⁸ Rastlantının nedensellik temeline oturtulma ve zorunlulukla eş

¹³⁶ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 198.

¹³⁷ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 203; Jean Baudrillard, *Cool Anılar V (2000-2004)*, Çev. Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2006, s. 37.

¹³⁸ Baudrillard, *Anahtar Sözcükler*, s. 62.

değer olmasının yanında, bu durumdan farklı olarak yazgı kavramı söz konusu olabilir. Yazgı kavramını coğrafi olarak somut kılmaya çalışan Baudrillard ABD'deki "Continental Divide" üzerinden açıklamaktadır. Buna göre aynı yerden doğan nehirlerin bir kısmı Pasifik Okyanusu'na, diğer kısmı ise Atlantik Okyanusu'na dökülmektedir. Başlangıçta aynı yerden doğan nehirler belli bir yerden sonra bir daha bir araya gelemeyecek şekilde birbirinden ayrılmaktadır. Buradan hareketle Baudrillard, doğum olayında birilerinin dünyaya gelip, diğerlerinin gelmemesi gibi yazgıda da tersine çevrilmesi mümkün olmayan kesin bir kopuş ve ayrılış olduğunu ileri sürmektedir.¹³⁹ Daha açık ifade ile yazgı olayında önceden belli olan sonuç, zaman içerisinde tersine çevrilemezdir. Tıpkı aynı yerden doğan nehirlerin belli bir yerden sonra bir araya gelmemeleri gibi yazgıda da sonuç, nedenden önce ortada yer almaktadır. Yani bir amaç olarak şeyler arasında, nedensellik temelinde ilişkisellik söz konusu değildir.

Yazgının nedensel bağıntılarla ilişkisi olmadığını söyleyen Baudrillard, alın yazısının kod ve sayılarla açıklanamayacağını vurgulamaktadır. Buna göre şeylerin ortadan çıkışıyla ortadan kayboluşu yazgı adlı göstergenin eseridir.¹⁴⁰ Rastlantının neden-sonuç ilişkiselliği içerisinde açıklanıyor olması hasebiyle yazgıdan ayrıldığını görmekteyiz. Yazgının açıklanmasında bir nedene ihtiyaç duyulmamaktadır. Çünkü yazgıda sonuç kendiliğinden ortadadır. Böylece sonsuz nedenle eşleşme ihtimalini korumaktadır. Onu nasıl yorumlarsanız yorumlayın, istatistiksel olarak sayılarla açıklayamazsınız. Dahası da var. Yazgının sayılarla açıklanamıyor oluşunun yanında, rastlantının istatistiksel olarak var olabilmesi aslında rastlantının, yazgıdan farklı olarak nedensellik ile ilişkiselliğini ortaya çıkarmaktadır. Yazgı konusundaki bu açıklamalar Baudrillard'ın rastlantının, rastlantı olmadığı konusundaki düşüncelerini haklı çıkartmaktadır. Çünkü yazgının, rastlantı gibi bir kaza eseri olmadığı görülmektedir. Kaza eseri olan durum aynı zamanda akılcı olma özelliğini akla getirmektedir. Nitekim kumarda hep aynı sayıya oynamanın bir rastlantı olarak söz konusu olmayacağını ima etmektedir.¹⁴¹

¹³⁹ Baudrillard, *Anahtar Sözcükler*, s. 79-80.

¹⁴⁰ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 204.

¹⁴¹ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 205.

Akıl, rastlantı ve yazgının ilişkisini kurmak istersek rastlantının, bağıntılarla birbirine bağlı ve neden-sonuç ilişkisi içerisinde açıklanan bir durum olduğu anlaşılmaktadır. Bir nevi rastlantı, olayın etkisini hafifletmek için uygulanan bir strateji olarak göze çarpmaktadır. Yazgı ise nedenden bağımsız bir şekilde ortada olan sonuçlarıyla, insanı büyüleyen yapısını devam ettirmektedir. Yazgının nedenselliği yadsıyan tarafı gibi gizemli ve baştan çıkartıcı bir durum söz konusu olmaktadır. Bu meselelerin iddiamızla ilişkiselliğini belki şu şekilde kurmamız süreci açıklayıcı kılabilir. Nesne de tıpkı yazgı gibi nedenden önce ortada olarak, özneyi büyüleyici bir biçimi var etmektedir. Nesnenin bu etkinliği, toplumsal koşullar içerisinde tüketim nesnesine dönüştürülerek özneye arzulan ve aldırılması yolu ile yapılmaktadır. Yani nesne, yazgıdaki sonuç gibi önceden var olarak birden fazla şekilde, öznenin gündemine sokulabilmektedir. Özne de, nesnenin yazgisal şekilde ortaya çıkıp kendini büyülemesi gibi etkilenecek baştan çıkmaktadır.

Nesnenin de nedensellik silsilesi izlenmeden yani özne için sorumluluk ve tercih durumlarını içermeyen öznenin başına gelebilmesi ve onu etkilemesi özne için, yükten kurtulma adına memnuniyet vericidir. Dahası nesnenin akıl ile açıklanamayan yapısı yani nedensel temelde izahının yapılamaması onu büyüleyici kılarak özne karşısında arzulan yapılmaktadır. Bu sebeple özne, akılcı bağıntılardan kaçmak ve baştan çıkmak için yazgisal olandan medet ummakta ya da işi rastlantıya atarak meseleden sıyrılma gayretindedir. Çünkü öznenin başına gelen ya da çevresinde oluşan her şeyi nedensel temellerle açıklama gayesi onun için hayatın çekilmez ve sıkıntılı olacağı bir şekilde zuhur edecektir. Özne de bu mantıksal silsile izlenmeden üzerinden sorumluluğunu atacağı her şeyde bu yola başvurmaktadır. Bunu daha da açıklayacak olursak, öznenin etrafında meydana gelen bir ölümü nedensel temellere oturtup açıklaması, aslında kendisinin suçlu olmasını ya da en azından meydana gelen hadisede suçluluk duymasını sağlayacaktır. Oysa işi rastlantıya atması ya da yazgıdan medet umması bir nevi oluşabilecek rahatsız edici sıkıntılardan kaçış yoludur.

Prenses Diana'nın ölümünde, kendini kitlenin parçası olarak sorumlu gören öznelerin bu azaptan kurtulması için nedensel bahaneler olarak komploya

başvurması, olayın sorumluluğunu kendi sırtından atma adına bir kaçış işidir.¹⁴² Böyle bir tasavvurda özne, nesne ile ilişkisini nedensel temelde ve irade edimiyle açıklamaya çalışacağı her durumda aynı sonuçla karşılaşacaktır. Çünkü arzu veya iradesinin eseri olarak tercihinin olumsuz olma ihtimalini nedensel temellerden izah etmesi kendisini mutsuz edecektir. Dolayısıyla öteki ya da dışarıdan gelen olarak nesnenin kendisini baştan çıkartması nedensel akılcı bağıntılardan uzak olması nedeniyle yani bir nevi rastlantısal ve yazgı eseri olarak baştan çıkartıcıdır. Burada meseleye katkı yapması adına Baudrillard açısından yazı örneğini verebiliriz. Ona göre yazının sırrı, kavramlar arasında bağlantı kurmaktan daha hızlı bir şekilde üretilmesinden kaynaklanan bir durumdur. Anlam ise şeylerin art arda ortaya çıkmalarını geciktirebilmek için ve görünümünü yadsımak amacıyla üretilmektedir.¹⁴³ Görüldüğü gibi yazının büyüleyici tarafı onun rastgele bir araya gelmesini yadsımak üzere üretilen anlamdan önce meydana gelmesidir. Anlam, bu büyümlü olayı kavramları birbiriyle bağlantılı hale getirerek etkisizleştirerek tüketmektedir. Yani nedensel bağlantılar büyüleyiciliği yok ederek belli bir düzen oluşturması nedeniyle etkinliğin kaybına yol açmaktadır. Özne de nesneden geleni kabul ederek, bir nevi kendi eseri olarak nedensellik içerenden yani etkinliğini azaltacak olandan kaçmaktadır.

Yükleme işinin dil ile olduğunu vurgulayan Baudrillard, var olan gösterenlerin zaman içerisinde gösterilene işaret etmesinin akılcı bağıntılar kullanılarak zorunlu hale getirildiğini söylemektedir. Bunun sebeplerinden birisi gösteren bolluğunu kontrol altına almaktır. Baudrillard, dünyanın insanı büyüleyen bu ayartıcı görünümünün yok edilmesi gerektiğini söylemektedir. Buna göre her gösteren bir gösterilenle eşleştiği ve dünyadaki şeyler, anlam ve gerçekliğe ulaştığı zaman dünya sona erecektir.¹⁴⁴ Bu demektir ki her şey anlam bulduğu zaman dünya daha da çekilmez bir hale gelecektir. Aynı zamanda her gösterene bir gösterilen uydurma işinin sağlanması durumunda dünya çekilmez bir hal alacaktır. Başka bir ifadeyle her şeyin akıl ile izah edilmesi, o şeylerin özneyi baştan çıkartmasının önüne geçecektir.

¹⁴² Baudrillard, *Anahtar Sözcükler*, s. 82.

¹⁴³ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 210.

¹⁴⁴ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 195.

Muhtemelen böyle bir durumda gösteren-gösterilen ilişkisi içerisinde her şeyin farklı zihinlerde aynı anlama gelebilmesi olasıdır.

Her gösterenin bir şeyle ilişkilendirilmesi aynı zamanda içerisinde olduğumuz bir kısır döngüyü doğurmaktadır. Bizim de bu duruma katkımız bunu besleyip büyütmektedir. Her şeyi bu temele oturttuğumuz gün, buna rastlantı ve yazgı da dâhil, belki de dünyayı tüketeceğiz. Tıpkı Tanrının 9 milyar ismini yıllarca yazan keşişler, bu yazımın nihayetinde dünyanın sona ereceğine inanırlar. Bu usaç verici çabanın nihayetinde çağrılan IBM teknisyenlerinin bilgisayarlar ile birkaç ayda bu işlemi bitirmesinin nihayetinde sanal bir işlemle dünya sonlandırılmış olunur. Bu isimlerin yazımının nihayetinde dünyanın yok olacağına inanmayan teknisyenlerin, tedirgin bir şekilde vadiye dönerken korku içerisinde yıldızların tek tek söndüğünü fark etmeleri gibi dünya sona erecektir.¹⁴⁵

Aklın nedensellikte var olması ve bu yapısı ile anlam üretmesi modern düşüncenin icadı olarak söz konusu olmaktadır. Oysa şeylerin akışı içerisinde meydana gelmesi olarak yazgı bizi baştan çıkartan husustur. Her şeyin anlamlı olduğu ve bir bütüne işaret ettiği durum bizi etkilememektedir. Tam tersine daha çok yorulmamıza ve bitkin düşmemize sebep olmaktadır. Aklın görevleri ve gerekleri ile ilgili olarak Baudrillard şunları söylemektedir:

“Aklın görevi bağıntılar, ilişkiler ya da anlam üretmek değildir; çünkü dünyanın başlangıcından itibaren ortada bol miktarda bağıntı, ilişki ve anlam vardır. Aklın görevi tam tersine, belirsizlik, anlamsızlık üretmek, birbirlerine yapışık gibi görünen gruplaşmış unsurları ve biçimleri birbirlerinden kopartarak birer serseri mayın gibi ortalığa saldıktan sonra onlara birer varoluş gerekçesi uydurmak ya da kendi hallerine terk etmektir. Aklın görevi düzenli şekilde tekrarlanan döngüsel görünümlere son vermektir.”¹⁴⁶

Bu pasajda Baudrillard'ın akıl konusundaki düşüncelerini derli toplu olarak görmekteyiz. Buna göre dünyanın başlangıcından beri ortada olan bağıntıları ilişkilendirip anlam üretmek ve onları sistematik bir hale getirmek aklın görevi değildir. Ayrıca aklın belirli bir anlam üretme gibi bir işlevi de yoktur. Bu durumda özne olma rolüne soyunduğumuz zamandan beri hem yerimizi kaybetmemek hem de dünyayı daha anlaşılır kılmak için ürettiğimiz anlamları aklın görevi olarak

¹⁴⁵ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 40.

¹⁴⁶ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 196.

görmekteydik. Zira modern dönemin akla, görev ve sorumluluk veren yapısı ile anlam üretmeyi o kadar ileri götürdük ki anlamsızlığa ulaşmayı başardık. Çünkü imge konusunda yaptığımız hata, onu gerçeğe yakınlaştırmakla perde gerisinde yok olmamızı sağlamamızdı. Anlam hususunda da dünyayı anlama boğarak onun yok olmasını sağlamaktayız. Oysa metinde, birbirine işaret eden ve gruplaşmış bağıntıların birbirinden ayrılarak ortalığa ve kendi haline bırakılması gerektiği dile getirilmektedir. Belki bu şekilde bir adım, bizim anlam üretme konusundaki çabamızı boşa çıkaracak ve döngüsellüğümüz sona erecektir.

Metinden hareketle Baudrillard açısından aklın bir diğer görevinin belirsizlik üretmek olduğu dile getirilmiştir. Bu sayede gösteren-gösterilen ilişkisinin keyfi olmasının önü açılmış olacaktır. Dünyanın düzenli ve akılcı bağıntılara sahip olmadığı bir yerde Baudrillard, her şeyin belirsiz ve net olmayacağı yani dağınık bir hâle bürüneceği yere atma taraftarıdır. Bu sayede kaos içerisindeki her şey gibi akıl da yerini bulmuş olacaktır. Modern düşüncenin her şeyi yerli yerine oturtma düşüncesine karşı; belirsizliğin, kaosun bağıntılar için olumsuzluğa yol açacağını söylemektedir. Dolayısıyla bir nedenin bir sonuç doğurduğu değil, her şeyin birbirine sebep olabileceği ve sonuca sonsuz sebebin etki ettiği bir mümkünlük alanının hedeflendiğini görmekteyiz.

Her şeyin akıl ile nedensellik temelinde açıklanmaya çalışıldığı ve düzenli formlara sokulduğu bir ortamda neden-sonuç ilişkilerini takip etmek özneyi bunaltmaktadır. Zira anlam üretme ve anlamı bir temele oturtma ihtiyacı aslında farkında olmadan bir anlamsızlık da meydana getirmektedir. Baudrillard açısından yapılması gereken, her şeyi nedenselliğe ya da anlama bürüme değil tam tersine belirsizliğin ve kaosun hüküm sürmesine izin vermektir. Çünkü her şeyin akıl yoluyla neden sonuca dayanması artık bir göstergeye dönüşmektedir. Aşırı anlam yüklenmesinin oluşturduğu bir göstergeler sisteminin, terörizm esmesi olarak gören Baudrillard; açıklamanın her zaman bir kandırmaca olduğunu, neden arayışının da olayın inkâr edilmesine vesile olduğunu söylemektedir.¹⁴⁷ Bu demektir ki neden aramak, bir yönüyle olayı gerçekleştirmediği bir şeyin hayalidir. Başka bir ifadeyle neden, olayın inkâr edilmesine ya da sorumluluk duymamaya yönelik bir çabadır.

¹⁴⁷ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 137.

Her olayın neden-sonuç ilişkisi içerisinde çözümlenmeye çalışılmasının aslında bir inkâr ve kandırmaca olduğu görülmektedir. Bu durum insanın gelmek üzere olan olayı da sindirmesine ve tüketmesine olanak sağlamaktadır. Olayın bizi şaşırtmasına izin vermediğimiz gibi başa gelmeden de anlama bürüyerek onu bir anlam mezarlığına doğru uğurlamaktayız. Oysa olayın gerçekleştiği anın bu şekilde nedensellik temeliyle izah edilmesinden daha büyük etki yaptığını görmek durumundayız. Bu sebeple yazgıya bağladığımız ve başımıza gelen şeyler kötü bile olsa içten içe bizi sevince sevk etmektedir. Çünkü nedensellikten bir kaçış anı olarak düzenin ters yüz edilmesi ve açıklamaya ihtiyaç duymak zorunda kalınmadığı için kendimizi şanslı görmekteyiz.

Modern dönemin akla biçtiği görevlerini yerine getirememesinin nedenlerinden birisini anlaşılır kılmak için aklın diyalektikle ilişkisini ortaya koymamızda fayda görmekteyim. Zira yaşadığımız çağda gerçeğin varlığından söz etmek neredeyse imkânsız bir hâl almaya başlamaktadır. Bunun sebeplerinden birisi gerçekliğin, nesnellikle beraber simülasyona uğrayarak hiper-gerçek hale gelmesidir. Beklenti ve düşüncelerimizin ötesine geçen gerçekliği açıklamak ve özellikle de modern dönemi ikililik penceresinden izah etmenin çıkar bir yol olmadığını söyleyen Baudrillard, tüm modernliğin amacının gerçek dünyanın ortaya çıkması ve yanılısamanın ötesinde nesnel bir şekilde insanların ve gerçek güçlerin özgür bırakılması olduğunu dile getirmektedir. Buna göre bugün geldiğimiz durum itibariyle gerçek ve akılcı verilerin tamama erdiklerini, ters yüz olduklarını söylemektedir.¹⁴⁸ Bu demektir ki modern dönemin akılcı verileri tüketim toplumunda olanı açıklamada yetersiz kalmaktadır. Başka bir ifade ile diyalektik ilişkisi içerisinde açıklanabilecek bir söylem tarzı kendisine alan bulamamaktadır. Çünkü her şeyin şeffaflaşp birbirine dönüşmesinin mümkün olmasıyla artık ikili bir mantık ilişkisi içerisinde izah edilecek durum kalmamıştır. Gerçeğin, hiper-gerçeğe dönüşüp etkin olma süreciyle beraber mantık onu bir konuma itmede ya da izah ederken yararlanacağı bir karşılığı bulmada yetersiz kalmaktadır. Bir paradoksu andıran bu yeni durum, diyalektiğin söylem olarak işe yaramadığı ve olanı açıklamada yetersiz kaldığı bir düzeni göz önüne sermektedir.

¹⁴⁸ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 85.

Aşırı gerçekliği açıklamada yetersiz kalan diyalektik düşünce bu yeni süreçte kendisine yer bulamamıştır. Aynı zamanda gerçekliğin tamam olması ve hiçbir eksik yönünün de bulunmaması nedeniyle diyalektiğin düşlenebilen bir durum olmaktan çıktığını belirten Baudrillard; olumsuzlanmanın her türlü olumsuzlanma yoluyla eş değer olduğu bir dünyada, eleştirel olanın olumsuz düşünceyi bulamayacağını ima etmektedir. Buna göre olumsuz, kendisini özümsemek yoluyla yadsımakta ve iki kat güçlenen bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durumda töz olarak kaybolan olumsuz, ortaya çıkan diyalektik düşüncenin içerisinde kendi kendisinin tiyatrosunu oynamak suretiyle gerçekleşmektedir.¹⁴⁹ İki zıt kutup üzerinden durumu izah eden diyalektik, olumsuzun olumsuzu gibi bir biçimi açıklamada yetersiz kalmaktadır. Çünkü olumsuz olanın kendini yadsıması sonucu ortaya çıkan yeni olgu olumlu değil güçlendirilmiş bir olumsuz olmaktadır. Bu nedenle gerçeğin hiper-gerçeğe dönüşmesi gibi artık tersi üzerinden anlam biçilecek bir süreç söz konusu olmamaktadır. Nitekim kutupsallıkların mümkün olmaması her şeyin birbiri içerisinde ayrımsızlaştığı bir biçimi doğurmaktadır. Baudrillard bu durumu iyi ve kötü ilişkisi üzerinden açıklamaktadır. Buna göre iyi, iyinin iyiyi veya kötünün kötüyü doğurması; kötü, iyinin kötüyü veya kötünün iyiyi doğurmasıdır. Daha anlaşılır bir örnekle yürek hücrelerinin karaciğer üretmesi nasılsa, kötünün düzeni bu şekilde dengesizlikle ilişkilidir.¹⁵⁰

Baudrillard diyalektik bir mantığın bu meseleleri çözemeyeceğini ve anlaşılır kılamayacağını dile getirmektedir. Ona göre aşırı görüngelerle meseleyi ele almak bizi çelişkili bir evreye taşıyacaktır. Bunun yerine gerçekten daha gerçek ve sanaldan daha sanal bir şekilde olaylara yaklaşmamız icap etmektedir. Bu sayede olumsuzun, olumsuzla çoğaltıldığı yerde bizim yapacağımız olumluyu da olumluyla çoğaltmamızdır.¹⁵¹ Olumsuzun sürece hâkim olması hasebiyle strateji olarak olumlunun çoğaltılması akla gelmektedir. Böylece olumsuzun devamlı söz sahibi olması karşısında olumlunun olumluyla çoğaltılması bir simülasyon durumunun karşısına simülakrlardan yararlanarak eş değerlisinin çıkartılması olarak anlaşılmalıdır. Hadiseyi bu şekilde ele almamız yani gerçekliğini tamam eden

¹⁴⁹ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 86.

¹⁵⁰ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 88.

¹⁵¹ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 86.

biçimlere eksikmiş gibi değil, sanki hiper-gerçekmiş gibi yaklaşmamız bir alaycılık olarak yadsımayı mümkün kılacaktır. Nihayetinde bu strateji sayesinde anlamın değişmesine katkı sunabiliriz. Bu noktada meseleye özne-nesne, doğru veya yanlış gibi iki kutuplu yaklaşmayı da kenara bırakabileceğimiz gibi anlaşılmasını da mümkün kılabiliriz. Zira görülmektedir ki ikili mantık artık miadını doldurmuştur.¹⁵² Diyalektik ile yaklaşacağımız her mesele aslında bir kısır döngüyü ve anlam dolanmasını önümüze çıkarmaktadır.

Zihinsel etmenlerden akıl ile devam ettiğimiz çalışmamızda modern dönemin her şeyi mantıkla açıklamaya çalışması ve her şeyin temeline nedenselliği koyması içerisinde bulunduğumuz tüketim toplumu şartlarında özne açısından işe yaramamaktadır. Zira bu nedensel bağlantılarla her şeyin gösteren-gösterilen ilişkisiyle açıklanmak durumunda kalınması özneyi etkilememektedir. Bu sebeple özne nedensellikte açıklanabilecek bir rastlantıyı bile çekici bulmayarak, rastlantısal olan rastlantı ve yazgıdan medet ummaktadır. Çünkü böyle bir durum öznenin sorumluluk almasını ve kendi iradesinin eseri olabilecek bir yükten kurtulmasını mümkün kılmaktadır. Bunun yanında bir sürprizi andıran bu rastlantı ve yazgı özne açısından bir gösterilene veya sonuca, sonsuz gösteren iliştiirme şansı vermektedir. Aynı zamanda rastlantı ve yazgı onu büyüleyebilme potansiyelini de içerisinde barındırmaktadır. Dolayısıyla nesne öznenin bu nedensel bağıntılardan kaçışını fırsat bilerek toplumsal koşulları da kitle vasıtasıyla kullanarak ona devamlı tüketim nesnesini sunar. Bir dayatma şeklinde gerçekleşen bu sunma her yerde ve durumda öznenin karşısına çıkartılarak bir rastlantısallık katılır. Yapay imgelerle çekici kılınan nesne öznedeki arzuyu oluşturur ve özneyi peşinden sürükler. Özne dışarıdan/kitleden gelen bu yönelimleri kendi iradesinin eseri olabilecek bir tercihe değişerek onunla kendinden geçer. Öznenin bu tüketim nesnesini tercih etmesinin temelinde şüphesiz moda, reklam ve kitle iletişim araçlarının devamlı bir şekilde onu bu tüketime yönlendirip etkilemesi yatmaktadır. Zira bu toplumsal şartların kendisi de mantık dışı olarak, devamlı özneye cazip kılınarak öznenin baştan çıkarılmasına aracılık eder. Nihayetinde baştan çıkartılan özne, kitlenin nedensellikten uzak ve kendini etkileyen belirlenimlerini devamlı takip edip tüketim nesnesinin göstergesel anlamını tüketir.

¹⁵² Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 86.

1.4. İstencin Hayaleti

Nedensellik ve mantık ile izah edilemeyen şeylerin özneyi baştan çıkartıp mutlu etmesi, şüphesiz yaşanan sürecin öznenin iradesiyle oluşmayan durumunu da gözler önüne sermektedir. Daha açık bir ifade ile dışarıdan gelenin akılcı bağıntılarla açıklanamayan yapısı, öznenin kendi iradesinin eseri olarak yapacağı tercihten daha büyüleyici ve etkileyicidir. Bu durum Antik Çağ'da belirtilen, Orta Çağ'ın tartıştığı ve Descartes ile birlikte modern dönemin yaptığı vurgulu irade ediminin, Baudrillard'da söz konusu olmadığını akla getirmektedir. Zira Baudrillard'ın penceresinden meseleye baktığımız zaman onun nesnenin etkin olduğu bir süreci göz önüne sermesi ile öznenin edilgen bir biçimde var olmasını akla getirmektedir. Nitekim arzu hadisesinde yönlendirilmek suretiyle istekleri oluşturulup baştan çıkartılan öznenin, irade eseri olarak yer almadığı bir süreç söz konusuydu. Bu nedenle bu süreçte öznenin etkinliğinin mümkün olmaması ve arzularının dışarıdan gelenin etkisi ile oluşması Baudrillard'ın; öznenin iradesinin bulunulan koşullarda mümkün olmaması savını desteklemektedir. Zira akıl konusunda modern dönemin neden-sonuç ilişkisiyle açıklanamayan ve rastgele başına gelme ihtimali olan olasılıkları arayan öznenin, istenç konusundan da dışarıdan ve ötekiden gelene, daha istekli olması olasıdır. Çünkü nedensellik açıklanma durumunda kalınmayan şeyler özne açısından daha etkili ve büyüleyicidir.

İçerisinde bulunduğu koşullarda nesne tarafından etkilenen, tükettirilen öznenin bu durumları kendi eseri olarak görmesi bir yanılgıdan ibarettir. Tüketim toplumunda yapay imgeler kullanılarak yönlendirilen öznenin etkinliğinin ne derece söz konusu olacağı ya da kendi istencinin tezahürü olarak edimleri yerine getirmesinin mümkün olup olmadığı sorusu gündeme gelmektedir. Zira imgelerle dayatılan tüketim nesnesinin, öznenin seçimiyle ortaya çıktığını söylememiz, içerisinde bulunulan toplumsal koşullarda bir yanılgıdan ibarettir. Çalışmamızın bu kısmında zihinsel durumlardan bir diğeri olan istenç üzerinde duracağız. İstenç durumunu tahlil etmemiz, nesne tarafından ayartılan bir özneyi anlamamızı kolaylaştıracaktır. İstenci ele alırken onun yapısını ve günümüzdeki durumunu, aynı zamanda öteki ile olan ilişkisini ele alacağız. Bunun ardından iradenin, ikinci ve üçüncü kişilere aktarılma hadisesini Baudrillard açısından izah edeceğiz.

İrade ve özgür seçim kavramları klasik dönemden beri insanla bağdaştırılan ve ona verildiğine inanılan özel durumlar olarak yer almaktadır. Özellikle erken modern dönemde insan iradesi, muhteşem yapısı ve özgür seçim tercihleri ile güçlü bir şekilde vurgulanmaktaydı. Nitekim Descartes, irade ve özgür seçim yetisinin insan aklının alamayacağı kadar büyük ve geniş bir yapıda bulunduğunu ve birtakım sınırlar içerisine kapatılma ihtimali olmayan bir durumda olduğunu ifade etmekteydi.¹⁵³ Bu güçlü irade vurgusuna karşın Baudrillard, istenç gibi zihinsel durumların içerisinde gerçekleştiği şartlarda ele alınmasının onların yapısını ve durumunu daha anlaşılır kılacağını belirtmektedir. Buna göre insanın bir irade ve özgür seçimler yapan kişi olarak görülmesinin onu mutsuz ettiğini ve tercih sonuçları nedeniyle huzursuz olma ihtimalinin belireceğini ima etmektedir.¹⁵⁴ Buradan hareketle Descartes'ta güçlü bir irade ve özgür seçim yetkisi atfedilen öznenin, Baudrillard'ın bakış açısıyla içerisinde bulunduğu koşullarda seçim yapabilecek bir iradeye sahip olması olası değildir. Çünkü bu seçimin sonuçlarının olumsuzluklar barındırması dolayısıyla özneyi mutlu etmesi mümkün değildir.

Öznenin seçim yapma ihtimali söz konusu olsa bile seçim konusunda yaşayacağı tereddütler özneyi rahatsız edebilmektedir. Kendi iradesiyle seçim yapacak öznenin, hem tercih aşamasında hem de sonrasında devamlı kendini yaptığı seçim konusunda sorgulayıp şüpheye düşürmesi genellikle onun açısından katlanılmaz olacaktır. Bu sebeple özne kendi iradesinin seçimi yerine, kitleden gelenin peşinden sürüklenerek bütün bu olumsuzluk barındıran süreçlerden kurtulmaktadır. Belki de meseleyi anlaşılır kılma adına, özne kendi iradesine ihtiyaç duymamaktadır. Çünkü bunu kullanabileceği toplumsal şartlardan uzaktır. Hele ki bu şartlar her gün özneye ne yapması gerektiği konusunda telkin ve yönlendirme yapıyorsa, öznenin bunu uygulamaktan ya da kitlesel olarak yapılanı tekrar etmekten başka şansı görülmemektedir. Bu bağlamda denilebilir ki özgür seçim ve istenç durumunun, özne açısından başkası tarafından yerine getirilmesi, özneyi sorumluluktan kurtarması dolayısıyla rahatsız etmemektedir.

¹⁵³ Descartes, *Meditasyonlar*, s. 53.

¹⁵⁴ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 124.

Belirlenimlerimizin söz konusu olması ve ortaya çıkmasında bizden kaynaklı bir istenç yerine kitlenin belirlediklerinin seçimlerimizde söz sahibi olduğunu söyleyen Baudrillard, yazgımızın artık kamuoyu araştırmaları ve istatistikler tarafından belirlendiğini; bundan dolayı aslında bizden beklenen şeyin bizden önce belirlenen kurallara, davranışlara uymamız olduğunu dile getirmektedir. Buna göre bireyden beklenen belirlenen normlara göre hareket etmesi, kendi veya başkasının istencine ve oluşturulan düzene karşı çıkmasıdır.¹⁵⁵ Burada isteme sürecindeki istenç ile ilgili olarak birkaç husus göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki parçası olarak var olduğumuz yapı tarafından isteklerimizin belirlenmesi hadisesidir. Zira burada bizden beklenen çıkan sonuçları, beğenileri alıp zmsememiz ve kendi istencimizin ürünü olarak sahiplenmemizdir. Toplumsallaşma olarak kendini gösteren bu yapı ona katılmamızı, teşhirine destek olmamızı ve bu şekilde zgr seçimlerde bulunduğumuzu dile getirmemizi istemektedir. Seçimlerini belirlenene göre yapıp toplumsala katılan özne, eklemleendiği kitlenin bir parçası olmaktadır. Bir diğer husus ise seçilen ve beğendirilen ürünlerde kitlenin belirleniminin öznenin seçimlerinden daha baskın olmasıdır. Çünkü belirlenip önümüze konulanı seçerek, seçim yaptığımızı zannederek ve irademizin ürünü olarak aldığımız, aslında nesne tarafından kitle kullanılarak bize aldırılmaktadır. Bir nevi nesnenin, kitle üzerinden eksikliğimizi örtmek ve geriye kalan diğer herkesin seviyesine erişmek için oyuna katılmamız beklenmektedir. Özne de bu davete hem toplumsallaşma hem de kitleden geri kalmama adına olumlu cevap vererek sürecin parçası haline gelmektedir.

Kitlenin yön verdiği ve öznenin irade ediminin söz konusu olmadığı bir süreci yaşadığımızı ne süren Baudrillard, bütün reklamcı, haberci ve politikacıların görevinin kitleye ne yapmaları gerektiğini söylemeleri olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre insanlar büyük bir keyif alarak bu vazifeyi bu mercilere devretmişlerdir. Çünkü bilme, arzulama ve isteme gibi öznenin etkinliğini içeren durumlar bizim için ilgi çekici olma işlevini yitirmiştir.¹⁵⁶ Bu demektir ki özne, seçim yapıp etkin olduğu süreçleri kitleden veya bir başkasından bekleyerek edilgen duruma kendisi geçmiştir. Bu süreçle beraber öznenin etkisiyle gerçekleşen süreçleri yapmaktan yorulduğu, keyif almadığı ve etkin olma rolünde olmak istemediği anlaşılmaktadır. Bu

¹⁵⁵ Baudrillard, *aresiz Stratejiler*, s. 115.

¹⁵⁶ Baudrillard, *aresiz Stratejiler*, s. 124.

vazgeçmenin temelinde kendi seçimlerimizi yapmak yerine dışarıdan gelene, iradeyi belki de öznenin kendi kullanmasından daha etkin kılan ve bunu tüketim düzeninde küresel çapta yapan kitlenin varlığıdır. Kitlenin varlığı ve belirlenimleri öznenin kendi tercihlerinin önüne geçerek onu yönlendirebilmektedir. Bu nedenle öznenin kendisi açısından etkin olduğu süreçlerin etkisini kaybetmede, şüphesiz kitlenin tüketim nesnesini özneye dayatmak suretiyle hayatın her alanında söz sahibi olması önemlidir. Zira moda, reklam ve kitle iletişim araçları sayesinde, öznenin iradesini özgür seçim olarak gösterebileceği bir alan belki de artık söz konusu değildir.

Öznenin iradesini etkin kılamayacağı bu toplumsal koşullarda, iradeden vazgeçiş olarak, onu başkasına bırakmak veya ondan gelmesini beklemek Baudrillard'ın düşünceleri esas alındığı zaman bir strateji olarak görülmelidir.¹⁵⁷ Çünkü bireyin kendi seçimlerini yapmasının olumsuz sonuçlarına katlanmama adına bu bir kaçış yoludur. Yani Baudrillard'a göre bireyin kendi kendisine seçim yapması, nihayetinde aslında bilme ve istemenin çekiciliğini kaybettiği ve bu nedenle de bu edimlerin başka birine bırakılmasından dolayı özne açısından rahatlatıcıdır.¹⁵⁸ Çünkü bireyin klasik dönemden beri sırtına konulan yük ve sorumluluktan kurtulmak için böyle bir yolu seçmesi yani kendi yükünü başkasına yüklemesini, vazgeçiş olmasının yanında bir kaçış yolunu da akla getirmektedir. Bu sebeple belki de öznenin etkin olduğu süreçler özne açısından etkinliğini kaybetmektedir. Çünkü her isteme ve tercih durumunun getireceği bir yük ve sorumluluk, bir nedensel temele indirgenmiş olarak baştan çıkartılmayı mümkün kılmamaktadır. Aynı zamanda dışarıdan gelenin büyüleyici ve sürprizli yapısı, öznenin kendi tercihlerine daha baskın gelmesi hasebiyle de özne tarafından kabullenilmektedir.

Dışarıdan gelenin cazibesi karşısında, istencin etkin olma durumu geri plana atılmıştır. Çünkü artık öznenin kendi istemesine karşın, bir yardımcı vasıtasıyla yerine getirilen eylem söz konusu olmaktadır. Özneye ithaf edilen istenç, ikinci ve üçüncü kişilere ya da yapılara bırakılmak durumunda kalmıştır. Kaldı ki öznenin istencinin eseri olarak bir tercih şeklinde ortaya çıkabilecek şeyler, toplumsal koşulların etkisiyle mevzu bahis olamayacak haldedir. Yani bir mümkün alanı

¹⁵⁷ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 124.

¹⁵⁸ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 124.

bulamamaktadır. Tıpkı reklamlardaki aldırma mantığının almak fiilinin önüne geçmesi ve öznenin aktif olduğu her şeyin önüne edilgenliğin yerleştirilmesi gibi etkin olabilecek bir süreç ortadan kalkmıştır. Baudrillard istencin geldiği durum ile ilgili olarak şunları söylemektedir:

“Günümüzde istek bile, ikna ve caydırmadan oluşan irade modelleri, yani istetme tarafından dolayimli kılınmıştır. Tüm bu kategorilerin hâlâ isteme eylemi, yapabilmek, inanmak, bilmek, eyleme geçmek, arzulamak ve zevk almak anlamları olsun diye tek bir “yapmak” yardımcı kipliği ile deyim yerindeyse inceltmiştir. Etkin fiil her yerde yerini edilgen fiile bıraktı; eylemden çok, eylemin üretilmiş, teşvik edilmiş, istenmiş, medyatik dolayımı uğratılmış, teknik hale getirilmiş olması önemlidir.”¹⁵⁹

Pasajda öznenin etkin olduğunu gösteren irade durumu, kitle ve içerisinde bulunulan şartlar aracılığıyla yerini edilgenliğe bırakmaktadır. Öznenin istencinin önüne ikna etme ve caydırmanın gelmesiyle yani bir nevi istencinin ikna edilmesiyle geri plana itildiği ve tüketim nesnesinin belirlenimlerinin etkin olduğu bir süreç söz konusu olmaktadır. Bu şekilde özne edilgen hale getirilmektedir. Zira öznenin etkinliğinde gerçekleşen işlerin yerini nesnenin tercihlerine bırakmasıyla Baudrillard’a göre “iş” olarak söz konusu olanın, “işlem” olduğu bir yeni durum kendini göstermektedir.¹⁶⁰ Yani önemli olan iş değil, işlemdir. Çünkü işlem meselesinde öznenin yön verip aktif olduğu bir süreç yerine, yardımcı rolde olduğu bir süreci görmekteyiz. İş yerine işlemin olduğu bir durumda, özne konumundaki bizlerin istencinin ya da tercihinin söz konusu olması mümkün değildir. Edimsellikle beraber her şeyin yapaylaşması ve işleme dönüşmesi, medya tarafından teknik yardımla dayatılma şeklinde gerçekleşmektedir.

Edimselliğin hüküm sürdüğü bu yeni süreçte artık isteme değil istetme, bilme değil bildirme, yapma değil yaptırma ve arzulama değil arzulatma mümkün olmaktadır. Bunun da nihayetinde, artık kendi başımıza yapabileceğimiz bir şey söz konusu değildir. Tam tersine kolektif bir istencin, arzunun ve zevk almanın geçerli olduğu anlaşılmaktadır.¹⁶¹ Etkin olanın edilgen olana dönüşmesiyle beraber oluşturulan isteme süreçlerinde tüketim nesnesine bazı anlamların da katılarak onun popülaritesinin artırılması hedeflenmiştir. Bizim edilgenliğe geçmemizi sağlayan nesnenin medyatik olması, yani kitle iletişim araçları tarafından bize gösterilmesi ve

¹⁵⁹ Jean Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, Çev. Işık Ergüden, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2016, s. 51.

¹⁶⁰ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 51.

¹⁶¹ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 52.

istencimizi harekete geçirmesi hedeflenmektedir. Bu yapı oluşturulurken yapay imgelerin ve tekniğin kullanıldığını görmekteyiz. Üretilen ihtiyaca göre işaret edilen nesne bize dayatılmakta, istetilmektedir. Bunun sonucunda nesne tarafından baştan çıkartılmak suretiyle onun tuzağına düşürülmekteyiz.

Nesne tarafından oluşturulup kontrol edilen süreçlerde, öznenin iradesi söz konusu değildir. Zira oluşturulan yapay istetme süreçleriyle beraber, istencin karşılık bulacağı bir anlam ya da süreç mümkün değildir. Bu edilgenlik ve işlem durumu kitle tarafından her alana yayılarak aynı biçimde özneye edilgenliği dayatmaktadır. Baudrillard, artık haberin amacının bilmek değil, bildirmek; iletişimin hedefinin ise konuşmak değil konuşurmak olarak hep edilgenliğe ve kontrol gerektiren sürece evrildiğini, yapılan etkinliklerin veya seçimlerin amacının zevk almaktan çıktığını, zevk aldırılmaya varandırıldığını dile getirmektedir.¹⁶² Bu yeni süreçte insanın iradesinin varlığından söz etmek ne derece mümkün olabilecektir. Zira artık istencin ürünü olarak yapılan bir şey olmadığı gibi, işlem olan hadiselerde de diğer öznelerle etkileşim halinde olmak gerekmektedir. Çünkü bu şekilde süreç hem özneyi edilgen hale getirmiş hem de onun, kitlenin ürünü olarak diğer bireylerle bir arada var olabileceğini zorunlu tutmuştur. Dolayısıyla öznenin tekil olarak kendi başına bir şeyi bilip farkında olması önemli değil, herkese ileterek sürecin öznesi değil parçası haline geleceği bir biçimin parçasıdır. Bir nevi istasyon gibi kendisine haber verilen ve iletilen her şeyi diğer istasyonlara ileterek kendini var edebilmektedir. Burada öznenin kendi iradesinden ya da onun denetiminde olan bir tercihten bahsedilmesi, öznenin kendini kandırması olacaktır.

İçerisinde bulunduğumuz şartlarda öznenin etkinliği ile gerçekleşebilecek bir durum ya da alan kalmamıştır. Bulunulan koşullarda, iradenin söz konusu olmamasını ve öznenin edilgenliğini Baudrillard açısından jogging üzerinden anlaşılır kılmaya çalışalım. Joggingin edimsellik olduğunu dile getiren Baudrillard'a göre jogging, bedenin aynı alanda hem kullanılıp hem de yok olduğu bir performans oyunudur. Buna göre jogging sonu gelmez ve erekliliği olmayan amaçsız bir performansa dayanmaktadır.¹⁶³ Joggingi izah edecek olursak, bireyin yürüme ile

¹⁶² Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 52.

¹⁶³ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 52.

koşma arasında gerçekleştirdiği bir sportif faaliyet olarak tarif edilebilir. Aynı zamanda kendine has kıyafet ve ürünlerle yapılan bu etkinlik belli alanlarda bir ritüel şeklinde yapılmaktadır. Bu bağlamda birey edilgen bir hâl içerisinde, iş olmayan bu durumda edimsel haldedir. Çünkü kendisinin etken olmadığı bir süreçle karşı karşıyadır. Yani bir koşu yapıldığı zaman ya da koşma eyleminin gerçekleştiği durumlarda öznenin bir etkinliğinin söz konusu olduğunu görmekteydik. Zira öznenin kendi etkinliği olarak süreçteki aktifliği söz konusu olup fiziksel bir aktiviteyi beyinsel fonksiyonlarla yerine getirmekteydi. Daha açık bir ifadeyle koşma durumunda beynin ve bedenin beraber yaptığı bir iş söz konusu olmaktaydı. Özne bu işi yaparken duyduğu haz ve çektiği acı bir gerçekliğe işaret etmekteydi. Oysa etkin olan o süreç yerine, joggingte bir edilgenlik olarak edimsel bir hâl mevcuttur.

Jogging yapılırken bedenin koşturulması yani iş yerine işlem söz konusu olmaktadır. Bu demektir ki öznenin etkin olarak yerine getirdiği bir eylem yerine edilgenliğin olduğu bir süreçtir. Dolayısıyla öznenin yokluğunu, olmadığını hatırlatan, amaçsız bir şekilde yapılan bu işlem, sportif bir aktivite veya bedensel eylem şekli değildir. Tıpkı bilgisayar ekranı karşısındaki düşünmeyi bırakan insanın edilgen hâli gibi joggingte de insana öğretilen ve ondan beklenen işlem söz konusudur.¹⁶⁴ Ayrıca kitle tarafından onaylanan bu işlem, bireyin kendini göstermesi ve kitlesel olana eklenmesi şeklinde kendini var etmeye çalıştığı bir durumdur. Yapılan eylemin bir istenç olarak değil kitlenin dayattığından mahrum olmama adına yapılması akla gelmektedir. Mahrum kalınmayan bir sürece katılma olması hasebiyle de göstergesel bir süreçten başka bir şeyi içermemektedir.

Öznenin edilgenlikle işlem yapan birine dönüşmesi, onun etkin olma durumunu ve iradesinin mümkün olmadığı bir süreci yaşamasını mümkün kılmıştır. Yapay olarak üretilen imgelerin benzeşmesi gibi işlemlerden dolayı hepimizin birbirine benzetildiği bir durum, kitle tarafından yaratılmaktadır. İstenç meselesinde öznenin edilgenliğinin anlaşılması için, onun öteki ile olan ilişkisine geçiş yapabiliriz. Zira şartların da etkisiyle ve nesnenin toplumsal araçları kullanarak hepimizi aynılaştırması ile benzer şeylere maruz kalmaktayız. Başka bir ifadeyle birer kopya gibi aynı şekilde benzer bir düşünme eylemiyle karşı karşıyayız. Öznenin yerine

¹⁶⁴ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 53.

düşünüldüğü ve ondan beklenenin ise edilgenlikle söylenilene yerine getirmesi olduğunu söyleyen Baudrillard'a göre öteki, insana kendi olma fırsatının verilmemesi olarak dışarıdan giren ve bu şekilde kişinin onun sayesinde var olduğunu anlaması olarak tarif etmektedir. Buna göre kendi irademiz yoktur. Bu nedenle de öteki, iradenin eseri olarak karşılaşılabilen bir şey değildir.¹⁶⁵ Bu demektir ki öznenin iradesinin söz konusu olmadığı isteme sürecinde öteki, dışarıdan gelen olarak özneyi var edebildir. Nitekim bu zorla giriş ve dışarıdan gelenin çekiciliği, öznenin kendi iradesi dâhi olsa karşılaşılabileceği bir biçimde var olmamaktadır. Dikkat edilirse özne istese bile ötekinin çekiciliğini sağlamaktan uzaktır.

Öteki, istenç ile oluşturulan değil dışarıdan bir dayatılan olarak, dışarıdan gelmesi dolayısıyla da etkileyici ve çekici bir nesne olarak söz konusu olmaktadır. Belki dışarıdan gelenin çekiciliği belki de öznenin irade sahibi olmaması ihtimalleri göz önüne alınarak Baudrillard, felsefenin sırrının kendini bilmek ya da tanımak değil, önemli olanın ötekinin düşlediğini düşlemek, kendi başına inanmak yerine inanana inanmak olduğunu ima etmektedir. Ona göre insanların gölgesini yitirdiği günümüzde birisi tarafından izlenmek, gerekli bir hadisedir.¹⁶⁶ Burada gölgesinin yitirilip birisi tarafından izlenmenin gerekliliği doğal olarak simgesel bir manaya karşılık gelmektedir. Çünkü modern koşulların bireyleri birbirine benzetmesi ve homojen hale getirmesi ile öznel birinin kopyasına dönüşmüştür. O açıdan Baudrillard, kişinin kendi varlığının kanıtlanması adına bir ötekiliğin ihtiyacına dikkat çekmektedir. Dolayısıyla öznenin iradesinin eseri olacak bir eser mümkün olmadığına göre, ancak bir şeyin parçası olarak ya da dışarıdan gelenin büyüleyiciliğine kapılarak kendi olma fırsatını yaratabilmesidir.

Öteki sayesinde özne, kendisini bir yere konumlandırabilmektedir. Çünkü kendi eseri olarak söz konusu olabilecek bir şeyin varlığından ve hazzından emin olmamaktadır. Bu sebeple dışarıdan gelecek bir etkiyle baştan çıkartılmayı beklemektedir. İnanmak yerine inanana inandığımızı, sevmek yerine seveni sevdiğimizi dile getiren Baudrillard, öznenin ne istediğini bilemediğini; bu nedenle

¹⁶⁵ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 167.

¹⁶⁶ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 168.

de etken olacağı durumları ikinci ve üçüncü mercilere devrettiğini söylemektedir. Buna göre içerisinde bulunulan modern koşullarda zaten videolar, ekranlar ve röportajlar sayesinde sadece başkaları tarafından görülmüş olan görülmektedir.¹⁶⁷ Öznenin bu edilgenliğe itilmesinin altında şüphesiz sadece iradesinin olmaması yatmamaktadır. Zira ekran ve kitle iletişim araçları sayesinde, hep başkasının gördüğü ona dayatılarak bununla yetinmesi diretilmektedir. Bu bağlamda özne artık inanmanın ya da bilmenin ne anlama geldiğini ve nasıl bir şey olduğunu bilmekten uzaktır. Çünkü ancak ona gösterileni taklit ederek bunu yerine getirebilmektedir. Yani iradesinin söz konusu olması durumunda bile aslında tam olarak etken olacağı durumları nasıl mümkün kılacağını bilememektedir.

Baudrillard, bireyin aldığı hazzın gerçekliği konusunda hep kuşkuya düştüğünü ve garip bir şekilde kendi eserinden emin olamadığını dile getirmektedir. Buna göre öteki varsayımı belki de alınan hazzın kökten kuşkusunun sonucu da olabilmektedir.¹⁶⁸ Böyle bir tasavvurda öznenin kendi alacağı hazdan emin olmamasına rağmen, ötekinin aldığı hazzı daha belirgin görmektedir. Yani özne kendi aldığı hazdan emin değildir. Aslında özne haz alıp almadığı konusunda bile şüphelidir. Belki de bu sebeple hem ötekiye ihtiyaç duymakta hem de haz almak yerine, haz aldırma daha önemli gelmektedir. Zira kendi iradesinin eseri yerine özne, genellikle başkasının eserini veya düşüncesini daha değerli görebilmektedir. O açıdan belki kendi iradesinden emin olamaması belki de yük ve sorumluluğuna katlanamaması öte yandan belki de aslında etken olarak yaptığı şeyin ne şekilde olması gerektiğini tartamadığından başkasından gelenden daha çok haz alarak baştan çıkarılmaktadır.

Öteki, öznenin aldığı hazzı daha belirgin kılmasına yardımcı olan ve onu etkileyen yapısı ile bireyin kaçmasına olanak tanıyan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani kendi istencimizin eseri olan bir durumla karşı karşıya kalıp onun yük ve sorumluluğu altında kalmak yerine kitlenin veya başka birinin peşinden gitmek bize fayda sağlamaktadır. Nitekim Baudrillard modern dönemin bireye yüklemeye çalıştığı ödev ve görevlerin, onu kendi iradesinin kölesi haline

¹⁶⁷ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 169.

¹⁶⁸ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 169.

getireceğini söylemektedir. Ona göre bu şekildeki bir denetimin köleliğin en aşırısına denk geleceğini bu nedenle başkasına bırakılacak olan istenç; sorumluluk dolaşımı, irade sapması ve biçimlerin aktarıldığı bir yapıyı doğuracaktır.¹⁶⁹ Bir nevi öteki, iradenin karar verme sürecine veya doğuracağı olumsuz sonuçlardan öznenin daha az etkilenmesi adına kaçışına olanak tanımaktadır. Zira kendi iradesini kendisinin denetlemesi, öznenin katlanabileceği bir durum değildir. Çünkü öznenin kendi iradesinin sonucuna katlanmasındansa, başkasından ya da dışarıdan gelen bir denetim özne açısından daha teskin edici olacaktır.

Baudrillard böyle bir denetim durumunda yani bireyin kendi kendini denetleyebilmesinin köleliğin en ağır şekline denk geleceğini de vurgulamaktadır. Bu nedenle öznenin bu yükü bir başkasına vermesi, beraberinde bir özneler arası irade dolaşımını getirerek özneleri daha mutlu kılacaktır. Ya da en azından kendi kendisine edeceğinden daha rahatlatıcı olacaktır. Bireyin kendi kendini denetlemesi yerine başkasına bu görevi vermesi, Baudrillard'a göre irade aktarılması olarak bireyin kendisinin hırpalanmasının ve sömürülmesinin önüne geçebilecek tek çıkar yoldur. Daha açık bir ifade ile birisi tarafından mutlu veya mutsuz edilmenin bireyin kendine edeceği şeylerden daha anlaşılır bir durumdur.¹⁷⁰ O açıdan özne, ötekiyle karşılaşmayı ummaktadır. Zira öznenin zihninin allak bullak olması ancak öteki ile mümkündür. Dolayısıyla bireyin sorumluluklarının, öznelerin arasında dolaşması hem onları yükten kurtaracak hem de birbirleri için öteki olma fırsatını sunacaktır. Bu noktada öteki, sadece öteki olarak söz konusu olmamakta, aynı zamanda iradelerin aktarılmasını ve yer değiştirmesini sağlayan, buna zemin hazırlayarak öznenin sırtındaki yükün kalkmasına yardımcı olan bir strateji olarak yer almaktadır.

Bireyin kendisinin yaşamı üzerinde söz sahibi olması başkasının kendisi üzerinde söz sahibi olmasından daha iyi bir durum olarak özne tarafından görülmez. Zira bireyin irade sahibi olması isteklerinin sonunun gelmeyeceği bir süreci doğuracaktır. Karar vermek zorunda kaldığı durumlarda hırpalanacak ve bu süreçler her geçen gün daha da artacaktır. Bunun nihayetinde bireyin isteme bağımlısı olmasına ve bir uyuşturucu gibi onun etkisi altına girmesine zemin hazırlayacaktır.

¹⁶⁹ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 168; Jean Baudrillard, *Cool Anılar ı-u(1980—1990)*, Çev. Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2014, s. 118.

¹⁷⁰ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 170.

En nihayetinde bu şekildeki bir irade zorunluluğunun doğuracağı sonuçlar Baudrillard'a göre cinsiyet seçiminde artık anne babanın değil embriyonun bile fikrinin alınmasını gerektirecek ortamı yaratmaya kadar gidecektir.¹⁷¹ Her şeyde iradeye başvurulması veya ona ihtiyaç duyulması görüldüğü gibi çok derin ve anlamsız sonuçları da doğurmaktadır.

Herkesin kendi tercihlerinin sahibi olacağı bir düzen, şüphesiz cinsiyeti konusunda söz sahibi olması gereken embriyoya kadar indirgenmesi ile bu durumun nasıl anlaşılabilir bir seçim halini doğuracağını göstermektedir. Kabul etmek gerekir ki istencin ötekiye bırakılması gerektiğini söyleyen Baudrillard'ın asıl düşüncesi böyle bir durumun öznenin kendi karar verme sürecinden daha rahatlatıcı olarak olumsuzluğudur. Başka bir ifade ile öznenin karar vermesi yerine bu kararı başka mercilere bırakması özne açısından yaşamı daha kolaylaştırıcıdır. Bir nevi kendini denetlenmenin getireceği olumsuzluklardan korunması için bunu başka bir yapıya devretmesidir. Öteki tarafından gelecek arzulanma, özneye kendi arzusundan daha çekici gelerek onun baştan çıkarılmasına aracılık edecektir. Keza bireyin istencinin etkili olduğu bir isteme süreci bu çekiciliği ve hazzı vermeyi sağlamaktan uzaktır. Çünkü devamlı kendini kontrol edip denetlemek durumunda hissetmesi haz değil acı verecektir. Bu sebeple ötekinin kontrolünde gerçekleşen süreç, özneyi bütün bunları düşünmekten kurtaracağından daha caziptir.

Kendini denetleme yerine irade aktarımını öne süren Baudrillard'a göre, şeylerin rastlantısal akışı yerine istenci koyma isteğimizin kökeninde inanmayı arzuladığımız gibi, istemeyi de arzulamaktayız. Buna göre iradesiz, inançsız ve erksiz bir dünya bizim için katlanılmaz bir durumdur.¹⁷² İradesiz bir dünyanın katlanılmaz oluşu muhtemelen anlam verilememesinden gelmektedir. Zira nedenselliğin bizi dünyayı anlama boğmaya itmesiyle açıklanamayacak olanın bizi endişeye sevk etmesi olasıdır. Yani dünyanın bir temele oturtulması ve irade ile onun üstün olduğunu düşünmemiz bizi rahatlatan bir durumdur. Fakat insanların bu şekilde iradenin eseriyle üstünlük kurmaya çalışması ve istencinin gereklerini yerine getirmesi, sadece nesnenin tuzaklarına düşmesine imkân sağlamaktadır. Bu

¹⁷¹ Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 25.

¹⁷² Baudrillard, *Kusursuz Cinayet*, s. 26.

bağlamda anlam verilemeyen ve çarpıcı kılınan tüketim nesnesi, öznedede arzuyu harekete geçirerek onun kendi arzusundan daha cazip gelerek özne olanı baştan çıkartmaktadır.

İradenin aktarılması ve başka merciler tarafından kontrol edilmesi her ne kadar nedensellik temelindeki aklın yapısına uymasa da aslında durumları bizim için ilgi çekici kılma gibi bir yapıyı da barındırmaktadır. Baudrillard irade aktarımını bir strateji olarak görmektedir. Buna göre öteki olanı kendi yazgımız yaparak yaşamamızın sorumluluğunu göstergeye aktarmakta, bu sayede yaşamın biçimini aşırın bir duruma gelmekteyiz.¹⁷³ Bu şekilde bir bakış açısı baştan çıkartılmış bir enerjiyle yaşadığımızı ortaya koymaktadır. Fakat bizim bu durumdan her zamankinden daha çok fayda gördüğümüz ortadadır. Zira modern dönemin bireyi umutsuzluğa sevk eden sorumlulukları yerine, iradenin kitleye ya da ötekiye aktarımı daha cazip olarak anlaşılmaktadır. Baudrillard bu durumun daha anlaşılır olması için çocuk örneğini vermektedir. Ona göre yetişkinler her ne kadar çocuklara kendilerinin yetişkin olduğunu inandırıyorlarsa da, çocuklar da büyüklere kendilerinin çocuk olduklarına inanmalarına izin vermektedirler.¹⁷⁴ Asıl strateji güden yetişkinler değil çocuklardır. Zira çocukların, yetişkinlerin kendileri için uydurduğu kalıba inanmalarına izin vermeleri kurnazlık barındıran ve baştan çıkartan bir durumdur. Çünkü bu şekilde davranmak çocuklara kazanç sağlamaktadır. Çocuk olmak, yetişkinin ötekisi olarak onu yadsımaktadır. İradesi yokmuş gibi durmasına rağmen irade ile hareketi edeni yadsıyıp kendi çıkarlarına alet etmektedir. Yani bir nevi inanmaya izin veren, inanandan daha üstün olmaktadır. Dolayısıyla irade ediminin ötekiye bırakılması bir vazgeçiş değil, stratejidir.

Öteki, bireyin iradesinin başkasına aktarılması için bir çıkış yolu olarak söz konusu olmaktadır. Zira istencin hayaleti andıran yapısı ile onun varlığından haberdar olmanın en rahat yolu başkasında dirilmesine ve hüküm sürmesine izin vermektir. Bireyin kendi iradesinin ürünü düşüncesini katlanılmaz bulan Baudrillard, ahlâki yasalara ya da başkalarına itaat etmemenin özgürlüğe bir işaret olabileceğini ima etmektedir. Bunun yanında kendi iradesine boyun eğmemek özgürlüğün son

¹⁷³ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 171.

¹⁷⁴ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 171.

evresidir. Zira öznenin kendi istencine boyun eğmesi tutkularına boyun eğmesinden daha büyük fenalıktır.¹⁷⁵ Bu demektir ki bireyin kendi iradesine boyun eğmesi aslında özgürlüğün elinden alındığı bir kötülükten daha beterdir. Çünkü kendisi gönüllü olarak bu köleliği kabul etmektedir. Aynı zamanda öznenin kendi kararına itaat etmemesi ise köleliği doğuracağı için özgürlüğün bittiği nokta olacaktır. Dolayısıyla öznenin bir strateji ile başkasına boyun eğmesi kendi iradesinin eserinden daha olumsal bir durumdur. Özne iradesinin kölesi olmayı seçtiğinde bir irade özgürlüğü kazanır, fakat kendisine karşı iradenin uygulayıcısı olarak özgür kalmaz. Bu nedenle öznenin dışarıdan gelene boyun eğmesi sonuçları itibariyle kendisi açısından hem daha olumsal hem de daha etkilidir. Böyle bir tasavvurda irade aktarımı, özne açısından, beraberinde getirdiği sonuçlar hasebiyle daha yaşanabilir bir durum olarak değerlendirilebilir.

İstencin oluşturduğu ve dayattığı yük ve görevlerden kurtulma ile ilgili olarak oluşturulan durumlara bakarak konumuza devam edelim. Baudrillard, irade sorunuyla karşı karşıya gelmemek ve rastlantının ya da kaderin söz konusu olacağı bir durum için; Luke Rhinehar'ın *Zar Adam* kitabında geçen öyküyü ele almaktadır. Buna göre bu kitapta kahramanımız kendi istencinden bir kaçış yolu olarak ya da kadere sığınma adına rastlantının hüküm sürmesi için yaşamını zar atarak belirlemeye karar vermektedir. Artık neyi yapıp-yapmayacağına, seyahat etmekten arkadaşlık ilişkilerine kadar her şeyi zar atarak belirlemek istemektedir.¹⁷⁶ Bu şekilde davranan kahramanımız sanki tercihleri rastlantı eseriymiş gibi her şeye kendisinin düşünüp karar vermesi yerine ya da iradenin söz konusu olma durumuna karşı istencini bir başkasına devretme işini uygulamaktadır. Yani zardan medet ummaktadır.

Baudrillard adamın burada kendi iradesinin doğuracağı hayalleri istemediğini, bu durumdan da kurtulmak amacıyla nesnel bir rastlantıya işi devretmeye çalıştığını söylemektedir.¹⁷⁷ Bu durumu günümüz şartları açısından iki şekilde yorumlayabiliriz. Bunlardan birincisi, hikâyedeki adam iradenin sorumluluğundan kaçmak, onun belirlenimlerini yadsımak veya böyle bir yükü taşımak istemediği için

¹⁷⁵ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 64.

¹⁷⁶ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 61.

¹⁷⁷ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 62.

böyle bir yöntemle başvurmuş olabilir. Yani irade eseri bir şey yerine, işi rastlantıya atarak kendi sorumluluğunu def etmeye çalışmaktadır. İkinci olarak da, adam belki de iradeden umudunu kestiği veya bir olayın tesadüfen kendisini bulmuş gibi şaşkınlık duyacağı bir durumu hayal ettiği için de böyle bir yolu denemiş olabilir. Bu da onun büyülenmeyi istediği rastlantısallıktan medet ummasıdır. Fakat meselenin nihayetinde her iki ihtimal, düşünce olarak söz konusu olsa bile gerçekte mümkün değildir. Çünkü ihtimaller sınırlıdır. Yani adamın karşısına çıkacak ihtimaller sonsuz bir mümkünlük alanı içermemektedir.

Zar adamın kahramanı ne olursa olsun sadece altı seçenekle karşı karşıyadır. Bu seçenekler de daha önce belli olan seçeneklerdir. Yani ya adamın kendisi ya da başka birisi tarafından başına gelecek olan ihtimaller zaten önceden belirlenmiştir. Aynı zamanda seçeneklere öznenin karar vermiş olduğunu irdeleyeceksek saf bir rastlantıdan söz edilmesinin mümkün olmadığını söyleyen Baudrillard, burada saptanmış bir iradenin söz konusu olamayacağını söylemektedir. Buna göre programlanmamış bir bilgisayardan bir şey elde etmenin mümkün olmaması gibi, zarlardan da bir sonuç elde edilemez.¹⁷⁸ Eğer burada kahramanımız irade karşısında bir özgürleşme pratiğini hayata geçirmeye çalıştıysa, bunda da başarılı olduğunu söyleyemeyiz. Bu durum olsa olsa en iyi ihtimalle bir aldatmaca olarak ifade edilebilir. Çünkü muhtemelen kendisi tarafından ve arzularını göz önünde bulundurarak ulaşmaya çalıştığı seçenekler arasında birisini seçmek suretiyle sanki başına kazara gelmiş gibi baştan çıkartılması mümkün görünmemektedir. Bu meseleyi içerisinde bulunduğumuz tüketim toplumuna uyarladığımızda özneler de zar atan adamdan farklı değildir.

Özne olarak bizlerin, belirlenmiş olan seçenekler arasında yaptığımız seçimleri, gerçekte bizim irademizin ürünü olarak kabul etmemiz mümkün değildir. Tıpkı kahramanımız gibi bize de dayatılmış ve belirlenmiş olan durumları yaşamaktayız. Biz de kitle veya makineler tarafından ortaya konulanı, bize dayatılanı onların istediği şekilde tercih ederek kendimizi aldatıyoruz. Tüketim toplumunda da yüzlerce yorum ve görüntü ya da televizyon kanalı arasından birini seçmek, aslında sadece

¹⁷⁸ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 63.

öznenin seçim yapma duygusunu tatmin etmekten başka anlam ifade etmez.¹⁷⁹ Dolayısıyla özne toplumsal koşullar aracılığıyla tüketim nesnesinin seçeneklere ayrılmış halini tercih ettiğini zannederek aslında belirlenen seçimlerden birisini yapmış olmaktadır. Bu bağlamda yapılacak bir seçim öznenin iradesinin sonucu değil tam tersine tüketim nesnesinin özneyi buna inandırarak tüketime yönlendirmesidir.

Zihinsel durumlardan sonuncusu olarak ele aldığımız irade meselesinde Baudrillard, modern dönemin güçlü irade vurgusunun söz konusu olmadığını, toplumsal koşulların öznenin seçim yapmasına izin vermediğini vurgulamaktadır. Öznenin, kendini bir irade abidesi gibi görerek tercih yaptığını sanması bir yanılgıdan ibarettir. Aynı zamanda öznenin kendi iradesinin eseri bir seçimi yapmak durumunda kalması hem haz almasını engellemekte hem de onun kendini denetlemesini gerektirdiği için acı verici olmaktadır. Dolayısıyla öznenin iradesini başka öznelere veya mercilere devretmesi ve irade dolaşımını sağlaması özne açısından daha rahatlatıcıdır. Bu irade aktarması sembolik de olsa bir dolaşımı doğuracağından özne açısından daha teskin edici ve rahatlatıcı olacaktır. Çünkü dışarıdan veya başkasından gelenin cazibesi özneyi büyüleyip baştan çıkartabilmektedir. Tüketim nesnesi öznenin bu irade ve seçim hakkını toplumsal koşulları kullanarak zaten kullanılamaz hale getirmektedir. Zira imgelerle çekici kılınan nesne moda, reklam ve kitle iletişim araçlarıyla özneye dayatılarak öznedeki arzular oluşturulmaktadır. Özne ise bütün bunlardan habersiz bir şekilde sanki kendi iradesinin istemesiymiş gibi arzusunu giderme adına kendisine sunulan seçenekler arasından tercih ettiğini sanarak kendinden geçmektedir. Oysa aslında seçtiğini zannettiği şey, belirlenen seçenekler sanki öznenin eseriymiş gibi cazip kılınarak özneye dayatılmaktadır. Özne, karşısına çıkartılan tüketim nesnesini seçim yaptığını zannederek alıp büyülenmekte ve nesne tarafından arzusu yerine getirildiği için baştan çıkartılmaktadır.

¹⁷⁹ Emel Yuvayapan, “Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm”, *Özne dergisi*, Adana, Bahar 2011, s. 53.

2. BAŞTAN ÇIKARMANIN TOPLUMSAL KOŞULLARI

Öznenin baştan çıkarılmasını sağlayan zihinsel süreçleri bu şekilde izah etmeye çalıştık. Görülmektedir ki bu zihinsel durumlar kendi başlarına var olsalar dahi bulunulan koşulların etkisiyle yönlendirilmektedir. Tüketim nesnesi, toplumsal koşulları da kullanarak öznenin belirlenimlerinde söz sahibi olarak bir tüketim düzenini mutlak kılma amacındadır. Yani önemli olan eksikliğin giderilmesi değil, Deleuzeyen bir ifadeyle eksikliğin sürekli kılınmasıdır. Böylece özne devamlı bir şekilde üretilen eksiklerini giderme adına tüketim yapmaktadır. Bu şekilde hem eksikliği giderdiğini düşünmekte hem de var olduğunu kanıtlama çabasındadır. Zira özne tüketerek, kitleye onun parçası olarak var olduğunu kanıtlamak durumunda bırakılmaktadır.

Öznenin üretilen bir eksikliği veya kitlenin parçası olma durumunu giderme adına yaptığı işlerin kendi etkinliğiyle giderildiğini düşünmek mümkün görünmemektedir. Hele ki böyle bir söylemin arkasına öznenin iradesini yerleştirmek ve onun arzularından bahsetmek, sadece öznenin hayal kurmasıyla eşdeğerdir. Özne, irade sahibi olarak söz sahibi olabileceği bir durum içerisinde değildir. Daha açık bir ifade ile iradesini yansıtacağı toplumsal koşullar yoktur. Bu nedenle ona kusursuz bir irade edimini uygun görmek ya da arzularından dem vurup her şeyi nedensellik ile izah etme çabaları, belki de işin özünde özneyi yormaktan başka bir anlama gelmemektedir. Kaldı ki öznenin mevcut koşullarda bir iradeye ihtiyaç duyup duymadığı da sorgulanması gereken bir durumdur. Çünkü iradeye ihtiyaç duymak istemeyen bir özne ile karşı karşıyayız. Kabul edelim ki iradenin her tercihin sonucunu özneye fatura olarak çıkartması ve aklın her şeyi nedenselliğe yorma işlemi özneye çekici gelmemektedir. Özne bütün bunların yerine dışarıdan gelene, başkasından gelenin tılsımlı ve büyüleyici yapısına kendini kaptırmak istemektedir.

Dışarıdan gelenin büyüleyici ve ayartıcı yapısı özneyi kendinden geçirmektedir. O açıdan özne, yük ve sorumluluk durumlarından kurtulma adına ötekiden gelene kendini kaptırmaktadır. Aynı zamanda içerisinde bulunulan koşullar, öznenin kendi arzusunu veya iradesinin eseri olabilecek bir özneliğe imkân vermemektedir. Zira önemli olan kitle tarafından moda, reklam ve kitle iletişim

araçları kullanılarak gösterilene tüketimdir. Bu yapılırken de imgeler gerçeğe, arzular üretilen bir mekanizmaya ve irade de gösterilene kendisine aitmiş gibi kabullenilmeye indirgenmiştir. Ayrıca bütün bunlar yapılırken tüketim nesnesi, sürprizlerle ve şaşkınlık yaratacak şekilde öznenin karşısına çıkartılarak onun nedensel olan bütün bağlardan kurtulması mümkün kılınmaktadır. Böylece özne, tüketim nesnesinin kendisine imgelerle çekici kılınması karşısında tüketerek baştan çıkmaktadır.

2.1. Sınır Çizilemeyen Moda

Baudrillard *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm* eserinde modanın üretilen bir şey olarak özneyi kalıplara sokmaya çalıştığını vurgulamaktadır. Buna göre moda, akla gelebilecek en yapay oyun ve derinlere kadar inebilen toplumsal bir biçimdir.¹⁸⁰ Böyle bir tasavvurda modanın birçok alanla ilişkili olduğu göze çarpmaktadır. Modaya baktığımız zaman onun üretilen ve özneye kendini dayatan yapısıyla karşılaşmaktayız. Böylece modanın bu denli çok alanda özne üzerinde hâkim olması onun toplumsal olma ihtimalini akla getirmektedir Bir nevi öznelere kendini dayatan yapısı ve tercihlere etki etmesi neticesinde, bir toplumsal olma iddiası söz konusudur. Onun özneye kendini dayatması ve toplumsallık iddiası şüphesiz her alana yayılabilme ve anında üretilebilme gücünden ileri gelmektedir. Çalışmamızın bu kısmında ele alacağımız modaya bu şekilde giriş yaptık. Görülmektedir ki birçok alan ve şey ile ilgisi vardır. Bu şeylerle ilişkisini şüphesiz kendini sürekli güncel tutarak başarmaktadır. Daha açık bir ifade ile modanın özneye kendini dayatarak toplumsallık iddiasını ve ulaştığı alanlarla ilişkisini açıklığa kavuşturmaya çalışacağız. Böylece öznenin baştan çıkartılması için içerisinde bulunan koşulların nasıl bir tüketim düzenini oluşturduğu ve özneyi nasıl edilgenliğe ittiğini ortaya koyacağız. Bu izahtan sonra modanın modern dönemin ürünü olarak ortaya çıkmasına rağmen diyalektik mantığı nasıl yok ettiğini inceleyeceğiz. Nihayetinde modanın tüketim ilişkisini ve toplumsalı belirlemede aracı olarak, özgür hissetme ile ilişkisini Baudrillard açısından tahlil edeceğiz.

Modanın hayatın her alanında etkili olması ve güncelliği ifade etmesi, şüphesiz onun tekrar üretileni gözde hale getirmesiyle mümkün olmaktadır. Modanın

¹⁸⁰ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 153.

güncelliğinin anında bir üretime borçlu olduğunu dile getiren Baudrillard, onun şimdiki zaman göndereni olmadığı iddiasındadır. Buna göre moda paradoksal bir şekilde güncel olmayandır.¹⁸¹ Moda güncelliğini bir anında üretime borçludur. Baudrillard'a göre moda önce biçimlere bir ölme bahşeder. Arkasından bir soyutlanma sürecine girer. Böylece zamandan etkilenmeyen bu biçimler bir göstergeye dönüşerek ve zamanı eğip bükebilen bir şekilde güncel olanı, güncel olmayanla karşı karşıya bırakarak anında bir değişim ve üretimi öngörür.¹⁸² Bu demektir ki moda, önce biçimleri öldürmek suretiyle soyutlar, sonra soyutlanan biçimleri göstergesele çevirerek kendi denetimine alır ve istediği zaman istediği şekilde dayatmanın aracısı hâline getirir. Böylece moda sürekli canlı ve yenilikçiymiş gibi kendini korur. Oysa bu dinamizm, göstergesel biçimlerin yer değiştirmesinden başka bir şey değildir. Kaldı ki moda aslen geçmişin ölü biçimlerini göstergesel bir şekilde yeniden canlandırıp bir araya getirmekten başka bir şey yapmamaktadır.¹⁸³ Dolayısıyla moda ölü olan biçimlerin geri gelmesi ve etkinliği olarak Baudrillard'ın düşüncesinde aslında güncel olmayandır. Yani bir yandan anında yapay bir üretim olarak kendini güncel olarak göstermekte diğer yandan ise aslında geçmişte öldürülen biçimlerin göstergeseli olarak güncel olan veya olmayanın birbirleri içerisinde değişikliklerini yapmaktan başka bir şey yapmamaktadır. Bu durumun kendisi modanın denetimindedir. Zira güncel olanı ve olmayanı döngüsel bir şekilde yer değişikliğine zorlaması bizzat akıldışı olan modanın mantığıdır. Moda böylelikle nesnelere soyut göstergelere dönüştürerek istediği biçimi yeni diye gözde hâle getirebilmekte ve tüketimi sürekli kılarak devamlı bir yer değiştirmeyi olanaklı kılmaktadır.

Modanın bir yineleme şeklinde kendisini devamlı üretmesi ve özneye tahakküm kurarak tükettirmesi söz konusu olmaktadır. Başka bir ifade ile etkin hale getirilen göstergelerin sağladığı biçimler öznenin zevk alması ve tüketim düzenini devam ettirmesinde etkili olmaktadır. Baudrillard'a göre modanın yinelemesi bir geri kazanım sürecinden farksızdır. Bu düşüncesini çağdaş müzeler üzerinden izah etmektedir. Buna göre müzelerde, nesnelere stilleri birbirini dışlasa bile, müze

¹⁸¹ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 154.

¹⁸² Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 154.

¹⁸³ Zehra Zıraman, "Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm", *Özne Dergisi*, Adana, Bahar 2011, s. 59.

tarafından, suç ortaklığı yapmaları ve birlikte görünmeleri sağlanmaktadır. Moda da tıpkı müze gibi biçimlerin karşılıklı olarak yer değiştirmesini ve birlikte kalmalarını sağlayan unsur olmaktadır.¹⁸⁴ Nitekim müze birbirinden ayrı ve ilgisiz gibi görünen her şeyi sanki birlikte bir bütünlük sağlıyormuş gibi sergilemektedir. Ayrıca hepsinin değerli olmasını sağlayarak birbirlerini dışlamalarının önüne geçmiş olmaktadır. Tıpkı müzenin biçimlerin bir arada var olmasına olanak sağladığı gibi moda da tüketim nesnelere yer değiştirmelerini ve güncel olmalarını etkin kılmaktadır. Bunun yanında müze ve modanın biçimlerinin bir bütünlük içerisinde gösteren yapısı, zamansallığın ötesine geçmekte ve göstergelerden yoksun olan her türlü stili karşısına almaktadır. Bu durumda moda ve müzenin, kendisinde var olan ama dışarıda kendilerinden bağımsız olarak, göstergelerden yoksun biçimleri uyumsuz olarak niteleyip dışlamalarını akla getirmektedir.

Modanın anlamdan yoksun ve bize tekrarlardan oluşan yapısı ile önümüze serdiği şeylere arzu veya irademizle karar verdiğimiz bir durum olarak bakmamız mümkün görünmemektedir. Zira moda bize gösterdiği veya dayattığı şeyi imgelerle, toplumsallıkla çekici kılarak almaya itmektedir. Aslında bir ihtiyaca işaret etmeyen bu satın alma süreci sadece göstergenin tüketilmesinden ibaret kalmaktadır. Modernliğin ürettiği ikililik durumundan yararlanan moda önceki sene aldırıldığı şeyi bu yıl eski olarak gösterebilme kudretine erişmiştir. Baudrillard'a göre eski ve yeniyi üreten modernlik, moda ile birlikte hem retro hem neo olarak yani hem modern hem de çağdışı olarak söz konusu olabilmektedir.¹⁸⁵ Neo'dan kasıt yeni, retro ile kastedilen ise geçmişi de kapsayan, fakat moda olarak güncelliğini koruyan ya da güncel kılmandır. Özellikle retro olana nostaljik bir hava katıp onu yeni bir üretim olarak göstererek yeni olanın karşısı olmadığını özneyi inandırır. Fakat bunu yaparken modernliğin özündeki ikili mantığı eski ve yeniyi ya da karşıtlığı ortadan kaldırarak kendi denetiminde olan bir anlam yüklemesiyle modernin de daha modern olmasını sağlar.

Moda eskiyi, yeni ile değil geçmişe yönelik bir hatıra ve nostalji ile anlamlandırarak hem ikisini aynı anda sunup tüketirerek hem de aralarında bir

¹⁸⁴ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 156.

¹⁸⁵ Baudrillard, *Simgesel Değiş ve Tokuş Ölüm*, s. 157.

çelişki olmamasını sağlayarak bir güce dönüşür.¹⁸⁶ Böylece kendi denetiminde sunulan göstergesel biçimlere belirlediği anlamı atfederek onları yan yana koyabilmektedir. Çünkü moda sürekli bir yeniliği göstermek durumunda hissettiği için soyut göstergesel biçimleri devamlı yer değiştirerek etkin kılabilir. Dolayısıyla aslında moda olan ya da güncel kalan bir biçim ya da nesne değil modanın kendisi olmaktadır. Bu bir aradalık modanın kendi değer biçtiği göstergesel değer durumlarında geçerli olarak modanın daha çok alana etki etmesini beraberinde getirmektedir.

Modanın sınırlarının artık belirlenemediğini ifade eden Baudrillard'ın bu düşüncesini metastaz üzerinden izah etmekte fayda görüyorum. Metastaz, bir şeyin kendini aynı şekilde sürekli ve yeniden üretmesidir. Bir nevi sünger tanecikleri gibi birbirinin aynısı olarak üretimdir. Moda da metastaz gibi kendini yeniden üretmesi sayesinde tek bir alanla sınırlı kalmayıp mobilyadan tutun da ulaşım araçlarına, oradan kitle iletişim araçlarına kısacası hayatın tüm boyutlarına sirayet etmektedir. Ayrıca dikkat etmek gerekir ki bu şekildeki bir metastaz olayında, yeni gibi ortaya çıkan bu durum farklılık içerisinde değil döngüsellik içerisinde kendisini yeni gibi göstermektedir. Baudrillard'a göre modernliğin merkezinde yer alan moda; cinsellikten iletişim araçlarına, oradan da sanata kadar her şeyi kendi mantığının sınırları altına almaktadır. Buna göre bir gösteriye dönüşen modadaki değişimler estetik laf olsun diye yapılan bir eyleme dönüşmüştür.¹⁸⁷ Bu demektir ki moda hayatın her alanına sirayet etmiştir. Kabul edelim ki modern düşüncenin hüküm sürdüğü bütün alanlarda etkili olan moda bir gösteri aracıdır. Moda adı altında yapılan değişimler sadece göstermelik olarak yapılan dokunuşlardır. Böylece tüketim nesnesinin, özne tarafından özendirilerek alınması söz konusu olacaktır. Özne modayı, toplumsal olanı yakalamak ve arzulanı yerine getirmek için takip etmek durumunda bırakılmaktadır. Kimse ondan bağımsız bir şekilde belirlenimlerini yerine getirememektedir. Çünkü her alandaki etkisi sayesinde tüketirilen göstergenin, modanın o anki durumuna uygun olması zorunluluk olarak kendini dayatmaktadır. Böylece moda toplumdaki değişimlerin öncüsü olarak hareket etmektedir.

¹⁸⁶ Baudrillard, *Simgesel Değiş ve Tokuş Ölüm*, s. 157.

¹⁸⁷ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 158.

Modanın hayatın her alanında kendini göstermesi ve mantığı her yerde dayatmasını Baudrillard, alyans yüzük ve konut üzerinden anlaşılır kılmaktadır. Evliliğin simgesi olarak takılan alyans evlilik süresince yaşanan durumu kanıtlayan bir simge olarak yer almaktadır. Baudrillard ABD’de alyans konusunda modaya uygun olarak, evli çiftlerin alyanslarını yenileriyle değiştirilmeye teşvik edildiğini söylemektedir. Buna göre bir ortak yaşam simgesi olan nesne, kendinde özel ilişkiye yön verme hakkı gören modanın kapsamı içerisine alınmaktadır.¹⁸⁸ Bu demektir ki evliliği temsil eden ve bir simge olarak görülen alyans, modanın kapsamı altına alınmaya çalışılmaktadır. Zira diğer yüzük ve aksesuarlardan farklı olarak alyans, evlilik süresince takılmaktadır. Bu nedenle diğer ürünlere nazaran daha sağlam ve sade olarak üretilmektedir. Yaşanılan ilişkinin simgesel değeri olarak kabul görmektedir. Moda, çiftleri de alyans değiştirmeye yönelterek, aslında bir yandan alyansın anlamında değişikliğe yol açmaktadır. Zira moda olarak her yıl evlilik yüzüklerini değiştirecek olan çiftler böylece modanın denetimi altına girecek ve alyans her yıl değiştirilen bir biçime bürünecektir. Bunun nihayetinde alyans yüzük gibi sembolik değer atfedilen nesne bir tüketim nesnesine dönüşecektir. Görülmektedir ki moda müdahale edemediği alanları da kendi etkisi altına alarak, göstergeler yoluyla şeylere yön tayin eden bir işlev görmektedir. Bu nedenle onun bir sarmal gibi büyüyen yapısı ile her şeyi etkisi altına almayı hedeflediği ve tüketim nesnesini hâkim kıldığı anlaşılmaktadır.

Konut meselesinde ise Fransa’da konut, apartman veya daire Baudrillard’a göre her ne kadar anlamsal bir farklılık barındırsa da ev olarak bir tüketim amaçlı bir nesne değildir. Başka bir ifade ile Fransa’da ev daha çok babadan kalma bir miras olarak, tüketim amaçlı bir nesne olarak algılanmamaktadır. Buna göre bu ürünün moda tarafından bir göstergeye dönüştürülmesi için ev ile ilgili bütün organik bağların yadsınması veya sona erdirilmesi gerekmektedir.¹⁸⁹ Bu demektir ki tıpkı alyans yüzüğün moda kapsamına alınması için bağlamından kopartılan anlamı ve mantığı ev için de uygulanmaktadır. Yani eğer moda, evin miras yoluyla ve ailenin üyelerine aktarılan durumunda değişiklik yapabilirse onu da tüketim nesnesine

¹⁸⁸ Jean Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, Çev. Oğuz Adanır ve Ali Bilgin, Boğaziçi üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2009, s. 60.

¹⁸⁹ Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, s. 61.

dönüştürebilecektir. Bunu yapmak için de önce ev ile özdeşleşen ve organik bağ olarak söz konusu olan kuşaktan kuşağa aktarma işini sona erdirmeyi hedeflemektedir. Böylece evin moda kapsamında anlam biçilen, değer atfedilen ve statü göstergesi olarak bir tüketim nesnesi olması sağlanmış olacaktır. Bunun nihayetinde bir statü simgesi olarak gösterge görünümüne sahip olarak tüketim toplumundaki yerini alacaktır. Hem yüzük hem de konut hadisesinde görülmektedir ki moda, şeylerin anlamında tahrifat yaratarak anlam ve kullanımı değiştirerek anlamı devamlı moda denetiminde değişen ve saman alevi gibi göstergesel bir anlam atfeder.

Moda kendi denetiminde olmayan her şeyi bir tehdit olarak görerek oraya yayılmayı ve tüketim nesnesine dönüşerek kendi denetimini sağlamayı düşünür. Bunu yaparken de nesnelere geldiği bütün anlamları yok ederek kendi anlamını dayatır. Bir nevi eksiklik olarak sürekli ihtiyaç duyulan bir şey olmalarını sağlamak için kendi egemenliğine alır. Bunun nihayetinde bir statü veya moda göstergesi olarak tüketim düzenindeki her şey gibi belli bir sürede eskijen ve değiştirilmesi gereken şeyler sınıfına alır. Deleuzeyen bir ifade ile bakacak olursak moda kendi göstergesel anlamını dayatıp tüketim nesnesine çevirmek için, önce yersiz-yurtsuzlaştırır sonra da eksikliği giderme adına yerli-yurtlu hâle getirir.¹⁹⁰ Bunu da devamlı bir döngüsellikle yaparak egemenliğini ve etkinliğini, tüketimi devam ettirerek sağlar. Statü ile tüketim nesnelere arasında ilişkiyi de sağlayarak toplumsal olma ve bunu belirleme amacını sürdürür.

Modanın toplumsal olma amacı Baudrillard'a göre başlangıcından beri söz konusu olmaktadır. Buna göre herkesin yaşamının içerisinde yer kaplayan ve iletişim kurmayı deneyen dilin yerine, iletişimin kendisi olarak mesajdan yoksun bir anlamı hedeflemektedir.¹⁹¹ Böylece toplumsal olma amacını taşıyan moda, hem her alandaki etkinliği sürdürmekte hem de mesajın kendisi olarak iletişim aracına dönüşmektedir. Mesajdan yoksun bir anlam olarak kendisini dayatan moda, sonsuza dek sürececek bir yapıyı da böylece kurmuş olacaktır. Mesajdan yoksun olma sebebi, her şeyin bizzat modaya işaret etmesidir. Ayrıca onun bu yapısı ile herkesin yaşamında arzularını

¹⁹⁰ Deleuze ve Guattari, *Anti-Ödipus Kapitalizm ve Şizofreni 1*, s. 58.

¹⁹¹ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 165.

yerine getiren bir yapıyı oluşturduğu anlaşılmaktadır. Toplumsal olma amacı aslında bir simülasyon düzeninde olduğu gibi oyun şeklinde sonsuza kadar sürüp gidecek bir döngüsellik içermektedir.

Baudrillard modanın, rasyonel ve irrasyonel, güzel ve çirkin, yararlı ve yararsızın ötesine geçildiğinde tüm ölçütlere oranla ona yıkıcı gücü veren şeyin ahlaksızlık ve anlamsız oluşu olduğunu dile getirmektedir.¹⁹² Tüm ölçütlere oranla ona yıka gücü veren, ahlaksızlık çerçevesinde aksiyomatik değerden yoksun oluş ile gösteren-gösterilene birbirinden kopartarak anlamsız oluşudur. Bu demektir ki nesnelere bir göstergelere dönüştürerek onları değer ve duyguya almak yerine, öznenin baştan çıkartılmasını sağlayan geçici bir tutku koymaktadır. Yapay olarak oluşturulan ve saman alevi gibi geçici olan bu tutku sayesinde modanın işaret ettiği tüketim nesnesi arzulanmış olmaktadır. Devamlı tekrarlarla birbirini izleyen bu süreç nihayetinde kolektif bir şekilde öznelere zevk aldığı ve katılımında bulunduğu bir tüketim düzenini oluşturmaktadır. Yani tüketimin kendisi göstergesel sistemli bir şekilde özneyi güdüleme işidir.¹⁹³ Moda da anlamsızlık üzerine kurulu bu süreçte etkinliği ile toplumsal olanı belirleme gücüne erişmektedir.

Modanın toplumsal olmayı hedefleyerek bir içtepiye dönüşmesi, öznenin arzularının anlamsız kılınacağı bir süreci de doğurmaktadır. Baudrillard modanın vahşi yapısı sayesinde yasak ile ortadan kaldırılamayacağını ileri sürmektedir. Buna göre arzu olarak anlama son verip göstergeler içerisinde ortadan kaybolarak, gelişigüzel ve anlık bir toplumsallaşmaya döndüğünü dile getirmektedir.¹⁹⁴ Moda içtepiye dönüşen yapısı ile her yerde ve şekilde kendini var ederek büyümektedir. Zira nesnelere birer gösterge şeklinde tüketim nesnesine çevirerek kendi mantığını anlık bir toplumsallaşmaya varıncaya dek her şekilde dayatmaktadır. Öznenin arzulanmasını sağlayan bu anlamdan yoksun yapı, iradesine gerek kalmayacak şekilde peşinden sürüklenmemizi ve ona uyarak kitleye katılmamızı sağlamaktadır. Yani moda bireyin kendi iradesinin eseri olarak seçim yapmasını hem engeller hem de böyle bir tercihe gerek kalmayacak şekilde kitle tarafından belirlenenine ona istetir.

¹⁹² Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 164.

¹⁹³ Jean Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2014, s. 241.

¹⁹⁴ Baudrillard, *Simgesel Değiş ve Tokuş Ölüm*, s. 162.

Birey, seçim yapmasının mümkün olmadığı koşullarda moda olarak kendisine sunulanı alarak, tüketim düzeninde kitlenin parçası haline gelir. Dahası da var. Moda tüketim nesnesini dayatırken hem bireye özelmış gibi nesneyi ona çekici kılar hem de tüketim nesnesinden mahrum kalırsa, eksikliğini onu toplumdan geri bırakacağına özneyi ikna eder. Özne modanın bu çok yönlü baskısına direnemez ve belirlenen tercihleri takip ederek kendisini güncel tutar. Bu nedenle modanın gerekleri yerine getirilmek için gerçekleşen eylemlerde, öznenin kendi arzu ve iradesinden söz edemeyiz. Tam tersine söz konusu olan toplumsal koşullar kullanılarak dayatılan ve imgelerle arzulan tüketim nesnesidir. Özne açısından edilgenliğin hüküm sürdüğü isteme sürecinde moda, tüketim nesnesini özneye çekici kılıp mantıktan uzaklaştırarak öznedeki hâller uyandırmakta ve onun baştan çıkartılmasını sağlamaktadır.

Modern dönemin özünde olan her alanda kendini gösteren ikililik moda konusunda söz konusu değildir. Zira modernliğin içerisinden çıkan moda temsil ettiği modernliğin diyalektik ilişkisini kendisine göre değiştirerek farklı bir şekilde dayatmaktadır. Daha açık bir ifade ile moda ikililik olan durumların hepsini kendi bünyesine katarak onların hiper gerçek hale gelmesini sağlamıştır. Güzel-çirkin gibi ikililiğin olduğu hâlleri kendisi belirleyen bir yapıya bürünmüştür. Baudrillard, modanın ulaştığı hiper gerçek evre sayesinde güzelden daha güzel ve büyüleyici olduğunu dile getirmektedir. Buna göre modanın ulaştığı ayartma gücü değer yargılarını aşmış ve kendisine ait bir alan yaratmıştır.¹⁹⁵ Bu demektir ki moda sadece güzel ve çirkin arasında ayırım yaparak etkili olacağı alanı belirlememektedir. Birbirine zıt olan güzel ve çirkinin bütün anlamlarına sahip olarak retro ve neo olmalarını sağlamaktadır. Başka bir ifade ile moda bir döngüsellik içerisinde özneye o anlık, zaman diliminde, ya da dönemde gösterilenin güzel olarak algılanmasını sağlamaktadır. Yani daha önce güzel olarak gösterdiğini yadsıyıp ona tamamen zıt olan bir nesneyi ya da şeyi popüler kılma gücüne sahiptir. Moda sınırların dışına çıkarak değer yargılarını ötekileştirip kendi bünyesine katarak bunu sağlamaktadır. Yani moda güzelin anlamını kendi belirlediği bir evrende yeni olarak öne sürdüğü soyut göstergelerin daha güzel olduğunu vurgulamaktadır.

¹⁹⁵ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 9.

Modanın güzelin ve çirkinin anlamlarına sahip olması aslında bu kavramlara kendisinin değer biçmesini de ortaya çıkarmaktadır. Yani bir yönüyle güzel ve çirkin, değer yargıları ya da beğeni sonucu ortaya çıkan bir toplumsal birliktelik değildir. Moda yoluyla belirlenen ve modanın anlam üretmesi ile var olan sonuçlardır. Modanın yapmaya çalıştığı, güzel olarak gösterdiği şeyden daha güzelini ortaya koyarak onu bir simülasyona çevirmektir. Fakat bu simülasyonu oluşturan biçimleri her seferinde farklı biçimlerle simüle ederek simülasyonun sürekli olmasını sağlamaktadır. Baudrillard modanın güzel şeyler üretmesi ve bunu başarabilmesi için güzelliği yadsıması gerektiğini, güzellikle çirkinlik arasından mantıksal açıdan hiçbir fark olmadığını kabul etmesi gerektiğini söylemektedir.¹⁹⁶ Burada moda bize dayattığı şeyden daha güzelini, güzelle yadsıyarak bizi ayartmaya çalışmaktadır. Bu şekilde akıldışı olanı dayatırken bu akıl dışılığı kendi güçlü mantığıyla bertaraf ederek özneye kendisini inandırır. Zira kendi mantığında aslında her şeyi mantıktan arındırarak kendi istediği şekilde biçimlere sokar ve bunu özneye sunar. Özne, neden-sonuç şeklindeki akılcılığı ortadan kaldırıp kendi mantığını yerleştiren modanın mantığına kanarak bunu sorgulama ihtiyacı hissetmez; çünkü zaten modanın kendisi akıl dışıdır. Kendi mantığını dayatan moda, o an geçerli kıldığı tüketim nesnesini güzel olandan daha güzel göstererek önceki gösterdiğini yadsır. Özne de bu yadsımanın etkisiyle daha güzel olanın peşinden gider, fakat bu bir kısır döngü gibi devamlı bir şekilde kendi içerisinde tekrarlanır.

Modanın güzelden daha güzel olanı dayatarak egemen olma durumunu Baudrillard uzun etek- kısa etek üzerinden anlaşılır kılmaktadır. Baudrillard uzun ve kısa eteğin kendi başlarına bir anlam ifade etmediğini dile getirmektedir. Bu etekleri birbirinden ayıran uzunluk ölçütünün anlam ifade ettiğini söylemektedir. Yani etekler uzun veya kısa olarak bir anlam ile karşımıza çıkmamaktadır. Moda, bu iki eteğin birbiri ile kıyaslanmasını sağlayarak onların arasından birisini diğerini yadsımak suretiyle dayatmaktadır.¹⁹⁷ Eteklerin birbirleri içerisinde yer değiştirmesi veya birisinin moda olması yoluyla ön plana çıkması ve diğerinin geri plana çekilmesi hususunda moda açısından bir fark yoktur. Geçici değerler üreten moda her an bu iki etek arasında seçimini değiştirerek işleri tersine döndürebilir. Yani

¹⁹⁶ Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, s. 80.

¹⁹⁷ Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, s. 80.

aslında göstergesel bir biçim olarak uzun ve kısa etek arasında ayırım yoktur. Moda bu iki etekten birisini diğzerinin karşısına geçici bir anlam atfederek öne geçirir ve gözde kılar. Daha sonra istediğı zaman yeni bir anlam atfederek eteklerin konumunda değışiklik yaratabilme hakkını kendisinde saklı tutar. Görölmektedir ki modanın herhangi bir ilkesi, estetik kaygısı veya ahlaki değeri söz konusu değildir. Moda için önemli olan reklam ve ekranlar aracılığıyla dayatılanın insanlar tarafından beğenilerek, seçimlerini yansıtması ve tüketime yöneltilmesidir.

Moda estetik ve ahlaki değer yargılarından bağımsız bir şekilde insanları etkileme gücüne sahiptir. Bu durumu yaratırken de herhangi bir akılla hareket etmemektedir. Yapısındaki güzelden daha güzel mantığı ile dayatma yoluna gitmesi onu etkili ve çekici kılmaktadır. Baudrillard, modanın bu şekilde bu ikililiği yok ederek ve hiçbir estetik kaygı taşımaması sayesinde ahlaksız bir biçime büründüğünü söylemektedir. Buna göre sanat ve beğeni kavramlarının ötesine geçen modaya ait bir sır varsa, o da bu ahlaksızlık yani insanların saman alevi kadar kısa süren modellere boyun eğmesi, arzu taşımayan nedensiz ve bilinçli biçim değişikliğidir.¹⁹⁸ Moda arzulanılan olarak söz konusu olmaktadır. Yani öznenen kaynaklı olan ve onun iradesinin ürünü olarak ortaya çıkan bir tercihin olmadığı anlaşılmaktadır. Çok kısa süreler içerisinde veya dönemsel olarak insanların dikkatlerini ve isteklerini belli bir yöne çevirmektedir.

Modanın kendi yapısıyla oluşturduğu ve saman alevi gibi geçici olan yapay arzular kendini göstermektedir. Bu yapaylığı sağlayan moda çirkinin ve sahtenin anlamlarına sahip olarak, öznenin yapay fakat bilinçli bir şekilde baştan çıkartılmasını sağlamaktadır. Bunu yaparken herhangi bir ahlak ya da değer yargısını gözetmemektedir. Açlık nedeniyle iskeleti görölen bir Afrikalının bedeni ile sıfır beden bir mankenin fiziksel görüntüsü eş değer dahi olsa modanın unsuru olarak manken daha gerçekçi ve güzeldir. Başka bir ifade ile mankenin vücudu, Afrikalının vücudundan daha etkili olmakta ve imrenilen, arzulanan bir istek olarak topluma dayatılabilmektedir.¹⁹⁹ Bu nedenle moda insani veya ahlaki olanı değil sadece kendi ilkelerini uygulayarak etkili olmaktadır. Hatta bu düşüncemizi ileri götürüp

¹⁹⁸ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 9.

¹⁹⁹ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 88.

söyleyecek olursak, Afrikalının açlıktan görülen iskeletimsi görüntüsü modanın eseri olmadığı için yani çekici imgelerle dayatılmayan saf bir gerçekliği içerdiği için moda bunu topluma istenmeyen ve beğenilmeyen olarak gösterilmektedir.

Modanın her alanda aktif olması ve kendini dayatması neticesinde herkes birer modele dönüşmektedir. Yani modanın birer taşıyıcısı ve savunucusu durumundayız. Zira onu takip ederek isteklerimizi yerine getirdiğimiz gibi, onun sayesinde arzularımızın oluşmasını beklemekteyiz. Bilinçli olarak peşinden gittiğimiz, bize kendisini dayatan, bizi sarmalayan moda, arzularımızı oluşturarak özneyi kontrol eden bir yapıya dönüşmüştür. Özne artık bir moda bağımlısı, canlı bir model olarak simülasyon aracına dönüşmüştür. Baudrillard, modanın kendinden geçtiğini ifade etmektedir. Buna göre kendinden geçmek, yaşayan bir varlığın anlamını yitinceye kadar uğraşması ve nihayetinde anlam ve içerikten yoksun bir şekilde yeniden ortaya çıkması olarak tarif edilebilir.²⁰⁰ Moda güzel olandan daha güzel biçimleri devreye alarak etkili olmaktadır. Modanın kendinden geçip içerikten yoksun göstergeye dönüşmesi gibi özne de kendinden geçmiştir. Zira moda, nesnelere anlamsız ve içerikten yoksun bir hale getirerek göstergeye dönüştürmek suretiyle kontrol altına almaktadır. Özne ise bulunduğu koşullarda kitle iletişim araçları, reklam ve moda gibi olgular sayesinde kendinden geçmektedir. Çünkü arzuları yapay imgelerle oluşturulan harekete geçirilen ve kendisinden bekleneni yerine getirmesi beklenen özne de tüketim nesnesi kullanılarak devamlı etki altında bırakılmaktadır. Öznenin beklenen, ekran vasıtasıyla gösterileni elde etmeye çalışıp kendinden bekleneni yerine getirerek kitlenin bir parçası olmayı başarması ve tüketime devam etmesidir. Böylece moda sayesinde tüketim nesnesi, öznenin ayartılmasına ve baştan çıkartılmasına aracılık etmektedir.

Modanın özneyi etkileyerek baştan çıkartmasının yanında, oluşturulan sosyal statülerle de ilişkili olduğu görülmektedir. Bir sosyal statü ürünü olarak görülen her şeyi toplumdaki her bireye sunarak onun o statünün simgesine erişmeye çalışmasına yardımcı olmaktadır. Oysa Baudrillard modanın aslında toplumsal ayrımcılığı ve sınıfları ortadan kaldırmadığını, sadece kaldırır gibi yaparak yerlerine kendisini koyduğunu dile getirmektedir. Buna göre moda da kitle kültürü gibi kimin hangi

²⁰⁰ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 10.

kategoriye ait olduğunu ortaya koymak için herkese seslenmektedir.²⁰¹ Bu demektir ki herkese seslenen moda aslında onları, yerlerini göstermek ve sınırlarını çizmekle bir çerçevenin içine hapsedmektedir. Başka bir ifade ile statüsüne uygun olarak çizilen çerçevenin dışına çıkmama ve bu sınırları ihlal edenleri dışlama yoluyla toplumsal sınıfları oluşturmaktadır. Böylece hem sınıfları birbirinden ayırmış olmakta hem de o sınıfa ait olarak gösterdiği nesnelere tüketilmesini sağlamaktadır. Bir aldatmaca olarak herkese seslenen moda böylelikle özneyi bir bilgisayar programı gibi statüsüne uygun yere yerleştirip ona bir değer biçmekte ve statüsünün gereği olan tüketimi devamlı kılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla zihinsel olarak ürettiği sınıfların arasındaki geçişin yine modanın gereklerini yerine getirmek suretiyle yapılmasını sağlamaktadır.

Öznenin bineceği arabayı, oturacağı evi ve hatta yapacağı sporu bile belirleyen moda, bu şekilde sosyal sınıfları tüketim düzenini koruyarak sağlamaktadır. O açıdan satın alınan tüketim nesnesi aracılığıyla özne toplumsal bir konum ve prestije sahip olmaktadır.²⁰² Bulduğumuz koşullarda tüketim nesnesinin sadece göstergesel olarak bu şekilde statü aracı olmasını Baudrillard açısından ev üzerinden izah edelim. Buna göre ABD’de ev, statüyü belirleyen bir unsur olarak diğer tüm nesnelere koşut bir hızda yıpranması gerektiğinden, gerçek bir tüketim nesnesine dönüşmüştür.²⁰³ Böylece evin kullanım değeri bir ihtiyaca işaret etmemektedir. Ev, statünün bir göstergesi olarak söz konusu olmaktadır. Yani bir gösterge halini alan ev simgesel bir statü göstergesi olarak modanın parçası haline gelmiştir. Böylece moda toplumsal olmayı ve sınıflar arası farklılığı, tüketim malzemelerini dayatarak yapmaktadır. Oluşturduğu sınıflara özgü göstergeleri de devamlı değiştirerek bir düzen kurmaktadır. Bu döngüsellik içerisinde bizler de kitleden geri kalmamak ve statümüzü korumak için tüketim toplumunun parçasına dönüşmekteyiz.

Modanın, toplumsal olanın yanında kişisel olanı da belirleyen, onu yöneten ve bu şekilde bir özgürleşme aracı olarak anlaşılması söz konusu olmaktadır. Baudrillard insanın özgürleşmesinin modaya göre belirlendiğini, özgürlüğün moda yoluyla ifade edilen bir durum olarak görüldüğünü söylemektedir. Buna göre ahlaka

²⁰¹ Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, s. 36.

²⁰² Baudrillard, *Fikir Mimarları*, s. 47.

²⁰³ Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, s. 62.

göre değil, moda göre cinsiyet, giysi ve alışkanlık değiştiren; vicdanına göre değil, düşünce modellerine göre düşünce değiştiren insanların özgürleşmiş olarak görüldüğünü belirtmektedir.²⁰⁴ Böylece artık bir pratik özgürleşme olarak görülen modanın her alanda kişinin isteklerini belirleyen veya belirlenimlerini anlama bürüyen ve bunu bu şekilde gösteren mantığı etkili olmaktadır. Bu durum modernliğin simgesi olarak kendisini göstermektedir. Bizden beklenen, özgür ve modern bir birey olarak görünmenin yolu olan modayı takip etmek onu kendimize rehber olarak seçerek bunu sürdürmemizdir. Bu şekilde davranarak modern ve birbirimizden farksız bir şekle bürünmekteyiz.

Baudrillard, Amerikan toplumunda modanın bir özgürleşme aracı olarak görülmesi konusuna, yaratılan durumun pratik bir özgürlük olduğunu ve temelde ya da özde olan bir durumun söz konusu olmadığına ısrarcıdır. Buna göre bu durumu oluşturan olgulardan birisi de modanın hayatın her alanında kendini göstermesi, yönlendirme yapması ve idolleri kullanarak insanları baştan çıkarmasıdır.²⁰⁵ Buradan hareketle Amerikan toplumundaki özgürlük biçiminin pragmatist olduğu akla gelmektedir. Başka bir ifade ile bu yaşam tarzının kendisi bizatihi modadır. Yıldızların takip edilmesi, üretilmesi ve yaratılması sürecinde bile imge olanın gerçekte aşılması biçimi olması hasebiyle özenilen, beğenilen ve taklit edilen bir yaşam şekli olması nedeniyle dikkat çekmektedir. Bir nevi modanın uygulama alanı olarak toplumsalı belirlemesi, tüketim düzenini oluşturması biçimiyle var olmaktadır. Dikkat edilirse Amerikan toplumundaki insanların birbirine benzemek ya da aynışmak gibi sorunları söz konusu değildir. Onlar için önemli olan isteklerinin hayata geçiriliyor oluşudur. Baudrillard'ın bu tespiti Amerikan toplumu için geçerli olsa da bu durumun belki de dünya geneline yayılmakta olduğunu söyleyebiliriz. Zira moda peşinde oluşumuz, modayı takip etmemiz ve bunu sinema, idoller ve reklam aracılığıyla kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaygın olarak kullanmamız; artık her yerde ve durumda karşılaştığımız bir olgudur.

Modanın hayatımıza yön vermesi ve isteklerimizi üretmesi ile bizi edilgenliğe sürüklemesinin yanında, onun başka bir yönüne dikkat çekmemiz faydalı olabilir.

²⁰⁴ Baudrillard, *Amerika*, s. 113.

²⁰⁵ Baudrillard, *Amerika*, s. 114.

Buna göre her ne kadar olumsuz olarak anlaşılrsa da Amerikan toplum düzeninin bu pratik özgürlük anlayışı olarak modanın üzerine kurulması ve bunun kabul görmesi bir simülasyon dahi olsa, bireyin kimlik anlayışına bir çözüm olarak da kendini gösterdiğini anlayabiliriz. Bu durumda bireyin doğuştan getirdiği ve kaçmak istediği rollere ya da kimliklere bir çare olarak söz konusu olmaktadır. Yani Amerikan toplumundaki herkes moda yoluyla tüketme yolunu seçip kitleyi takip ederek kendisine bir kimlik edinmiş olmaktadır. Modanın bu şekilde herkesi benzerleştirerek aslında kötü durumlardan kaçmak isteyenlere de bir çıkış yolu sunduğunu görmekteyiz. Bir yönüyle herkesin kaçacağı bir şeylerin var olması neticesinde modanın bu denli sahiplenilmesi anlaşılır kılınabilir. Modanın toplumsala hitap edip onu bu denli geçici de olsa kuruyor olmasının altında, kimlikler üstü bir güce sahip olması yatmaktadır. Zira onun atfettiği göstergesel anlam hem diğer anlamları bastırmakta hem de ürettiği kimlik daha etkin olarak öznenin rolünü belirlemektedir. Baudrillard'a göre kimlikle ilişkili olmasının altında her şeyi unutturabilecek yapısının mümkün olması yatmaktadır.²⁰⁶ Dolayısıyla moda, her şeyi etkileme gücüne sahip olarak bir kimlik üretme ve yaşam tarzını moda kılma aracı olarak değerlendirilmektedir.

Modanın bir özgürleşme aracı olarak bu şekilde kullanılması şüphesiz onun her şeyde işe yarıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Tüketim toplumunun her aşamasında karşımıza çıkan ve bizi baştan çıkartan düzeni sağlayan moda, etkinliğini her geçen gün arttırmaktadır. Baudrillard modayı yıkabilmenin olanaksız olduğunu ima etmektedir. Buna göre modayı çelişki içerisine sokabileceğimiz bir gönderenler sisteminden yoksun olması nedeniyle, modadan kaçış olanaksızdır.²⁰⁷ Modanın kendisini yadsıyacak bir şekilde yoksun oluşu ondan kaçmayı zorlaştırmaktadır. Başka bir ifade ile modanın kendisini yadsıma durumu, olan her şeyi bir moda aracına dönüştürmesi, şeylerin ondan kaçamayacağı bir yapıyı inşa etmektedir. Dolayısıyla kendisinden bile kaçışın moda tarafından, moda olarak dayatılması söz konusudur. Baudrillard bu konuda blue-jean'ın tarihi bir örnek olduğunu söylemektedir.²⁰⁸ Her ne kadar bu konuda detay vermemiş olsa da şu şekilde sürecin

²⁰⁶ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 154.

²⁰⁷ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 174.

²⁰⁸ Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, s. 174.

anlaşılır kılınmasını sağlayabiliriz. Blue-jean madencilerin kıyafetlerinin dayanıksız olması nedeniyle daha kalın kumaştan dayanıklı bir pantolon ihtiyacına binaen üretilmiştir. Kabul edelim ki madencilerin ihtiyacı doğrultusunda üretilen bu nesne yoksul kesimin ürünü olarak söz konusuydu. Daha sonraki yıllarda önce bütün Amerika'ya, arkasından dünyaya yayılmıştır. Modern kültürün sembolü olarak dünyada herkese ulaştırılan bu nesne gönderen sisteminden yoksun bir göstergeye dönüştürülmek suretiyle moda olarak dayatılmıştır. Bunun arkasından her yıl değişen ve çeşitli biçimlerde kendini değiştiren blue-jean bir moda aracı olarak modern dünyayı peşinden sürüklemiştir. Moda onun üretilme durumu ve duygu durumlarını ortadan kaldırarak başka çağrışımlarla eşleşmesini sağlamış ve bu şekilde modern kültür ürünü ve tutku nesnesi olarak tüketilmesini sağlamıştır.

Çalışmamızın bu kısmında ele aldığımız moda, modern dönemin ürünü olmasına rağmen diyalektiğin özündeki ikililiği ortadan kaldırarak kendi mantığını egemen kılmaktadır. Yani birbirine tezat olan her şeyi kendi bünyesine katarak ona göstergesel bir değer biçmektedir. Nesneyi sahip olduğu bağlam ve ihtiyaçtan kopartarak soyut bir göstergesele çevirir. Bu ölüp soyutlanmanın arkasından tüketim nesnesi, göstergesel bir şekilde istediği zaman özneye dayatılabilen bir araca dönüşür. Moda denetimindeki bu soyut göstergeler, her alanda öznenin karşına çıkartılarak bir dayatma ve kitleye eklenme aracı görevi görür. Böylece kitle tarafından belirlenip moda, reklam ve kitle iletişim araçlarıyla özneye dayatılan tüketim nesnesi, özneye imgeler kullanılarak çekici kılınmakta ve ona arzulanmaktadır. Özne kendisinde hâller oluşturan ve geçici olan bu arzuyu giderme adına moda yoluyla kendisine gösterileni edinmeye çalışır. Edinilen tüketim nesnesi özne açısından bir ihtiyaca işaret etmemekte, sadece kitle tarafından toplumsal koşullar kullanılarak oluşturulan arzunun saman alevi gibi geçici bir şekilde ortadan kaldırılmasına ve kitleye eklemlenmesine olanak tanır.

Saman alevi gibi geçici olarak oluşturulan arzu, devamlı kılınarak; özne, tüketim konusunda güdülenir. Özne, kendisine sunulanı almaya itilirken hem arzularını giderme adına hem de nedensellikten uzak mantığıyla büyülenerek oyuna gelir. Moda bu güdüyü hem toplumsallaşma aracı hem de bir statü göstergesine dönüştürerek özneye arzulanmayı devamlı kılar. Özne, moda yoluyla belirlenen bu

tüketim nesnesini edilgenlik içerisinde almaya yönlendirilirken etkin bir durumda değildir. Yani öznenin verdiği karar ve tercihleri kendi iradesinin eseri değil bizzat kitle tarafından toplumsal koşullar vasıtasıyla dayatılan tercihlerdir. Moda da bu tercihlerin özneye çekici kılınmasına öncülük ederek hem onu aldırmakta hem de bu şekilde bir tüketimin özneyi toplumsallaştırdığı savını hâkim kılarak bunu sürekli bir eyleme dönüştürmektedir. Özne, moda yoluyla kitlesel olanın etkinliği karşısında üretilen arzularını tüketim yaparak kendinden geçmekte ve baştan çıkartılmaktadır.

2.2. Oyuncul Mekânlar Olarak Kitle İletişim Araçları

Modanın kıyafetten cinselliğe kadar her alana ulaşması ve etkili olması onun bu alanlara nasıl ulaştığı sorusunu da ortaya çıkarmaktadır. Moda, kitle iletişim araçları sayesinde daha fazla alana ulaşmakta ve reklam, televizyon gibi kitlesel araçlarla sürekli güncelliğini korumaktadır. Günümüzde yeni kitlesel iletişim araçlarının da ortaya çıkmasıyla bu ilişki her geçen gün katlanarak büyümekte ve etkisini artırmaktadır.²⁰⁹ Yeni iletişim araçları olarak sosyal medyanın ön plana çıkması ve neredeyse her yere ulaşması sayesinde insanların birbirine ulaşması ya da birbirinden haberdar olması daha kısa süreler içerisinde gerçekleşmektedir. Böylece dünyanın bir yerinde olan bir şey diğer tarafında hemen görülmekte veya bir yerinde moda olarak yapılan işlem diğer tarafa anında ulaşmaktadır. Zira kitle iletişim araçları sayesinde bir ağa katılmakta ve eklemlenmekteyiz. Böylece bu ağın parçası olarak kendimizi var etmekte ve varlığımızı kitleye karşı kanıtlamaktayız. Bu araçlar sayesinde bize ulaştırılanı veya gösterilene yapmakta ve bunu sürekli kılmaktayız. Aynı şekilde moda olarak kitlesel bir şekilde yapılan eylemi tekrarlayarak ya da dayatılan ürünü alarak onun bir parçası olduğumuzu hissetmekteyiz. Kitle iletişim araçlarını ele alacağımız bu kısımda onun iletişim ile olan ilişkisini irdeleyeceğiz. Bunun arkasından onun toplumsal olanı belirlemesi ve toplumsal olma iddiasını inceleyeceğiz. Toplumsal olanı belirlemedeki etkisini ele aldıktan sonra onun içerik ve haber ilişkisini ele alacağız. Nihayetinde kitle iletişimde durduğumuz yeri ele alarak onun baştan çıkarılmamızda oynadığı rolü Baudrillard açısından anlaşılır kılacağız.

²⁰⁹ Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, s. 210.

Klasik dönemde iletişim, öznenin ilişkiselliği olarak söz konusu olan, bir karşılıklı olma durumunu içerisinde taşıyan unsur olarak yer almaktaydı. Baudrillard, iletişimi bir değiş-tokuş, sırayla konuşma eylemi olarak sorumluluk alma biçimi şeklinde ifade etmektedir. Buna göre iletişimdeki sorumluluk, ahlaki veya psikolojik bir sorumluluk değil, ikili bir değiş-tokuştan söz edilen yerde karşılıklılığı kabul etme şeklidir.²¹⁰ İletişimden bahsedilmesi için değiş-tokuşun söz konusu olduğu bir biçimin olması icap eder. Yani karşılıklı olarak gerçekleşen ve etkileşimin olduğu bir süreç söz konusu olmaktadır. Karşılıklılık olması hasebiyle iletişim bir bakıma tarafların muhatap alınmasını akla getirmektedir. O açıdan iki boyutlu bir yapıdır. Bir nevi bilgi, haber veya başka bir şey olarak iletişim içeriğinde taraflar arasında bir değişim gerçekleşmektedir. Nitekim bu özellikleri barındıran süreçler iletişimin gerçekleştiği süreçler olarak kabul edilmektedir.

Baudrillard karşılıklılığın zorunluluğu barındırdığı iletişim sürecinin tersinin kendilerine soru yöneltilmeyen, yanıt alınamayan bir süreç olduğunu ifade etmektedir. Buna göre sayılan özellikler kitle iletişim araçlarının temel özellikleri arasında yer almaktadır.²¹¹ Böylece iletişimdeki muhatap alınmanın, soru sorulan ya da iletişim kurulan sürecin aksine bu durumların kitle iletim araçları süreçlerinde söz konusu olmadığı akla gelmektedir. Yani iletişimin alıcı ve verici arasında gerçekleşen bir aktarım gerektiren iki boyutlu yapısı kitlesel iletişimin devreye alınması ile kaybedildi. Bu nedenle kitle iletişim araçları öznelere birbiriyle ilişkiselliğini ortadan kaldırmaktadır. Zira öznelere iletişim kurmak için bir aracıya ihtiyaç duyması ile ortada aslında muhatap olduğu, kitle iletişim aracının kendisidir. Dolayısıyla kitle iletişim araçları, iletişimin muhataplar arasında değiş-tokuş edilmesini değil tam tersine iletişimsizliğin özelliklerini taşıyarak kendini var etmektedir.

Baudrillard'a göre kitle iletişimi, kültürü ve bilgiyi dışlayan bir yapıdadır. Buna göre gerçek simgesel ve didaktik süreçler toplumsalın bu sürece katılımını tehlikeye atacağından artık söz konusu değildir. Bununla beraber iletişim artık

²¹⁰ Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, s. 211.

²¹¹ Baudrillard, *Gösterge Ekonomiği Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, s. 211.

anlam içeriği boşaltılmış biçimsel göstergeler koduyla gerçekleşmektedir.²¹² Bu demektir ki kitle iletişimin kültürü ve bilgiyi dışlaması, aslında onun içerikten yoksun olmasını açıklamaktadır. Böylece kültür veya bilgi içerikli bir aktarımı, gerçek bir süreci barındırmasından dolayı reddetmektedir. Kabul edelim ki kitle iletişiminin kültür ve bilgi öğelerini aktarmaya müsait olmayan yapısı, biçimsel olarak göstergelerden kurulu bir düzeni akla getirmektedir. Başka bir ifade ile içerikten yoksun kitle iletişim, içerik olma ihtimali taşıyan şeylerle anlaşamamaktadır. Belki de kültür ve bilgiden yoksun bir süreci inşa etmesi, kendisinin bu kavramların yerini alacağı bir zemini meydana getirmektedir. Yani kitle iletişim bizatihi kültür olarak söz konusu olma ihtimalini içerisinde taşıyacaktır.

Kitle iletişim araçlarıyla beraber iletişimdeki değiş tokuşun ortadan kaldırılmasıyla iletişim bir simülasyona dönüşmüştür. Çünkü tarafları olan gerçek bir iletişim söz konusu değildir. Oluşan bu yeni süreçte bir yanıt verme artık söz konusu olmamakta iletişim bir kısır döngü şeklinde varlığını sürdürmektedir. Bu simülasyonun içerisinde izin verilen yanıtlar da bu sürecin parçasını oluşturmakta, onlar da bir yanıt simülasyonu meydana getirmektedir.²¹³ Böylece artık iletişim tek yönlü olarak devam etmekte ve değiş-tokuş edilen bir değişikliği meydana getirememektedir. Baudrillard'ın bu düşüncesini internet üzerinden izah edebiliriz. Buna göre internet zihinsel özgürlük ve keşif alanını simüle etme dışında bir işe yaramamaktadır. Kullanıcıya önceden hazırlanmış bilgileri siteler ve belirlenmiş kodlar aracılığıyla göstermektedir. Soruların cevabı önceden bellidir.

İnsan makineye soru sorarken aslında cevabını da otomatik olarak vermiş olmaktadır. Bu durumda insan kendi kendine bir terminal görevi görmektedir. Baudrillard düşüncesinde insanın kendinden geçmesine sebep olan iletişim süreci bu şekilde olmaktadır.²¹⁴ Böylece iletişim süreci olarak söz konusu olan durumun aslında bir ağa bağlanmaktan ibaret olduğu görülmektedir. Zira bu süreçte değiş-tokuş içerisine gireceğimiz birisi yer almamaktadır. Özne önceden sınırları ve çerçevesi çizilmiş, cevapları verilmiş bir sürece katılmaktan başka bir iş yapmamaktadır. Muhatap alınan makinedir. İmge meselesinden hatırlayacağımız gibi

²¹² Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, s. 128.

²¹³ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 116.

²¹⁴ Baudrillard, *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, s. 77.

üretilep bize gösterilen imgelerin gerçeğın yerini almasıyla özne de, o süreçte kitlesel olarak verilen mesajlar, gösterilen görüntüler ve izin verilenle yetinmek durumunda kalmaktaydı. Aynı zamanda gösterilen imgelerin bir muhtevaya sahip olması söz konusu değildi. Özne sürece eklenerek olaya dâhil olmaktan başka bir şey yapmamaktaydı. Kitlesel iletişimi sağlayan unsur olarak yardım alınan internetin kullanılmasında da aynı sürecin söz konusu olduğunu görmekteyiz. Simülasyon süreci içerisinde özneye izin verildiğı ölçüde bilgi aktarılması dışında, iletişim olarak bir karşılıklılık söz konusu değildir.

Kitle iletişim araçlarının hayatın her alanında yer alması ve iletişim kurulan olarak söz konusu olması özneyi devamlı onunla ilgilenmek zorunda bırakmaktadır. Baudrillard toplumsallaşmanın kitle iletişim araçlarının gönderdiği mesajlarla ilgilenme düzeyiyle orantılı olduğunu ifade etmektedir. Buna göre iletişim araçları ile veya gönderilen mesaj ile ilgilenmeyenler toplumsallaşmamış insanlar olarak değerlendirilmektedir.²¹⁵ Bu demektir ki günümüzde kullanılan iletişim araçları toplumsal olmayı sağlayan ve bunu belirleyen unsurdur. Başka bir ifade ile her ne kadar içerikten yoksun olursa bile bu mesajlarla ilgilenme ve toplumsal olma arasında doğru orantı vardır. Tıpkı moda hadisesinde gördüğümüz toplumsalın burada da söz konusu olduğunu görmekteyiz. Birbirinden bağımsız olmayan moda ve kitle iletişim içerikten yoksun olarak, toplumsal olanı belirleyerek dışlanma konusunda aynı işlevi görmektedirler. Zaten bir içeriğı taşımayan iletişim araçları, sadece ağa katılmaya mecbur tutmaktadır. Yani bir yönüyle gösterileni görme ve paylaşarak bunu yaymanızla siz de ağıın parçası haline gelmiş oluyorsunuz.

Baudrillard kitle iletişim araçlarının görünüşte toplumsalı daha çok üretirken aslında toplumsal olanı derinlemesine nötr hâle getirdiğini vurgulamaktadır.²¹⁶ Çünkü kitle iletişim araçları öznenin içerikten yoksun araçlarla, yani ağla ilgilenmesini zorunlu kılarak toplumsal bir aradalık oluşturduğu gibi tam tersine toplumsalı yok eden bir görevi de yerine getirmektedirler. Dolayısıyla bu yıkıcı gücünü kullanırken iletişim araçlarıyla ilgilenmeyenleri, oluşturduğu toplumsalın dışında bırakarak onları dışlamaktadır. Fakat bu dışlamayı yaparken de onları

²¹⁵ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 115.

²¹⁶ Jean Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2015, s. 56.

tüketim sisteminde tutma adına ve sistemin kontrolünden çıkılmaması adına yapılan bazı etkinlikler de vardır. Mesela insanların kitle iletişimle ilgilenmeyeceği ya da ondan uzak kalacağı alanların veya otellerin faaliyet göstermesi tamamen moda ürünü olarak o alanın denetimine bırakılmıştır. Yani bir yandan öznenen ağa katılması beklenirken; ağa katılmayan ya da ara verme ihtimaline karşı, öznelere yine tüketim düzeninde katılacağı bir biçim dayatılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarıyla ilgilenme düzeyi ve toplumsallık arasındaki ilişkiyi facebook üzerinden izah etmeye çalışalım. Facebook, twitter ve instagram vb. birçok sosyal medya platformu olduğundan yazdıklarımız birçoğu için aynı manayı taşıyacaktır. Yani söylem tarzımız her ne kadar facebook üzerinden meseleyi anlaşılır kılmaya çalışsa da diğer alanlarda da aşağı yukarı aynı anlamı taşıyacağı bir şekilde olacaktır. Sanal olarak söz konusu bu uygulamada paylaşılan fotoğraflarla, yazılan iletilerle ve alınan geri dönütlerle toplumsal olma arasında doğrudan bir ilişki gözlenmektedir. Böylece fotoğrafı daha çok beğenilen, yazdıkları içerikten yoksun olsa bile daha çok paylaşılan ve daha çok kullanıcıya ulaşan kişinin popülaritesi artmakta ve sosyal insan olarak nitelendirilmektedir. Bunun yanında gerçek hayatta çok daha fazla insanla iletişim kurabilen birisi orada beğeni alamadığı zaman yahut fotoğrafları beğenilmediği takdirde sosyal olmayan olarak toplumsal olmayanlar arasında yer almaktadır.

Çektığımız fotoğrafı kitleye beğendirmeye, yazdığımız iletinin hızlı dolanım sağlayacak ileti olmasına ve moda akımı olarak yapılan şeyleri en kısa sürede taklit edip var olduğumuzu ve toplumsal olduğumuzu bildirme zorunluluğumuz dayatılmaktadır. Bütün bunlardan uzak durulması karşısında toplumsallaşamayan insan olarak lanse edilmeniz işten bile değildir. Zira siz ağa bağlanmayarak aslında olan biten her şeyden bihaber olmanızdır. Çünkü bu durum gösteriyor ki önemli olan iletişimin içeriği değil bizatihi ağın kendisidir. Önemli olan oraya katılmak ve bunun bir parçası haline gelmektir. İletilerin, haberlerin ve mesajların içerikten yoksun olması önemli değildir. Bu sosyal medya mecralarında yapılan işlerin, öznenin iradesi ile ilişkisi kurulamaz. Zira özne, içinde bulunduğu koşullar tarafından hapsedilme ve ondan bekleneni yerine getirmekle yükümlü olmaktadır.

Kitlenin yaptığını taklit etmek veya ağı katılmak özneye ait bir istencin eseri olarak söz konusu değildir. Daha çok irade varmış gibi kullandırılan bir durumdur.

Kitle iletişim araçları ile ilgilenme durumunun toplumsallaşma ile ilişkili olması haber üretiminin tarzını da etkilemektedir.²¹⁷ Haberin iletişim yaratan bir şeymiş gibi algılatıldığını dile getiren Baudrillard, haberin her yerde hızlı bir dolanımı sağlamakla yükümlü olduğunu ifade etmektedir. Buna göre haberin ulaştığı muazzam boyutlarının yanında, ondan beklenen; toplumun kılcal damarlarına kadar dağıtılmasıdır.²¹⁸ Bu nedenle haberin sadece bir dolanım sağlayan iletişim aracı olarak kabul edilmesi, aslında ondan haber değeri beklenmediğini ortaya koymaktadır. Haberden beklenen öznelere dayatılması ve onlar tarafından olabildiğince çok dağıtımının yapılmasıdır. Böylece her yere ulaşmış olan ve üretilen haberin içeriği kimseyi ilgilendirmemektedir. Başka bir ifade ile kimse haberin içeriği ile ilgilenme ihtiyacı hissetmemektedir. Herkes iletilen haberin daha çok alana ve özneye iletilmesini sağlayarak sadece ağı katılmış olmaktadır. Zira böylece toplumsal bir özne olarak söz konusu olunmakta ve kitlenin parçası haline gelmektedir. İmge kısmında ele aldığımız ve Baudrillard'ın sanal imgelerle yaşandığını ima ettiği Körfez savaşında olduğu gibi kimse olayla ya da haberle ilgilenmemektedir.²¹⁹ İmgelerle üretilen gerçeklik bir iletişim içeriği olarak özneye gösterilmekte ve özne de bu şekilde olayın parçası haline gelmektedir. Körfez savaşında kimse savaşın nerede olduğu ya da olup olmadığı ile ilgilenmemekteydi. Kitlenin yaptığı televizyon ekranları karşısında savaşın başlangıcından sonuna kadar onu takip etmek, gösterilene görmek ve yaşandığı iddia edilen şeye katılmaktı.²²⁰ Böylece içerik önemsiz bir hâl almakta ve özne sadece imge bombardımanı ile üretilen haberin parçası haline gelmekteydi.

Haberin bu şekilde içerikten yoksun bir biçim olması, onun toplumsalı bir arada tutmak için üretilmiş bir iletişim aracı olduğunu akla getirmektedir. Baudrillard haberin anlam ürettiği sanılan durumda bile olanın tersi bir durum yaşandığını ifade etmektedir. Buna göre içerikten yoksun haber hem kendini ve iletişimi hem de

²¹⁷ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*, s. 56.

²¹⁸ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 115.

²¹⁹ Toffoletti, *Yeni Bir Bakış Açısıyla Baudrillard*, s. 112.

²²⁰ Toffoletti, *Yeni Bir Bakış Açısıyla Baudrillard*, s. 112.

toplumsalı yıkmaktadır.²²¹ Böylece toplumsalı inşa ettiği sanılan kitle iletişim, aslında onun ortadan kaldırılmasına öncülük etmektedir. Baudrillard üretilen haberin iletişim ve toplumsalı yıkmasının iki nedeni olduğunu söylemektedir. Bu nedenlerden ilkinde göre haber iletişim kurmak yerine iletişim oyununda yer alan ve gittikçe tükenen bir şeydir. Böylece haber, anlam üretmek yerine sahneye koyduğu anlam üretme oyunu içerisinde yok olmaktadır.²²² Haberin iletişim isimli bir tiyatro olması, herkesin içerisinde yer aldığı ama bir anlam ifade etmeyen bir süreci akla getirmektedir. Zira bu süreçte özne bir tarafta olaya dâhil olduğunu zannederken diğer tarafta ise öznenin kısır döngü içerisinde olduğu bir oyun ve bu oyunda arzuları yönlendirilen bir biçimle gerçekleşmektedir. Haberin simülasyon olduğu bu süreçte herkesten beklenen, eyleme ortak olması ve tiyatroyu sürdürmesidir. Böylece anlamdan yoksun olan, öznenin arzularını kontrol eden ve onu ağa iten bir yapı kendisini dayatacaktır.

Göstergesel bir şekilde söz konusu olan haber, üretilen oyunda herkesi aldatmacanın içerisine çekmektedir. İkinci nedene baktığımız zaman Baudrillard haberin, anlam ve toplumsalı yenilikle değil onları bir alana hapsederek mahkûm ettiğini söylemektedir. Buna göre iletişim araçları toplumsallaşmayı sağlamaya yönelik değil, toplumsalın kitleler içerisinde kaynamasını sağlamaktadır.²²³ Bu nedene baktığımız zaman haberin bir iletişim aracına dönüşmesi ve toplumsallaşma aracı olarak söz konusu olması, aslında haberin tek bir alana hapsedilmesini akla getirmektedir. Başka bir ifade ile haber toplumsal olma için bir iletişim aracı olmaktan başka anlam ifade etmemektedir. Böylece haberin kendisi içerik olarak değil, bizatihi kendisi olarak olay olmaktadır. Anlamdan yoksun olan haber göstergeler aracılığıyla toplumsal amaç olarak anlaşılmaktadır. Kabul edelim ki tıpkı modanın toplumsalı belirleme isteği gibi anlaksız ve anlaksızın beliren bu toplumsal olma süreci iletişim araçlarının kendisinin olaya dönüşmesi ile kitle içerisinde kaynayan bir araca dönüşmüştür. Bu açıklamalar Baudrillard'ın yaptığı vurguyu haklı çıkartmaktadır. Zira haberin bir iletişim biçimi olarak mevzu bahis olması her ne

²²¹ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 116.

²²² Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 116.

²²³ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 117-118.

kadar içerikten yoksun olsa bile bu işin nihayetinde biçimsel olarak toplumsalı yıkma görevi görebilir.

Baudrillard kitle iletişim araçlarıyla beraber iletişim aracı yerine konulabilecek bir şeyin olmadığını ima etmektedir. Buna göre bir gerçeklikle bir diğeri, gerçeğin bir konumuyla başka bir konumu arasında aracılık yapan bir süreç bulunmamaktadır.²²⁴ Bu demektir ki özellikle haber meselesinde gördüğümüz içerikten yoksun mesajın, yani sadece bir süreçten bahsedilen kitlesel iletişimde, iletişim gerçekte söz konusu değildir. Zira gerçeğin bir konumdan başka bir konuma geçmemesi ve diyalektik sürecin mümkün olmaması gibi gerekçeler bize sürecin sadece göstergesel olduğunu ortaya koymaktadır. Yani diyalektik bir müdahale ile iletişim sürecini değiştirmek mümkün görünmemektedir. En azından kitle iletişimde gerçeğin konumunun değişmemesi, zaten ortada gerçeğe ait izlerin olmadığını göstermektedir. Bununla beraber anlamın emilmesi ve iletişim diyalektiğini de ortadan kaldırılması kısır döngüsel bir biçimi akla getirmektedir. Anlamı yok eden iletişim sürecinin haberdan de yoksun olması kitleyi üreten bir yapı olarak var olmaktadır. Oluşan kitle içerikten ve diyalektik süreçten yoksun bir iletişimsizliğin eseri olarak söz konusu olacaktır. Nihayetinde göstergelerle oluşturulan kitle, göstergesel biçimler şeklinde söz konusu olacak ve özneyi peşinden sürükleyip ağır parçası olarak var edecektir.

Kitle iletişim araçlarının gerçeğin yerinin değişmesinde bir farklılık yaratmaması şüphesiz onun, öznenin dünyasında yarattığı durumları da değiştirmesine yol açmıştır. Kitlesel olarak yapılan iletişimin öznenin istek ve arzularını değiştirmesi hadisesine Baudrillard açısından oyun ve oyuncu olanı ele alarak anlaşılır kılalım. Bu şekilde kitle iletişimin öznenin zihinsel dünyasında nasıl bir değişiklik yaptığını göz önüne serebiliriz. Baudrillard'a göre oyun kavramı bir ekip ve rekabet kavramını barındırmaktadır. Böylece bir heyecanı da içerisinde taşıyan oyun aktivite olarak, beden ve ruhun etkileşim içerisinde rekabete girdiği, duyguların yaşandığı bir iş olarak yaşanmaktaydı. Kitle iletişim araçlarıyla oluşturulan, oynanan veya oynatılan oyunlar bu durumları ortadan kaldırmıştır. Baudrillard'a göre oyunların elektronik olarak ekranlardan oynanılması oyunun

²²⁴ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 119.

ruhunu ortadan kaldırmış ve öznelerin birer oyuncu'ya dönüşmelerini sağlamıştır.²²⁵ Burada göze çarpan oyuncu'yu, öznenin isteği ile oyundaki model arasındaki istek olarak görebiliriz. Başka bir ifade ile arzu ile modelin birleşmesidir.²²⁶ Bu demektir ki oyun kavramının özünde olan duygu durumları ve ekip olarak mücadele ruhu ortadan kalkmıştır. Yani özne, kitle iletişim araçlarında oynanan oyunları oynadığını zannederek aslında oyundaki model ile isteği arasında aldığı zevk durumuyla yetinmektedir. Böylece oyunun kitleleşmesi öznenin oyuncu olmasına ve bu şekilde duyulan zevk ile baştan çıkartılmasına olanak tanımaktadır. Oyunun elektronik olarak oynanması tıpkı insanın televizyon ekranı karşısında kendinden geçip düşünmeyi bırakması gibi bir durum yaratmaktadır. Nitekim oyuncu olan klavye ya da konsollar sayesinde o işe müdahil olarak oyunu oynamaktadır.

Oyuncu meselesine örnek olarak bilgisayarda oynanılan satranç örneğini veren Baudrillard, oyununun yoğunluğunun nerede olduğunu sormaktadır. Yani oyunda söz konusu olan yoğunluk, sanal ekran karşısında oyuncu yani model ile istekten alınan zevk olarak söz konusu olmaktadır. Bu meselenin daha da anlaşılır olması için futbol maçının canlı izlenmesi ile ekrandan izlenmesi arasında aynı durum yaşandığını ileri sürmektedir. Buna göre futbol maçının canlı izlenmesi ile televizyon karşısında takip edilmesi aynı hadise değildir. Çünkü maçın kendisi sıcak, ekran ise soğuktur. Bu nedenle ekran karşısındaki oyuncu olarak modülasyon ve dokunsaldır. Zira kurgulanan olarak yakın plan çekimler, kamera açıları vb. şekiller nedeniyle televizyonda izlenen maç bir nevi haber olarak söz konusu olmaktadır.²²⁷ Buradan hareketle satranç ve futbol maçının oyun olduğunu, ekran karşısında izleyici veya oyuncu olmanın oyuncu olduğu anlaşılmaktadır. Oyun olanda duygu durumu, rekabet, ekip ve heyecan olarak yaşanan an söz konusu iken, oyuncu olanda kurgulanan ön plana çıkmaktadır. Zira oyun olanda yaşanan eylemin tekrarı veya başka açısı mümkün değildir. Oysa oyuncu olanda bir nevi teknik söz konusudur. Dolayısıyla teknik ve kurgudan alınan haz göstergesel olarak bulunmaktadır. Çünkü oyuncu olanda eyleme ortak olma vardır. Her ne kadar ekran karşısında satranç oynayan özne dahi olsa o sadece ağın parçası ve bileşeni olarak söz konusudur.

²²⁵ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 196.

²²⁶ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 195.

²²⁷ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 197.

Oyuncu olanda, özneye durumun arzulanarak onun yönlendirilmesi söz konusu olmaktadır.

Oyuncu olanda teknik, özneyi kontrol altında tutmaktadır. Yani onun aldığı zevki belirlediği gibi ne zaman başlayıp biteceğine de kendisi karar vermektedir. Baudrillard Vietnam Savaşı sürerken televizyon kanallarından birisinin görüntüleri renkli olarak vermesinin tekniği anlaşılır kılmaya yardımcı olduğunu ifade etmektedir. Buna göre bu yenilikle beraber ekranın teknik hileleri ile savaş görüntülerini izlemeyi kolaylaştırdığını dile getirmektedir.²²⁸ Böylece ekranın renkli hale gelmesi, savaş görüntülerinin gerçekçiliğini artırmıştır. Zira imge ve teknik hilelerle izleyici daha fazla ekran karşısında tutulmuş ve onun oyuncu olması sağlanmıştır. Artık teknik kurgularla yönlendirilen, bilgilendirilen ve olaya dâhil edilen izleyici bir oyuncu'ya dönüşmüştür. Savaş görüntülerinin gerçekliğinin artırılması aynı zamanda izleyicide meydana gelecek zihinsel durumların oluşturulmasını kolaylaştırmıştır. Muhtemelen renkli hale gelip cazip olan savaş görüntüleri izleyici için artık oyunun gerçekliğini daha çok hissedeceği yani daha çok ekrana bağlanacağı anlamına gelmektedir. Böylece imgelerle uyuşturulan, savaşı yaşayan ve bunu sürdüren bir kitlenin yaratılması söz konusu olmuştur.

Televizyon meselesinin oyuncu olanı yaratması ile Baudrillard onun sinema ile ilişkisinin de özne açısından üretilen bir zevk durumunu yarattığını söylemektedir. Buna göre televizyon imgelemi harekete geçirecek en ufak bir veri sunmazken, sinema yoğun olarak donanmış bir şekildedir.²²⁹ Televizyonun teknik bir hadiseye dönüşmesi ile imgeyi harekete geçirme ya da özneye zihinsel bir değişim yapma ihtimali ortadan kalkmıştır. Zira televizyon daha çok öznenin zihinsel durumlarını kontrol etmeyi ve bilinçli bir şekilde yönlendirmeyi esas almaktadır. İçerikten yoksun haberle ağa bağlanmasını sağlamakta, reklam sayesinde arzularının yerine geldiğini sanmasını mümkün kılmaktadır. Oysa sinema hadisesinde imgelerin harekete geçirilmesi olanaklıdır. Çünkü televizyon gibi bir denetim görevi görme niyeti yoktur. Nostaljik yönünü koruyan sinema hayal durumunu ve zihinde

²²⁸ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 198.

²²⁹ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 200.

şimşekler çakılmasını sağlayabilmektedir. Televizyon ise öznenin uyuşturulduğu ve iş göremez bir duruma gelmesini hedefleyerek uyur-gezer yapmaktadır.

Sinemanın bireyin algılarını açma ve onu imgelerle büyüleme işinin karşısında televizyon, öznenin teknik hadisenin bir parçası ve kısır döngü içerisinde dolaşacağı bir düzlemi yaratmaktadır. Yani bu sinema oyun, televizyon ise oyuncu olmaktadır. Fakat sinema ile televizyon arasındaki bu ayrıma rağmen günümüzde sinemanın da televizyona dönüşmeye başladığını söyleyebiliriz. Zira sinemada kullanılan imgeler, öznenin düş gücünü harekete geçirip dünyasında fırtınalar kopardığı biçimden uzaklaşmaktadır. Hatta tam tersine bilinçli bir imge dayatımı ile özneye durumu çaktırmadan bilinçaltına mesaj verir gibi, onu tüketime yönlendirdiğini ve bir amaç için üretilen imgelerle inandırılmak istenen bir fikri aştığını görmekteyiz. Bir amaç için üretilen sinema, imgelerin çoğalması ile büyüleyici imge yerini tüketim nesnesini özneye dayatan bir şekilde söz konusu olmaktadır. Yani bir nevi artık sinema oluşturulmak istenen tüketim toplumunun moda, reklam ve iletişim araçlarını seyirciye gösterip onları bu işe uygun hâle getirmeye yarayan aracı durumundadır. Bu nedenle sinemadaki imgelerin teknik bir kusursuzluk içerisinde üretilmesi gerçeğin göstergelerine sahip ama hiper-gerçek olunan bir simülasyon düzenini ortaya koymaktadır.²³⁰

Oyuncu olanın etkin kılınmaya çalışılması ile öznenin nesne tarafından baştan çıkartılmasının önü açılmış ve bu durum devamlı bir hâl almaya başlamıştır. Ekran öznenin teknikle kendinden geçmesi ve olaya dâhil olmasını sağlarken, Baudrillard'ın "işin içinde siz de varsınız olay sizden başkası değil, çoğunluk da sizsiniz" mesajının verildiğini söylemektedir. Buna göre "seyircilerin isteği" daire düzeninde sahnelenmekte ve hiç bitmeyen isteklerden oluşan bir entegre düzen oluşturulmaktadır.²³¹ Kabul edelim ki öznenin olaya dâhil olması ve bunun ona benimsetilmesi, onun edilgen olduğu zihinsel durumları yaşamasını dayatmaktadır. Yani entegre sistemin içerisinde kendini özne sanan birey aslında sadece olayın parçası olarak baştan çıkartılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının içerikten yoksun olması neticesinde toplumsal olanı nötr hale getirmesi ve akabinde kitleyi doğurması

²³⁰ Ufuk Tambaş, "Baudrillard'ı Anlamak", *Özne Dergisi*, Adana, Bahar 2011, s. 35.

²³¹ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 200.

ile özneler devamlı bir şekilde bilinçlendirilmekte ve sosyal birer varlık kılınmaya çalışılmaktadır. Yani öznenin eksiklik hissetmemesi adına kitlesel olan iletişim, hem özneyi devamlı olaya ortak etmekte hem de ona terminal görevi görerek iletişimi devamlı kılması adına dayatımda bulunmaktadır. Böylelikle sistem, kitle iletişim araçları sayesinde özneleri bir araya getirerek onlara bir bilinç aşlamaya ve onları sosyalleştirme adı altında belirlenen idealler etrafında birleştirmeye çalışır.²³² Böylece özne oluşturulan sanal birlikteliğe eklenerek ağın parçasına dönüşmekte ve kitle olarak kitlesel olanın peşinden iletişim araçlarını kullanarak gitmektedir. Yani öyleymiş gibi hissettirilen özneler sosyal bir olaya dâhil edilerek kitlenin parçası haline getirilir. Zira oyun oynadığı zannettirilerek aslında bir terminale dönüşen özne, işin içerisindeymiş gibi arzulanmaya itilmektedir. Edilgenliğin öne çıktığı bu süreçte öznenin etkinliğinden söz etmemiz mümkün değildir. Çünkü özne, oynanılan oyunda rol verilen; fakat başrol oynadığını zanneden bir kukla görevi görmektedir.

Öznenin içerisine girdiği ve anlam bolluğuyla nedenselliğe boğulduğu bu süreçte Baudrillard durumu şöyle ifade etmektedir:

“Sözel, bütün ağlarda akıl almaz ölçüde büyüdüğüne (yani medyanın ve bilişimin oluşturduğu bütün iletişim sistemimizde büyüdüğüne) göre, tele-uzaklık yüzünden hiçbir sözün anlamı kalmamış demektir. Bizler birbirimizle konuştuğumuzu iddia ediyoruz; aslında ağı ve ağla olan bağlantımızı denetlemekten başka bir şey yapmıyoruz. Ağın öbür ucunda da kimse yok zaten; sırf kendini tanıtmak için kullanılan sinyaller almaşık olarak gidip geliyor ama ortada artık ne verici var ne de alıcı.”²³³

Pasaja göre ağla çevrili olduğumuz hayatımızda, ağın bu denli çok büyümesi ve daha çok anlama gelmesi sözün anlamının kalmadığı bir durumu önümüze çıkartmıştır. Böylece kitle iletişim araçları kullanılarak yapılan iletişim aslında bir ağa bağlanma şeklinde olmaktadır. Bunun nihayetinde iletişim kurulduğu zannedilirken aslında yapılan sadece ağa bağlanmak ve ağı kontrol etmekten ibarettir. Özne, toplumsallaşan kategoride yer almak için devamlı ağa bağlanmakta ve iletişim kurduğunu zannetmektedir. Nitekim iletişim olarak algılanan aslında bireyin makine karşısında konum alıp harekete geçmesidir. Aslında iletişim

²³² Altun, “M. McLuhan ve J. Baudrillard’ın Medya Kuramlarının Karşılaştırmalı Çözümlemesi”, s. 292.

²³³ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 203.

zannedilen durum bir iletişim şeklinden ziyade herkesin aynı ağ konumuna dizildiği ve durak görevi gördüğü bir yapıyı önümüze sermektedir. Teknik bir hadiseye dönen iletişim öznenin makineye sinyal alıp yolladığı bir şekilde vuku bulmaktadır.²³⁴ Bir nevi ağ sayesinde var olduğumuzu ortaya koymaktayız. Çünkü ağ öznenin karşılaştığı ve iletişimde bulunduğu alan olarak onu var edendir.

Aynı zamanda meselenin teknik bir hadiseye dönüşmesi diyalektik iletişim türünün olmadığını hatırlatmaktadır. Özne, bir iletişim evreninde iletişimi sağladığını düşünürken; aslında mesele dil ile ifade edilmeyen ve teknik olan kodlardan ibaret olmaktadır. Açık devreler içerisinde sözel olmayan şekilde yapılan bu iletişim öznenin bir terminal rolünde olmasından başka bir şey değildir. Belki de bulunulan tüketim toplumu iletim ihtiyacını ortadan kaldırdığı gibi herkesten bağlantı kurmasını istemektedir. Baudrillard yapılan durumun ara yüzeyde, muhatapların fişle elektrik prizi gibi birbirine bağlandığını dile getirmektedir. Buna göre iletişim esas olarak zorunlu bir senaryo şeklinde, bizi boşlukta ve hem ekranın hem de görüntülerin aynı büyülenmeyle beklediği kesintisiz bir kurmaca ile baş başa bırakmaktadır.²³⁵ Ekran ve görüntülerin bu şekilde kesintisiz bir ağ olarak bizi anlam ve görsele boğması karşısında sessizlik yadsınan bir durumdur. Belki de sessizlikte oluşan iletişimin ağı gölgeleme ihtimaline karşı, sessizliğe yer bırakılmamaktadır. Böylece öznenin devamlı ağa bağlı olduğu ve içerikten yoksun ekran sayesinde çevrim içi olması sağlanmaktadır. Bunun nihayetinde iletişim kurduğunu zanneden özne, aslında iletişimsizliğin olduğu bir ortamda nesneye maruz bırakılarak baştan çıkartılmaktadır.

Öznenin baştan çıkarılmasını sağlayan sürecin toplumsal koşullarında kitle iletişim araçlarının bir iletişimi sağlamadığını ortaya koymaya çabaladık. Zira bu araçlar, iletişimsizliğin hüküm sürmesini ve öznenin oluşturulan tiyatronun içerisinde iletişim kurduğunu zannederek zaman geçirmesini sağlamaktadır. Ayrıca kitle iletişim araçlarıyla ilgilenme düzeyi ile toplumsal olma arasında doğrusal bir ilişki kurarak öznenin daha çok ilgilenmesine ve bu süreçte kendini daha çok var etmesi için çaba göstermesine zemin hazırlamıştır. Öznenin beklenen içerikten yoksun olan

²³⁴ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 203.

²³⁵ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 19.

bu araçların mesajlarını daha çok yayması, ağa bağlanması ve böylece herkese bağlı olduğunu ispatlamasıdır. Özne, kitle iletişim sayesinde oyunu bırakmış ve hiper-gerçek olarak oyuncu'ya dönüşmüştür. Çünkü bu şekilde ağa bağlandığını kitleye göstermektedir. Fakat oyuncu olması, onun sanal bir karaktere dönüşmesi yani söylenileni yerine getirmesi şeklinde vuku bulmaktadır. Bunun neticesinde ağdan yoksun olanlar toplumsallaşamayan insanlar olarak kitle tarafından dışlanmakta ve toplumun dışındaymış gibi algılanmaları istenmektedir.

Kitle iletişim araçları herkesin ağla birbirine bağlı olduğu bir düzeni kurarak, öznenin sadece belirlenenleri moda, reklam ve kitlesel araç yoluyla yerine getirmesini beklemektedir. Bunun nihayetinde özne sadece baştan çıkartılan, iletişimden yoksun ve arzuları oluşturan biri olarak süreçte yer almaktadır. Başka bir ifadeyle oluşturulan sanallıkla beraber öznenin istenen sürekli olarak üretilen arzuyu sanki kendisine aitmiş gibi istekte bulunacağı bir ağ düzenidir. Özne oluşturulan ve herkesi birbirine bağlayan bu ağda bir terminal görevi görmektedir. Ondaki beklenen kendisine uğrayan mesajı tekrar ağa ve diğer terminallere geri yollamasıdır. Böylece özne sürekli kendini ağa bağlı tutarak sanal bir arzunun esiri olacak ve kitleye eklenildiği için kendinden geçerek baştan çıkarılmış olacaktır.

2.3. Masalımsı İmge Üretimi Olarak Reklam

Kitle iletişim araçlarının hayatın her alanında etkili olması ve toplumsal olma gayesi şüphesiz öznenin ekranla ilgilenmesini beraberinde getirmektedir. Böylece ekranın direktiflerini ve yönlendirmelerini kullanan özne edilgenliğe itilmektedir. Kitle iletişim araçları ve moda ile ilgili olan bir diğer toplumsal koşul olarak reklam konusunda Baudrillard, *Nesnel Sistem* kitabında reklamın, nesne üzerine çekilen bir söylev ve nesne olduğu iddiasındadır. Buna göre söylev ve nesne olma imkânına sahip olan reklam, söylev olarak ne kadar çok önemsiz ve yararsız olarak öne çıkarsa o denli tüketim nesnesine dönüşmektedir. Böylece reklam, tüketim ile ilgili bir şey olarak değil aynı zamanda tüketim nesnesinin kendisi olmaktadır.²³⁶ Zira kitle iletişim araçları ve ekranların bu denli çoğalması ile birlikte reklam artık sadece bir söylev olma işlevini yitirmiştir. Kabul edelim ki onun söylevinin arka plana düşmesi ve göstergesel olarak ürünün amacının önüne geçmesi onun vazgeçilmez olduğu bir

²³⁶ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 201.

süreci de karşımıza çıkarmaktadır. Bunun akabinde tanıtım işini küçük bir detaya indiren reklamın asıl işlevi, bizzat tüketim nesnesi olarak özneyi tahakküm altında tutmaktır. Toplumsal koşullardan üçüncüsü olarak reklamı ele alacağımız bu kısımda reklamın boyutlarını, özne açısından kişiselleşmeyi sağlayan yapısını, moda uydurmasını ve reklam-düş ilişkisini Baudrillard açısından ele alacağız. Aynı zamanda reklam-haber ilişkisini ve reklam-marka ilişkisini de bu bağlamda anlaşılır kılmaya gayret göstereceğiz. Böylece onun tüketim düzeninde oynadığı rolü ve nesneyi kullanarak özneyi etkilemesini bir miktar daha açık kılacağız.

Baudrillard reklamın nesneden bağımsız olarak ele alınamayacağını yani ölçütler kullanılarak değerlendirilemeyeceğini ifade etmektedir. Buna göre reklamın nesnelere sisteminin bir parçası haline gelme sebebi onun ulaştığı akıl almaz boyutlar ve ölçü dışı olması kadar işlevsel olarak tanımlanmasından ileri gelmektedir.²³⁷ Bu demektir ki reklam, sadece bir bilgilendirme aracı olarak söz konusu değildir. Aynı zamanda nesnelere sisteminin önemli bir parçası olması, onun bir söylev ve tanıtım olma dışında olayın kendisi haline geldiğini göstermektedir. Bu durumun yaratılması, reklamın bir ölçüte uyma zorunluluğunun olmamasından kaynaklanmaktadır. Yani reklam ne kadar çok ölçü dışına çıkarsa ve çok alana değme durumunda kalırsa o kadar çok işlevsel olarak adlandırılmaktadır. Böylece gösteren-gösterilen ilişkisi bağlamında bakıldığında reklam bir gösteren değil, gösterilen olarak süreci yönetmektedir. Zira nesnenin üretim ve kullanım aşamasında yer almayan reklam tüketim nesnesine dönüşmek suretiyle gösterilen halini almaktadır. Nesneyi ölçü dışına çıkarttığına gösteren olarak işaret etmeyen reklam, nesneyi tüketim aracı haline getirerek onun üzerinden olay üretmektedir.

Reklamın kendi kendine gönderme yapan bir sistemi oluşturduğuna dikkat çeken Baudrillard'a göre, reklam kendini pazarlayan bir mala dönüşmüştür. Buna göre kendi mesajının aracına dönüşen reklam toplumsal bir düzenle tam uyum içerisinde hareket etmektedir.²³⁸ Böylece reklam ürüne gönderme yapmaktan ziyade kendine gönderme yaparak gösterilen olarak yer aldığı bu süreçte kendi kendisinin yansıması işlevini yerine getirmektedir. Aynı zamanda onun kendini pazarlayan bir

²³⁷ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 201.

²³⁸ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 128.

şeye dönüşmesi nesnenin önemli olmadığı, önemli olanın tüketim nesnesi olarak reklam olduğunu akla getirmektedir. Zira reklam, kendi kendine gönderme yapan bu sistem sayesinde özneye ne tüketmesi gerektiğini bildiren bir konumdur. Reklam öznedeki bir eksiklik oluşturmaktadır. Bu nedenle reklamda nesne, en alımlı haliyle gösterilmektedir. Reklam, nesnenin bu efsunlu hâlini özneye göstererek, öznedeki reklamdakine ilişkin bir eksiklik meydana getirmektedir.

Reklamın bu eksiklik duygusunu oluşturma sebebi pazardaki nesneye işaret etmesi değil kendine gönderme yapmasıdır. Reklam böyle bir hiper-gerçeklik oluşturarak özneyi etkilemeyi başarmaktadır. Bu durumu Deleuze'ün bakış açısıyla ortaya koyarsak, arzu gerçek nesnenin eksikliği ise, onun gerçekliği hayali nesneyi üreten bir eksikliğin özünde olarak algılanacaktır. Buna göre arzunun ihtiyaç duyduğu gerçek nesne dışsal doğaya ya da toplumsal üretime bağlıdır.²³⁹ Oluşan tabloyu reklam penceresinden izah edecek olursak, reklam aslında bir ihtiyacı ortadan kaldırmamaktadır. Sürekli bir tüketimi destekleyici ve öznenin eksik olmasını sağlayan arzuyu üretmektedir. Yani reklam hem eksiklik üretmekte hem de aynı zamanda o eksikliği ortadan kaldırmayı özneye dayatarak “eksikliği” mutlak kılmaktadır. Böylece reklamın aldırma çalıştığı tüketim nesnesi bir ihtiyaç değil, imgelerle eksikliği oluşturulan bir arzunun eseri olarak söz konusudur. Başka bir ifade ile Deleuze reklamın, arzuya eksikliği ifade ettiğini ima etmektedir.²⁴⁰ Böylelikle özne devamlı arzulararak, üretilen arzuyu reklam nesnesini tüketerek yerine koymaya çalışır. Bunun nihayetinde ister öznenin üretilen ve devamlı eksik bırakılan arzusu olsun, ister reklamın efsunlu hâli karşısında özne, devamlı tüketimin parçası olarak süreci takip edecektir. Aynı zamanda toplumsal olanla uyum içinde kalabilmek için reklamın dayattığını yani tüketim nesnesini almak zorunda kalmaktadır. Yani herhangi bir ihtiyaca işaret etmesi yerine göstergesel olarak toplumsaldan uzaklaşmama gayesi olarak söz konusu olmaktadır. Nitekim moda için de söz konusu olan tüketimin göstergesel ve sürekli olması hadisesi reklam için de geçerli bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

²³⁹ Deleuze ve Guattari, *Anti-Ödipus Kapitalizm ve Şizofreni 1*, s. 47.

²⁴⁰ Deleuze ve Guattari, *Anti-Ödipus Kapitalizm ve Şizofreni 1*, s. 93.

Reklamın bir tüketim nesnesi olarak olayın kendisi olması bir tüketim düzenini karşımıza çıkarmaktadır. Baudrillard reklamın bilgilendirme, ikna etme ve en önemlisi olarak tüketime yönlendirme aşamalarına dikkat çekmektedir. Buna göre sonuncu aşamada dolaylı ikna olarak tüketimi sağlama işinden korkulduğunu dile getirmektedir.²⁴¹ Dolaylı ikna olarak korkulma ihtimali olan onun her şeyi totaliter bir şekilde yönlendirme ihtimalidir. Zira reklam sadece bir bilgi aracı olarak değil, tüketimi sağlayıp sürdüren olarak rol oynamaktadır. Ne var ki her ne kadar reklamın etkileme gücünden korkulsa da Baudrillard'a göre anketler, reklamın gücünün zayıf olduğunu ortaya koymaktadır.²⁴² Başka bir ifade ile belli bir süre sonra reklama alışan tüketici ondan etkilenmemektedir. Etkinliğini kaybeden reklam ikna edici olmayı da böylece kaybetmiş olmaktadır. Bu durum her ne kadar reklamın etkisiz olduğu bir süreçmiş gibi algılanmasını sağlasa da durum tam olarak bu şekilde izah edilemez. Çünkü reklamın belli bir süreden sonra bir kenara atılması ya da alışılan durumun etkisiz olması düşüncesi bir nevi reklamın gücünü hafife almaktır. Baudrillard'a göre reklam bir ürün tanıtımı yaparken sadece o ürüne veya markaya dikkat çekmemekte, toplumsal olarak tüketiciyi bir amaca yönlendiren ve o ürünleri aldırın sistemi kurmuş olmaktadır.²⁴³ Öyleyse reklam sadece bir ürünün tanıtımını üstlenmemekte, toplumsal yapıyı kuran ve oluşturan ya da en azından toplumsal olanın belirlenmesinde moda, kitle ve kitle iletişim araçları gibi koşulların oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Daha açık bir ifade ile reklam sadece bir ürünün alınmasına aracılık etmemekte, o ürünleri tüketimin parçası yaparak öznenin üzerinde tahakküm kurmaktadır.

Reklamın tüketim düzeninin oluşmasında etkili olduğu anlaşılmaktadır. Zira reklam, nesnenin üretim amacını ve kullanma şeklini yadsıyarak kendisini özneyi tüketime bağımlı hale getirmede konumlandırmaktadır. Böylece tüketimi esas alan özne kitlenin parçası haline gelmekte ve tüketimi devam ettirmektedir. Her ne kadar reklamın gösterdiği, tüketiciye ikna edici gelmese de tüketimin parçası haline gelen özne edilgen bir şekle sokulmaktadır. Baudrillard, reklam ve kitle iletişim araçlarının koşullandırma gücünün hafife alındığını vurgulamaktadır. Buna göre belli bir konuda

²⁴¹ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 202.

²⁴² Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 202.

²⁴³ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 203.

üretilen söz ve kanıtlara göre değil bir masal mantığı söz konusu olmaktadır.²⁴⁴ Açıkçası her ne kadar reklamın bize sunduğu bilgiler bizi tatmin etmese de bir masal mantığı çerçevesinde ona inanmaya devam etmekteyiz. Bilinmektedir ki masalda yaşananların gerçek olmadıkları bilindiği halde çıkar veya sağladığı duygu durumlarından dolayı bir kazanç elde edilmekte ve belki de sağladığı mutluluk bizim ona inanmamızı sağlamaktadır. Aynı zamanda reklam Baudrillard'a göre nesneden olay yaratan bir olgudur. Buna göre bir duyuru aracı olarak değil, üretilmiş bir haber olarak söz konusu olan reklam kitle iletim araçları düzeyinde haberlerle eş değer hale gelmektedir.²⁴⁵ Bu nedenle her ne kadar inandırıcı olmasa bile üretilen bir haber olarak dolanım sağlamakta ve etkili olmaktadır.

Baudrillard reklam mantığının da tıpkı masal mantığı gibi işlediğini bize Noel Baba örneği üzerinden anlaşırlıkmaktadır. Buna göre küçük yaşlarda doğaüstü güçlerle getirildiğine inanılan hediye, ilerleyen yaşlarda da devam etmekte ve bu beklenti içerisinde girilmektedir. Böylece her ne kadar küçükkenki doğaüstü durum etkisini kaybetse de zihinsel olarak varlığını hâlâ devam ettirmektedir. Zira yapay olmayan bu süreçte Noel Baba bir bahane görevi görmekte ve tüketim, anne-babanın bu tuzağa düşürülerek onu sürdürmelerini beklemektedir. Yani 7-8 yaşına gelen çocuk Noel Babaya inanmasa bile onun kendisine ödül getirme durumunu kullanmaktadır.²⁴⁶ Baudrillard reklamın da benzer bir şekilde Noel Baba mantığını hayata geçirdiğini ifade etmektedir. Böylece özne her ne kadar reklama inanmasa bile reklam sayesinde kendisinden satın alınan talep edildiğini, ikna edildiğini düşündüğü için tüketim nesnesini almaya yönelmektedir.²⁴⁷ Bu demektir ki çocuk, Noel Babanın doğaüstü olmadığını fark ettiği zaman bunu kullanmaya devam ederek ailesiyle bir çıkar ilişkisine girdiği ve bu sayede istediğini elde etmesi söz konusudur. Çocuk için önemli olan, çıkarın yerine gelmesi ve arzularının gerçekleşmesidir. Noel Baba sadece masalın sürdürülmesinde bir aracı ve bahane görevi görmektedir. Reklam olayı da bu sürece benzer şekilde gerçekleşmektedir. Özne, reklam sayesinde doğal olmasa bile arzularının gerçekleştiğini düşünmekte, kendisinin

²⁴⁴ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 203.

²⁴⁵ Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, s. 160.

²⁴⁶ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 204.

²⁴⁷ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 204.

ödüllendirildiğini hissetmekte ve kendisinden satın almaya dair bir talebin olduğunu düşünerek önemli bir olayın öznesi olarak tüketime yönelmektedir. Reklamın kullanıldığı bu tüketime davet sürecine özne, reklam tarafından verilen çabaya kendisinin ciddiye alındığını düşünerek davete tüketim yaparak olumlu yanıt vermiş olmaktadır. Tıpkı Noel Baba mantığında olduğu gibi özne reklama inanmasa da önemli görüldüğünü düşünmesi sayesinde arzulanana sürece katılmaktadır.

Reklamın öznenin kendisi ile ilgileniliyormuş gibi hissettirmesi ve bunu sağlayıp özneyi ikna etmesi, şüphesiz her özneye hitap edeceği bir biçime sokulmasını da doğurmuştur. Zira Noel Baba örneğinde görüldüğü gibi özne inanma işini belli bir noktadan sonra kendisi için çıkar aracı haline getirmektedir. Bu nedenle özneye ilgilenen reklam, onun baştan çıkartılmasına aracılık etmektedir. Baudrillard eskiden ahlak kurallarının bireyi topluma uydurma niyetinde olduğunu, tüketim çağı ile birlikte toplumun bireye ayak uydurmak zorunda kaldığını ima etmektedir. Buna göre tüketim çağında birey gereksinimlerinden önce gelmekte ve ihtiyaçlarına ayak uydurmak için onları kendisine uydurmaktadır. Böylece aldırılmaya çalışılan bir koltuk, bireyin kendisine özelmış gibi sunulması beklenmektedir.²⁴⁸ Öznenin etrafında her şey onun için yaratılmış gibi bir ortam yaratılarak, özne tüketim bağımlısı haline getirilmektedir. Yani reklam fiziksel manada herkese aynı ürünü aldırırken duygusal manada özneye özel anlamlar katılmasını sağlayarak onu özneye özdeşleştirir.²⁴⁹ Bunu bir iletişim şekli olarak kullanan reklam, herkesin kendisini böyle özel hissedeceği bir toplumsal yapı inşa ederek, öznenin kendisini bu yapıdan mahrum bırakmamak için ona ayak uydurmaya çalışmasını sağlamaktadır. Yani reklamın kişiselliği öne süren mantığı bireye ona özel üretilmiş hissi vererek satın almaya yönlendirmektedir. Böylece birey sanki kendisinin arzuları doğrultusunda üretildiğine ikna edilerek tüketim nesnesine maruz bırakılmakta ve onu almaktadır. Birey kendisi düşünülerek satın aldırılmaya çalışılan nesneyi alarak bu davete icap etmektedir. Özne, almasa sanki kendisi gözden çıkartılacak ya da ikna edilmesi için oluşturulan düzeni görmezden geleceği bir süreci yıkacağını düşündüğü için bu tuzağa seve seve düşmektedir.

²⁴⁸ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 206.

²⁴⁹ Adanır, "Teknolojik Gelişmeden Nesne Teknolojisine ya da Toplumsal Gelişme Nasıl Durakladı?", s. 16.

Özne bu süreçte sanki herkesten farklıymış gibi kişiselleştirilirken diğer taraftan kitleden mahrum olmamak için herkese benzeyerek bu süreci devam ettirmektedir. Bu düşüncede paradoks bir durum söz konusu değildir. Reklam sayesinde bir şeyin herkese sanki kendisine özelmış gibi hissettirilme işi sağlanmış olmakla beraber bu söyleve ulaşana kadar birçok aşamadan geçirilmektedir. Bu durumu Baudrillard çelik maddesinden koltuk ve yatak üretilmesi üzerinden izah etmektedir. Çeliğin çok sert bir madde olduğunu dile getiren Baudrillard'a göre insanı heyecanlandıran çelik aynı zamanda insanın kendisine uyum sağlayabilmesi için çaba sarf etmesi gereken maddedir. Malzeme türlü aşamalardan geçirilerek insani bir görünüme ve sıcaklığa kavuşturulmaktadır. Buna göre çok sert olan çelik yatak yayına dönüştüğünde oldukça esnek bir yapı almaktadır. Bunun nihayetinde kauçukla kaplanan çelik yumuşak ve rahat olarak uyumlu bir hâle gelmektedir.²⁵⁰

Maddenin geçirdiği sürece bakacak olursak, onun adım adım insanın rahat hissedeceği ve sertliğini yumuşak görünümlerin ardına gizleyeceği bir süreci görmekteyiz. Böylece sert madde hem dayanıklı olacak hem de sertliğinin getirdiği kaba ve şekilsizlik yadsınmış olacaktır. Bir nevi bu aşamalarda maddeye ruh katılmaktadır. Sıcaklık katılarak özneye özelmış gibi kişiselleştirilen madde özneye değer katmaktadır. Zira hem sert ve ruhsuz madde, sıcak ve dayanıklı ürüne dönüşmüştür. Baudrillard'a göre böylelikle bize kendini beğendirmek isteyen koltuk sanki doğal bir değişim süreciymiş gibi çelikten kumaşa geçerek güç ve dinginlik simgesine erişmektedir.²⁵¹ Reklam sıcak duygular katılarak tüketim nesnesine çevirdiği yatak ile özne arasında bir bağ oluşturarak imgelerle çekici kıldığı nesneyi öznenin beğenisine sunar. Kendisi için bu kadar emek ve bağ oluşumu karşısında özne kayıtsız kalmayarak kişiselleştirilen yatağı edinerek üretilen arzusunu giderir. Aynı zamanda sanki kendi iradesinin tercihi imiş gibi de koltuğu sahiplenir. Çünkü kendisiyle bağ kurularak anlam ve duygu yüklenmiştir. Nihayetinde estetik kullanılarak üretilen nesne reklam vasıtasıyla özneye katkı yapan, onu kişiselleştiren ve konforlu bir tüketim nesnesine dönüşmektedir.

²⁵⁰ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 207.

²⁵¹ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 207.

Nesnelerin artık şu ya da bu işe yarama gibi bir kullanım biçimleri olmadığını söyleyen Baudrillard, oluşturulan kişiselleştirme ile beraber öznenin sırdaşı olmaya ve niteliklerine katkıda bulunmaya başladığını dile getirmektedir. Buna göre nesne özneye ait olmaya çalışarak öznenin sevgisini kazanmaya çalışmaktadır.²⁵² Bu demektir ki eski zamanlar da olduğu gibi nesnelerin bir kullanım değeri söz konusu değildir. Ekranlar ve kitle iletişim araçlarının çoğalması ile birlikte tüketim toplumunda ürünün kullanım yeri ve görevi ikinci plana itilmiştir. Artık önemli olan göstergesel anlamdır. Zira nesne sadece bir işlevi yerine getiren ve bir işe yarayan değil, özneye katkı sunan ona değer biçen bir konuma yükselmiştir. Başka bir ifade ile reklam sayesinde özneye katkı yapmaya başlayan nesne öznenin sırdaşı olmaya çalışmaktadır. Böylece özne nesnenin göstergesel anlamı ile birlikte kendini daha iyi tanıdığını düşünmektedir. Zira nesne sanki özneye aitmiş gibi kişiselleşmeye çalışarak öznenin parçası haline gelmektedir. Yani bir işlev yerine, anlam katmanın da ötesine geçmektedirler. Nesne bireye ait olmaya çalışarak sevgisini kazanmaktadır. Özne ise Baudrillard'a göre nesneden kendisini sevmesini, reklam yoluyla dile getirerek ifade etmesini beklemektedir.²⁵³ Böylece kendisinde olan ürünün reklamını gören özne, kendisini mutlu hissedecek ve bu nesneye sahip olduğu için şanslı olduğunu düşünecektir. Aynı zamanda reklam sayesinde gösterilecek olan bu sevgi özne ile nesne arasında bir sıcaklık oluşmasını sağlayacak duyguları da doğuracaktır. Böylelikle özne ve nesne birbirine duygular besleyen bir süreci inşa etmiş olacaklardır. Fakat reklam bu süreci devamlı hale getirerek öznenin kendisini seveceği ürünleri süreklilik içerisinde özneye dayatmakta ve tüketimi toplumunun oluşmasını sağlamaktadır. Deleuzeyen bir tabirle ele alacaksa tüketim düzeninin hâkim olması için reklam, öznenin oluşturulan arzularındaki eksiklik duygusunu devamlı hale getirerek yersizleşmesini-yurtsuzlaşmasını sağlamaktadır. Bunun arkasından satın almaya yönelen özne tüketimi sağlayarak yerlileştirme-yurtlulaşma hareketini icra eder.²⁵⁴

Reklamın aralıksız olarak tüm topluma seslendiğini dile getiren Baudrillard, sürekli bir şekilde bir satın almaya iten reklamı afişlere benzetmektedir. Buna göre

²⁵² Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 208.

²⁵³ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 209.

²⁵⁴ Deleuze ve Guattari, *Anti-Ödipus Kapitalizm ve Şizofreni 1*, s. 379.

özne satın alma gücüne sahip olsa da olmasa da bu afişler sayesinde, dayatmaya maruz kalmakta ve gösterilen ürünü elde etmesi için güdümlenmektedir.²⁵⁵ Şüphesiz reklamın bütün topluma seslenmesi onun herkese ulaşabilmesinden kaynaklanmaktadır. Böylece herkese verilen mesaj, tüketerek var olabileceğidir. Yani reklam duygu durumlarını, psikolojiyi ve baştan çıkarma için gerekli ortamı hazırlayarak özneyi satın almaya, tüketmeye yönlendirmektedir. Bunu yaparken de müstehcenlikten, cinsellikten ve teknik imgelerden yararlanmaktadır. Böylece satın alma süreci karşılıklı bir oyuna, rekabete ve ironiye indirgenmektedir. Zira reklamın amacı bir yandan ürünün tüketilmesini sağlamaya çalışmak iken, diğer yandan bu tüketimin sürekli bir şekilde yapılmasıdır.

Bulduğumuz tüketim toplumunda öznenin tüketmesi için şartlar hazırlanmış ve ondan beklenen devamlı bir tüketimin parçası olmasıdır. Jogging meselesinde özne işe başlarken kitle tarafından marka olan bir ayakkabıyı ve eşofman takımını almaya itilmektedir.²⁵⁶ Özellikle bunun için üretilen veya öyle reklamı yapılan sportif ürünler satılmaktadır. Yani başka bir ifade ile kitle bireye şu mesajı vermektedir. Jogging her türlü kıyafet veya malzeme ile yapılmaz. Ona özel olan tüketim nesnesini edinmelisin. Çünkü ona alenen kitleye katılacaksın, şu markalardan birine sahip olmazsan eksik kalırsın mesajını vermektedir. Ayrıca bir nevi canlı mankenmiş gibi özne aldığı marka eşyayı üzerinde taşıırken bunu bir gösteri aracına dönüştürerek markanın kendine katkı sunmasını sağlamaktadır. Bir nevi moda olarak yapılan bir sportif eylemde birey teşhir aracı olarak sürecin parçasına dönüşmektedir.

Reklamın devamlı özneyi almaya itmek suretiyle yönlendirmesini ve bu gücünü arttırmasını şüphesiz öznenin kaçamayacağı ve daha çok reklama maruz kalacağı bir süreci de akla getirmektedir. Baudrillard'a göre reklam göstergeleri ve bunun etkisine giren özne sayısı arttıkça öznenin tepkisizliği de artmaktadır. Buna göre bir şeylerin uydusu olan özne reklamlarla her yerde karşılaşarak yüzeysel bir tıkanmaya ve büyülenmeye maruz kalmaktadır.²⁵⁷ Reklamın bireyle her şart ve durumda karşılaşması ve birbirine karışmasının yanı sıra öznenin bu reklamların çakışma noktası olması, yüzeysel de olsa bir tıkanmayı beraberinde getirmektedir.

²⁵⁵ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 210.

²⁵⁶ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 52.

²⁵⁷ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 130.

Büyülenmenin etkisini kaybetmeyerek özneyi baştan çıkartabilmesi şüphesiz onun hiper-gerçek olarak devamlı kendini yenilemesinden ve etkileyici şekle bürünmesinden kaynaklanmaktadır. Baudrillard reklamın büyümesini kusursuz bir reklam kenti olan Las Vegas üzerinden izah etmektedir. Buna göre Las Vegas kentine gün doğumunda ve batımında aynı nokta olarak çölden bakıldığında iki farklı durum ile karşılaşmaktadır. İlkinde yani gün batımında çöl tarafından Las Vegas'a bakıldığında reklam ışıklarının ışıl ışıl aydınlattığı bir kent görülür. Gün doğarken ise çöle geri döndüğünüzde reklam duvarlarını süsleyen bir şey olarak değil, duvarların görülmesini engelleyen, bina yüzeylerini kısacası tüm mimariyi, her türlü derinliği, dayanağı ve kendisinden başka her şeyi yok eden reklamın etkinliği görülmektedir.²⁵⁸ Her iki durumda da reklam şehrin önüne geçmektedir. Zira gün batımında bakıldığında bir ışık oyunu gibi her şeyin parladığı ve ışıkların şehri temsil ettiği düşüncesi hâsıl olmaktadır. İkinci durumda ise şehre aynı noktadan gün doğarken bakıldığı zaman reklam tabelalarının binaları işgal eden görüntüsü ve mimarinin önüne geçmesiyle karşılaşılır.²⁵⁹ Böylece reklam her iki durumda da şehrin önündedir.

Reklam şehirleri yıkmaktadır. Başka bir ifade ile modern olarak pazarlanan kentlerin hemen hepsinde aslında sadece reklam vardır. Mimari ve derinliğin reklam tarafından gasp edilmesi ve bunun yerine anlamsızlığın yerleştirilmesi söz konusudur. İster reklam sayesinde bir şehrin ışıl ışıl olması olsun, ister derinliği yok eden durum olsun, her iki durumda da kazanan reklamdır. Zira her yerde var olarak aslında bir anlamsızlığı dayatmaktadır. Fakat bu anlamsızlık her ne kadar manayı, mimariyi, derinliği ve duvarları yok eden bir anlamsızlık olsa da neticede bunların yerine kendi istediği anlamı koyan reklam bu yönüyle üretilen anlamın da karşılığına denk gelmektedir. Kabul edelim ki her şeyi anlamsız hale getiren reklam istediği anlamı dayatarak ya da anlamın kendisi olarak hiper-gerçekliği sayesinde etkinliğini arttırmaktadır. Baudrillard reklamın da haber gibi önem verilen şeyleri yok ederek tepkisizliği arttırdığını vurgulamaktadır.²⁶⁰ Nitekim haberlerin de içerikten yoksun olarak her şeyi anlamsız hale getirmesi gibi reklam da dolanımı sağlayan, fakat

²⁵⁸ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 130.

²⁵⁹ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 130.

²⁶⁰ Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 131.

tepkiyi ortadan kaldıran bir şekilde zuhur etmektedir. Reklam ve haber devamlı bir yineleme içerisinde içerikten yoksun olarak tüketiciye kendisini dayatmaktadır. Bu nedenle reklamın etkinliği aslında onun hiper-gerçek hâlinin her şeyi anlamsız hale getirerek kendi anlamını dile getirmesinden ileri gelmektedir. Bir nevi devamlı olarak özneye seslenen reklam bir yerde toplumsalın yerine geçerek onun gereklerini yerine getirmektedir.

Tüketim toplumunun eseri olarak bireyler devamlı canlı bir mağazayı andıran bir şekilde yaşantıları kontrol edilerek bencil olmaya ve isteklerinin esiri olmaya zorlanmaktadır. Baudrillard'a göre eskiden şölenler aracılığıyla bir tüketim sürecine davet eden toplum, bugün aynı işi reklamdan beklemektedir. Ona göre reklamın amacı topluma bir çeki düzen vermektir.²⁶¹ Bu demektir ki toplumsalın oluşmasında modanın, kitle iletişimin ve kitlenin söz sahibi olmaya çalışması gibi reklam da, özneyi tüketime davet etmektedir. Bu davetin neticesinde toplumun birliktelik içerisinde bir tüketimi benimsemesi nihayetinde reklama da topluma bir düzen getirme görevini üstlendirmektedir. Zira özneyi tüketime yönlendirirken onu tüketime katılmaya ya da karşı çıkmaya davet ederek karşılık vermeye itmektir. Her iki ihtimalde de özne bu süreçte yer alacak ve şölenin bir parçası olacaktır. Bu katılımın nihayetinde reklam, özneyi heyecanlandırıp mahrum bırakmak suretiyle oyuna katılmaya mecbur bırakmaktadır. Reklamın özneyi toplumla bütünleştirme amacı olduğunu dile getiren Toffoletti'ye göre reklamlar, oluşturduğu tüketiciye ürünlerin arkasındaki emeği gizleyerek sunar. Buna göre reklamların parıltılı dili ve baştan çıkarıcılığı tüketilen metanın tarihini görünmez kılmaktadır.²⁶² Böylece üretilen ürün bir anlamdan yoksun olarak reklamın nesnesi olarak söz konusudur. Bunun nihayetinde tüketim nesnesine biçilecek anlam veya değer tüketimi toplumsallaştırma aracı olarak kullanan reklam tarafından belirlenmiş olacaktır.

Baudrillard reklamın topluma çeki düzen vererek tüketimi sağlaması ile düş arasında bir benzerlik olduğu iddiasındadır. Hatta yer yer reklamın daha etkili olduğu bu sürece göre düşlerin bireysel ve öznel olması gibi reklam da bu özellikleri taşımaktadır. Bunun yanında düşlerde olumsuzluk ve muğlâklığa yer olmaması gibi

²⁶¹ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 211.

²⁶² Toffoletti, *Yeni Bir Bakış Açısıyla Baudrillard*, s. 84.

reklam da göstergeler aracılığıyla artı veya eksi özellikler taşımamaktadır. Düşlerle ortak özelliğine rağmen reklam psikolojik etkileri sayesinde düşlerden daha üstün bir noktaya konumlanmaktadır. Buna göre gece rüyada görülen düşlerdeki imgelerin altında yorumlar yokken, gündüz duvarlarda, gazetelerde ve ekranlarda ayık bir şekilde karşılaşılan imgelerin hepsinde bir metin ve alt yazı ile anlam dayatılmaktadır.²⁶³ Bu açıklamalar şüphesiz imgelerin reklam tarafından olayın kendisi haline gelerek, bilinçli bir şekilde olması nedeniyle düşlerden ayrılmasını ve tüketim nesnesine dönüşmesini açıklamaktadır. Zira düş gibi bir ortamı yaratan ve özneyi baştan çıkartan reklam imgeleri bilinçli bir şekilde kullanılarak devamlı bir satın almaya yönlendirme derindedir. Gece görülen düşlerin nasıl bir uykuyu sürdürme durumu varsa Baudrillard, reklamı da mevcut toplumsal değerlerin oluşmasını ve uzlaşmaya dayalı bir çocuklaşma süreci ile özdeş görmektedir.²⁶⁴

Reklamın seçenekler sunup tüketimin parçası olarak satın almaya yönlendirmesi en nihayetinde reklamın tüketim ile eşdeğer olmasıyla son bulmaktadır. Zira seçenekler sunan reklam, sanki bir olumsuzluk yaratarak etkili olduğu süreçte aslında gösterilen olarak yer almaktadır. Baudrillard modern öznelerin, nesnelerin seçenekler içerisinde kendilerine sunulmadığında kendilerini birer köle olarak göreceklarini ima etmektedir. Buna göre reklamın her ne kadar inandırıcı olmayan ve kısa etkisine rağmen özneler aslında bu durumu bir özgürlük göstergesi olarak adlandırıp yorumlamaktadır.²⁶⁵ Özne, reklam ile birlikte kendisine dayatılan ve çok sayıda nesneyi içeren durumu bir olumsuzluk olarak görmektedir. Oysa aslında reklam özneye dayattığı tüketim nesnelere hangisini aldığıyla ilgilenmemektedir. Reklam sayesinde seçeneklere maruz bırakılarak tüketim yapılması zorunlu hale getirilen özne, bu durumdaki seçimi kendi isteği olarak kabul edip tüketimin parçası haline gelmeyi özgürlük kabul etmektedir.

Özne reklamlar sayesinde kendisi ile ilgilenildiği ve arzularının yerine getirildiği düşüncesini taşımaktadır. İçerisinde bulunan modern koşullarda belki de yalnız bırakılan özne bu durumu kendisi açısından olumsuzluğun bir şekli olarak tüketimin özendirildiği bir toplumsallığa katılmayı, kendisini davet eden reklama

²⁶³ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 211.

²⁶⁴ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 212.

²⁶⁵ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 212.

olumlu olarak cevaplar. Böylece özne refah olarak kendisi ile ilgilenilmesini ve bunun topluma açık bir şekilde yapılmasını destekler. Bu nedenle Baudrillard reklamın çocuklaştırma mantığındaki gibi, özne ile ilgilendiğini dile getirmektedir.²⁶⁶ Çocuklaştırma mantığı ile kastedilen reklamın bir anne veya oyunu yöneten sürecidir. Zira bu mantıkta siz istediniz, size özel olarak mühendisler ve teknikerler bunu sizin için yaptılar fikri hâsıl kılınmaktadır. Üretim ve yapım aşamaları gibi süreçlerin de göz önüne alınmadığı bu süreçte, özneye kişiselleştirilmiş tüketim nesnelere üzerinden iletişim kurulmaktadır. Aynı zamanda bu çocuklaştırma mantığında tüketim toplumundaki bireyler bir çocuk gibi görülmekte ve belli bir alım gücüne sahip olanlar sınırsız bir şekilde tüketebilmektedirler. Fakat çocuklardan farklı olarak aslında tükettirilen nesnelere hemen hepsi özne açısından bir konum ve prestij aracı olarak toplumsallaşma aracı olarak görülmektedir.²⁶⁷ Bu sebeple özne eriştiği ya da arzu ettiği konuma katkı yapması adına devamlı bir şekilde gösterileni alarak kendisine katkı yapmasını beklemektedir.

Reklamın özneyi bu denli etkileyip statü ve konumuna etki etmesi şüphesiz imgeleri teknik olarak doğru bir şekilde kullanmasından kaynaklanmaktadır. İmge ve reklam ilişkisini ele alan Baudrillard'a göre imge olmayan bir şeyi göstererek, zihinsel çağrışımlar yapan bir araç görevi görmektedir. Yani imge, bir yandan anlam çıkarılacak bir şey iken diğer taraftan anlamları yok etmektedir.²⁶⁸ Bir nevi heves duyulmasını sağlarken diğer taraftan bu hevesi yok eden reklam, imge gibi bir düşsel heveslenme yaşatmadığı için gerçek dünyayla bağlantı kurulmasını sağlamaz. Buna göre reklam düş kırıklığıyla sonuçlanan heveslenmelere yol açmaktadır.²⁶⁹ Bu açıklamalar imgenin bir anlamda özneyi belli duygu durumlarına işaret edip başka anlamı yok ederek ulaştığını ortaya koyar. Oysa reklam düş kırıklığına uğratma gibi işlevi yani imgesel bir işi yapmamaktadır. Dahası da var. Gerçekleşmeyecek olan heveslerin ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Böylece reklamın oluşturduğu bir düzende özne için bu hevesler geçici olarak devamlı bir şekilde yeniden söz konusu olacaktır. Fakat bu heveslerin sonucu hep düş kırıklığı olacağı için özne reklamdan

²⁶⁶ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 213.

²⁶⁷ Adanır, *Fikir Mimarları*, s. 47.

²⁶⁸ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 215.

²⁶⁹ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 215-216.

etkilenip bir tüketiciye dönüşerek tüketimi sağlayacak fakat hevesleri devamlı bir mahrumiyet içerisinde yeniden üretilecektir.

Ödüllendirme ve mahrum bırakmayı toplumla bütünleşmenin vazgeçilmez unsurları olarak gören Baudrillard'a göre her reklam imgesi başka reklam imgelerine göndermede bulunarak, yönlendirilen bir toplumsal anlam-bilim aracılığıyla özneyi yatıştırmaya çalışırken, yönlendirme işini de toplumsal olarak kendisine ait gösterilenle yapmaktadır.²⁷⁰ Reklamda kullanılan imgeler devamlı bir şekilde reklamın devamını sağlayan diğer imgelere gönderme yaparak özneyi yönlendirmekte ve böylece gösterilen olarak reklamı sürekli kılmaktadır. Sürekli kılınan reklam bir toplumsallık iddia ederek şeylere kendisinin belirlediği anlamı atfederek bunu özneye dayatmaktadır. Dolayısıyla tüketim nesnelere biçilen anlamı imgeler aracılığıyla yerine getiren reklam, dayattığı şeyle özneyi ödüllendirip-mahrum bırakmak suretiyle öznenin tüketim toplumuna katılımını sağlamaktadır. Böylece özneyi rahatlatıp daraltarak onun arzularını yerine getirmeye çalışmaktadır. Yani bir nevi kontrol öznedeki imiş havası yaratarak onu yönetmektedir. Zira reklam bir yandan bizi satın almaya iterken, diğer yandan satın almadan vazgeçirmeye çalışarak aslında tüketimin hâkim olduğu bir süreci egemen kılmaktadır.

Baudrillard öznenin arzularını bu şekilde özgürleştirmenin mümkün olmadığını ileri sürmektedir. Buna göre iç daralması veya rahatlama şeklinde olan özgürleşme sadece imgesel bir düzeyde gerçekleşmektedir.²⁷¹ Bir nevi düşsel bir şekilde geçici bir saman alevi gibi imgesel düzeyde olan bu özgürlük, öznenin tüketimi devamlı yapmak durumunda kalacağı bir yapıyı inşa etmektedir. Çünkü böyle bir arzu durumu öznenin her türlü şeyi arzulanacağı bir biçimi de doğurmaktadır. Reklam da öznenin her şeyi arzulanmasını mümkün kılacak bir tüketim düzeni oluşturarak onu daha rahat bir şekilde kontrol altına almaktadır. Nihayetinde geçici süreliğine de olsa öznenin arzularının eseriymiş gibi satın almaya yönelerek özgürleştiğini sanmakla yetinmektedir. İmgenin reklam tarafından nasıl bilinçli şekilde kullanılıp özneyi yönlendirmede kullanıldığı da göz önüne serilmektedir. Zira reklam üretilen imgeyi kullanarak, onun bir gösteren olma işini yadsıyıp, bütün işaretlerin tüketim nesnesi

²⁷⁰ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 217.

²⁷¹ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 217.

olarak kendisinde bittiği süreci inşa etmektedir. Bunun nihayetinde özne imgeler kullanılarak arzuları oluşturulan ve tüketimi sürekli kılınan edilgen bir yapıya benzetilmektedir.

Reklam Baudrillard'a göre özneyi rekabete zorlamakta ancak düşsel bir rekabet aracılığıyla onu tek tip bir düşünme biçiminin sahibi olmaya itmektir. Buna göre bir yandan “bunu alın, çünkü bu küçük bir seçkin azınlığın kullandığı nesnedir” derken, diğer taraftan “herkes alıyor siz de alın” demektir. Bu iki mesaj kesinlikle birbirini ile çelişmemektedir.²⁷² Bir çelişki olarak hem alın hem de sadece belli bir zümreye ait bir azınlık demek reklamın amacı ile çelişen bir durum değildir. Tıpkı eski ve yeniye belirleme gücüne erişen modanın bu durumu kullanması bir çelişki olarak söz konusu olmadığı gibi reklamda da hem küçük bir gruba hitap ediyor gibi görünmesi, fakat herkese hitap etmesi çelişmez. Yani nasıl ki moda vasıtasıyla güncel olanı takip etmek önemliyse, reklamın gösterdiğini herkesin alması bir sorun yaratmamaktadır. Zira özne hem kitlenin aldığı alıp toplumsal görevi yerine getirmekte hem de reklamın ona ürünü kişiselleştirmeyi vaat etmesi sayesinde bireysel olarak kendine özgü algılamaktadır. Böylece reklam bir yandan sanki tek tip özne modeli ortaya çıkarırken, diğer taraftan onların tükettiği nesnenin kişisel ve öznel olması için özneyi cesaretlendirir. Reklamın herkesi birbirine benzetmesi her ne kadar özneyi rahatsız eder gibi görünse de kabul edelim ki özne bu rahatsızlığı, toplumsala karşı ona eklemiş olduğunu göstermek için kullanmaktadır. Bu demektir ki herkesle aynı şeyi alan özne kitleye, “bende sizin parçanızım, tüketim toplumunda tüketerek toplumsalın parçasıyım” mesajını verecektir.

Reklamın toplumsal olanı belirlemesi şüphesiz onunla her yerde karşılaşmamızı mümkün kılmaktadır. Böylece reklam her şeyin içerisine yerleştirilerek tüketiciyi formda tutmaya, onu etkilemeye ve bir an olsun yalnız bırakmamaya çalışır. Toffoletti, kablolu TV de kanal sayısının çoğalması ile birlikte izleyicinin her şeyden haberdar olduğunu ve hiçbir şeyden geri kalmadığını ima etmektedir. Bu geri kalmamayı birçok farklı cihazı birlikte kullanması ya da ekranı bölmek suretiyle yapmaktadır. Programları kaydeden kayıt cihazlarının ortaya çıkışı ile birlikte izleyicinin reklamlardan kaçması veya onu atlamak suretiyle görmezden

²⁷² Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 224.

gelme şansı doğmuştur. Buna göre izleyicinin reklamı atlaması üzerine reklamcılar da neyin reklam, neyin program olduğunu belirleyen sınırları ortadan kaldırarak reklamın trans-estetik bir şekilde programlarda yer almasını sağlamışlardır. Böylece program izlerken aynı zamanda reklam da izlenmektedir.²⁷³ İçerisinde bulunduğumuz tüketim toplumunda reklamın programların içerisine yerleştirmesi ve tüketiciyi etkilemesi bu bağlamda görülebilir.

İzlenen her şeyin içerisinde giyilen kıyafetler, binilen arabalar ve kullanılan materyallerin çoğu bu kapsamda bilinçli bir reklam dayatmasıdır. Bu durum bazen alenen yapılır. Bazen de sevilen bir oyuncunun programda rolü gereği tercihleri imiş gibi kendiliğinden geliştiğini göstererek izleyici üzerinde duygusal anlamlar yüklenerek etkili hale getirilir. Bunun nihayetinde oyuncu ile duygusal bağ kurulmuş olan izleyici farkında olarak veya olmayarak oyuncunun tercih ettiği tüketim nesnesine karşı olumlu duygular besleyerek onlara yönelmektedir. Buradan hareketle bırakınız öznenin irade sahibi olmasını, aslında süreçte nasıl şekil verilen ya da yönlendirilen olduğunu görmekteyiz. Zira içerisinde bulunduğumuz toplumsal koşullar zaten bir irade ve özgür seçimi mümkün kılmamaktadır. Bunu da imgeleri üretip kullanarak, her şeyin tüketim düzenine ayak uydurmasını sağlayarak ve özneye bilinçli olarak göstergesel anlam bombardımanında bulunarak yapmaktadır.

Reklamın bir tüketim nesnesi olarak her yerde var olması beraberinde ürünlerin markalaşmasını da getirmiştir. Reklam-marka ilişkisini ele alarak çalışmamıza devam edelim. Bu şekilde markanın durduğu yeri ve tüketim düzenine etkisini anlaşılır kılabiliriz. Zira Baudrillard, günümüzde tüm ürünlerin kendilerini zorla satın aldirmaya çalıştığını ima etmektedir. Başka bir ifadeyle bir ürüne benzeyen her şeyin bir markası vardır. Buna göre markanın birinci işlevini bir ürüne ait olduğunu göstermek, ikinci görevini ise ürüne duygusal yan anlamların yüklenmesi olarak ifade etmektedir.²⁷⁴ Bu ilişki nesnelere bir marka şemsiyesi altında kendilerini sattirmaya çalışmasını akla getirmektedir. Zira bir markaya sahip olan nesne, kendiliğinden reklam nesnesi ve tüketim nesnesine dönüşmektedir. Çünkü hayatın her alanında etkili olan marka, içerikten bağımsız ve ihtiyaç duyulmaksızın tercih

²⁷³ Toffoletti, *Yeni Bir Bakış Açısıyla Baudrillard*, s. 85.

²⁷⁴ Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 233.

edilen ya da en azından tercih edilmesine olumlu etki eden bir yapıdır. Böylece marka şemsiyesi altına giren ürün, nesne olarak tüketiciye kendisini dayatır. Bir ürüne ait olduğunu gösteren marka tüketici tarafından kabul gören bir anlama kavuşmuş olmaktadır. Bu anlam sayesinde daha çok tüketiciye ulaşan marka bir gösterge olarak ürünün önüne geçmektedir.

Markanın nesneye duygusal yan anlamlar yüklemesi, tüketici için bir alma zorunluluğu doğurmaktadır. Zira duygusal yan anlamlar sayesinde tüketicinin tüketim nesnesine bağlanmasına ve sadık kalmasına yol açmaktadır. Böylece belli duygusal anlamlar barındıran ve tüketiciyi çağıran marka bir konum elde etmektedir. Bu konum sayesinde tüketicisine seslenen marka, ona kendisiyle ilgileniyormuş gibi, değerliymiş ve devamlı alıcısı olarak arzuları yerine geliyormuş gibi hissettirir. Bu şekilde marka hem öznenin dünyasında bir yer edinmekte hem de özneye katkı sunmaktadır. Yani falan markanın üyesi olarak ürünü değil anlamı tüketmesine yardımcı olmaktadır. Zaten marka sayesinde insanlar göstergesel bir anlam tüketimini elde etmektedirler. Nihayetinde bir statü göstergesi olarak edinilen markanın ürünü, özneye katkı yapmakta ve öznenin kendisine sahip olmasını bir övünmeye çevirebilmektedir. Özne, marka tarafından kendisine sunulanı hem kitleden geri kalmamak hem modadan kopmamak hem de toplumsal olandan mahrum olmamak adına sorgusuz sualsiz bir şekilde edinmek için satın almaktadır. Bunun akabinde tüketim nesnesine sahip olan özne, tıpkı sahip olan diğer öznelere gibi kendisini şanslı hissetmekte, ayrıca o azınlığın parçası olduğu için de kendisini mutlu etmektedir. Jogging meselesinde marka olan özel ayakkabıyı giymeyen özne aslında jogging yapıyor sayılmamaktaydı. Yani önce jogging ayakkabısını edinmek ve bunun marka olanını tercih etmek kural olarak dayatılmaktadır.

Çalışmamızın bu kısmında Baudrillard açısından ele aldığımız reklam, kendi kendine gönderme yaparak gösteren ve gösterilen rollerine sahip olmuştur. Aralıksız bir şekilde topluma seslenen reklam, her şekilde kendini özneye dayatarak onu etkileme yollarını arar. Aynı zamanda bu dayatmayı ve tüketim nesnesini özneye çekici kılıp onun arzularını üretip harekete geçirirken bunu toplumsallaşmanın bir basamağı olarak gördürerek özneyi savunmasız bırakır. Özne reklamın bu sürekli çağrısına kayıtsız kalmayarak üretilen arzusunun giderme ve kitleye eklemlenme

adına tüketim nesnesini edinir. Fakat bir ihtiyaca işaret etmeyen bu tüketim nesnesi aslında sadece göstergesel bir anlamdan ibarettir. Yani özne tüketerek aldığı nesnenin sadece anlamını tüketme ile yetinmektedir. Bu göstergesel değer reklam sayesinde, özne açısından statü ile ilişkilendirilerek öznenin bulunduğu konuma göre devamlı tüketim yapmasını beklemektedir. Çünkü öznenin aldığı tüketim nesnesi hem onun statüsünü göstermekte hem de özneye katkı yapan bir şey konumundadır. Böylece özne bu göstergesel değer karşısında kendinden geçip tüketimi beklenen ölçüde yaparak kendini var etme ve doğru yere konumlandırmanın gayretine düşer.

Reklam hem öznenin arzularını üretip harekete geçirmekte hem de iradesinin eseriymiş gibi aldirarak nesnenin özneye katkı yapmasını sağlamaktadır. Her şekilde özneye karşılaştırılan tüketim nesnesinin, bir marka şemsiye altına alınması ile hem bir isme kavuşmaları hem de duygusal anlamlara sahip olmalarının önü açılmış olmaktadır. Böylelikle her şart altında öznenin karşısına çıkartılıp duygusal anlamlar yüklenen tüketim nesnesi, bütün bu göstergesel süreçleri marka adı altında özneye buluşturmaktadır. Özne her durumda kendisini öznelmiş gibi hissettiren markalı tüketim nesnelere hem prestijinden hem de kendine öznelmiş gibi hissettirilen yapısından etkilenmektedir. Bu aralıksız reklam dayatımı, özneyi markanın trendini ve modayı takip etmek durumunda bırakarak devamlı bir şekilde oluşturduğu arzusunu eksik bırakır. Özne de reklam vasıtasıyla sürekli oluşturulan arzuyu giderme adına devamlı tüketerek bunu iradesinin eseriymiş gibi görerek tüketim nesnesinin cazibesinden etkilenerek baştan çıkartılır.

2.4. Kitle: Toplumsalın Sonu

Moda, kitle iletişim araçları ve reklam kısımlarında ele aldığımız pek çok meselenin doğrudan ya da dolaylı bir şekilde kitleyi içerisinde barındırdığını söylememiz icap eder. Zira bu kavramlar şüphesiz birbirinden bağımsız ve ilgisiz kavramlar değildir. Tam tersine birbirini içeren ve tamamlayan bir şekilde söz konusu olmaktadır. Kitle daha evvel işlediğimiz moda ve kitle iletişim araçlarının daha da anlaşılır kılınması adına önemli bir roledir. Başka bir ifadeyle kitle tarafından yön verilen ve aynı zamanda kitleyi oluşturan bu kavramlar onun hem bir parçası hem de tamamlayıcısıdır. Özneyi baştan çıkarmaya iten toplumsal koşulların sonuncusu olarak bu kısımda kitleyi ele alacağız. Böylece kitlenin ne

manaya geldiğini ve içerisinde bulunulan diğer toplumsal koşullar gibi toplumsal ile ilişkisini inceleyeceğiz. Bunun ardından kitlesel olanın neden daha tercih edildiğini ve öznenin kitledeki yerini terör-rehine meselesi üzerinden Baudrillard açısından anlaşılır kılacağız. Bu şekilde bir tahlil ile öznenin, kitle tarafından nasıl hapsedildiğini ve tüketim nesnesi kullanılarak nasıl baştan çıkartıldığını görünür kılmış olacağız.

Kitle iletişim araçlarının içerikten yoksun bir şekilde iletişimin kendisine dönüşmesi ile toplumsal ortadan kaldırılmış, toplumsalın yerine kitlelerin ortaya çıkmasını sağlamıştı. Çünkü kitle iletişim araçları; toplumsalı kuran iletişimi, göstergesel bir hâle getirerek özneyi bir ağa bağlamakta ve devamlı kendini ağa karşı kanıtlamak durumunda bırakmıştı. Baudrillard “toplumsal” adlı kördüğümün her şeyi emen bir süngere dönüşmesiyle kitlelerin etrafında dönen bir olguya dönüştüğünü ima etmektedir. Buna göre kitleler, toplumsala ait her şeyi emerek nötralize etmekte ve kendilerine yapılan çağrılar ile açıklanma gayretlerini birer tepkisizliğe dönüştürmektedirler.²⁷⁵ Bu demektir ki kitle, bir sessiz yığın olarak toplumsal olan her şeyi ortadan kaldırabilmekte ve bunun akabinde kendisini konumlandırabilmektedir. Kitleler, kendilerini açıklama niyetiyle yapılan her çağrıyı ve iletişimi yanıtsız bırakmak suretiyle cevaplandırarak bütün akılcı iletişim şekillerini anlamsız kılarak etkili olmaktadır.

Kitle, hem her şey tarafından mıknaatıslanabilmekte yani yön verilebilmekte hem de kendilerini temsil etmek isteyen ya da kendilerini açıklayıp konumlandırmada kullanan her şeyi emerek nötr hâle getirerek ortadan kaldırmaktadır. İstatistik, referandum ve sondajlar vasıtasıyla fikirleri ortaya çıkarılmaya yani kitlelerin ne düşündükleri çıkarımı yapılmaya çalışılmaktadır. Fakat sondaj, istatistik ve kitle iletişim araçları ile kitlelerin sessizliği giderilmeye çalışılsa da kullanılan bu teknikler simülatif bir sistemin argümanlarıdır.²⁷⁶ Dolayısıyla kitleler yanıtsızlığın, sessizliğin ve temsil edilemezliğin verdiği güçle bütün oyunun kurallarını belirleme kudretine erişmiştir.²⁷⁷ Göndereni olmayan kitle her şeyin

²⁷⁵ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde*, s. 11; Jean Baudrillard, *İlahi Sol*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2015, s. 35.

²⁷⁶ Ufuk Tambaş, “Baudrillard’ı Anlamak”, s. 33.

²⁷⁷ Ufuk Tambaş, “Baudrillard’ı Anlamak”, s. 33.

anlamsız bir hale bürünmesini sağlayarak bir nevi gösterge olana dönüşmesine olanak sağlamaktadır. Kitle, tıpkı moda gibi kendi denetiminde olmayan her şeyi içerikli boşaltarak gösterge olana çevirmekte ve bir mıknaş gibi anlamlı olan her şeyi emerek içerikten yoksun hale getirmektedir.

Kitlenin toplumsalı yok ederek ondan daha etkili olması beraberinde kitlenin açıklanamaz bir olgu olmasını da getirmiştir. Kitlenin bu bilinemezliği, şüphesiz onun bir simülasyon olarak her şeyi etkisi altına alıp daha gerçekçi bir biçimde var olmasıyla eşdeğerdir. Kitlenin bir özne veya özneler grubu yahut nesne olmadığını iddia eden Baudrillard'a göre onu bir özneler grubuna dönüştürmek için girişilen bütün çabalar kitlelerin güdümlenemezliği gerçeğine çarparak kitlenin içerisinde emilmekte ve başka bir şeye dönüşmektedir.²⁷⁸ Böyle bir tasavvurda kitleyi, somut olarak açıklamak yahut onu bir temele oturtma gayeleri bir boşluğa çıkmaktadır. Çünkü kitle kendisini ele geçirip açıklamak isteyen bütün çabaları emerek başka bir şeye dönüştürmek suretiyle kendi bünyesine katmaktadır. Bu ikili hareketi sürekli yapmaktadır. Yani özne veya nesne şeklinde onu modern mantık ile anlamlandırmaya çalışmak beyhude bir çabadır. Kaldı ki böyle bir açıklama durumu, her şeyin trans hâle getirildiği bir tüketim toplumunda mümkün olmayabilir. Çünkü bu translık, her şeyin şeffaf bir şekilde birbirine geçmesini ve birbiri içerisinde var olabildiğini olanaklı kılmaktadır.

Kitlenin bu bilinemezliği ile tüketim toplumunda devamlı bir şekilde üretilen haberler arasında ilişki kurulabilir. Belki de haberin her şeyi anlama boğarak içerikten yoksun olması gibi kitle de her şeyi anlamsız hâle getirerek, anlamsız bir bütün olarak var olmaktadır. Kitle bir taraftan her şeyi anlamsız hale getirirken diğer taraftan sürekli anlam üretir ve bunu değiştirir. Bu nedenle toplumsal olma iddiası ortaya çıkmaktadır. Kitle bu yönüyle her şeyi açıklamaktan uzak hale getirerek, şeylerin anlamını ortadan kaldırarak tüketim düzeninin esas alınacağı ve anlamların her an değişeceği bir toplumsal yaratmaktadır. Deleuze'ün tabiriyle yersiz-yurtsuz hâle getirir. Arkasından ürettiği ya da bahsettiği anlamı tekrar tekrar değiştirir ve bunu sürekli kılar. Bu ikili hareketi sürekli yaparak meseleyi gerçeklikten kurtarır ve sanalı kurar.

²⁷⁸ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde*, s. 33.

Kitlelerin gücünün güncel olan olduğunu öne süren Baudrillard'a göre kitle şu anda burada olan olarak yanı başımızda durmaktadır. Buna göre özneye ait tarihi, kültürü ve anlamı yıkararak onları emmek suretiyle ortadan kaldırmaktadır.²⁷⁹ Bu açıklamalar kitlenin, öznenin oluşturduğu veya anlam bürüdüğü her şeyi anlamsız bir göstergeye dönüştürerek yok ettiğini ve bu şekilde onu güncel olanla yetinecek şekilde yönlendirdiğini ortaya koymaktadır. Zira bir araya getirilen sessiz yığınlar olarak kitleler anlamlı olanı anlamsız hale getirerek etkili olmaktadır. Başka bir ifade ile her şeyi nötralize ederek sessiz yığınlara dönüşen toplum, tarih ve kültür gibi değer biçilen mana atfedileni yıkararak dikkatin tam da şu ana yoğunlaşmasını sağlamaktadır. Böylece anlamlı tarihe sahip olan özne kitlenin parçası olarak onun toplumsallığını kanıtlama adına her an nesne tarafından baştan çıkartılmaya uygun hâlde bulunmaktadır. Çünkü her ne kadar bir tepkisizlik olarak her şeyi emen bir yapıda olsa da toplumsal olduğunu kavratarak varlığını sürdürebilmektedir. Toplumsallığı yıkıp ondan daha etkili yani hiper-gerçek olarak var etmeye çalıştığı simülasyon toplumunda daha çok tükettirerek ve bunu sürekli kılarak yapmaya çalışmaktadır. O açıdan kitle devamlı güncel olan olarak moda, reklam ve kitle iletişim araçları yoluyla günceli üretmeye ve tükettirmeye devam ettirerek özneyi etkilemektedir.

Özneyi yönlendiren kitle toplumsal olarak yeniden inşa edilmiş olmaktadır. Böylece toplumsal olan Klasik dönemin aksine toplumsal bir arada olma veya oluşturulan anlamlı bir bütünlük değil, tüketime odaklı ve güncel olan olarak söz konusudur. Baudrillard toplumun geldiği bu durumu “toplumsalın sonu” olarak ifade etmektedir. Buna göre bütün gönderen sistemlerinin olmayan tarihini ve anlamsızlığın kara kutusu olarak kitlenin, toplumsal unutulduğunda geriye kalan olduğunu ima etmektedir. Burada toplumsaldan kastedilen ise toplumsal yapıyı oluşturan her türlü etmen ile bu etmenler arasındaki süregelen ilişkilerdir. Kitlenin ortaya çıkması ile birlikte tüm bu yapı kod çözümüne uğratılmış olmakta, ilişkiler ise anlamsız hale gelmektedir. Kitle kendisini tam olarak bu anlamsızlığın üzerine inşa etmektedir. Bir yönüyle söylevlerin kökenindeki boşluğun adı kitledir.²⁸⁰ Kitlenin gönderenden yoksun olması hasebiyle boşluk ve anlamsızlıkla eş değer olduğu

²⁷⁹ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde*, s. 11-12.

²⁸⁰ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde*, s. 14.

görülmektedir. Zira özneye iktidar gücü veren ve onu etkili kılan yapıların hemen hepsinin üzerini örten bir çöl anlamsızlığı olarak kitle söz konusudur.

Kitleyi açıklamak için Tanrı örneğini veren Baudrillard'a göre kitleler her zaman Tanrı düşüncesi yerine, onun imgesini yeğlemektedir. Buna göre Tanrı düşüncesi kilise ile gönderen sistemine dönüşerek onun dışına çıkamamaktadır.²⁸¹ Oysa Tanrı imgesi bir olumsuzluk barındırmaktadır. Her yöne çekilen ve her şekle bürünebilen bu söylev türü kitlenin anlamsız yapısında daha çok işe yaramaktadır. Çünkü kitle bu imgeyi emerek kendi bünyesine katabilme kudretine sahiptir. Bir nevi onu anlamdan yoksun bir göstergeye dönüştürerek istediği anlam ve ritüeli yükleyerek tüketim düzeninde var olmasını sağlayabilmektedir.

Kitlenin Tanrı imgesini, Tanrı düşüncesine yeğlemesinin altında onu kendisi için kullanma isteği de söz konusudur. Çünkü kitle Tanrı düşüncesini yadsıyarak özneyi imgelerle büyülemektedir. Baudrillard, kitlelerin yadsıdığı şeyin dinin özneleri dünya işlerinden el-etek çekmeye yönlendirme potansiyeli olduğunu vurgulamaktadır.²⁸² Bu düşünceler tahlil edildiğinde doğal olarak kitlenin özneyi tüketim düzenine alıştırması yanında Tanrı düşüncesinin el-ayak çekmeye itmesi bir çelişkiyi doğurmaktadır. Nitekim kitle, bu düşüncenin hüküm sürmemesi adına bu durumun karşısına bir simülasyon durumu olarak Tanrı imgelerini yerleştirerek Tanrı düşüncesini pasif hâle getirme niyetindedir. Öyleyse Tanrı düşüncesinin özneyi dünyadan uzaklaştıran yapısı, işin özünde kitleyi etkisiz hale getirmektedir. Keza kitle böyle bir durumda işlevsiz kalacaktır. Belki de bu düşüncüyü ileri götürerek kitlenin sonu dememiz mümkün olacaktır. Bu nedenle kitle, özneyi daha çok tüketim nesnesine maruz bırakarak, Tanrı imgelerini bir tüketim nesnesine dönüştürerek bir nevi modalaştırarak kullanışlı hâle getirmektedir. Dahası da var. Kitle aslında Tanrı imgesinin ruhsal yönden kabul edilmesine karşı değildir. Onun yadsımaya çalıştığı, kendi denetiminde olmayan rutin ve ritüellerde tahrifat yaratarak anlamsız hale getirmektedir.

Kitle, Tanrı imgesi yerleştirmek suretiyle toplumsal olma gayesini kurmaktadır. Kitlenin toplumsal olanı yıkarak ya da ondan arta kalan olarak söz

²⁸¹ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde*, s. 14.

²⁸² Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde*, s. 15.

konusu olduğu tüketim düzeninde onun toplumsal ile ilişkisini de ele almakta fayda vardır. Baudrillard bir taraftan kitlelerin toplumsalın aynası olmadığını ve toplumsalı yansıtmaktan aciz olan yapılar olduğu dile getirmektedir.²⁸³ Nitekim kitle tıpkı moda ve reklam yoluyla toplumsal olma amacındadır. Diğer kısımlardan farklı olarak kitle moda ve reklamı bu bağlamda kendi emelleri için kullanabilme gücüne sahiptir. Ne var ki kitlenin toplumsalı yansıtmaktan aciz olduğunu ileri süren Baudrillard diğer taraftan kitlenin toplumsalın kendinden geçmiş hali olarak, toplumsalı tüm içkinliğiyle yansıtan bir ayna olduğunu da ima etmektedir.²⁸⁴ Bu iki düşüncenin Baudrillard'ı okuma şeklinde bir çelişki barındırmadığını rahatlıkla söyleyebiliriz. Bunun sebebi kitlenin toplumsalın kendinden geçme hâli olarak hiper-gerçek olmasıdır, ayrıca kitlenin kendinden geçmesi belki de toplumsala ait her şeyi emerek, yok ederek bir tepkisizlik olarak bulunmasıdır. Kitle bir taraftan toplumun simüle edilmiş hâli olarak onun yansımasıdır. Bu sebeple de gerçekliği yani toplumu yansıtmaktadır. Ama diğer taraftan bir simülasyon olarak kitle, kendi içerisinde bir işleyişe sahip olması hasebiyle ontolojik ayrı bir varlık olarak karşımızda durmaktadır. Kitlenin bu farklılığı onu toplumun bir temsili olmaktan uzak kılmakta ve ona kendi başına bir varlık bahşetmektedir. Bir nevi toplumsal olan, kitlenin içerisinde yok olmaktadır. Nihayetinde özne, oluşan sessiz yığının bir parçası olarak yönlendirilen, kontrol edilen bir bütünün içerisinde yer almaktadır.

Kitlenin, toplumsalı yok ederek etkili olduğu bu bilinemezlik doğal olarak beraberinde öznenin seçim ve tercih durumunun olmadığı bir yapıyı da inşa etmiştir. Zira her şeyi bünyesine katarak, emerek, anlamsızlaştırarak ve yadsıyarak bünyesine alan kitlenin özneyi etkilememesi ya da yönlendirmemesi düşünülemez. Bilâkis her şeyi belirlemek isteyen kitle bir seçim ve tercih hakkı sunmak istemez. Dahası da var. Öznenin tüketim nesnesi kullanılarak baştan çıkartılması bu sürecin devamını sağlamaktadır. Peki, bu durumda özne açısından nasıl bir seçim durumundan bahsedilebilir. Daha da açık bir ifade ile seçimin kendisi nasıl oluşmaktadır. Baudrillard insanların kendilerine ne istediklerinin sorulmasından ve aynı zamanda ne istediklerini bilmekten de hoşlanmadıklarını vurgulamaktadır. Buna göre aslında

²⁸³ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde*, s. 15.

²⁸⁴ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 12.

insanlar isteyip istemediklerinden bile emin değillerdir.²⁸⁵ Böylece özne kendisi ile ilgili karar verip seçim yapmak durumunda kalmaktan kaçınmaktadır. Bu sebeple özne hem kitlenin oluşturduğu koşullar içerisinde bir tercih hakkını kendinde bulamaz hem de bir strateji olarak kendi kararlarının olumsuz sonuçlarına karşı başkasına boyun eğmeyi ya da başkasının kendisine söylemesini arzular.

Ötekinin tercihlerini ve arzularını istemek öznenin kendi kararlarını vermesinden daha kolaydır. Bu yönüyle bir strateji ihtimali akla gelmektedir. Bu düşünceleri günümüzde yaygınlaşmaya başlayan yaşam koçları üzerinden izah edebiliriz. Yaşam koçları aslında uzman kişiler olmamakla beraber, kendilerine böyle bir statü oluşturarak bireyin hayatı üzerindeki kararları almasında etkili olmaktadır. Yani bu danışman bireyin yeme-içme durumundan tutun da gezeceği yerlere, ilişkiyi başlatıp-bitirme aşamalarına, giyeceği kıyafete ve yapacağı spora hatta ilişki kuracağı kişilere varıncaya kadar hayatının her alanında belirleyici olarak onu sorumluluktan kurtarmaktadır. Yaşam koçu bir nevi bireyin alması gereken kararlarda ona yol göstererek belki de onu en iyi seçeneğe yönlendirerek bir tercih karmaşası ya da isteklerinin olumsuz neticelerinden kaynaklanacak sorumluluğu bertaraf etmektedir. Yaşam koçu hadisesi Baudrillard'ın kitle konusundaki düşüncelerini haklı çıkartmaktadır. Çünkü özne de tıpkı bir yaşam koçuna sahipmiş gibi devamlı bir şekilde kitle tarafından yönlendirilmeye ve arzulanmaya ihtiyaç duymaktadır.²⁸⁶ Nitekim özne kitleyi takip ederek aslında kendi yük ve sorumluluklarından kaçmaktadır. Böylece kitle bireyin bu kafa karışıklığını kullanarak tercihleri üzerinde tahakküm kurarak onu seçilene almaya itmektir.

Özne kendi sırtına yüklenen irade ve sorumluluk sarmalından kaçarak kitleye teslim olmaktadır.²⁸⁷ Fakat kitleyi takip etmek sadece kitleye tabii olunarak ya da kendi yerine seçim yapmasına izin vermek suretiyle yapılmamaktadır. Bilakis kitleyi devamlı takip etmeyi ve onun istediği şekilde tüketim düzeninde yer alarak var olduğunu yine kitleye haykırma suretiyle yerine getirmeyi gerektirmektedir. Böylece birey, kitleye var olduğunu anlatmak için yine onun parçası olarak ortaya koyma mecburiyetindedir. Bir nevi dipsiz kuyuya bağırma ile eş değerdir. Yani her ne kadar

²⁸⁵ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 124.

²⁸⁶ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 123.

²⁸⁷ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 124.

sizi duyan olmasa da siz devamlı bağırarak orada olduğunuzu kitleye ifade etmek durumundasınız. Kitlenin parçası haline gelme işini Baudrillard Prenses Diana'nın geçirdiği kaza neticesinde hayatını kaybetmesi üzerinden anlaşılır kılmaktadır. Buna göre Diana'nın ölümü üzerine yapılan yorumların hepsi aslında onun sanal katilleri olma duygusundan doğan kolektif pişmanlığı boşa çıkarma niyetiyle yapılmaktadır.²⁸⁸ Bir yönüyle bu olay kitlenin parçası olan bireyin kendini sorumlu hissederek olayın üzüntüsünün kendisi üzerine yüklediği sorumluluktan kaçış amacıyla komplo şeklinde yorumlar yapmaktadır. Bu bir kaçış olarak öznenin başvurduğu yöntem olarak göze çarpmaktadır. Zira özne kendini duyular dünyasının dışına çıkartarak derin bir pişmanlık içerisine girmektedir. Nitekim böyle bir yöntem kitlenin parçası olarak meydana gelen bir olayda hissedilen suçluluk duygusunu bir şekliyle ahlaki hale getirmektedir. Böylece özne pişmanlık ve üzüntüsünü kurguyla birleştirerek aslında olayı sadece ahlaki hale getirip kendi üzerinden atma gayesindedir.

Kitle sayesinde özne, prenses Diana olayında görüldüğü gibi artık olayın bir parçası haline getirilmektedir. Baudrillard Prenses Diana'nın gösteri toplumunun kurbanı olduğunu ima etmektedir. Buna göre Diana kurban rolü oynarken, kitleler de ölüm röntgencileri rolünü oynamışlardır.²⁸⁹ Bu düşünceleri izah ederken bir yandan da olaya kısaca göz atmamızda fayda görmekteyim. Prenses Diana bir gece yarısı iddiaya göre peşindeki paparazzileri atlatmak isterken tünelde geçirdikleri trafik kazasında arabadakilerle beraber hayatını kaybetmiştir. Olayın akabinde paparazzilerin çektiği resimler kitlenin her bireyine servis edilmiştir. Bu üzücü olay aslında bize öznenin kitle iletişim araçlarıyla nasıl olaya dâhil olduğunu ortaya koymaktadır. Dahası da var. Prenses Diana'nın ölümünde teşhirci olan, röntgenci rolündeki öznelere dir. Zira paparazziler bizatihi her şeyi merak eden, her olaya dâhil olan ve müdahale eden kitle iletişim araçları olarak öznelere işaret etmektedir. Yani öznenin arzusu ile kitle iletişim aracı olarak olaya paparazziler de müdahil olmuştur.²⁹⁰ Ne var ki kitlesel olarak bir gösteriye dönüştürülen Prenses Diana'nın ölümüyle beraber özne, pişmanlığı üzerinden atmak ve kitlenin kolektif ölüm

²⁸⁸ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 139.

²⁸⁹ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 140.

²⁹⁰ Baudrillard, *İmkânsız Takas*, s. 140.

sorumluluğundan kurtulmak amacıyla yorumlar yapmaya başlamış ve komplo teorisinden medet ummuştur. Böylece özne kendini sorumlusu hissettiği olayın etkilerinden kurtulma niyetindedir. Başka bir ifade ile özne kitle iletişim araçları vasıtasıyla işlediği suçtan günah çıkartma eğilimindedir.

Kitlenin özneyi olaya dâhil eden bu tavrı sayesinde özne, olan biten her şeye müdahil olmaktadır. Hatta iletişim araçları sayesinde artık olayların seyrini değiştirmekte veya daha çok görmek istediklerini devam ettirmektedir. İzlediği bir dizinin karakterinin dizideki akıbetinde söz sahibi olabilmektedir. Aynı şekilde rastgele çekilmiş bir videoyu bir anda gündeme sokabilmektedir. Kitlenin bu şekilde özne üzerindeki tahakkümünü Baudrillard terörizm ve sinema idolleri ile benzer görmektedir. Her ne kadar böyle bir benzetme ilgi çekici gelmese bile burada terörizmden kastedilen rehine içeren terör eylemleri olarak anlaşılmalıdır. Buna göre terörizm olaylarında rehinelere müstehcendir. Çünkü bir şeyi temsil etmeyen, teşhir edilmekten başka rolü olmayan hatta yaşayıp yaşamayacağı belli olmayan kişidir.²⁹¹ Rehine bir nevi sigorta görevi görmektedir. Yani eylemi yapanları koruyan ama yaşayıp yaşamayacağı belli olmayan konumdadır. Sanki yaşamı arada kalmış veya askıda bir şekilde devam etmektedir. Buradan hareketle bu durum ile kitle arasında bir ilişki kurulması mümkün kılınabilir mi? sorusu aklımıza takılmaktadır. Zira her ne kadar farklı şekillerde de olsa aslında aynı mantık söz konusu olmaktadır. Kitle de özneyi rehin tutmaktadır.²⁹² Onu teşhir malzemesi haline getirip her şeyi müstehcenleştirerek yani her yerde görünür yaparak özne açısından şeffaf hale getirmektedir.

Özne tek başına tıpkı rehine hadisesinde olduğu gibi bir anlam ifade etmemektedir. Zira özne kitleye kendini kanıtlayarak, onun dediğini yaparak ve kitlesel olanı takip ederek hayatını devam ettirmektedir. Yani özne, kitlenin peşinden giderek kendini var edebilmektedir. Tam tersine bunlardan arınmış bir yaşam şekli yani kitlenin etkili olmadığı bir süreç, beraberinde öznenin kitle tarafından yadsındığı bir biçimi de doğurmaktadır.²⁹³ Çünkü kitle kendi denetiminde olmayan her şeyi anlamsızlaştırarak yok edebilmektedir. Dolayısıyla kitle, kitle iletişim araçlarıyla

²⁹¹ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 56.

²⁹² Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 57.

²⁹³ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 54.

ilgilenmeyenleri toplumsallaşmamış, moda ile ilgilenmeyenleri geri kalmış ilan ederek aslında bir yönüyle onları yok saymaktadır. Terör eyleminde de rehine, tercihleri yok sayılan, kararları söz konusu olmayan ve var olması terörü yapana bağlı bir şekildedir. Bu nedenle kitlenin özneyi içerisine soktuğu hâl ile rehine arasında bir ilişki kurulması pekâlâ mümkündür.

Terörizmin kitle ile benzer olan yapısı şüphesiz bu rehine durumundan ibaret değildir. Her ne kadar işleyeceğimiz bu bölümde kitle iletişim araçları söz konusu olsa da aslında işin nihayetinde bahsi edilen kitledir. Baudrillard, terörizmin bilinçli teşhircilik ve ahlaksızlık yönleriyle de iletişim araçları ile yakın bir bağ kurmaktadır. Buna göre günümüzde iletişim araçları, haberi ahlaksızlaştırmaktadır. Böylece iletişim araçları terörizmin varlık nedeni olarak da yer almaktadır.²⁹⁴ Bu demektir ki kitle iletişim ve terörizm arasında bir ilişki söz konusudur. Bu ilişkiyi incelediğimiz zaman aslında terörizmin tek başına var olmadığını onun kitle iletişim araçlarına bağımlı yani rehinesi olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim terörizmdeki bilinçli teşhircilik aslında iletişim araçları sayesinde ortaya çıkmaktadır. Bir yönüyle aslında yapılan iş topluma bir mesaj taşıdığı için, toplumun ilgilenmesi gereken bir şekli önümüze çıkartmaktadır. Daha açık bir ifade ile kitle iletişimin, terör eylemini görmesi onu büyütüp olay haline getirmektedir.²⁹⁵ Aslında söz konusu edilmediği durumda başarısız olacak olan bu eylem kitle iletişim araçları vasıtasıyla öznelere arasında dolanım sağlayarak amacına ulaşmaktadır. Hatta oluşan ilişki bununla sınırlı değildir. Baudrillard açısından terör kitle iletişimin rehinesi durumundadır. Daha da ileriye götürüldüğü zaman aslında kitle iletişim araçları ve terör, kitle sayesinde var olmaktadır.²⁹⁶ Bu düşünceler şüphesiz şöyle bir manzarayı karşımıza çıkartmaktadır. Kitle oluşturduğu toplumsal yapı içerisinde herkesi birbirine rehine yaparak başarılı olmaktadır. Aynı zamanda herkesin birbiri ile ilişkisini belirleyerek bir gösteri toplumu meydana getirmektedir. Kendisi ise bu çarpık rehine durumunun en tepesinde yer alarak herkesi ve her şeyi etkileyen konumdadır.

²⁹⁴ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 56.

²⁹⁵ Ahmet Dağ, “Jean Baudrillard’da Simülatif Düzene Bir Başkaldırı Eylemi Olarak Terörizm” *Humanitas Dergisi*, Sayı 10, Tekirdağ, 2017, s. 237.

²⁹⁶ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 56.

Kitle, toplumsal ilişkiyi rehine usulü ile birbirine bağlayarak her şeyi belirleme gücüne erişmektedir. Baudrillard kitleyi istediği gibi davranmayan, hiçbir şekilde rastlanmayan ve tedavülden kalkan bir özneye benzetirken onu nesne olarak açıklamanın da mümkün olmadığını vurgulamaktadır. Buna göre rehinenin, kendini rehin alandan nasıl kurtaracağını bilememesi gibi özne de kitleden nasıl kurtulacağını bilememektedir.²⁹⁷ Bu demektir ki kitleyi açıklamaya çalışmak mümkün değildir. Bir rehinenin nasıl kurtulacağını bilememesi gibi özne de kitleden kurtulma konusunda plansızdır. Zira rehinenin hayatı, rehin tutana bağlıdır. Bu da rehine ile teröristin yaşamını birbirine bağlamaktadır. Başka bir ifade ile rehine pazarlık olduğu sürece değerlidir. Bu düşüncemizi daha da ileri götürecek olursak rehine öldüğünde değerli olan bir şey kalmamış demektir. Peki, kitleden kurtulma konusunda stratejisi olmayan özne, nasıl bir çıkış yoluna sahip olabilir.

Baudrillard burada etkin bir güdümlenenden ve edilgin bir varlıktan söz edildiğini dile getirmektedir. Buna göre teknoloji ile beraber güdümlenme örneklerinden birinde, anketlerde ve kamuoyu yoklamalarında fark edilmelidir ki soruyu soran, cevabı verenden daha üstün bir konumda değildir. Çünkü ancak ve ancak soruyu soran cevabı önceden belli olan soruları sormak durumundadır.²⁹⁸ Bu nedenle kitleden kurtulma konusunda güdümlenenin strateji olma ihtimali yoktur. Zira soruyu soran daha özgür bir şekilde soruyu sormamaktadır. Nitekim öznelere güdümlen kitle de soruyu sorandan farksız değildir. Dolayısıyla bizim çıkarımımıza göre kitle ve öznenin birbirinden kurtulma ya da kazanıp kaybetme konusunda birbirine karşı üstünlüğü söz konusu değildir. Çünkü ikisi de birbirini karşılıklı olarak güdümlenmektedir. Bu nedenle ikisi karşılıklı bir kısır döngüyü meydana getirerek, kurtulmanın mümkün olmadığı ya da kurtulmaya ihtiyaç duyulup duyulmadığının belli olmadığı bir biçimde söz konusudur.

Kitle ve terörizm konusunda Baudrillard, kitleyle iletişim kuran tek şeyin terörizm olduğunu ileri sürmektedir. Her ne kadar bu ilişki terörizmin kitleden uzak olan en önemli hadise olmasını barındırsa da yine de ikisi de toplumsalı yadsıyarak etkili olmaktadır. Buna göre kitle hiper-gerçekleşerek her seferinde daha etkin

²⁹⁷ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 57.

²⁹⁸ Baudrillard, *Çaresiz Stratejiler*, s. 57.

olurken, terörizm de her seferinde başka bir olayla daha etkili olmaktadır.²⁹⁹ Bu demektir ki terörizm her ne kadar bir temsilden yoksun olsa da toplumsala olan düşman tavrıyla kitleyle benzeşmektedir. Yani terörizm toplumsala saldırmaktadır. Bunu her seferinde başka bir olay ile yaparak dikkatleri kendisine çekmektedir. Her ne kadar kitle iletişim araçları bu dikkatin çekilmesinde rol oynasa da, kitlenin kendisi de toplumu yok etmeyi hedeflemektedir. Baudrillard, terörizmin herhangi bir şeyi diriltmek ya da harekete geçirmek gibi bir niyeti olmadığını amacının sessiz yığınlara saldırmak olduğunu ima etmektedir. Buna göre kitle öznelere sarmalayan toplumsal her türlü ilişkiye, haber ve caydırma gibi sihirli alanlara saldırarak onları yok etmeyi amaçlamaktadır.³⁰⁰ Bu yönüyle terörizm de kitle gibi toplumsal olanın peşindedir. Her ne kadar ikisi birbiriyle çelişiyormuş gibi görünse de aslında terörü, kitle iletişim araçlarını kullanarak gündeme sokan kitledir.³⁰¹ Kitle kendisinin yaptığı saldırıyı ve yıkım görevini başka mercilere de vererek hem kendini yineleyip geliştirmekte hem de toplumsalın kendisine daha da bağlanmasını sağlamaktadır. Böylece terörizm her ne kadar bir temsilden uzak olup hiper-gerçek hale gelse de, kitlesel olan da bu süreci kendi lehine kullanarak etkinliğini ve özne üzerindeki denetimini arttırmaktadır.

Kitlenin tedavülde olmayan ve nesne olarak açıklanması mümkün olmayan durumu ile terörizm arasındaki ilişkiyi böylece ortaya koyduk. Fakat mesele sadece bununla sınırlı kalmamaktadır. Zira kitleler de baştan çıkartılmaktadır. Yani bir nevi kitle bir şekilde kitleleri de baştan çıkartan olaylara maruz bırakarak büyüleyiciliğini devam ettirmektedir. Kitle bireyi baştan çıkarmak suretiyle birçok şeyi yapmakta ve onu etkilemektedir. Bunun yanında kitleleri de etkileyen onları da baştan çıkartan hadiselerle dikkat çeken Baudrillard'a göre modern zamanda kitleleri starların beyaz ile terörizmin kara ışığı baştan çıkartmaktadır. Buna göre bu iki olayın pek çok ortası olmakla birlikte, ikisi de yanıp sönen ışıklardır.³⁰² Burada söz konusu olan terörizmin bireyi büyülemesi gibi bir şey değildir. Çünkü her ne kadar olumsuz bir hadise olsa da şüphesiz Baudrillard iki mesele arasındaki benzerliğe dikkat çekerek aslında nasıl

²⁹⁹ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*, s. 36.

³⁰⁰ Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*, s. 37; Jean Baudrillard, *Can Çekişen Küresel Güç*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2017, s. 35.

³⁰¹ Baudrillard, *Tam Ekran*, s. 78.

³⁰² Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 118.

ortaya çıkıp kaybolduklarını vurgulamaktadır. Bu ilişkiselliğe göre starlar da tıpkı terörist eylemler gibi yanıp sönmektedir.

Sinema ve televizyon starları bir anlığına parlarken sonra ortadan kaybolurlar. O parladığı sürede kitleyi baştan çıkartarak ve büyüleyerek kendini göstermek suretiyle mest etmektedir. Nitekim Baudrillard aslında büyüleyici olmalarını bu aniden ortaya çıkıp kaybolmalarına bağlamaktadır.³⁰³ Bu demektir ki terörist eylemlerde olduğu gibi aniden ortaya çıkan, toplumu maruz bırakan ve yine aynı şekilde yok olan bir hareket şekli söz konusudur. İkisinin arasındaki ayrım olarak belki starlar toplumu büyülerken, idol olarak söz konusu iken; terör eylemleri toplumu olumsuz yönde etkilemekte ve göründükleri gibi ansızın ortadan kaybolmaktadırlar. Starlar sıcak bir ışık yayarken, terörist soğuk ve korkutucu bir şekliyle var olmaktadır. Diğer bir önemli detay olarak ikisi de aslında yokluklarında var olmaktadır. Yani ortaya çıkıp belirip kaybolduktan sonra birer beyaz ve kara yıldız olarak söz konusudurlar.

Kitleler de bu şekilde büyülenmekte ve baştan çıkartılmaktadırlar. Her ne kadar bir içerikten ve şekilden yoksun olsa da kitle her olaydan kendisine pay çıkarma ve oluşan durumu lehine çevirme konusunda başarılıdır. Belki de bu ilişkinin daha rahat anlaşılması için onun özneyi nasıl etkilediğini daha detaylı bir şekilde ele almamızda fayda vardır. Zira kitle özneyi kendisine katılma ve gösteri toplumunun parçası olması için güdelemektedir. Baudrillard kitlenin parçası haline gelme konusunda New York maratonunu örnek belirtmektedir. Buna göre bu maratona katılan insanların amacı kitleye var olduğu göstermektedir.³⁰⁴ Bu durum öznenin kitleye gönüllü olarak katılarak onun bir parçası olduğunu haykırmasını akla getirmektedir. Zira kimsenin maratonu kazanma gibi bir derdi yoktur. Dahası maraton kazanmaya dair düşüncesi bile yoktur.

Önemli olan parçası olmayınca seni yadsıyan kitleye karşı var olduğunu haykırmaktır. Mesele maratona katılmak ve bitirmektir. Böylece kitleye orada ve onun parçası olduğumuzu kanıtlamış olmaktadır. Her ne kadar kitle dipsiz bir mağara gibi tepkisiz ve cevap veremez olsa da özne üzerine düşeni yaparak kendini kanıtlayarak ona haykırmaktadır. Belki de bu sebeple özneler maraton gibi kitlesel

³⁰³ Baudrillard, *Baştan Çıkarma Üzerine*, s. 118.

³⁰⁴ Baudrillard, *Amerika*, s. 32-33.

eylemlere daha çok katılmaktadır. Başka bir ifade ile orada olduğunu kitle iletişim araçlarıyla kanıtlamak ve o kalabalığın bir parçası olmak bir moda gibi her yıl yayılmakta ve daha çok insan tarafından yerine getirilmesi gereken olay olarak hafızaya kazınmaktadır.³⁰⁵ Tıpkı New York maratonu gibi joggingte de durum aynı şekilde söz konusudur. Bir moda akımı olarak başlayan jogging kendisine has malzemeleri ile herkesin her yerde yapamadığı bir eylemdir. Onu yapmak için edinilen malzemelerle belirlenen yerlerde ve kitlenin özneyi göreceği şekilde yapılmak durumundadır. Bir nevi joggingi yapan özne bunu kitleye eklememek ve onun parçası haline gelmek için yapmaktadır. Başka bir ifade ile bir nevi kitleye var olduğunu ve moda olarak yayılan bu etkinliği, kitleye onu takip ettiğini kanıtlama amacıyla yerine getirmektedir.³⁰⁶

Maratona katılan öznenin kitleye kendini kanıtlaması hadisesinde başka bir husus daha ele alınmalıdır. Bir nevi sayısal çoğunluk arttıkça o işe katılma oranının artması hadisesidir. Zira maratona her yıl daha çok kişi katılmaktadır. Böylece kitleye karşı var olduğunu göstermek isteyen insan sayısı tıpkı bir moda olayı gibi katlanarak artmaktadır. Çünkü maratona katılmayan ya da bu gereği yerine getirmeyen özne, dışlandığı için dikkate değer olarak var olmayacaktır. Baudrillard Amerikalıların istatistiği bir uyarıcı olarak çoğunluğa katılmanın amacı olarak gördüğünü vurgulamaktadır. Buna göre bu toplumsal nicelik nitelikten daha önemli bir hadisedir.³⁰⁷ Bu demektir ki niceliksel olan kendini özneye dayatmaktadır. Daha doğrusu özne çoğunluğun olduğu harekete katılmayı arzulamaktadır. Belki kendini yalnız hissetmemek için, belki de kendisini çoğunlukla var etmeye çalışmaktadır. Ne var ki şöyle bir ihtimal göz önüne alınabilir. Bu ihtimalde Amerikalıların kendilerini bir yere ait hissederek yapay olan yaşam tarzlarını çoğunluk tarafından gerçekmiş gibi algılatma düşüncesidir. Böylece Amerikalı kitleye hangi yönelimi öne sürüyorsa hemen katılmaya istekli olmaktadır. Baudrillard, bu konuda *Nesneler Sistemi* eserinde şöyle söylemektedir:

“Çeşitlilik ikinci planda kalırken en son “modele” sahip olmak büyük bir önem taşımaktadır. Bu olmazsa olmaz bir toplumsal değer biçme kriteridir. ABD’deki nüfusun %90’ı diğer insanların sahip olduklarına sahip olmaktan başka bir şey

³⁰⁵ Baudrillard, *Amerika*, s. 33.

³⁰⁶ Baudrillard, *Kötülüğün Şeffaflığı*, s. 52.

³⁰⁷ Baudrillard, *Amerika*, s. 104.

istememektedirler. Bu insanlar, her yıl kitlesel bir şekilde en iyisi olduğu gerekçesiyle en son modeli seçmektedirler.”³⁰⁸

Bu pasajda kitlenin etkisinin ne denli olduğu duyumsanabilir. Zira dikkat ettiğimizde öznenin bir düşüncesi veya arzusu söz konusu değildir. Önemli olan şey başkasının tercihini veya arzuladığını istemektir. Muhtemelen yüzde doksanlık kısım dışında kalan yüzde onluk kesim sanatçılar, sinemacılar, sporcular, zenginler ve modacılar olarak birer star seviyesine ulaşmış insanlar olması ihtimalidir. Her yıl alışkanlığını diğerlerine göre değiştiren ve neredeyse toplumun çok büyük kısmını oluşturan yığın, sabit bir tüketici sınıfı kendileri oluşturmaktadır. Belki de bu nedenle her yıl telefonlar yenilenmekte ve modanın her hareketi takip edilmektedir. Dikkat edilirse bir arzunun tezahürü olmayan bu süreç yukarıda maraton konusunda Baudrillard’ın düşüncelerini haklı çıkartmaktadır. Yani özne bu şekilde kendisini var etmektedir. Gösteri toplumunda yaşadığını bilerek gereklerini yerine getirmeye çabalamaktadır. Nihayetinde kitlenin meydana getirdiği tek bir tipten oluşan ve sadece tüketen bir sınıf ortaya çıkmaktadır.³⁰⁹ Bunun akabinde şehirlerin canlı olduğu ve uyumadığı, insanların devamlı etkinliklerle boy gösterdiği ve tüketerek kitleye var olduğunu kanıtlayan özneler bütün sürecin özeti konumundadırlar.

Kitleyi ele aldığımız bu kısımda onun toplumsal, kitle iletişim araçları tarafından yok edildiğinde geride kalan olduğunu ortaya koyduk. Toplumsalın ortadan kalkması ile kendisini toplumsaldan daha hiper-gerçek gören kitle her şeyi anlamsız bir göstergeye dönüştürüp arkasından anlam biçmekte ve bunu istediği zaman değiştirmektedir. Böylece sessiz yığınlardan oluşan kitle net olarak açıklanamayan ve toplumsallık iddiasında bulunan olarak tüketim nesnesini özneye karşı kullanmaktadır. Moda, reklam ve kitle iletişim araçlarını kullanarak nesneyi bir tüketim objesine çeviren kitle, öznelerin tüketmesini ve kendi belirlediği göstergesel biçimleri takip etmesini beklemektedir. Böylece kitle, tüketim nesnesini ve diğer toplumsal koşulları aralıksız bir şekilde takip etmeyi özneye zorunlu görmektedir. Zira özne bunları takip ettikçe günceli yakalamaya çalışmakta ve bu koşullar tarafından kendisinde oluşturulan geçici arzuyu kemale erdirme adına sürekli bir şekilde tüketim yaparak halkaya eklemlenmektedir. Öznenin durumu bir nevi terör

³⁰⁸ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 224.

³⁰⁹ Baudrillard, *Nesnel Sistem*, s. 224.

hadisesindeki rehine ile benzerlik göstermektedir. Çünkü ikisi de rehin yani tercihleri söz konusu olmayan bir biçimde dışarıdan geleni beklemektedir. İkisi de kendi iradesinin ve arzusunun eseri olmayan durumu yaşamak durumunda kalmaktadır. Bu nedenle kitlenin tercihlerinin her yerde özneye dayatıldığı bir durumda öznenin irade ve arzularının söz konusu olmadığı, belki de mümkün olmadığı bir biçim kendisini dayatmaktadır. Özne kendi iradesinin sorumluluğundan kaçma adına kitleden geleni daha cazip bularak büyülenmekte ve baştan çıkartılmaktadır.



SONUÇ

Bu çalışmada biz hem Baudrillard açısından imge, arzu, akıl ve istenç gibi zihinsel durumları hem de toplumsal şartları ele aldık. Bu zihinsel durumları ele almakla Baudrillard'ın söylediklerinin arka planında olan şeylerde, toplumsal koşulların etkisini tahlil ettik. Her ikisinin uyumlu olduğunu ortaya koyduk. Zira toplumsal koşulların anlaşılır olması için zihinsel durumların mutlaka görünür olması gerekmektedir. Baudrillard açısından arzu ve irade gibi istem ifade eden zihinsel hallerin tümü öznenen değil, nesneden başlamaktadır. Onun bu düşüncesini ifade eden en etkili kavramlardan biri "baştan çıkarma"dır. Bu kavramın izah edilmesi için Baudrillard'ın imge, arzu, akıl ve istenç gibi durumlarının açık kılınması gerekmektedir. Biz de çalışmamızda bunu yapmaya çalıştık.

Baştan çıkarmanın nesne tarafından yapıldığını gösteren hallerden birisi imgenin günümüzdeki durumudur. Zira istemenin oluşmasını sağlayan ve gerçeğe ait emareler taşıyıp özneyi meraklandıran imge, iki boyutlu bir yapı olarak gösteren rolünde yani gösterilene işaret eden bir durumda iken, tüketim toplumunda geldiği nokta da sadece bir gösterilene dönüşmesi şeklindedir. Yani herhangi bir şeye gönderme yapmayan imge kendisini gerçeğin yerine konumlandırmak suretiyle özne açısından gerçeğe ihtiyaç duymayacağı bir biçimde söz konusudur. Gerçeğe ait ihtiyacı giderecek forma bürünmesini reklam, moda ve kitle iletişim araçları ile sağlamaktadır. Yani bir şeye ait gösteren olma işi bıraktırıılarak, devamlı kendine gönderme yapacağı ve bir gerçeğe ihtiyaç duyulmayacağı biçimde varlığını sürdürmektedir. Aynı zamanda bu ihtiyacı ortadan kaldırıp simülasyon olarak, gerçekten daha etkili olup özneyi baştan çıkartmak suretiyle başarmaktadır. Tüketim toplumunda kullanılan imgeler; özneye, nesneyi cazip kılıcı ve özneyi yönlendirici tarzda kullanılmaktadır. Yani gönderenden yoksun olarak anında üretilmek suretiyle özneye çekici kılınmaktadır.

İmge, öznenin gerçek ihtiyacını ona gerek duyulmadan anında üretip ondan daha etkili olmak suretiyle yerine getirmektedir. Anında üretilen imgeler, doğal olarak öznenin gerçeğe ihtiyaç duymayacağı bir şekli doğurmaktadır. Kaldı ki öznenin ihtiyacı ya da oluşturulan isteme göre imge, anında ihtiyaç duyulan şekilde

üretilek ekranlar ve kitlesel iletişim araçları sayesinde özne ile karşılaştırılmaktadır. Başka bir ifade ile özne, nesne tarafından toplumsal koşullar kullanılarak gösterilen imgelerle arzular hâle gelmekte ve istemektedir. Bunun nihayetinde tüketim toplumundaki rolüne uygun olarak özne, imgelerle kendisinde oluşturulan ve çekici kılınan tüketim nesnesini yani gösterileni almaktadır. Dolayısıyla hem gösteren hem de gösterilen olarak isteme sürecinde etkin olan imgeler, öznenin tüketim nesnesi tarafından yönlendirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Böyle bir isteme sürecinde öznenin etkinliğinden söz etmemiz mümkün değildir. Kabul edelim ki striptiz örneğinde olduğu gibi yapay imgelerle büyülenen özne, edilgen bir şekilde baştan çıkarılmaktadır. Zira striptizde özne etkin olup süreci yürüten değil, edilgen bir biçimde arzuları oluşturulup kontrol edilendir. Özne, yoğun ve etkileyici imgelere maruz bırakılarak arzulanılabilmektedir.

Modern dönemin güçlü bir irade edimiyle özne vurgusu yerine Baudrillard'ın düşüncesinde özne, arzuları nesne tarafından oluşturulandır. Yani edilgendir. Zira arzu duyan bir özne yerine bugüne kadar hep yardımcı rolünde olan ve esamesi okunmayan nesnenin hegemonyası bütün süreci alt-üst etmiştir. Baudrillard'da arzu duyup istekleri söz konusu olan özne yerine, aslında meselenin diğer cephesinden yani nesne tarafından ayartılan bireyler söz konusudur. Böylece ayartma ile birlikte bütün süreç ve isteme, öznenin değil, tersine nesne tarafından belirlenmiş olmaktadır. O açıdan nesne, özneye kendini arzularak yani Baudrillard'ın ifadesiyle özneyi ayartarak oyuna getirmekte ve özneyi arzulanıma sürecinde tuzağına düşürmektedir. Tuzağına düşen özne, nesne tarafından baştan çıkartılmaktadır. Arzusunun yerine gelmesiyle özne her ne kadar içerisinde bulunduğu edilgenliği sorun etmese de, aslında devamlı kendisinde eksiklik üretilerek yani bir nevi arzuları oluşturularak tüketime yönlendirilmektedir.

Toplumsal koşullar tarafından tüketime ve aldırılmaya itilen özne arzu sürecinde etken değil, edilgen bir pozisyondadır. Çünkü arzu kendisinden değil, nesneden başlamaktadır. Böyle bir tasavvurda arzu ve istemenin özne ile ilişkilendirilmesi olsa olsa öznenin kendini değerli hissetme veya rahatlatma isteğinden kaynaklanmaktadır. Zira içerisinde bulunulan koşullarda öznenin böyle bir arzu üretiminde yer alması mümkün değildir. Baudrillard sürecin özne tarafından

anlaşılmasını ve kendi isteği yerine ötekenden gelecek bir arzulanmanın daha teskin edici olmasının yanı sıra yük ve sorumluluktan kurtarıcı olduğunu söylemektedir. Çünkü öznenin karar vereceği bir süreç hem daha zorlu olacak hem de sorumluluğun getirdiği yükten uzak olmayacaktır. Yani dışarıdan gelenin cazibesinden daha büyüklü olmayacaktır. Bu nedenle dışarıdan gelen arzu sembolik de olsa bir değişim getirmektedir. Biz bu olayı bir irade dolaşımı olarak görebiliriz. Çünkü strateji olarak söz konusu olan bu göstergesel değişim öznenin sırtından, karar verip sonuçlarıyla yüzleşme durumunu ortadan kaldırmış olacaktır. Yani bir nevi öznelerin arzu ve isteklerinin sürekli birbirleri arasında dolaşımında olması özneyi, kendi iradesinin eseri olabilecek bir arzudan daha çok rahatlatmaktadır.

Arzunun nesneden başlamasını izah eden diğer bir husus aklın tüketim toplumdaki durumudur. O açıdan mantığın nedensel tarafı yerine, tüketim nesnelere vasıtasıyla üretilen arzuları takip etmek özne açısından daha etkileyicidir. Zira imgelerle bezenmiş nesne, özneye çarpıcı, ani ve geçici de olsa büyülenebileceği bir an yaşatmaktadır. Buna karşı modern dönem mantığı olarak öznenin her şeyi anlama bürümesi ve neden-sonuç ilişkisi içerisinde açıklama çabası şüphesiz onun anlamlandıramadığı bir dünyanın kendisi açısından korkutucu olma ihtimalinden kaynaklanmaktadır. Yani özne rahatlatma isteğinden olsa gerek her şeyi nedensellik temelinde izah edilmeye zorlanmıştır. Fakat modern dönemin nedensellik mantığının aksine Baudrillard bu durumun özneyi etkilemediğini çünkü her gösterene bir gösterilen eklenmesinin yani bir olayın bir nedenle eşleştirilmesinin insanlar için dayanılmaz bir hâl olduğu iddiasındadır. Çünkü özne, nedensellik ile birbirine bağlanmış gösteren-gösterilen ilişkisinden etkilenmemektedir. Tam tersine rastlantı içerisinde oluşabilecek şeylerin peşinden giderek bu nedensellikten kaçma eğilimindedir. Bu nedenle özne, başına gelenin rastlantısal bir şekilde olmasını umarak etkilenmek istemektedir. Yani şanslı olduğunu ya da var olduğunu hissetmek adına olayların gelişi güzel ve rastlantısal bir şekilde kendini bulmasını beklemektedir.

Yazgı meselesinde sonucun nedenden bağımsız bir şekilde önceden var olması ve daha sonra bir nedenle eşleşmesinin özneyi baştan çıkartması gibi özne de akılcı düzenden ve bağıntılardan kaçma adına rastlantısal ve yazgısal olandan medet ummaktadır. Sadece beklentiye de girmemektedir. Olumsuz olarak yaşanıp kendi

etkisinin olabileceği her şeyde rastlantıyı, bir kaçış ve strateji olarak kullanmaktadır. Nesne de bir nevi yazgı ve rastlantı biçiminde kendini öznenin gündemine sokarak var etmektedir. Böylece özne, nedensellik bezenmiş kendi eserinin yani arzu ve isteğinin eseriyle yüzleşmek yerine, dışarıdan gelmesi nedeniyle tüketim nesnesinin arzulanmasına boyun eğerek baştan çıkartılmaktadır. Bunu bir yönüyle yazgı ve rastlantı meselesinde gördüğümüz gibi strateji olarak görebiliriz. Çünkü nesne, öznenin gündemine ansızın ve gelişigüzel girerek onu büyüleyebilmektedir. Fakat diğer yönüyle de aslında nesne, tüketim nesnesine dönüşerek devamlı dayatılmaktadır.

Her ne kadar nesnenin bir rastlantıymış gibi öznenin gündemine girmesi etkili gözükse de tüketim nesnesi, yapay imgelerle büyüleyip arzulararak özনে sorumluluk oluşmasını engelleyerek daha etkili olmaktadır. Dolayısıyla özne kendi arzusunun ve iradesinin eseri ile karşılaşmak yerine reklam ve moda ile kitleden gelen tüketim nesnesi ile yetinmektedir. Böylece öznenin kendi eseri olabilecek bir isteğin zuhur etmesi yerine, dışarıdan gelenden daha fazla büyülediğini söylememiz icap eder. Zira akıl; anlam ve bağıntı üreterek, hayatı düzenli ve neden-sonuç içerisinde göstermek ve özneyi rastlantısallığın eseri olabilecek şeylerin büyülenmesinden uzaklaştırmaktadır. Nihayetinde özne, nedensellikten kurtulma ve kendi iradesinin eseri olarak ortaya çıkan bir eserin olumsuz düşüncesinin kendisini rahatsız etme durumundan kaçma adına dışarıdan gelene yani tüketim nesnesine kapılarını açmaktadır. Böylece nesneden gelen özne açısından mantıksal bir izah gerektirmediğinden daha çekici ve etkileyici olarak baştan çıkartıcıdır.

Öznenin, nedensellik mantığı içerisinde hareket etmemesi ve dışarıdan gelenle kendisinden geçip baştan çıkması şüphesiz onun irade durumunu da sorgulamaya yol açmaktadır. Zira dikkat edildiğinde özne aslında kendi eseri olmayana yani dışarıdan geleni aramaktadır. Böylece dışarıdan ya da ötekiden gelenin sürprizli yapısına kendisini kaptırarak baştan çıkması mümkün olmaktadır. Baudrillard içerisinde bulunulan koşullarda, öznenin kullanabileceği bir irade ediminin mümkün olmadığını vurgulamaktadır. Çünkü aslında hem irade söz konusu değildir hem de özne bir iradeye ihtiyaç duymamaktadır. Kaldı ki etrafındaki koşullar, öznenin etkin olacağı bir sürece izin vermeyerek onu edilgenliğe itmektir. Fakat burada sorunun

kaynağını koşullarda aramak beyhude bir çabadır. Nitekim özne, kendi etkisiyle ortaya çıkabilecek her şeyi başka mercilere devrederek yani ikinci ve üçüncü şeylere iradesini aktararak, kendisi açısından sürecin edilgenliğe evrilmesine yol açmıştır.

Özne, istekleri yerine geldiği sürece irade veya arzu duyma gibi şeyleri sorun etmemektedir. Fakat burada bir ironi vardır. Çünkü yerine gelen istek veya arzular da nesne tarafından toplumsal koşullar kullanılarak öznedeki oluşturulan durumlardır. Bu sebeple öznenin, etkinliği olmayan bir işi, sanki kendisininmiş gibi sahiplenmesi ve iradeye ihtiyaç duymaması onu rahatsız etmemektedir. Onun için artık önemli olan, ekranlardan ve kitleden gelen yönelimleri içselleştirerek kendi iradesinin eseriymiş gibi sahiplenmesidir. Bir nevi etkin olarak yaptığı işi, kitleye ve makineye devrederek, onlardan gelen işlemleri yerine getirmektedir. Jogging hadisesinde yürümeyi ve koşmayı bırakıp, artık yürüyormuş ya da spor yapıyormuş gibi görülen öznenin, etkin olarak irade sahibi olmadığı ayan-beyan ortadadır. Dolayısıyla öznenin iradeye ihtiyaç duymadığı bu koşullarda Baudrillard, irade sahibi bir özne diye dayatmanın anlamsız olduğu düşüncesindedir. Bunun yerine belki bir strateji olarak, kendi iradesinin eserinin, özneye daha katlanılmaz olması nedeniyle başkasından gelenin öznelere arası bir irade sapması ya da sembolik değişimin özne açısından daha rahatlatıcı olduğu savunulabilmektedir. Çünkü özne kendi iradesinden emin olup sonucuna katlanamadığı için, başkasından gelenden hem daha çok etkilenmekte hem de daha çok haz almaktadır. Bu minvalde bakıldığı zaman nesne, bir öteki olarak öznenin yerine onu düşünerek tüketim nesnesini dayatmak suretiyle onu büyülemektedir. Baştan çıkartılan özne yapay da olsa üretilen isteklerinin yerine gelmesinden memnundur. Böyle bir tasavvurda öznenin tercih ve isteklerinin, kendi iradesinin eseri olarak değil, tüketim nesnesi tarafından oluşturulması hayatının her alanına yayılarak kitlesel olandan medet ummaktadır.

Öznenin kendi iradesinin eseri ve nedensellik gerektiren hâllerden kaçması, şüphesiz onun içerisinde bulunan koşullarda daha çok tüketim nesnesine maruz kalarak baştan çıkartılmasını sağlamaktadır. Zira nesne; reklam, moda ve kitle iletişim araçlarını kullanarak öznedeki bir eksikliğin oluşturulmasına aracılık etmektedir. Kitlenin toplumsal araçlarla ürettiği bu eksiklik devamlı bir şekilde arzulamayı oluşturmakta ve özneyi, eksikliği gidermeye itmektedir. Özne de

eksikliği ortadan kaldırma adına devamlı tüketim nesnesinin göstergesel anlamını tüketmekte; fakat eksiklik, öznenin her eyleminde yeniden üretilerek sürekli kılınmaktadır. Bu nedenle toplumsal koşullardan bağımsız bir şekilde var olabilen bir irade ve arzu durumundan söz etmemiz mümkün değildir. Çünkü moda, reklam ve kitle iletişim araçları gibi mevcut koşullar, kitlenin belirlenimlerini özneye dayatarak onun edilgen bir şekilde kendinden geçmesine olanak sağlamaktadır. Moda hadisesinde özne, tüketici olarak devamlı tüketmekle mükelleftir. Bu tüketim sayesinde kendini kitleye karşı var edebilmektedir.

Alyans gibi sembolik değeri yüksek ve evliliğin simgesi olan bir nesne ile evin ailenin mirası olarak başka kuşaklara aktarılmasını kendi denetiminden uzak gören moda, onları modalaştırmak suretiyle bağlamından kopartmakta ve tüketim nesnesi haline getirmeye çalışmaktadır. Dikkat edilirse moda, değiştirilmesi daha zor olan ve değer atfedilen şeyleri bile görmezden gelmemektedir. Çünkü kendisinin anlam vermediği her şey onun için öznenin kendi başına bırakılmasıdır. Bu sebeple moda, denetiminde olmayan nesnelere de değerden yoksun hale getirerek anlamsızlaştırmak suretiyle; sıradan, günlük ve belli bir aralıklarla değiştirilen tüketim nesnesine dönüşmesini hedeflemektedir. Amaç nesnenin, duygusal anlamlardan arındırılarak yeni yüklenecek anlamlarla tüketiciye dayatılmasıdır. Bu saman alevi gibi etkisi olan geçici anlamlar, devamlı bir şekilde yeniden üretilip değiştirilerek öznedeki eksikliği yeniden yaratacaktır. Özne de edilgenlik içerisinde ekran ve iletişim araçlarıyla kendine gösterileni alıp tüketmek suretiyle sürece eklemlenecektir. Kaldı ki bu tüketim bir döngüsellik içerisinde devamlı bir şekilde kendini yeniden üreterek öznenin gündeminde kalmaya ve devamlı onu tüketmeye bağımlı kılmaya devam edecektir.

Özne, moda sayesinde tüketim nesnesine yüklenen ve geçici olan anlamları tüketerek kitlenin içerisinde baştan çıkmaktadır. Öznenin bu edilgenliği şüphesiz kitle tarafından, kitle iletişim araçları kullanılarak sürdürülmektedir. Yani özne, iletişim araçlarıyla oluşturulan eksikliği, takip edeceği modayı ve gidermesi gereken eksikliğini gidermekte, yine aynı şekilde kitle iletişim araçları sayesinde bunları yerine getirdiğini kitleye haykırmaktadır. Özne, modayı takip edip kendini güncel tuttuğu gibi, kitle iletişim araçları vasıtasıyla ağa bağlanarak da kendini var

etmektedir. Zira özne ağa bağlanmadığında ya da kitlesel olarak yapılan iletişimin parçası olmadığında, kitle tarafından görmezden gelinerek yok sayılmaktadır. Bu nedenle özne, kendini var etme uğruna kitlenin bu ağa bağlı olma dayatımını yerine getirmekte ve istasyon görevi gördüğü süreçte kendisine iletilen içerikten yoksun mesajları, tekrar kitleye ve diğer öznelere iletmektedir.

Öznenin bir istasyon olarak her şeyin kendisine uğrayıp yeniden başka istasyonlara tekrar iletiildiği bu süreçte, her şey sanaldır. Bu sanallık hayatın her alanına yansiyarak özneyi yapay olanla yetineceği bir hale sokmaktadır. Baudrillard'ın oyun ve oyuncu olanı gibi, her şey bağlamından koparılarak, yapay olarak üretilene dönüştürülmektedir. Zira oyundaki heyecan, emek, dayanışma ve çaba gitmiş; yerine sadece konsollarla kontrol edilen, gerçek tadı veremeyen ve özneleri birer oyuncula dönüştüren bir biçimde zuhur etmiştir. Fakat oyuncu olarak özne, orada kendinden bekleneni yerine getirmek suretiyle ağa bağlanmaktadır. Oysa oyuncu olanda, oyun esnasında olacak olan duygu durumları söz konusu değildir. Çünkü sanal ve yapaydır.

Sanallığa rağmen oyuncu olan, tüketim nesnesinin imgelerle çekici hâle getirilip aldırılması gibi özneye çekici kılındığından, oyundan daha etkili olabilmektedir. Zira özneyi ayartabilmektedir. Oyunda kendi duygularını ve dayanışmayı yaşayan özne, oyuncu olana kitle tarafından davet edilerek sanal bir olayın parçası haline getirilmektedir. Bir nevi yaşanan ya da oynanılan ve müdahale edilen oyuna ortak edilmektedir. Özne, başını döndüren imgelerin çekiciliği ve sanallıkla beraber, gerçeğe dahi ihtiyaç duymayarak edilgen bir makineye dönüşmektedir. O açıdan özne, ekrandan gelenden etkilenmek suretiyle ağa bağlanarak ona eklenip dâhil olmaktadır. Bu eklenme ister bir oyun ister bir sanal uygulama olsun; öznenin kendini var etmesini, devamlı ağa bağlanmak suretiyle zorunlu kıldığı için özne bu gereği yerine getirmekte ve kendini göstermeye çaba sarf etmektedir.

Özne, ekran karşısında ve ağa bağlı tutularak tüketim nesnesinin etkisiyle baştan çıkartılmaktadır. Daha açık bir ifade ile özne, ekran vasıtasıyla devamlı haberlere ve reklamlara maruz bırakılarak hem her şeyden haberdar olmakta hem de

modayı ve kitlenin belirlenimlerini takip edip almak suretiyle kitleden geri kalmamaktadır. Güncelliğini, kitlenin bu yönelimlerini ve modayı devamlı olarak her şekilde karşısına çıkartan reklamı takip ederek sağlamaktadır. Reklam aracılığıyla yapay imgeler kullanılarak öznedeki arzular oluşturulmaktadır. Öznedeki eksikliği oluşturulan ya da yerine getirilmediğinde özneye mahrum kalacakmış gibi algılatılan tüketim nesnesi, reklam sayesinde gösterilmektedir. Böylece reklam, sadece tanıtım değil; haberlerin, iletişim araçlarının ve hayatın her alanında kendini özneye dayatarak, sanki ona özel eksikliği gideriyormuş havası vermektedir. Bu da reklama, hem herkese hem de teker teker öznelere seslenebilme gücü vermektedir. Oysa karşılaştığı reklam, ürünü değil; ürünün göstergesel değerini tüketiciye göstererek onu almasını ve tüketmesini beklemektedir.

Tüketici olarak da özneye, reklamın oluşturduğu eksikliği kendi arzusunun eseriymiş gibi algılayarak ve aldırılmaya çalışılanı edinerek, anlam yüklemesi yapılan tüketim nesnesinin kendisini baştan çıkartmasını beklemektedir. Bir nevi reklam, bireye tükettiği ölçüde etkilenmeyi ve baştan çıkarmayı vaat etmektedir. Aynı şekilde nesnenin markaya sahip olarak duygusal bir anlam yüklenmesi gibi reklam da nesneyi, özneye cazip kılarak onu aldırılmaktadır. Fakat bu aldırılmaya duygusal manalar da yüklemek koşuluyla öznenin kendini değerli sanmasını ve sanki kendisiyle ilgileniliyormuş gibi hissetmesini sağlamaktadır. Bir nevi reklam masal oluşturmakta ve oluşturulan masala özneyi inandırmaktadır. Özneye, masala inanmasa da üretilen isteklerinin yerine gelmesinden dolayı inanmış gibi yapar. Bu sebeple reklama kimse inanmasa da ondan mahrum kalmak istemez.

Öznenin, reklam sayesinde aldığı nesne her ne kadar reklamdaki nesne olmasa da edindiği ürünün reklamıyla karşılaştığı zaman kendini mutlu hissedebilmektedir. Hatta bununla övünüp böbürlenebilmektedir. İşte reklamın tam olarak hedeflediği de budur. Özneyi bir şekilde mutlu edip diğer taraftan yoksun bırakarak, devamlı bir şekilde eksikliğini hissettiği şeyi gidermeye çalışarak kendini mutlu etmeye çalışmasıdır. Reklam da, kitle iletişim araçlarından ekrana, oradan haberlere kadar her yerde var olarak bilinçli bir şekilde kendini dayatmaktadır. Dahası da var. Bu her yerde olma mantığı, artık televizyondaki her şeye yayılarak neyin reklam neyin başka bir şey olduğunun anlaşılamayacağı bir biçimi karşımıza çıkarmıştır. Özneye de

reklamın bu her şekilde var olup kendini davet eden yapısına aldanarak sürekli bir tüketimin parçası haline gelmektedir. Kitlenin reklam, moda ve kitle iletişim araçları gibi toplumsal koşulları kullanarak oluşturduğu tüketim sistemini takip ederek onun parçası haline gelmektedir.

Toplumsal koşullar vasıtasıyla her yerde dayatılan tüketim nesnesi, öznenin kitlesel olanın peşinden gitmesini sağlayarak kendinden geçirilmesini ve baştan çıkartılmasına yol açmaktadır. Yani özne, bu tüketim düzeninde var olma adına belirlenen şeyleri tüketmekle mükelleftir. Tıpkı jogging hadisesinde öznenin kendi etkinliği yerine kitlesel olanın peşinden gitmesi gibi, hayatın her alanında kitlesel olanın etkisi gözlemlenmektedir. O açıdan joggingte toplumsal koşulların hemen hepsini bir arada görmek mümkün olmaktadır. Özne, marka olan eşofman ve ayakkabıları alarak moda olarak joggingi takip etmekteydi. Belirlenen yerde bu yürüme ile koşma arasındaki işlemi gerçekleştirerek de kitleye karşı sorumluluğunu yerine getirmekteydi. Hatta bu etkinlikte olduğunu ispat etme adına da kitlesel iletişim araçlarından destek alarak, bunu kanıtlama zorunluluğu kitle tarafından hissettirilmektedir. Bu nedenle kitle, öznenin yönelimlerini ve isteklerini üretmede öznenin daha etkin olabilmektedir. Çünkü kitle, arzu ve eksiklik üretmeyi devamlı ve kitlesel bir şekilde yerine getirmektedir.

Özne ise kendi arzusunun ve iradesinin eseri yerine, kitle tarafından geleni yerine getirmektedir. Bunda şüphesiz öznenin hem kendi yükünden yani iradesinin eserinin hem de kitleden gelenin baskın ve zorunluluk içeren yapısının etkisi vardır. Fakat bütün bunlarla beraber öznenin etkin olacağı bir alan kalmamıştır ya da kitle tarafından nüfuz edilmek suretiyle bırakılmamıştır. Zira özne, modern dönemin kendisine yüklediği irade edimi mümkün dahi olsa, bunun karşılık bulup uygulanabileceği bir alanı bulmakta zorlanacaktır. Çünkü kitle her alanda, her biçimde ve her hücrede var olarak böyle bir şeye müsaade etmemektedir. Bu nedenle öznenin içerisinde bulunduğu şartlarda etkinliğinin söz konusu olması mümkün görünmemektedir. Kaldı ki Baudrillard'ın düşünceleriyle nesneyi göz önüne almamız, belki meseleyi daha iyi anlamamızı sağlayabilir. Çünkü mevcut toplumsal koşullardaki nesnenin etkinliği dikkate alındığı zaman, aslında öznenin nesne tarafından nasıl ayartılıp baştan çıkartıldığı daha rahat anlaşılacaktır.

KAYNAKÇA

Adanır, Oğuz; *Baudrillard*, Say Yayınları, İstanbul, 2010.

Adanır, Oğuz; “Teknolojik Gelişmeden Nesne Teknolojisine ya da Toplumsal Gelişme Nasıl Durakladı?”, *Özne Dergisi*, Adana, Bahar 2011, s. 7-22.

Adanır, Oğuz; *Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleyişiler*, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 2014.

Adanır, Oğuz, *Fikir Mimarları*, Say Yayınları, İstanbul, 2016, s. 45-51.

Altun, Fahrettin, *M. McLuhan ve J. Baudrillard'ın Medya Kuramlarının Karşılaştırmalı Çözümlemesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi SBE, İstanbul, 2006.

Baudrillard, Jean; *Bir Parçadan Diğere*, Çev. Yaşar Avunç, İnkılâp Yayınları, İstanbul, 2001.

Baudrillard, Jean; *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2001.

Baudrillard, Jean; *Cool Anılar III-IV(1980-2000)*, Çev. Yaşar Avunç, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2002.

Baudrillard, Jean; “İllüzyon, Yitirilen İllüzyon ve Yitirilen Estetik”, Çev. Oğuz Adanır, *Doğu Batı Dergisi*, Sayı 19, Ankara, 2002, s. 9-25.

Baudrillard, Jean; *Neden Hâlâ Her Şey Yok Olup Gitmedi*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2002.

Baudrillard, Jean; *Tam Ekran*, Çev. Bahadır Gülmez, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2004.

Baudrillard, Jean; *Anahtar Sözcükler*, Çev. Oğuz Adanır ve Leyla Yıldırım, Paragraf Yayınları, Ankara, 2005.

Baudrillard, Jean; *Cool Anılar V(2000-2004)*, Çev. Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2006.

- Baudrillard, Jean; *Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri*, Çev. Oğuz Adanır ve Ali Bilgin, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2009.
- Baudrillard, Jean; *Çaresiz Stratejiler*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2010.
- Baudrillard, Jean; *İmkânsız Takas*, Çev. Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2012.
- Baudrillard, Jean; *Karnaval ve Yamyam*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2012.
- Baudrillard, Jean; *Kusursuz Cinayet*, Çev. Necmettin Sevil, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2012.
- Baudrillard, Jean; *Amerika*, Çev. Yaşar Avunç, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2013.
- Baudrillard, Jean; *Üretimin Aynası*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2013.
- Baudrillard, Jean; *Baştan Çıkarma Üzerine*, Çev. Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2014.
- Baudrillard, Jean; *Cool Anılar I-II(1980-1990)*, Çev. Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2014.
- Baudrillard, Jean; *Nesneler Sistemi*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2014.
- Baudrillard, Jean; *İlahi Sol*, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2015.
- Baudrillard, Jean; *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2015.
- Baudrillard, Jean; *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2015.
- Baudrillard, Jean; *Kötülüğün Şeffaflığı*, Çev. Işık Ergüden, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2016.

- Baudrillard, Jean; *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2016.
- Baudrillard, Jean; *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2016.
- Baudrillard, Jean; *Can Çekişen Küresel Güç*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2017.
- Baudrillard, Jean; *Foucault'u Unutmak*, Çev. Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2017.
- Baudrillard, Jean; *Sanat Komplosu*, Çev. Elçin Gen ve Işık Ergüden, İletişim Yayınları, İstanbul, 2018.
- Bircan, Ufuk; "Kierkegaard'dan Baudrillard'a Baştan Çıkarma", *Karadeniz Dergisi*, Sayı 29, 2009, s. 60-82.
- Bourdieu, Pierre ve Wacquant, Loic; *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, Çev. Nazlı Ökten, İletişim Yayınları, İstanbul, 2014.
- Bourdieu, Pierre; *Eril Tahakküm*, Çev. Bediz Yılmaz, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2015.
- Buchanan, Ian; *Deleuze ve Guattari'nin Anti-Ödipus'u Okuyucu Rehberi*, Çev. Fahrettin Ege ve Hakan Erdoğan, Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara, 2014.
- Cengiz, Ayşe; "Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı ve Küresel(Evrensel) İnsanın Çıkmazları", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 21, İstanbul, 2005, s. 117-125.
- Cengiz, Yunus; "Yazı ve Bilinçdışı: Arzuya Olumsuzluk Katma", *Deleuze'de Arzu Üretimi*, Ed. İbrahim Yücedağ, Çizgi Yayınevi, Konya, 2019.
- Brooker, Charlie(Yazar) ve Owen Harris(Yönetmen), (2013), *Black Mirror*(Televizyon Dizisi), İngiltere: Netflix.
- Colebrook, Claire; *Giles Deleuze*, Çev. Cem Soydemir, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2013.

- Dağ, Ahmet, *Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kavramını Temellendirme Çalışmaları*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul, 2009.
- Dağ, Ahmet; "Jean Baudrillard'da Simülatif Düzene Bir Başkaldırı Eylemi Olarak Terörizm", *Humanitas Dergisi*, Sayı 10, Tekirdağ, 2017, s. 229-245.
- Deleuze, Gilles ve Guattari, Félix; *Anti-Ödipus Kapitalizm ve Şizofreni 1*, Çev. Fahrettin Ege, Hakan Erdoğan ve Mustafa Yiğitalp, Bilim ve Sosyalizm Yayınları, Ankara, 2014.
- Derrida, Jacques, *Khôra*, Çev. Didem Eryar, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2008.
- Descartes, René; *Yöntem Üzerine Konuşmalar*, Çev. Afşar Timuçin, Bulut Yayınları, İstanbul, 2006.
- Descartes, René; *Meditasyonlar*, Çev. İsmet Birkan, Bilgesu Yayınları, Ankara, 2007.
- Gane, Mike; *Jean Baudrillard; Radikal Belirsizlik*, Çev. Ali Utku ve Serhat Toker, De Ki Basım Yayınları, Ankara, 2008.
- Güzel, Mehmet, *Post Modern Dönemde Epistemolojik Hakikat Örneği: Baudrillard Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi SBE, Bursa, 2014.
- Horrocks, Christopher; *Baudrillard ve Milenyum*, Çev. Kaan H. Ökten, Everest Yayınları, İstanbul, 2000.
- Kartal, Hasan Basri, *Jean Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Çağdaş Mimarlık Örneklerinin İncelenmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi FBE, İstanbul, 2013.
- Kierkegaard, Søren; *Baştan Çıkarıcının Günlüğü*, Çev. Süha Sertabiboğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2010.
- Küçük, Alkan, *Platon ve Baudrillard'da Gerçeklik Sorununun Medya Bağlamında Değerlendirilmesi (Truman Show Filmi Örneği)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi SBE, Erzurum, 2010.

- Taslaman, Caner ve Okuyan, Hümeýra;“Jean Baudrillard’ın Simülasyon Kuramında Ayartma Kavramı”, *Uluslararası Din&Felsefe Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, İstanbul, Haziran 2018, s. 29-45.
- Toffoletti, Kim; *Yeni Bir Bakışla Baudrillard*, Çev. Yetkin Başak, Kolektif Kitap, İstanbul, 2014.
- Sartre, Jean-Paul; *Varoluşçuluk*, Çev. Asım Bezirci, Say Yayınları, İstanbul, 2017.
- Spielberg, Steven (Yön.), *Azınlık Raporu (Minority Report)*, 20th Fox Century (Yap.), Abd, 2002.
- Uslu, İrem, *Mimari İmgenin Eleştirisi Üzerine: Jean Nouvel aracılığıyla Jean Baudrillard’ı okumak*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Orta Doğu Teknik Üniversitesi FBE, Ankara, 2011.
- Yumrukuz, Özlem, *Jean Baudrillard’ın Simulasyon Kuramı Çerçevesinde Türkiye’de Medya İncelemesi(2010-2012)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi SBE, İstanbul, 2015.
- Yuvayapan, Emel; “Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm”, *Özne Dergisi*, Adana, Bahar 2011, s. 47-55.
- Zıraman, Zehra; “Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm”, *Özne Dergisi*, Adana, Bahar 2011, s. 55-64.

ÖZGEÇMİŞ

Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği bölümünden 2009'da mezun oldum. 2011 yılında Milli Eğitim Bakanlığı'nda başladığım sınıf öğretmeni görevine devam etmekteyim. 2017 yılında Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programına kayıt oldum.



T.C.
MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İNTİHAL RAPORU

Tez Başlığı: Nesnenin Özneyi “Baştan Çıkarma” Halleri:

Baudrillard Açısından Bir İnceleme

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın kapak sayfası, giriş, ana bölümler ve sonuç kısımlarında oluşan toplam sayfalık kısmına ilişkin 22/07/2019 tarihinde tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orjinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı alıntılar dahil % 3'dir.

Uygulanan Filtrelemeler:

Kaynakça hariç

Alıntılar dahil

5 Kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç açıklamalar

Açıklamalar

Mardin Artuklu Üniversitesi “Turnitin” adlı intihal tespit programı sonucunda; azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Adı Soyadı: İdris KILIÇ

Öğrenci No: 17755004

Programı: Felsefe

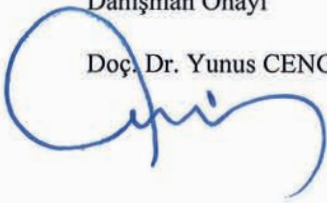
Statüsü: Tezli Yüksek Lisans


Tarih ve İmza

22/07/2019

Danışman Onayı

Doç. Dr. Yunus CENGİZ



A.B.D. Başkanı Onayı

Dr. Öğr. Üyesi Kamuran GÖKDAĞ

