

**T.C**  
**MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**BİR GERÇEKLİK ÜRETİM MEKÂNI OLARAK**  
**SOSYAL MEDYA:BAUDRİLLARD OKUMASI**

**Adle GÜNDÜZ**

**Tez Danışmanı**  
**Prof. Dr. Zülküf KARA**

**MARDİN 2019**

T.C.  
MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün SOSYOLOJİ Anabilim Dalı 15761015 numaralı öğrencisi Adle Gündüz'ün hazırladığı “**Bir Gerçeklik Üretim Mekanı Olarak Sosyal Medya: Baudrillard Okuması**” başlıklı Tezli Yüksek Lisans tezi ile ilgili Tez Savunma Sınavı, Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 13/05/2019 Pazartesi günü saat 14:00’da yapılmış, tezin onayına oybirliğiyle karar verilmiştir.

**Danışman**

Prof. Dr. Zülküf Kara

**Üye**

Doç. Dr. Tahir Pekasil

**Üye**

Dr. Öğr.Üyesi Devrim Ertürk

ONAY:

Bu tezin kabulü, Enstitü Yönetim Kurulu'nun ...../...../20.. tarih ve ...../..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

...../...../20..

Enstitü Müdürü

.....

## İçindekiler

<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>iv</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KONU</b> .....	<b>1</b>
AMAÇ.....	2
ÖNEM.....	2
PROBLEM.....	2
YÖNTEM.....	4
KAPSAM VE SINIRLILIK.....	4
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>5</b>
SOSYAL BİR GERÇEKLİK OLARAK SOSYAL MEDYA.....	5
ÜRETİLEN GERÇEKLİK NE?.....	6
BİR GERÇEKLİK ÜRETİM MEKÂNI OLARAK DİJİTAL DÜNYA.....	15
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>23</b>
TOPLUMSALIN SONU YA DA HİPERGERÇEKLİK EŞİĞİNDE.....	23
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM</b> .....	<b>38</b>
BİR TOPLUMSALLAŞMA TÜRÜ OLARAK SOSYAL MEDYADA HİPERGERÇEKLİK.....	38
<b>SONUÇ</b> .....	<b>71</b>

<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>74</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>78</b>

## ÖNSÖZ

Sosyal medyada üretilen gerçekliği anlamaya çalışırken Jean Baudrillard'ın kavramlarından hareketle konu tartışmaya açılmıştır. Bilimsel çalışmalar aslında kendimizi ve dünyayı anlamlandırma çabasıdır. Bu bağlamda sosyal medyanın hayatımıza temas eden bir özelliğinin olması konuya karşı ilgiyi artırmış ve bu durum tez yazım sürecinde motivasyonu artırmıştır.

Tez yazım sürecinde beni yönlendiren yaşadığım sıkıntılarda yanımda olan bilgi birikimi ve tecrübelerini esirgemeyen değerli danışmanım Prof. Dr. Zülküf Kara'ya teşekkürü borç bilirim.

Eğitim hayatım boyunca beni her zaman destekleyen eğitime önem veren ailem olmasaydı bu tez oluşmazdı. Ailevi sorumluluklarımı devrettiğim ablam Türkan'a, rahat çalışmam için bana evini açan abim Habib'e sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Bütün hayatını çocuklarına adayan emektar babama, varlığını her zaman yüreğimde hissedeceğim sonsuz sevgi ve özlem duyduğum anneme bu tezi adıyorum.

## ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Sosyal Medyada Gerçeklik Üretimi: Baudrillard Okuması

Adle Gündüz

Mardin Artuklu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Anabilim Dalı

2019:81 sayfa

Bu çalışmada internetle beraber hayatımıza giren sosyal medyada üretilen gerçekliğin ne olduğu Jean Baudrillard'ın kavram repertuarıyla analiz edilmiştir. İnternete ulaşmanın süreç içerisinde daha kolay bir hale geldiği enformasyon toplumunda internetle geçirilen zaman ve internet kullanan bireylerin profili çeşitlenip artmaktadır. İnternetin gelişimiyle hayatımıza temas eden sosyal medyayla oluşan toplumsal değişim sosyolojik bakışın alanına girmiş bulunmaktadır. Bugünün toplumunda yaşanan bu toplumsal değişimi anlamak için çağdaş sosyolog olan Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramından faydalanılmıştır. Sosyal bir gerçeklik olarak sosyal medya analizinde modern dönemlerle birlikte oluşan toplumsal değişimlerin ürettiği gerçekliğin ne olduğu birinci bölümde incelenmiştir. Gerçekliliğin varlığına dair izlerin olup olmadığı tartışmaya açılmıştır. Bir gerçeklik üretim mekânı olarak dijital dünyanın bize neler anlattığını, ne zamandan beri dijital dünyanın içerisinde olduğumuz analiz edilmiştir. Gerçeklik ilkesinin yok olmasıyla gerçekliğe dair artık ibarelerin olmamasının yarattığı durum olan kaybolan toplumsallığı anlatan ikinci bölümde toplumsallığın nasıl yok olduğu anlaşılır kılınmaya çalışılmıştır. Sosyal medyada kaybolan gerçeklik ve toplumsallığın yarattığı etki tespit edilmiştir. “Bir toplumsallaşma türü olarak sosyal medyada hipergerçeklik” olarak tartışmaya açtığımız üçüncü bölümde sosyal medyada oluşan hipergerçekliğin ne olduğu bunun sosyolojik olarak bizlere ne ifade ettiği incelenmiştir.

**Anahtar kelimler:** Sosyal Medya, Gerçeklik, Hipergerçeklik, Simülasyon, Baudrillard

## **ABSTRACT**

Master Thesis

Reality Production in Social Media: Reading Baudrillard

Adele Gündüz

Mardin Artuklu University

Social Sciences Institute

Department of Anthropology in Sociology

2019: 81 pages

In this study, the reality produced in social media that comes into our lives with the internet is analyzed with Jean Baudrillard's concept repertoire. In the information society where access to the Internet has become easier in the process, the time spent with the internet and the profile of individuals using the internet are increasing and increasing. With the development of the Internet, the social change that comes into contact with our lives has come into the field of sociological perspective. In order to understand this social change in today's society, the simulation theory of Jean Baudrillard, a contemporary sociologist, was used. In the social media analysis as a social reality, what is the reality produced by the social changes occurring with the modern periods is examined in the first chapter. Whether there are signs of the existence of reality is open to debate. It has been analyzed what the digital world tells us as a reality production space and how long we have been in the digital world. In the second part of the disappearance of the principle of reality, the disappearance of sociality which is created by the absence of expressions about reality is tried to be understood in the second part. The effect of lost reality and sociality on social media has been determined. In the third section, which we have discussed as erg hyperreality in social media as a kind of socialization ne, what is the hyperrealism in social media is examined and what it means to us sociologically.

**Key words:** Social Media, Reality, Hyprreality, Simulation, Baudrillard

## KONU

Toplumsal tarihin hemen her döneminde sosyolojik şartların toplumsal teorileri etkilediği görülmektedir. Bu tarih içerisinde belki de en önemli değişim ivmesi 1980'li yıllarda internetin gelişimi ile birlikte gündeme gelmiştir. Söz konusu gündeme sosyolojik ilgi, yeni toplumsal dünyayı anlamlandırma üzerinden yürürken aynı zamanda bu dünyanın dijital yüzeyini de analiz etmek yine aynı disiplinin görevi haline gelmiştir. İnternetin gelişimi sosyal medya ve sosyal medyanın ürettiği yeni kamusal alanı doğururken sosyal medyanın yeni kamusal alanda ürettiği gerçekliklerin akademinin alanına girmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu yeni tür gerçeklik yaşamın bütün katmanlarını etkilerken sosyal bilimcilerin entelektüel gayretlerinin yönünü de bir açıdan belirlemiş oluyordu.

Sosyal bilimlerde önemli olan beceri sıradan, alışılmış, önemsenmeyen bir konuyu kesin ve ampirik nesnelere aracılığıyla teorik çerçevesi yüksek olan olguları ele almaktır (Bourdieu, 2016: 224). Uyanır uyanmaz elimize aldığımız akıllı telefon bizler fark etmeksizin bütün gündelik rutinimizi etkilemeye başlamış durumdadır. Telefon vücudumuzun, elimizin bir uzantısı haline gelmiş bulunmaktadır. Modern insanın olmazsa olmaz ihtiyacı olan internetin, gerçekten ihtiyaç olup olmadığını geçmiş dönemlerde olmayan internetin yoksunluğunu hissetmeyen insanlardan aslında internetin üretilen bir ihtiyaç olduğunu görebiliriz. Kapitalist modern dünyada bir şey üretilir ve modern insanlar onu ihtiyaç olarak benimsemeye başlar.

Sosyal medyada gerçeklik üretimi başlıklı yürüttüğümüz çalışmamızda gerçekliğin gündelik hayat içerisindeki klasik kalıplarının dışında yeni bir dijital yüzey edindiği ve bu yüzey etrafında yeni toplumsallıkların oluştuğu konu edinilmiştir. Sosyolojik bir olgu olarak sosyal medyanın ne olduğu ve dijital uzamda neye tekabül ettiğini anlamaya çalışırken gerçeklik üretimi bağlamında sosyal medyanın ne olduğunu ayrıca ele aldık. Bütün bu bağlamı seçtiğimiz örneklem olan sosyal medyada gerçeklik üretimi üzerinden anlamaya çalıştık.

## **AMAÇ**

Sosyal bilimleri toplumu incelemeyen önce de toplum doğallığında vardı. Sosyal bilimlerle birlikte toplum bir süre sonra “the toplum” olmaya başladı. Bu bağlamda internet ve onun getirisi sosyal medyada sadece teknik ve teknolojik yeni verilerin ötesinde toplumsal dünyayı anlamak için yeni medya çalışmalarının konusu oldu. Toplumsal gelişmeler toplumsal teorileri etkilediği için internet ve sosyal medyanın gelişimi de bu konuda teorilere de kapı araladı. Yeni bir toplumsal metin olan sosyal medyayı Jean Baudrillard’ın gerçeklik ilkesi kavramıyla ilişkilendirerek yazma amaçlanmıştır. Bu çalışmada amaç, sosyal medyada gerçeklik üretimi bağlamında bir gerçeklik üretim yüzeyi olarak sosyal medyayı anlamaya çalışmaktır.

## **ÖNEM**

İnternete erişimin gittikçe daha kolaylaştığı enformasyon çağında internette geçirilen zaman ve interneti kullanan kişi sayısı artmaktadır. Toplum, yeni bir kamusal alana doğru evrilmektedir. Bu çalışma bu yeni kamusal alanda üretilen gerçekliğin ne olduğunu anlamaya çalışması anlamında önemlidir. “Gündelik hayat içerisinde önceden inşa edilenin ve alışkanlığın getirdiği kabullenme içerisinde toplumsal dünya ile ilgili fikir sunmak oldukça zor ve tehlikelidir. Bakışın dönüşümü kopuşla olur. Yeni bir insan değilse de yeni bir bakış, yeni sosyolojik bir göz yaratmak gerekir” (Bourdieu, 2016: 258). Modern hayatta her gün karşı karşıya kaldığımız sosyal medyaya “yeni bir bakış” ve “sosyolojik bir göz yaratmak” toplumsal dünyayı anlamak açısından gereklidir.

Bu çalışma Dijital Sosyoloji alanına dayanarak sosyal medyayı açıklarken Jean Baudrillard’ın simülasyon kuramının önemli kavramlardan olan gerçeklik ile ilişkisini açıklıyor olması açısından önemlidir.

## **PROBLEM**

Sosyal bilimlerde bir çalışma problemin oluşturulmasıyla başlar. Bu konuda Balcı (2015: 6)doğal ya da toplumsal dünyayı açıklamakta sıkıntı yaşadığımız zamanda araştırma probleminin o zaman ortaya çıkaracağını dile getirir. Bu bağlamda araştırma problemi bilim insanların bir olguyu merak etmesiyle de ortaya çıktığı söylenebilir.

Modern hayatta, sosyal medyanın türevlerini etrafımızda sürekli görürüz. Sosyal medyanın günlük yaşamımıza dokunan bir özelliği vardır.

Otobüste elindeki akıllı telefonun ana sayfasındaki paylaşımları kaydıran insanlardan, yemek yemeden önce mutlaka fotosunu çekme çabası içinde olan bireylere kadar her zaman karşılaştığımız bir durumdur. Gün içerisinde karşılaşılan bu durumu eleştiren birçok kişi vardır. Kendi dijital kimliği dışında kullananları eleştiren bireyler yeni toplumsal alanı ve dijital kültürü de anlamaya çalışmakta ve eleştirmektedir. İdeolojik paylaşım için sosyal medya kullananlar selfi çeken gençleri eleştirmekte, selfi çekenler de bebeğinin fotoğraflarını sürekli paylaşan anneyi eleştirmektedir. Sosyal medyayı eleştirenler de bu yeni kamusal alanda özne olabilmek için sosyal medyayı kullanmaya devam etmektedir. Gerçek toplumsallıkla simülasyon toplumu arasındaki çizgi gittikçe daha silik bir hal almaya başlamıştır. Baudrillard'ın tanımıyla artık bir simülasyon evreninde olduğumuzu daha çok hissetmekteyiz. Bu yeni toplumsal alanı Baudrillard'ın "Gerçeklik ilkesi" kavramı ile anlaşılır kılmaya çalışılmıştır.

İnternetle birlikte sosyal medya önemli bir mecra haline geldi. Sosyal medyanın bize yeni toplumsal ağ ilişkilerini göstermesi, yeni bir dijital kültürün oluşmasına zemin hazırladı. Yeni bir toplumsal alan olarak sosyal medyada üretilen gerçeklik ve simülasyon vardır. Bu çalışmada, sosyal medya da üretilen gerçekliğin ne olduğu incelenmiştir. Bu bağlamda aşağıdaki soruların cevabı araştırma problemimizin genel çerçevesini verecektir.

- 1) Sosyolojik bir olgu olarak sosyal medya nedir?
- 2) Bir gerçeklik üretim mekânı olarak dijital yüzey ne anlama gelmektedir?
- 3) Sosyal medyada üretilen gerçeklik nasıl inşa edilmektedir?
- 4) Gerçekliğin üretim yüzeyi olarak sosyal medya sosyolojik olarak ne ifade etmektedir?
- 5) Sosyal medyada hipergerçeklik üretimi söz konusu mudur?

## YÖNTEM

Bilimsel araştırmaların genellenebilir, geçerli ve tutarlı bir yöntemi olmak zorundadır. Bourdieu (2016) bu konuda öğrencilerine benimsetmeye çalıştığı alışkanlıklardan biride akademik çalışmalara rasyonel bir girişim olarak görmeleri gerektiği ve bu girişimi ruhani bir arayıştan ayrı tutmalarıdır. Akademik çalışmalara bu kadar anlam biçilmesi bireylerin kendine güven kazanmasına yol açar. Ancak araştırmaya karşı korku ve kaygıyı da artırmaktadır. Dijitalleşme süreci içerisinde gündelik yaşamın dönüşmesi ile birlikte sosyolojik kavram ve araştırma yönteminin de değiştiği gözlemlenmektedir. *“Dijital sosyolojik yöntemler söz konusu olduğunda klasik yöntemsel ayrımlar yine kendini göstermektedir. Bu bağlamda hem nicel hem nitel dijital yöntemlerden söz etmek mümkündür. Örneğin web tabanlı taramalar, online mülakatlar ve odak gruplar ve etnografik yöntemler”* açığa çıkmaktadır (Atalay, 2017: 93). Araştırma konumuzu göz önüne aldığımızda odak gurup ya da mülakat tarzı görüşmelerden ziyade bizzat dijital yüzeyi gündelik gerçekliği üretmede bir sosyalleşme biçimi olarak ele almamızın daha uygun olacağını düşünmekteyiz. Böylece gündelik hayat sosyolojisi içerisinde üretilen gerçekliğin kazandığı dijital yüzeyi sosyolojik bir okumaya tabi tutmak daha rahat olacaktır. Dolayısıyla yeni sosyallik biçimlerini anlama konusunda klasik nitel yaklaşımın *anlama* perspektifi kullanılırken sanal alanda üretilen “hiper gerçekliği” okuma konusunda da dijital etnografyanın henüz oluşan teorik çerçevesi ile Baudrillard’ın kavram repertuarı kullanılmaya çalışacaktır.

## KAPSAM VE SINIRLILIK

Bir araştırma toplumsal bir olguyu bütün yönleriyle ele alıp araştıramayacağından belirli bir sürede, belirli kaynaklarla araştırmanın sonuçlandırmak için araştırma sınırlandırılmalıdır. Teorik çerçevesini Baudrillard’ın kavramlarıyla belirlediğimiz çalışma, sosyal medya üzerinden üretilen gerçeklik tartışmasına odaklanmayı öngörmektedir. Sosyolojik bir olgu olarak gerçeklik üretiminin sosyal medyaya eksenli simülasyon, sanal gerçeklik, hiper gerçeklik temel kavramları gözetilerek tartışmaya açılacaktır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **SOSYAL BİR GERÇEKLİK OLARAK SOSYAL MEDYA**

## ÜRETİLEN GERÇEKLİK NE?

Modernleşme, küreselleşme ve bununla birlikte gelişen kitle iletişim araçları kendi doğal yaşam alanımızın dışındaki gerçekliği de deneyimleme ve öğrenmeyi bahsetti. Baudrillard (2014) gerçekliğin giderek bir anlam ifade etmediğini çılgın dünyanın karşısında olan sadece gerçekliğin ultiyatomu olduğunu ve bunun gerçekliğe yapılan bir şantaj olduğunu düşünmektedir. *“Nostalji denilen şey asıl anlamına, gerçek, gerçekliğini yitirdiği gün kavuşmuştur. Çünkü dünyanın oluşum sürecini anlatan efsane ve gerçekliğe ait göstergelerin sayısında inanılmaz bir artış olmuştur... İlgi alanlarımıza giren simülasyon evresi bu türden bir şey olup, her yerde bir caydırma stratejisiyle örtüşen gerçek, neogerçek ve hipergerçeği kapsayan bir stratejiyle karşılıyor”* (Baudrillard, 2016: 21). Yeni gerçeklikler üretilirken bu yeni üretilen gerçekliğin ne olduğunu anlamada Baudrillard’ın gerçeklik ilkesi kavramı bize destek olmaktadır.

Simülasyonun en göze çarpan özelliği önemli olmayan konuları da içeren gerçeğin yerini almış modellerden meydana gelmesidir. İtalya’daki bombalı patlamaları gerçekleştirenlerin kimler olduğu muamadır. Bunu yapanlar Radikal sol mu? radikal sağ mı? Ya da tüm radikal taraflarda bulunan teröristlere karşı halkta bir reaksiyon oluşturmak isteyen merkez sağın yaptığı bir şey mi? Polis senaryosu olarak polislerden ve güvenliğin yüceltilmesinden vazgeçmemiz için oluşturulmuş bir kurguda olabilir. Bu ihtimallerin hepsinde bir nebze gerçeklik mevcuttur. Görünen bir kanıtın var olup olmaması ya da olgusal nesnellik yapılan yorumların uçlarda ve marjinal olmasını engellemektedir. Çünkü simülasyonun işleyişi her şeyi boyundurluğu altına alması şeklindedir(Baudrillard, 2016b: 34). KuzeyAmerika’da ikiz kullerin vurulması gündemde bir çok ihtimal dahilinde tartışıldı. Bunu yapanlar radikal İslam mı? Amerika’nın Irak’a savaş açıp petrolden faydalanmak için yarattığı bir bahane mi? İslamafobiyi artırma isteği mi? Ortada net bir gerçeklik yoktur. Kaybolan gerçekliğin yerini hepsinden bir nebze de olsa içinde gerçeklik barındıran ihtimaller almıştır. Başka olası bir örnek verirsek radikal islam terör örgütü olan İŞİD’in kıyafetleriyle, Arapça konuşup tekbir getiren bir kişi bir bebeği katletip bunu kitle iletişim aracıyla yaydığında bunun bir çok ihtimali vardır. İlk ihtimal bu cinayeti işleyen terör örgütü meshubu olması aslında eğer ortada gerçeklik varsa

tek ihtimal bu olmalı çünkü göstergeler bunu göstermektedir. Ancak hemen akla İŞİD’i ve İslamı kötü göstermek için başka güçlerin işin içinde olması ihtimali gelir. Çünkü İŞİD’li olmak ya da İŞİD’li gibi davranmak arasında bir fark yoktur. Bu spekülasyonlar devam ederken sosyal medyada kanlı ölü bebek fotoğrafları da dolaşıma girer. Baudrillard’ın (2014: 52)“*dalları buzlarla ağırlaşmış ağacın duyduğu zihinsel dehşet. Çıplak gerçeğin duyurduğu zihinsel dehşet*” ifade ettiği gibi çıplak gerçekliğin zihinsel dehşetine maruz kalırız.

Gerçekliğin üretildiği minyatürleşmiş hücreler, bellekler, komut modelleri ve matrislerdir. Genetik minyatürleşmeye simülasyon evreninde karşılaştığımızdan gerçek ile gerçeklik kavramı arasındaki bir birlik kurma ihtimal dâhilinde değildir. Bu şekilde gerçekliğin üretimi sonsuz sayıda yeniden olabilir. Gerçeklik ideal ya negatif süreçlerle mücadele edecek pozisyonda değildir. Bundan dolayı gerçeğin akılcı bir görünüme sahip olması gerekmez. Gerçekliğin çevresinde onun etrafında dönebildiği bir düşsellik yoktur. Gerçeklik bile denilmeyecek işlemsel bir görünüme sahiptir (Baudrillard, 2016b: 15).“*Çağımıza özgü temel bir hastalık varsa: gerçeğin üretimi ve yeniden üretimi denilen şeydir. Maddi üretimin bizzat kendisi günümüzde hipergerçek bir şeye dönüşmüştür... Bugün maddi üretim geleneksel üretimin tüm özelliklerine sahip olmakla birlikte, onun çok daha büyük, devasa boyutlara ulaştırılmış yansımasından başka bir şey değildir. Aynı şekilde hipergerçekçi sanatçıların tüm derinlik ve enerjileriyle anlam ve çekiciliğini bir yeniden canlandırma süreci içinde tamamen yitiren gerçeğe akıl almaz bir şekilde benzettikleri gerçek işte böyle bir şeydir. Dolayısıyla simülasyon ürünü hipergerçek, gerçeğin her yerde şaşırtıcı biçimde ona benzemesine neden olmaktadır*”(Baudrillard, 2016b: 43).

Gerçeklik günlük rutinlerimizde bu kadar yer alması ve sosyolojinin güncel konusu olması aileden başlayarak toplumsal bedenin tüm katmanlarında yeniden vücut bulmaktadır. Gerçeklik moderniteyle birlikte ontolojisini hakikate ilişkilendirmeden imal edilebilir ve soyut bir şekilde oluşturabilmektedir. Soyutlamanın yapılabilmesi gösteri toplumu kavramsallaştırmasıyla yaşadığımız bu dönemle ilişkilidir. Gerçeklik adına yeni sosyallikler kuran izleyici bunu meta

birikimi olarak işlemektedir. Yeni hakikat modelleri de gerçeklik değiştirilerek yapılmaktadır. Bu şekilde arzunun toplumsallaşma imkânı bozulmaktadır. Deleuze bizi uyarır, gerçekliğin bir temsil krizine girdiğini ve bunun toplumsal ve hakikatin arasındaki mesafeden dolayı olduğunu düşünür. Bu konuda uyarıyı en fazla dikkate alan Baudrillard ise modern dünyanın hesap vermesi gereken bir gerçeklik cinayeti olduğunu düşünür. Değişim içerisinde olan kapitalizmin üretim toplumunda simülasyon ve ayartma toplumuna evirildiğini dile getirir. Öznenin gerçekliğe ulaşması mümkün kılmayan göstergeler çağı gerçeklikten, aşırı gerçekliğe ve nihayet hipergerçekliğe savrulur. Gerçekliğe yeniden kavuşmak için ki Baudrillard gerçeklik cinayeti diyordu madem cinayet o zaman kanın aktığı yere gitmeliyiz. Felsefe tarihinin önemli tartışma konusu olan hakikat sorunu tanımlamak zorlaşmış bir simülakr evrenine taşınmış görünmektedir. Çünkü artık ne toplumsaldan ne de onun sosyolojik gündeminden bahsedebiliyoruz. Yeni dijital kültür ve onun kavramlarıyla anlamaya çalışılmaktadır. Modern ve postmodern dünyanın felsefi krizi aslında derin bir gerçeklik krizidir. Sıkça göstergelerle karşı karşıya kaldığımız dijital dünyada nesnelere imajlara imajlar imgelere, imgeler enformasyona dönüşür. Günümüzde postmodern kültürün bireyleri olarak metalaşmış kültürle iç içeyken, önceden geleneksellikten sıyrılmamış sosyal ağların birer üyesiydik. Özne, geleneksel erdemli öznenin kısa bir süre içerisinde tüketici özneye dönüşmesi gerçekliğin, temsil ve gösterge arasındaki eşdeğerliğin yıpranmasıyla oluşmuştur. Gösterge topluluklarını oluşturan gösterge ve gerçeklik arasındaki bağın kopması ve kendinden başka kimseye gönderme yapmamasıyla ilgilidir (Kara, 2018: 8-13).

Gerçeklikle göstergenin doğrudan bir bağlantısı yoktur. Ve tecrübe ettiğimiz su katılmamış sek simülakrumun kendisidir. Temsil etme ihtiyacı duymayan göstergeler hiçliğin olduğu bir gösteri oyunu metaforu gibidir. Gerçeklik imaj ve göstergesi içerisinde kaybolurken modeller vesilesiyle tekrar üretilmekte ve sonuç olarak gerçeklik simüle edilmiş olmaktadır. Simülasyon, gerçek ile sahte arasındaki farklı silikleştirmeyi amaçlarken gerçek gibi davranmaktadır (Kara, 2018: 13). Gerçeklik ile simülasyon farkının silikleşmesini Baudrillard "*Simülasyon uzamı gerçeğe modelin birbirlerine karıştıkları bir uzamdır. Gerçekte-rasyonel arasında artık ne eleştirel ne de spekülatif bir uzaklık vardır. Modellerin gerçek içinde*

*yansıtılması diye bir şey de yoktur”* (Baudrillard, 2017: 70). Şeklinde tanımlamaktadır. Gerçeklik eğer mevcutsa, gerçekliğe karşı yalanı deşifre etme umudu anlamsız olur. Tanrı ile ikonakırıncıların ilişkisindeki tanrının akılcıca davranması gibi. İkonakırıncıların mücadelesi tanrının karşılık vermemesi üzerine kaybettiler. Tanrı, ona inanmayan ve sadece simülakrını kutsayan ikonataparların tarafını tuttu. İkonakırıncıların mücadele ettiğini biliyor ve pragmatist davranmamız gerekiyorsa tercih edilen bir gerçeği sorgulamamalıyız (Baudrillard, 2014: 177). Simülakrını kutsayıp kendisine inanmayan ikonataparların tarafını tutan tanrı bize simülakrın gücünü göstermektedir. Simülakrı yüceltmek, imgeleri şaşırtmak artık işin içinden çıkamayacağımız bir duruma getirmektedir. Simülakr mı daha etkili yoksa gerçeklik mi bunun farkına net bir biçimde varamadığımız modern toplumda gerçeklik artık sorgulanmamaktadır.

Rüya görürken rüyanın içinde olmamıza rağmen sanki rüyada başka üst bir şey varmış da yönetmen tarafından yönetiliyormuş gibi hissederiz. Özdeşleştiğimiz kişiler olurken daha etkili ifadeler kullanabilmekteyiz. Ve orda kendi kimliğimiz ya da özdeşleştiğimiz kişilerin kimliği aynı anlamlılıkta sürmektedir. Konu gerçeklik olduğunda gerçeklik ile ilgili bilmediğimiz şeyleri rüyada dürtüsel olarak onun zihnini okuyormuş gibi biliriz (Baudrillard, 2014: 283). Marx'ın ekonomiyi kendisine göre bir gerçeklik ilkesi şekline getirmesi ekonomiyi paradoksal bir silsileye iter. Ekonomiye diyalektiği ekleyip ekonomiyi diğerlerinden ayrı biryere koymak ekonomiyle problemi çözdüğünü varsaymaktadır (Baudrillard, 2016: 418). *“Marx diyalektik bir görünüm kazandırdığı ekonomi sayesinde sorunu çözdüğünü sanmaktadır. Aslında ekonomi ve ekonomik çarpınmalar ya da sarsıntular aracılığıyla açıkladığı bir şey varsa, o da, neredeyse kendisinden kurtulamadığı bir rahatsızlık haline gelen ekonomik sürecin diğerlerinden ayrılmasıdır. Ekonomiyi etkileyecek bir çelişkiler yumağına benzemesine neden olan şey, ne kadar şiddetli olursa olsunlar bu çelişkilerin, ekonomiyi kendi kafalarına uygun bir gerçeklik ilkesi dönüştürerek akıl almaz bir alışkanlık haline getirmektedir”* (Baudrillard, 2016a: 418). Ölen insanların bedenlerini makyajla daha canlı ve güzel gösteren cenaze işleri yapan firmalar ölünün hayatayken sahip olduğu bedeninden daha naturel bir iş çıkarmaktadırlar. Hayatın birçok noktasında enterasan bir şekilde orjinaline benzeyen ve benzetilen bir

dünyada yaşıyoruz. Gelenekler bu tarz şeylerin artık olmayacağı söylemekte ancak bu mümkün görünmemektedir. Ölme şansı elinden alınan şeylerin yaşama şansı da elinden alınmaktadır (Baudrillard, 2016b: 27). Modern tıpta bitkisel hayata geçen birini hiçbir işlevi kalmamasına rağmen yaşatma çabası ya da ağır hasta olan ve öleceği belli olan birinin, kalan ömrünü yatakta ve hastanede geçireceğini bilerek onu, yaşatmaya çalışmak ölüm hakkının elinden alınmasıdır.

Ölmüş yabani hayvanların içi doldurularak ev süslemesinde kullanmaları gibi Disneyland her tarafı nesnel Amerika'yı anımsatmaktadır. İnsanların morfolojik şekline giden bir benzerlik mevcuttur. Amerika'yla özdeşleşen bütün değerler küçültülerek ve çizgi film yoluyla kopyalanarak, yüceltilmektedir. Disneyland ideolojik olarak sorgulanıp cevap bulunursa, bahsedilen ve pohpohlanan Amerikan değerlerinin de çelişkiler yumağı şeklinde olan gerçekliğin Disneyland'a uyarlandığını fark edebiliriz. Aynı zamanda bu durum bir simülasyon durumunu da gizlemektir. Gündelik yaşam pratiklerinin bir cezaevi koşulundan farksız olan ancak cezaevinden farklı olduğunu iddia eden sosyal yapının cezaevlerini inşa etmelerine benzer olan durum Disneyland'ın gerçek devlet ve gerçek olan Amerika'yla olan benzerliğini saklamaktır. Los Angeles ve Amerika Disneyland'ı çevreleyen gerçek bir uzama değil hipergerçek ve simülasyon uzama aittir. Buradaki problemde bizi yanılgıya götüren yeniden canlandırılmış gerçeklikten yani ideolojiden ziyade, gerçeğin gerçeğe olan benzerliğini saklamak bununla birlikte gerçeklik ilkesinin sürekliliğini sağlamaktır (Baudrillard, 2016b: 29). Anne karnındaki engelli olduğu farketilen çocuğun kürtajla aldırma yaşama giriş sınavında bir yenilgi ve dünyaya gelme hakkının elinden alınmasıdır. Ve eğer bu çocuk dünyaya gelirse bedeninde ne eksikse onu görüntü olarak tamamlayacak medikal yollara başvurulmaktadır. Kolu yoksa protez kol takmak, bir tane gözü görmüyorsa ve bunun 'normal' görünmesi için işlevsel olarak görmesinde bir şey değişmemesine rağmen lens kullanmak gibi. Baudrillard'ın yukarıda bahsettiği cenazenin canlı olarak görünmesi için yapılan makyaj gibi protez ve lenslerle orjinaline benzetilmeye çalışılmaktadır.

Düzene saldırmayı mümkün kılan gerçekliğin yitirilmesidir. Simülasyon da bundan ötürü gerçekliğe saldırır. Ortada ihtimaller varsa en güvenilir yol budur. Simülasyonu yalıtılmak çok zor, hatta simülasyonun yalıtılmanın mümkün olmayacağı bir duruma getirmesi zamanla bu durum bizi işin içinden çıkamayacağımız bir

duruma doğru götürmektedir. Bunu yapabilmesi, üstesinden gelebilmesi bizi çevreleyen gerçeğin tepki vermiyor olmasıdır. Gerçeği kanıtlamak mümkün değilken bununla birlikte gerçeğin üretilme zamanını yalıtım da mümkün değildir. Bundan ötürü hırsızlık olayları ve uçak kaçırımları ile hırsızlık simülasyonu ile uçak kaçırma simülasyonunu birbirinden ayırt edilemez. Bir bulmaca gibi önceden kurgulanan ve sonucunun neye benzeyeceği bilinen bir oyun gibidir. Tekrarlanmaya mecbur edilmiş bir göstergeler oyununa benzeyen gerçekliğin sonuçları kimsenin ilgisini çekmez. Denetlemesi mümkün olmayan olaylar amaçsız ve birbirini doğuran hipergerçeklikler üretir. Simülasyonun gerçeğe ait yerçekimi kuralı yoktur ve garipliğe karşı gerçekliğin elinden bir şey gelmemektedir. Gerçek ve akılcı sebepler üzerinden düzen etkisini gösterebilmektedir. Ancak simülasyon sürekli tekrarlama gücüyle gerçekliği alt etmektedir. Kapitalizm gerçeklikle gerçeklik ilkesi arasındaki farkı yok ederken aynı zamanda kullanım değeri, gerçek eşdeğerlilik ilkesi üretim ve zenginliği de yok etmiştir. İnanmakta güçlük çekeceğimiz amaç ve güdümlene gücü ile birlikte sözde gerçekliğin yok ediliş anına tanık olduk. Günümüzde kapitali ortadan kaldırmak isteyen zihniyetle kapital arasında bir fark kalmamıştır. İktidarın, sosyal gerçekliğin var olmasına inandırmak ve ekonominin hafife alınmaması için oynayabileceği tek kozu her yere tekrar gerçek ve gönderen sistemleri koymak olacaktır. İktidar buna inandırabilmek için bunalım ve arzu söylemini kullanmaktadır. Arzularınızın gerçekleştiğini hayal edincümlesi iktidarın son aşama yapabileceği bir slogandır. Gerçeklik ilkesiyle arzu ilkesinin birbirinden ayrılmaz hale getirilmesi bulaşıcı bir hastalık şeklinde her hücreyi saran hipergerçeklikten daha ürkütücü bir durum değildir (Baudrillard, 2016b: 40-42). Ekonomik veya siyasal ekonomik sistemin kendisi gibi onun muhaliflerinin arasında da pek bir fark yoktur.

Görünürde bir kadın yoksada kadını anımsatan belirtilerin varlığı, cinsel yanılısamadan ziyade ortada bir şey yokken kadını anlatmak oyunudur. Boulogne Ormanı'nda travestiyle karşılaşmak. Kadına dair belirtilerin ürküten bir biçimde anlamının kayması (Baudrillard, 2014: 57). Anlam talebi üretimi sistemin en önemli problemidir. Günümüzde birçok şey eskisi gibi değildir. Hayatın birçok noktasında anlam üretildiği için anlam bunalımını görmekteyiz. Üretilen mal ve hizmetler yapay

bir biçimde sunulur. Mal ve hizmetler bazen pahalı bazen de herkesin satın alabileceği bir fiyata indirilebilmekte ancak anlam talebi eksik kalmaktadır. Sistemin anlam ve gerçekliğin yerine koyabileceği bir şey yoktur. Anlam ortada yoksa yıpranmışlık vardır. Saf talep üretilip içinde anlam katılma arzusu olmasa iktidarın kendisinde anlamsızlaşır ve içi boş bir hayalete dönüşür (Baudrillard, 2017a: 31-77). Baudrillard gerçekliğin ortadan kaybolduğunu ve yerine artık kendinde olmayan bilinci işlenmez halde olan modellerin yerini tutup tutmadığını sormaktadır. Kendinde olmayan modellerden biri olan devlet bir diğeri kaba kuvvet ve ölümle bütünleşen bir model olarak terördür. Gerçekliğin yerine bu modellerin alıp almadığı sorusuna cevap bulamadığını bu noktada Canetti'nin kör alanının bu olduğunu insanlığın gerçekliği terk etmiş olduğu noktanın çözüme kavuşması temel problemimiz olduğunu söyler. Çünkü bu aynı zamanda tarihin gerçekliği veya gerçekdışılığı anlamına geldiğini ifade eder.

Gerçeklik ne idealleştirme ne de gerçekleşmeye maruz kalıyor sadece hipergerçekleştiriliyor. Hipergerçeklik; gerçekliğin şiddetinden ziyade modelin güç düzeyine yükseltilip yerle bir etmektir. Kitle iletişim araçlarının görevi gerçeği veya haddinden fazla gerçeği üretmektir. Gerçek, gerçekten daha gerçekmiş gibi duruyor yakalanması ve algılanması oldukça zor. Pornografik filmlerdeki yakın çekimler gibi sadece belli bir uzaklıktan bakılınca anlamlı olacak olan gerçeğe bizler haddinden fazla yakınlaştırılmaktayız. Toplum ikinci dereceden bir simülasyon olmuştur. Ancak üçüncü derecen simülasyon haline gelerek değişmemektedir. Çünkü umutlu olmayan yavaşlayan görüntüye konulan bu erotikleşmiş haliyle hipergerçeklik toplumsala yaptırdığı şey bindiği dalı kesmektir. Sistem ve gönderen olarak hipergerçeklik, gerçekliği model düzeyine yükseltip ortadan kaldırmaktadır (Baudrillard, 2017a: 68-71). Gerçeklik ve gerçekliği yeniden canlandırma arasındaki makas azaldıkça simülasyon evrenine daha çok yaklaşmaktayız.

Gerçeklik her pozisyonda her türlü hakikate rağmen kayıtsız davranmakta ve hakikatın gözlemlenip çözümlenmesinden çıkarılan yorumları da ciddiye almamaktadır. Artık simülasyon üretme özelliğine sahip olan gerçeklik yanılısma evrenine doğru kaymaktadır. Herşey giderek bir anlam iddiası olmadan koşulsuz bir biçimde gerçeklik olarak değişiyor. Gerçeklik daha yöntemsel ve işlevsel hale gelmektedir. İşaretin gücü ile gerçekliğin gücü artık takas edilecek bir durumda

değildir. Takas edilmeyi arzulayan ne varsa o, er ya da geç imkansız takas duvarıyla çarpışır. Sanal gerçeklik, bizlere yeni gerçeklik iddiası taşıyan deneyimler sunmaktadır. “*Deklanşöre her basıldığında, hem nesnenin hem öznenin gerçek mevcudiyetine hemen o an son verilir*” (Baudrillard, 2012a: 145). Felsefi düşünceden ziyade sanal gerçeklik ve onun metotları bizi gerçeklik tartışmasına götürmektedir. Sanal gerçeklik öncesi düşünce ortamında düşünce gerçekliği yok ediyordu. Ancak yeni kitle iletişim araçları gerçekliği sahiden yok etmektedirler. Sanal gerçeklik medikal olarak ve sonsuza kadar yok olması için çabılıyor oysa düşünce gerçekliğinin son bulmaması için çaba sarfediyor. Gerçeğin ortadan kaybolması durumundan şikayet ediliyor oysa herşey imgeyle haşır neşirdir ve bilinmelidir ki gerçekliğe karşın imgenin bizzat kendisinde ortadan kaybolmaktadır. İmge heba oluyor ve artık nevişahsına münasır bir durumda olmayan imge suça yardım yataklık etmiş bir duruma gelmektedir. Gerçeğin boyundurluğundan kurtularak eski gücüne kavuşabilecek olan imge sayesinde gerçekte kendi hakiki imgesiyle tekrardan kavuşabilir. İmge, imge olmanın getirdiği sorumluluklardan ziyade gerçeğin hanesine tecavüz etmek üzere programlanmıştır. İmge gerçeği, gerçeklik ilkesine hapseder oysa oyunun kuralına göre görevi gerçeği bundan sıyırmaktır. Gerçeğin kendi kaderiyle ortadan kaybolmadı. Ve bugün elimizde sadece kalıntıları var (Baudrillard, 2012a). Gerçekliğin yerine bir şey koymak istediğimizde imkansız takas duvarıyla çarpışırız. Ötekinin ortadan kaldırıldığı sanal, gerçekve gönderselin yok edildiği bir döneme doğru ilerlemekteyiz. Dünyanın silinmesine yol açan bir sanal gerçeklikte yeni bir döneme girmekteyiz. İnsan hücreleri kopyalanacağı ve bizlerin yok olacağı bir dönem ölüm değil kopyanın ölümsüzlüğü ve yanılısamadan ziyade aşırı gerçektir. (Baudrillard, 2012b: 135-136). “*Cioran tercih etmek lazım, diyordu ya gerçek ya yanılısama. Bu ikisi arasında herhangi bir uzlaşma olabileceği iddiası zayıf bir düşüncenin ürünüdür*” (Baudrillard, 2012a: 101). Hayvan kopyalamanın mümkün olduğu günümüzde insan kopyalama tartışmaları da mevcuttur. Baudrillard insan kopyalamanın yanılısama ve kopyanın ölümsüzlüğü olduğunu düşünür.

Baudrillard’a göre (2015: 13-23). gerçeklik kaybolmuş ancak bunun fiziksel veya nesnel olmasından ziyade zihinsel ve metafizik anlamda ortadan kaybolduğu

gerçeklik mevcut varlığını sürdürmekte ancak gerçeklik ilkesi ölmüş bir hale gelmektedir. Sanal gerçeklik zamanla nesnel gerçekliğin önüne geçmektedir. Bunun sebebi günümüzde bir ilke olarak algıladığımız gerçekliğin yok olmasıdır. Bu gerçekliğin hayatta tutunmasını sağlayan ilke ölmüştür ve onu yani gerçekliği yaşatmaya çalışmak anlamsızdır. Ve eğer gerçekliği tekrar canlandırarak yaşatmaya çalışırsak gerçekliğin tanımına daha fazla zarar vermiş olmaktadır. Nasılsa Tanrının varlığının gerçekliğini somut bir duruma indirgememiz mümkün değilse, gerçeklik de Tanrı gibi bir inanç nesnesidir ve onu somut olarak kanıtlamamaktayız. Canlılar gerçeklik ilkesinin boyundurluğu altında olmayı reddetmekte ancak bize dayatılan yeniden canlandırılan bir gerçeklik mevcuttur. Gerçeklik otomatik diyebileceğimiz bir şekilde üretilmekteyken gerçekliğin güven vermesi mümkün görünmemektedir. Fazlalıklarından kurtulamadığımız bir gerçekliğin noksanlığını değil fazlalığından bahsetmekteyiz. Gerçeklik ilkesi artık hayatta kalamayacak bir durumdaysa, gerçekliğe olan güven yerle bir olmuşsa, gerçeklik bir inanç problemiye ve bu inancın dayandığı deliller olarak gösterilen göstergeler artık inandıramıyorsa kimseyi bunun sebebi simülakr mesajcıları yani bizler değil, herşeyi etkileyen ve boşluğu artıran sistemin bizzat kendisidir. Dünyanın yoğun gerçekliğine katlanabilmemiz için onu sürekli yok saymalıyız. Magritte'nin "bu bir pipo değildir" eserinden feyz olarak gördüğümüz dünyaya "bu bir dünya değildir" şeklinde gerçeküstü bir tavır takınabiliriz. Felsefi ahlak anlayışı şeklinde dünyanın olması gerektiği yeri tanımlamaya çalışmıyoruz. Aslında dünya tam da böyle bir yer. Gerçekliğin kaybolmasının ilüzyon gibi bir şeyle takas etmemizde mümkün görünmediğinden gerçekliğin kaybolmasına karşın oluşan boşluğu telafi edecek bir şey elimizde mevcut değildir. Ayrıca gerçeklik var olan bir şey olup olmadığını ve gerçek bir dünyada yaşayıp yaşamadığımızı bilmiyoruz. Dünya gerçeklik tarafından ele geçirilip kendisine gerçek süsü vermiş ve var olmayı sürdürülebilir kılma derindedir. Bütünsel gerçeklik aslında bir anlamda ultra gerçekliktir. Ve bu ultra gerçeklik yanılısma ve gerçekliğin tabutuna çivi çakar.

## **BİR GERÇEKLİK ÜRETİM MEKÂNI OLARAK DİJİTAL DÜNYA**

2000’li yıllarıyla başlayan yeni medya teknolojilerinin bize etkilerinden biride yeni dijital bir kültürün oluşması oldu. Var olan bu yeni dijital kültürün içerisinde gerçek gündelik hayatın ötesinde dijital dünyanın kendi gündelik hayatı oluştu. 2000’li yıllardan önce zamansal olarak kısıtlı ve görünmeyen şeyler görünür olmaya başladı. Sosyal medya, ucu bucağı olmayan düşünce ve boşluklar için saklama alanı, kendisine özgü olan düşünce ve eylemlerini başka bireyler için organize etmek, daha iyi hale getirmek ve bunu yayınlamak için pek çok aracı hazır hale getirdi(Özbaş-Anbarlı, 2017). Paranın hayata olan hâkimiyetinde para her şeyi belirliyorken dijitalleşmeyle birlikte görselleştirme, hız, nicel miktar gibi faktörler önem kazanmaktadır. *“Para ekonomisinin her şeyi fiyatı ne sorusuyla tanımladığı gibi, dijitalleşme rejimi de gündelik yaşamı ve varoluşun gizemini hızı ne, sayısı ne kadar ve görünümü nasıl gibi nesne-sunum-temelli sorgulamalara indirger”*(Demir,2016: 524). Sosyal medya platformlarında beğenilmek ve takip sayısı erdemli bir insan olmanın önüne geçmiş durumdadır. Sosyal medya kullanıcılarının algılarında beğeni sayısı ve başarı arasındaki ilişkisellik beğenilme ve tıklanma sayısı artıkça başarı artar şeklindedir.

Web 2.0 teknolojisiyle artık izleyiciler de dönüt verme ve bu alana dâhil olabilmektedir. Sanal iletişim için aynı mekân ve zamanda bir arada olma zorunluluğu artık yoktur. Gündelik yaşamımızın rutini haline gelen sosyal medyada vakit geçiren kalabalık bir kullanıcı kesimi vardır. Çevrimiçi olup fotoğraf, video, yazıyı dijital ortamda paylaşabilmekte ve sanal bir cemaatin içerisine dâhil olmaktadır. Artık sosyal medya kullanıcıları sadece bilgi ağının birer tüketicisi değil aynı zamanda bilgiyi üreten kişi pozisyonuna geçebilmektedir. Blog veya sosyal medya hesabı açarak bilgi ya da görüntüler üzerinden paylaşım yapabilmektedir. Fiziki dünyanın sınırlarını aşan sosyal medya hız, zaman, mekân gibi dünyaya dair olan düşüncelerimizi değiştirmektedir. Dijital dünya hızlı olmak ve sürekli güncellenme ihtiyacı duymaktadır. Gerçek dünyanın sanal dünyanın hızına erişmesi imkânsızdır. Sanal dünyanın hızı kullanıcıları aktif tutarken bir taraftan sonsuz bir akışa maruz bırakmaktadır. Sanal dünyada birey kendi sanal kimliğini inşa etmekte

gerçek yaşamındaki başarısızlıkları göz ardı edip sadece başarılı olduğu alanlarda paylaşımlar yapabilmekte çektiği fotoğraflardaki bedeninin noksanlıklarını photoshopla düzeltebilmektedir. Sanal dünyada kişiler hatasıyla kusuruyla gerçek kişiliğini değil idealize edilen dijital kimliklere bürünmektedir. Sosyal medya kullanımı narsizmi perçinleyen bir tarafı vardır. Benliğin ön planda tutulması, sahte kimliklerle var olma seçeneği narsizme zemin hazırlamaktadır. Dijital kültürde ün, güzellik, para kutsanan değerlerdir. Kişilerin kendilerini var etmeleri takipçi sayısı bedenini teşhiri tanınıyor olmak gibi olgularla ilişkilendirilmiş durumdadır. Modern birey geleneksellikten uzaklaşmış ve yalnızlaşırken bu boşluğu sanal arkadaşlıklarla doldurmaya çalışmaktadır. Yeni medyanın önemli bir değişimi de izleyicilerin içerik üretebilme özelliğidir. Bu teknolojik gelişme sanal uzama yeni bir boyut kazandırmıştır. Çünkü kullanıcılar sadece gözetleyen değil aynı zamanda gözetlenen olabilmektedir. Sosyal medya mecralarından olan facebook instagram ve twitter da hesap oluşturarak aslında dijital dünyanın vatandaşı olmaktadır. Bu şekilde dijital dünyanın bir kullanıcısı olarak diğer üyelere kendi varlığını duyurabilmektedir. Medya pompalanan popüler kültür içerisinde insanların bütün yaşam alanlarında kendini hissettirmektedir. Dijital sosyoloji konusu çalışılırken önemsenmesi gereken bir tema olarak sanal ile sosyal medya ilişkisi olmalıdır. Çünkü gerçekte fiziksel dünyada da yaşayan bireyler sanal aracılığıyla kısa süreli duygularını hemen paylaşımları ve bunu bir ayna gibi toplumsallaşma aracı olarak görmeleridir (Alanka ve Cezik, 2016: 550-558).

Gerçek ve sanalın farkı artık ayırt edilmez bir duruma gelmiştir. Sosyal medya kullanıcıları bazen kendini tanıırken bazen de sunarlar. Kendini tanıtırma kriterleri de beğenilme olasılığına göre ayarlanır gerçeğin önüne geçen beğenilme duygusu kişinin kendini sunmasına yol açar. Bireyler sanal dünyada varlığını göstermekte ve ben de varım demektedirler. Toplumsal sistemin dayattığı yeniliklere ayak uyduran bireyler, benlik algısını ön planda tutmaktadır. Bireyler sürekli mutlu, kendini mükemmel hisseden, kendini seven göstergelerle paylaşımlarda bulunmaktadır. Kapitalizme hizmet eden sosyal medya reklamlar ya da sosyal medya kullanıcılarına sponsor olarak ürünlerini tanıtmaktadır. Dijital bir kendilik yaratan sosyal medya kullanıcılarının birçoğu narsist gibi hareket etmekte kendi doğal ve mevcut halini değil olmayı arzuladığı halini sunmaya çalışmaktadır.

Evrensel acıların yüceltilmesinden bahseden Baudrillard yoksulluk konuşulurken şampanya ve havyarla bunun kutlanmasını eleştirirken aynı zamanda Batının refahındaki kaynakların dünya da Batı dışında kalan bölgelerin yoksulluk ve felaketle ilişkisi olduğu ironisi aktarılmıştır. *“Dünyanın geri kalan bölümünün yaşadığı felaketlerin, Batını gücünün temelini oluşturması ve bu sefalet görüntüsünün Batıyı taçlandırması; insan hakları vakfı tarafından düzenlenen ve halkların bütün sefaletlerin ortaya koyan en güzel fotoğrafların yer aldığı serginin açılışında verilen şık yemek için, Arche de Defense’ın damından daha güzel bir yer bulunamazdı. Kutsal Sandık’ın, havyar ve şampanyayla yüceltilen evrensel acılar için seferber edilmesine şaşırmalı mı?”* (Baudrillard, 2014: 292).

Sosyal medya gündelik yaşamımızın önemli bir unsuru olarak sosyal ilişkiler, para, eğitim, tatile kadar yaşamlarımızı şekillendirmekte ve taleplere göre değişmektedir. Bu anlamda kişiler, sosyal yapı, iktidarda sosyal medyanın gelişmesine paralel olarak etkilenmekte ve bundan nasibini almaktadır. Simülasyon kuramı, sosyal medyadaki sanallık ve gerçeklik bağlantısının nasıl olduğunu sosyal medyanın ontolojisini anlamak sanal olanın dolaylı gerçekliğini ve sınırlarını anlama açısından önemlidir (Metin ve Karakaya, 2017: 110-117). Sosyal medyadaki sosyal sözcüğü aslında simülasyon olarak sosyallikten bahsedilmektedir. Sosyal medya sosyallikten ve geleneksel medyadan sıyrılan ne sosyal ne de medya olan bir simülakrdır. Sosyal medya insanlar arasındaki iletişimi sağlarken ve bilgi üretirken sanal bir dünyada gerçeği silbaştan üretmeye çabalar. *“...Mesajın öbür ucunda kim var? İnsan mı bilgisayar mı? Bütün sanal makineler, beyinle ve zekânın işleyişiyle birlikte ortaya çıkan izdiham-ekran görünümüyle bu sorunun sorulmasına yol açıyorlar. Onlar hakkında konuşurken Cannetti’nin hayvanlar için söylediklerini bile söyleyemeyiz. Her hayvanda, sizi küçümseyen bir insan saklıdır-yerine her bilgisayarda canı sıkılan bir insan saklıdır diyebilseydik keşke”*(Baudrillard, 2014: 292).Mutluluk ve sosyal medya da geçirilen zamana ilişkisine baktığımızda insanlar mutlu ve iyi vakit geçiriyorken sosyal medya kullanmıyorken ortam sessiz ve sıkıcıyken daha çok sosyal medya kullandıkları gözlemlenebilmektedir. Yanındaki arkadaşıyla tartıştıktan sonra sosyal medyaya girerek o anlık zihinsel yükten sıyrılmaya çabasına girer.

İletişim süreçleri ekrana bağımlı bir hal almaya başlamış ve bu durum her yaş aralığını kapsayacak bir duruma gelmiştir. Medya aracılığıyla sosyalleşmenin kendine has karakteristiği bulunmaktadır. Zaman ve mekan odaklı olmayan etkileşim süreçleri, kullanıcının içerik kullanımına odaklı olması içerikleri daha spontane olması, kullanıcıların sahte hesaplarla sosyalleşebilmeleri yeni iletişim teknolojilerinin önemli özellikleridir. Anonim kimlikleri üzerinden sosyal medya da var olmak geleneksel medya türlerine göre kimsenin konuşmadığı çekindiği konuları da konuşabilme özgürlüğü yaratmıştır. Ancak etik ve kontrol mekanizmalarının getirdiği çekincelerin ortadan kalkması yeni problemlerde beraberinde getirir. Yeni iletişim teknolojileri geleneksel medyaya nazaran kişisel tercihlere göre taleplerin ve buna göre arzların oluşturulmasıdır. Kullanıcılar aynı yerde ve zamanda bulunma şartı olmaksızın bir gruba dahil olabilmekte aidiyet duygularını sanal cemaatlerle pekiştirebilmektedirler. 2000'li yıllarla birlikte kullanıcılara sağlanan evlerinden çıkmadan sosyalleşme imkanı eşitlikçi gibi görünmekte ancak sosyal sınıfı yeniden inşa etmektedir. İletişim araçlarının sürekli güncellenmekte ve networke ulaşma imkanını ifşa eden yeni uygulamalar piyasaya sürülmektedir. Kullanıcıların iletişim ortamları kişileri sınıflandırmakta, paylaşılan mesajların sabit bir bilgisayar veya tableten mi gönderildiği bilgisi anlamlı bir durumdur. Bu şekilde yeni toplumsal sınıflar oluşması olanaklı hale gelmektedir(Altunay, 2015: 416-425). Geleneksel medyanın tek yönlü ve sosyalleşmeyi eksik bir şekilde yapılandırması özellikle çocukları çok etkilemektedir. Televizyon izleyen çocuklar etkileşim halindeymiş gibi davranır ancak televizyon etkileşimsiz bir hizmet sunar. Sosyalleşmeyle edilebilecek yaşam tecrübelerini elde etmemiş olurlar. Yeni iletişim teknolojilerinin etkileşimli olan oyunlarda ise çocuklar oyunlardaki sınırlar içerisinde kısıtlı seçenek arasında seçim yaparak oynar. İnternet oyunlarında çocuklar aynı davranış kalıplarını seğilediklerinde aynı sonuçlarla karşılaşılırlar. Oysa gerçek yaşamda arkadaşlarıyla oynadığında arkadaşları aynı davranış kalıplarına aynı tepkiyi veremeyebilir her birey farklı davranabilir. Gerçek anlamda öğrenme süreci birebir sosyal ortamda ön görmediği tepkiler ve iletişim süreçlerinde kendisi sürdürebilme ve iletişimi yapılandırma becerileri kazanır. Medya üzerinden oluşan toplumsallaşma gerçek toplumsallaşmayı simüle eder. Çocuk gerçek ortamda sorunla karşılaştığında oyun videolarında yaptığı gibi

çarpya basamamaktadır. Oyun videolarında her zaman aynı şeye aynı tepki verilmektedir, ancak gerçek yaşamda bu böyle değildir. Yaptığımız davranışların reaksiyonları her bireyde farklı olabilmektedir.

İnsanlar her zaman her yerde görünür olmayı arzulamıştır. Resim olarak portre yerini fotoğrafa bırakmış ve fotoğrafın etkisi sosyal medyayla deyim yerindeyse nirvanaya ulaşmıştır. Metin tabanlı iletişimin yanında resim, fotoğraf, video gibi görsel iletişim yaygındır. *“Sosyalliği mümkün kılan kamusal alanda var olmak gibi fizik yoğun tanımlar, sosyal medyada görünür olmak gibi sanal yoğun tanımlarla zihinsel ve bedensel düzeyde değiş tokuş halindedir”*(Uludağ-Eraslan, 2013). Bireylerin görünür olma arzusunu portre sanatından fotoğrafa kadar tarihsel bir bağlam içerisinde incelediğimizde tatmin olma noktasında farklılıkların olduğunu görmekteyiz. Sosyal medyanın her an her yerde görünme arzusu ve buna yönelik tatmin amaçlı görsel tabanlı paylaşımlar görüntü kirliliğine neden olmaktadır. Kamusal alanda insanların varlığına işaret olarak beden kamusal alanda var olması şartı değişmiş bulunmaktadır.

Yeni medya teknolojisinin yapabildiği önemli bir değişme bireylerin kendini önemli ve özel hissedip, beğenmeleridir. Web 2.0 nin Time dergisi aracılığıyla tanıtımındaki ifade de bu yılın adamı olarak seni evet seni seçti sloganı mevcuttur. Derginin ön yüzüne bakıldığında ise kocaman bir aynaya kötü geçen gününüz için yazdığınız bloglar ve internet sitesinden satın aldığınız tişört sizin ne kadar önemli olduğunuzu hissettirmesi gerekliliği yansıtmaktadır. Sosyal medyada görme etkinliğinin aşırı derece olması ekonomi, ün, beden, cinsellik, statü v.b fetişist değerlerin oluşumuna da önyak olmaktadır. Yeni medya teknolojileri göz merkezci etkileşimin fazla olduğu ve bunun üzerinden insanların kendisini şekillendirdiği bir mecradır. Ve bu durum giderek toplumsal hayatta birebir iletişiminin anlamsız kılan bir alana dönüşmektedir (Alanka ve Cezik, 2016: 567-568). Teknoloji günlük yaşamlarımızı kolaylaştıran, değiştiren bir icattır. Teknoloji sürekli kendini güncellerken yapılan güncellemeler ve ortaya çıkan yeni ürün ve uygulamalar bir devrim niteliğinde karşılanmaktadır. Ve bu yenilikler hayatın her alanında finansal, siyaset, sosyo-kültürel gibi olgularla paralel marjinal kopuşlar oluşturmaktadır. Buna

bağlı olarak hayatın seyrinde bu teknolojilere göre akmakta ve bu akış yeni teknolojik yenilikleri üretmektedir. Web 2.0 ile birlikte iki taraflı etkileşimle pasif konumdan çıkan kullanıcılar varlığını idame ettirmeye çalışmakta ve bu teknolojik yeniliklerini kendi faydasına olacak şekilde kullanmaya çalışmaktadır. Günümüzde teknik gelişmelerin sonucu oluşan Web 2.0 teknolojisi hızlı yayılımı ile çağa damga vurmuştur. Yeni olmasına rağmen çok hızlı yayılan bilgi odaklı küreselleşmenin etkisiyle çokça yayılan bu teknolojinin yeni kuralları etik mahremiyet gibi alanları oluşturmaması kaos bir görünüm olmasına sebep olmaktadır. Her yeni teknolojik gelişme ve onun yarattığı sorunları gidermek için hukuksal, politik ve sosyo-kültürel anlamda kurallar getirilmesi gerekiyor ancak teknolojik yenilikler hızlı bir şekilde ortaya çıkıp yayılmakta ve bu kurallar onun hızına yetişememektedir. Teknolojik gelişmeleri kim oluşturmakta hangi niyetli oluşturduğu sorusu günümüz ve gelecek için teknik gelişmelere karşı güvensizlik oluşturmaktadır (Bitirim-Okmeydan, 2017). Charles Brooker tarafından senaryosu yazılan İngiliz dizisi Black Mirror da gelecekte yaşayabileceğimiz teknolojik gelişmelerin olası kötü senaryosunu ele aldığı bölümlerde teknik gelişmelerin aslında insanlığın nasıl bindiği dalı kestğini anlatmaktadır. Yapay arılarla şifre ve kodla normal arıların görevini yaparken şifreyi ele geçiren biri sosyal medyada linç edilen kişilerin beynine girerek öldürmeye programlanması teknolojik gelişmelerin olası senaryolarıdır. Başka bir bölümde de çocuğunu yanında değilken onun nasıl ve nerde olduğunu bilmek ve korktuğu şeyleri bulanıklaştırmak için zihnine bir cihaz yerleştiren bir annenin kötü sonuçları anlatılmaktadır. Nerede olduğunu ve nasıl olduğunu bilmek steril bir ortam sağlamak oldukça güzel işlerken bir süre sonra gerçeklikle bağı koparan ve mahremiyet ihlaline dönüşen bir mekanizmaya dönüşmesiyle kızın tepkisi annesini terk etmek olacaktır.

İçinde bulunduğu toplumsal sınıfı beğenmeyip daha yüksek zümreye aitmiş gibi davranmak sosyal ağlarla gerçek yaşama göre oldukça kolay ve erişilebilir bir durumdur. Sanal bir kimlikle sahte bir sınıfın mensubu gibi davranan bireyin arzu ettiği sınıfa geçmesi zaman ve zahmet gerektiren bir süreçken sosyal medyada bunu çok kısa bir süre içerisinde göstergelerle yapabilmektedir. Yer bildirimini birkaç fotoğraf ve yazdığı kısa yazılarla kendini ait hissetmek istediği zümredenmiş gibi

yansıtabilir. Resim, yazı ve videolarla toplumsal girişimciliği bir araya getiren bir yapı olarak sosyal medya iletişim düzeninin belirgin bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel medyada reyting aracı televizyonun kaç kişinin izlemesiyken şuan takip sayısı önemlidir. Geleneksel ve yeni medyanın içerik üretimi noktasında farklı oldukları kısım ise geleneksel medyada çalışanların daha profesyonel sosyal medya kullanıcıların ise amatör olmasıdır. Sosyal ağları popüler bir fenomene dönüşmek ve ünlenmek için kullanılmaktadırlar. Sosyal ağlarla birlikte kullanıcılar farklı kıtada yaşasalar bile birbirlerinin profil fotoğraflarına bakarak yaşadığı ev, arkadaş çevresi, işi, etnik kimliği gibi konular hakkında bilgi sahibi olabilir. Kullanıcı eğer yaşadığı bu durumlardan memnun değilse farklı bir şekilde sosyal medyada var olmayı dener. Hiç kitap okumamışsa bile kütüphanede çekilmiş bir fotoğraf ve yer bildiriyle kendini entelektüel gösterebilir, normalde gidemeyeceği kadar pahalı olan bir restoranın önünden geçerken yer bildiri yaparak sanki ordaymış gibi davranabilir. Buradan çıkaracağımız bir sonuç sosyal ağların kullanımı ile birlikte kullanıcılar yaşadığı hayatta birikim ve tecrübelerine değil etkinliklerine şahit aradıkları söylenebilir. Sosyal ağlarla birlikte gözlemlenen başka bir konuda bireyler arkadaşlarıyla bir araya geldiğinde görüştüğünde fotoğraf çekmese görüşmenin pek bir anlam taşımayacağını düşünmeleridir. Arkadaşlarıyla çektiği fotoğrafları paylaşarak bir çevre sahibi olduğunu gösterip daha sosyal ve kabul gören biri olarak algılanmak ister. Paylaşımlar ile takdir toplama çabası içerisinde değişen toplumsal yapıya ayak uydurmaya çalışmaktadır. Kullanıcılar yaşamlarında bilinmesini istediği yönlerini ben de varım ve buradayım demek için paylaşmaktadır. Ve bu yeni kamusal alanda arkadaşlık kısa süreli ve hemen bitebilmektedir. Kullanıcıların bir kısmı arkadaşları da ona uymayan bir paylaşım yaptığı için hemen silebilmektedir. Sanal benlik eğlence ve paylaşım üzerinden oluşmaktadır ve bundan dolayı canını sıkkan bir duruma karşı tahammüllü oldukça azdır. Değişen topluluk türlerine göre yeni sanal kimlikler inşa edilmekte ve kişinin o anlık durumuna göre de değişebilmektedir(Avcı, 2015).

Dijitalleşen dünya tüketim toplumunun üretilmesi ve yayılmasını destekleyen olguları barındırmaktadır. Tüketime endekslenmiş bir toplumda kültürel değişimlerde tüketime göre yapılmaktadır. Sosyal ağlar neye ihtiyaç duymamız gerektiği gösterip ilgi bizi bilgi bombardımanına tutmakta tüketirken karar odağı

olmak için medya içeriklerini toplumun değer ve özgün yapısıyla ilişkilendirerek yapmaktadır. Sosyal ağlarla aşılana tüketim nesnelere yine sosyal ağlarla gösteren kullanıcılar tüketilen ürün ve hizmetlerle statü sahibi olduğunu sergilemeye çalışmaktadır. Kadınlar ve erkekler bu tüketim kültüründe cinsiyetçi göstergelerle kadınlar güzelliği ve naifliği erkekler ise gücü ile sahnede kendilerini sergilerler. Modern birey, insanların yaşam örüntüleri ve sosyal değerlerini tüketime odaklı dönüştüren sistem olan tüketim kültürüyle baş başa kalmış durumdadır (Kükre-Aydın, 2013). Bireyin gerçekte nasıl olduğu değil nasıl görünmek istediği üzerinden sanal bir benlik şeklinde sosyal mecralarda birey kendini sunmaktadır. *“Görüldüğü gibi her yerde tuhaf denilebilecek bir şekilde orijinaline benzeyen bir evrende yaşıyoruz. Şeyler harıl harıl kendi ikizlerini üretmeye çalışıyorlar. Ancak geleneklerin iddia ettiği gibi bu şeylerin yakında ortadan kalkması söz konusu değildir, zira artık ölme hakkı da ellerinden alınan şeylerin yaşama hakkı da ellerinden alınmıştır. Tıpkı “funeral homes” un (cenaze işleriyle ilgilenen şirketler) ölüye gömülmeden önce makyajla o insanın yaşarken sahip olduğu görünümünden daha doğal ve mütebessim bir görünüm kazandırmaları gibi”* (Baudrillard, 2016b:27). Meyveli yiyecekleri düşünelim mesela muzlu süt ya armutlu meyve suyu normalde gerçek meyve konulsa bu kadar şahane rengi ve etkili aroması olmaz. İçine konulan aroma tozları ve renklendiricilerle meyve meyveden daha canlı ve gerçektir.

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **TOPLUMSALIN SONU YA DA HİPERGERÇEKLİK EŞİĞİNDE**

Yeni sosyolojik deneyimler klasik toplumsallık taşımamakta gerçekliğin üretim mekânı somut bir mekân değil sanal evrende gerçekleşmektedir. Kitle iletişim araçları yeni toplumsallığın üretimi ve yok edilişi üzerinde oldukça etkilidir. Toplumsalın sonu ve onun getirisi olan hipergerçeklik bu bölümde tartışacağımız temel zemini teşkil etmektedir. Jean Baudrillard'ın da ölümünden önceki son yıllarını iki farklı türüyle boğuştuğu kanserin belirgin olan özelliği; son evrelere doğru kanserli hücrenin uzak organa metastaz yaptıktan sonra hasta bedenine yaklaşan ölümün kaçınılmazlığı gibi gerçeklik ilkesinin ölümü ve toplumsalın metastazından sonra toplumsallığın sonu da kaçınılmazdır. Toplumsallığı simüle eden yeni toplumsallık alanları hipergerçek bir ortam oluşturmakta ve toplumsallık vekâletten işleyen bir tanım olmaktan öteye gidememektedir. Oluşan bu yeni bir toplumsallık türü yeni aidiyetler, yeni gruplar, yeni kamusal alanlar, yeni ahlaksal değerler, yeni ağlar, yeni kimlikler oluşturmaktadır.

Toplumsalı tanımlamak artık panoptik bir bakış açısıyla mümkün görünmektedir. Bu panoptik bakış, merkezi bir bakış olmakla birlikte ebediyete uzanan bir bakış açısına sahip olan toplumsalın her şeyi anlamlı kılıp uyumlu yapmaya çalıştığı merkezi bir bakış açısıdır. Toplumsal dediğimiz olgu sadece bir anlamı olan açık seçik bir durum olmaktan uzaktır. Modern toplumların gelişmeye yönelik bir toplumsallaşma taraftarı olmak veya toplumsallığı geride bırakıp başarısını gösterip gösteremeyeceğine bağlı olarak birçok şeyin anlamı netleşir. Ancak bu kavramın net bir anlamı olmamakla birlikte kavramın heybesindeki anlamları tersine çevirebilmek de olasılıklar arasındadır. Bu söylediklerimiz toplumsal gelişme için de geçerlidir. Toplumsallaştırma aracı olarak en çok etkili olan kapital bile toplumsalı aynı çark döngüsünde üretip yok etmektedir. Somut olmayan oluşumlardan oluşan toplumsalın ondan önceki toplumların sembolik ve “ritüel kalıntıları” üzerine kurulduğu fikriyle hareket edeceksek güncel kurumların git gide daha çok soyut tekrarlamalar ürettikleri ifade edilebilir. Aslında bu ortadan kaldıran ve tüketen soyutlamayı toplumsaldaki en varlıklı töz adına kullanabilirler. Bu perspektif toplumsalın mevcut kurumlarının ilerlemesiyle doğru orantılı olarak gerilediği söylenebilir. Hızlanan süreç kitle iletişim araçlarıyla daha da hızlanmıştır. Kitle iletişim araçları yüzeysel bakıldığında daha fazla toplumsal üretmekle birlikte

toplumsal ağlar toplumsalın bizzat kendisini yoğun bir biçimde nötralize kılmaktadır. Kitle iletişim araçları ve haberler toplumsalı üretirken eş zamanlı olarak da toplumsalı yok etmekte ve ürettiği içerikleri kitlelerin kendisi içerikleri tüketmektedir. O zaman toplumsal dediğimiz olgu anlamı olmayan bir tanım olur. Bu kavram yani toplumsal söylevlerin hepsinde evrensel bir aldatma özelliği vardır. Çözdüğü herhangi bir şey olmadığı gibi belirleyebildiği bir şey de yoktur. Toplumsalın yararlı ve derin olmamasının sebebi görüldüğü yerde gizli tuttuğu başka bir şeyin varlığıdır. Toplumsal ölüm, ritüel, tekrarlanma, meydan okuma, ayartma v.b bir kalıntı soyutlamayla daha da ileri gidersek bir simülasyon ve göz yanılması özelliklerini de gizli tutmaktadır. Toplumsal ilişki kompleks bir kavram olmasının ötesinde toplumsal ilişkilerin ne olduğu, toplumsal ilişkilerin üretiminin ne anlama geldiği belirsiz olmakla birlikte bahsedilen şeylerin hepsi tepeden turnağa simülasyon olarak karşımıza çıkar. Tanım olarak toplumsal aniden ortaya çıkan bir bağ veya bir tür ilişki ise o zaman toplumsal soyutlama ve akılcı bir cebir etkileşimine maruz kalmış anlamı çıkarılır. Eğer ilişki kavramını zorla rasyonel işlemine maruz bıraktıysa o zaman daha farklı bir duruma çevirir. Toplumsal ilişki orada var olma sebebi başka bir şey de olabilir mesela ortadan kaldırmak gibi bir işlevi de olabilir. Toplumsal diye ifadelendirilen şeyi daha görünür kılıp toplumsalın yok olmasının sinyalini de vermiş olabilir. Hayatta olmayan toplumlar olmakla birlikte tarihi olmayan toplumlar da vardır. Ancak toplumbilimciler toplumsalı da toplumsal ilişkinin sonsuzluğunu anlatmak için çaba harcar. Ancak çevirdikleri dümeni ortaya sermek gerek. Çünkü tarihi ve toplumsallığı olmayan toplumlar sembolik mecburiyet networkleri toplumsalla da ilişkiye de dair değildir. Ancak diğer tarafta olan bizim “toplumumuz” toplumsalı ortadan da kaldırmakla birlikte toplumsalı toplumsalın silueti adı altında yerle bir etmektedir. Birçok nedenden dolayı “toplumsal” ortadan kaldırılabilir. Ortadan kaldırma biçimleri ne kadar fazlaysa tanım da o kadar fazladır. Sembolik şekilde toplumsalın kısa bir süre de olsa aramızda bizim toplumda hayatını idame etmeyi sürdürebildi. Ancak ileride bu şekilde olması mümkün değildir. Toplumsallığın ebediliğine şahitlik edecek sosyoloji dışında bir şey mevcut değildir. Toplumsallık yok olup görünmezliğe yelken açıldığında toplum bilimlerdeki laf kalabalığı oldukça uzun bir zaman dilimi içerisinde bu durum sürdürülecektir (Baudrillard, 2017a: 50-57). Sosyal bilimlerin ve sosyolojinin toplumsallığın

ebediyeti üzerine olan yorumlarını demoloji yapmalarına bağlayan Baudrillard, toplumsallık kaybolursa bile toplumsallığa dair konuşmaların gündemi teşkil edeceğini ifade etmektedir. Bizim toplumsal ve toplumsallık diye ikiye ayırmadaki önemli nokta bizim dediği modern toplumların artık toplumsallığa dair bir ibarenin olmamasıdır. Simüle edilmiş bir toplumsallıkta yaşadığımızı ve artık toplumsallıktan öte bir kitle ve suskun yığınlar halinde bir yaşam sürdürdüğümüzü dile getirmektedir. *“Gerçek; şişmanlık hastasıdır, yamyamdır, nostaljiktir ve duygusaldır. Tanrı bizi ondan ve dünyanın diğer ölçüsüzlerinden korusun. İroni ise, dünya da gerçekliğin pek azını ve onun belirsiz kaçınılmazlık yüzdesini korumaya yarar”* (Baudrillard, 2014a: 94).

Kitle herhangi bir teoriğe veya pratiğe indirgenmeyen bir durum olarak modernliğin göze çarpan bir özelliğidir. Kitleleri anlamın egemenliği altında tutmak yani anlam üretimi zorunluluğu boşunadır çünkü kitleler anlam yerine gösteri istemektedirler. Kitlelere mesaj gönderilmek isteniyor ancak onlar gösterge talebindedir. Ekonomi, Fransız Devrim’inden sonra göstergelerle organik bir bağ kurdu ve toplumsal ile politik kurumu iç içe bir hal aldı. Ancak günümüzde toplumsal ile politiğin dibe vuruş anlarına şahit oluyoruz. Stratejik bir alan düzenlemesi fonksiyonunu yitiren politika ilk başta temsil edilme düzenine iliştilmiş sonraki adım olarak reforma uğratarak yeni bir kurguyla değiştirilmiştir. Başka türlü ifade edilecekse, politika mevcut sistemin mevcut göstergelerin artırılmasıyla devam eden ve bundan sonra bir temsiliyeti olmayan, göz önünde bir gerçeklik veya toplumsal gerçeklik için bakarsak eşdeğerlisinin her koşulda olmadığı bir duruma doğru evrilmiştir. Halk, nesnel şartlar, sınıf, işçi sınıfı gibi politik örgütleri daha kuvvetli hale getirmek için artık toplumsal bir tanım dahi yoktur (Baudrillard, 2017a: 11-32). *“Bir sergiden öbürüne, bir açılıştan bir performansa gezginliğin boşunallığı. Eğer akşam yumuşaksa gezginliğin çekiciliği; binlerce kibirli kafa kalıcı olmayan eserler, alıngan yaratıcılar ödlektoplazmalar. Gergin, ölçüsüz, gereksiz bulutsular, her yerde lüks ve boş laflar, ölümün gerçekliği”* (Baudrillard, 2014a: 245). Toplumsallık dediğimiz çözülemeyen olgu, sünger misali ne görüyorsa onu emen bir gönderen şekline girmektedir. Toplumsallık ne olduğu bilinen aynı zamandan bilinmeyen kitlelerin etrafında sürekli dönmektir. Kitleler

kristal bir küre gibi istatistikler tarafından kullanılırlar toplumsal kitleleri statik bir elektrik gücü gibi onları sarmaktadır bundan dolayı miknatıslayabilirler. Ve bu yığınlar çoğu zaman kitle olarak tanımlanırlar. Başka türlü anlatırsak toplumsal ve siyasete dair elektrik akımını emerek nötr hale getirirler. Kitleler anlamı iyi iletmedikleri gibi toplumsal ve siyasete dair şeyleri de iyi iletmezler, tepkisizdirler (Baudrillard, 2017a). Sosyal medya kullanıcıları kitle olarak sosyal medyadaki hipergerçekliği eleştirmektedir. *“Günümüzdeki soyutlama biçimlerinin haritacılık, suret çıkarma, yansıtma ya da kavramla bir ilişkisi kalmamıştır. Simülasyon kavramının harita üzerindeki bir toprak parçası, bir töz ya da referans sistemiyle hiçbir ilişkisi yoktur. Bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek yani simülasyon denilmektedir”* (Baudrillard, 2016b: 14).

Simülasyon sonucunda oluşan hipergerçek her yerde gerçeğe hayret uyandıran bir biçimde gerçeğe benzemektedir. Örneğin geleneksel üretim ve maddi üretim arasında pek fark yoktur. Maddi üretim geleneksel üretiminin daha güçlü yansıması şeklindedir. Ya da sanatçıların hipergerçekçi çalışmalarında gerçeklik, anlam ve cazibesini yeniden canlandırma girişiminde hepten yitirmektedir. Maddi üretimin kendisi hipergerçek bir duruma geçmiştir. Çünkü yıllarca toplum sürekli üretip tekrardan diriltmek istediği şey elinden kayıp giden gerçektir. Gerçeğin üretimi ve tekrardan üretimi günümüze ait bir hastalıktır. Anlamını yitiren değer üretimi mal üretimi ekonomi-politiğin çok önemli zaman dilimlerini oluşturmaktaydı (Baudrillard, 2016b: 42-43). *“Dünyanın eşdeğeri yoktur. Hatta dünyanın tanımı ya da tanımsızlığı da budur. Ne eşdeğer vardır, ne kopya, ne temsil, ne ayna. Herhangi bir ayna, dünyanın parçası sayılabildi. Ne dünyada yer var, ne de kopyasına. O halde, dünyanın muhtemel bir doğrulanması da olamaz. İşte tam da bu yüzden gerçeklik bir düzmece olmaktan başka bir şey değildir. Doğrulanması imkânsız olduğuna göre, dünya da temel bir yanılsamadır...”* (Baudrillard, 2012: 9). İnsanın varoluşundan beri insanlar çevresini, doğayı kendi yararına olacak şekilde değiştirmekte ve bu tarihin çağlara ayrılmasına sebep olacak devrimler oluşturmaktadır.

Sessiz bir çoğunluk mevcuttur ve artık kimse onları temsil edemez. Aynı zamanda bu sessizlik kendilerini temsil ettiğini iddia edenlerden bir intikam almaz. Kitleler halk veya sınıf v.b önceleri başvurulmuş bütünler değildir. Sessizlik dolayısıyla içinde buldukları sessizlikten dolayı tarihin bile merak konusu olmaktan çıkmıştır. O zaman kitleler hakkında konuşulamaz, kitleler birbirlerine eklenemez ve temsil edilemezler. Ve bu sayede nasıl bir güç oldukları gözler önüne serilir. Kitleler, tarihin merak konusu olmadığına göre kendi dillerinde zaten kendi dilleri yoktur ve onları temsil ettiklerini iddia edenlerin de yabancılaşma hastalığının mağduru olamazlar. Bu şekilde devrimci umutlar yerle bir olmuştur. Yerle bir olan umutlar işçi sınıfı durumundaki gibi kitlelerin kendi kendini yadsıma yalanı üstünden oluşmuştur. Ama kitle bir olumsuzlama ya da bir patlama alanı değildir. Kitle merkezin dışına doğru dalga şeklinde yayılım gösteren bir emme alanıdır. Kitlelerin uyuşukluğu üzerine uzun bir zaman iktidar stratejileri kuruldu diye düşünüldü. Kitleler pasif hale geldikçe iktidarın kendine karşı emin olma duygusu pekişir. Ancak bu ilişkisellik iktidarın sadece bürokratik merkeziyetçi olduğu zaman dilimi için geçerlidir. Bugünün gerçek sorunu sessiz çoğunluk ya da kitlelerdir. Bu sorundan dolayı sistem kitlelere söz hakkı vermeyi istemekte söz hakkı olabilmeleri için toplumsal, sendikal haklara sahip olmalarını aktif olmalarını gerektiğini mesajını vermektedir. Kitlenin sessiz çoğunluktan çıkıp konuşması o kadar önemlidir ki artık nasıl kendini ifadelendirdiği bile mühim değildir. Sisteme, iktidara hakaret etmeyi göze alır çünkü hayaletle hakaret etmek için hayaletin adını söylemek zorundadır. Özgürlük söylemiyle iktidar kitleleri harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. İktidar, kitleyi sessizliğe gömmeyen, tepki veren ve nihayet yönlendirilebilen bir kitle olarak görmeyi arzular. Ancak kitleler geleceğini öngöremeyecek zavallı bir durumdadır. Kitleye sunulan ayna üstüne düşen yansımalarını düşünemeyecek kadar vahim bir durumdadır. Fransa halkı şöyle söylemekte, Alman halkının büyük kısmının yanlış bulduğu, İngiliz prensi İngiliz kamuoyuna bomba etkisi yaptı v.b durumlar. Modern dönemde kitlenin teşhisi rahat konulamamakta ve bu tarz testlerle kitlenin tepkileri sezilmeye çalışılmakta ve kitlenin potansiyeli anlaşılmaya çalışılmaktadır (Baudrillard, 2017a: 33-40). Modern insanın kehanetlerle alakalı spekülasyonları oldukça fazladır. *“Uydu savaşları ile yerel savaşlar arasındaki uyumsuzluk ile aynı şeydir bu. Yerel savaşlar her yerde*

*birbirini izliyor, ama nükleer savaş çıkmıyor. İkisi arasında bağlantısızlık olmasaydı, nükleer patlama çok zaman önce olurdu. Uluslararası borsa ve finans iflası, nükleer patlama, Üçüncü Dünya'nın borç patlaması, nüfus bombası patlamayan bombaların ve sanal felaketlerin egemenliği altındayız...*” (Baudrillard, 2016c: 32). Hayatın sürdürülebilirliği açısından riskler sürekli anlatılmaktadır. Atom ve gen teknolojilerinden dolayı uzmanlar ya da art niyetli olanlar dünyayı yok edebilirliği bilgisinin varlığı bizi tehdit eden bir durumdur.

Gerçek dünyayı ortadan kaldırdığımızı göre gerçekliğin ardında bıraktığını, nasıl ifadelendireceğimiz belirsizdir. Gerçek dünyayla birlikte göstergeler dünyasını da yok ettiğimizden gerçek dünyadan geriye kalanlara gösterge dünyası da diyemeyiz. Gösterge yok olursa bütünsel gerçeklik de daha rahat önünü görür. Gerçekliğin gösterge, simülakr ve imgenin önünde diz çöktüğü ve bunun bir kandırmaca sonucu olduğu iddia edilir. Ancak günümüzde iddianın yer bulmadığını gerçeklik isteği yüzünden hem göstergeyi hem de sahtesini kaybettiğimizi ifade etmeliyiz. Gösterge aracılığıyla yapılan anlamlı bağlar gerçek aracılığıyla yapılan anlamlı bağlarla beraber sanal ile sayısal bir araya gelen bir evrende yok olmuştur. Mesela Lascaux mağarasının turistlere uzun bir zamandır kapalı olmasından dolayı turistler Lascaux 2 isimli simülakr mağarasına girmek için uzun bir sıraya girmektedir. Birçok insan gerçek olmayan kopya olan mağaranın sırasında olduklarını da bilmemektedir. Ayrıca gerçek mağaranın nerde olduğuna dair herhangi bir sembol de görünmemektedir. Bizleri de Lascaux mağarası tarzı gibi bir durum kusursuz bir dünya kopyası ya da dünyanın kopyası bile olup olmadığını algılayamayacağımız bir dünya beklemektedir (Baudrillard, 2015: 63-64). Canlı olup olmadığını anlamak için dokunulan ağaç, yenilen elmanın gerçek bir meyve olup olmadığını bilmiyor olmanın verdiği bulanık zihin, sosyal medyada bize yazan arkadaşımızın gerçekten arkadaşımız yoksa arkadaşın hesabını ele geçiren bir dolandırıcı mı olup olmadığına emin olamamak. Gerçek ve sahte arasındaki çizginin bulanıklaşması ve artık gerçekle sahtenin fark edilemez olması. *“Kuşkusuz 1929’da bir kriz ve Hiroşima’da bir patlama oldu, yani hakiki bir iflas ve patlama anı yaşandı; ama ne sermaye (Marks’ın istediği gibi) giderek daha vahim krizlere girdi ne de savaş bir patlamadan diğerine sıçradı. Olay bir kere yaşandı, nokta, hepsi bu.*

*Sonrası hep aynı: büyük finans sermayesinin hipergerçekleşmesi imha araçlarının da hiper gerçekleşmesidir; her ikisi de tepemizde, bizden kaçan, ama aynı nedenle gerçeklikten de kaçan bir akış içinde yörünge oturmuşlardır: hiper-gerçekleşmiş olan savaş ve hiper-gerçekleşmiş olan para, erişilmez ama böyle olduğu için dünyayı olduğu gibi bırakan bir uzamda dolaşmaktadır* (Baudrillard, 2016c: 32). Hipergerçeklik; gerçeklik yeniden canlandırıldığında asıl gerçekle canlandırılan gerçeğin arasındaki makasın daralmasıyla gerçekliğin elden kayıp gitmesidir.

Toplumsallaşmayı bilinir kılan kuramsal çerveden ziyade, bundan sonra haber yoğunluğuyla iletişim araçlarını kullanarak geçirilen zamandır. Oysa bu doğru bir düşünce değildir. Çünkü haber kitlenin enerjisini yok etmez bilakis her süreçte çoğalan bir kitle oluşturmaktadır. Kitle sadece kitle iletişim araçları içerisinde bulunabilir. Başka yere bakılması anlamsızdır. Kitle modelleri yansıtabilen hipersimülasyon vesilesiyle modelleri yok edebilecek bir simülasyon gücüne sahip. Kitle simülasyonun öznesiyken aynı zamanda nesnesi olmuş ve bu birbirine zıt olan durumun üstesinden gelebilmiştir. Kitle, insanı bıktıran bir sessizliktir. Herkes varolan bu sessizliği konuşurmak için çaba sarfeder. Kitlelerin dönüt verip, vermemesi ölçülemez. Sondajlar onu görünür kılamaz çünkü kitleler kısa bir süre içinde onu yok eder. Kitleler hipergerçeklik sarmalında politik ve toplumsal alanını ters düz ederler. Politika kitle iletişim araçları ve haberlerle kitleyi yanıt veren bir simülasyon ortamına koymaya çalışırken kitle toplumsallığı simüle eder. Sonuç olarak baktığımızda iktidar mı yoksa kitleler mi kazandı sorusuna net bir cevap yok. İktidarın simülasyonu kitleye dayatması mı? Tersten sorarsak kitlelerin iktidarı alaşağı ettikleri ters simülasyon mu? Kitle ne bir özne ne bir özneler grubu ne de nesne olmamanın üstesinden gelebilmiştir. Onu gerçek anlamda bir özne yapma mücadelesi manasızdır (Baudrillard, 2017a: 29-32). “...Koşut evrenin, gerçeğin ve akılcı olanın verilerine indirgenmeyen bu radikal yanılısamanın bertaraf edildiği her yerde, derhal gerçeğin felaketiyle karşı karşıya kalınacak. Çünkü maddenin kendisi bir aldatmacadır ve maddi evren, kesinlikle mevcut olmayan eksik kitleye dayanıyor yalnızca. Karşıt gerçekten arındırılmış gerçek, aşırı gerçek halini alıyor, gerçekten daha gerçek oluyor ve simülasyonda yok olup gidiyor...” (Baudrillard, 2012a: 18).

Toplumsal hayat içerisinde en küçük bir davranışı bile organize etmek için telefon, teknik, telepati ve ilişkilerde harcanan çabanın hepsine bakıldığında ilkel insanların harcadığı fiziksel çabanın berraklığını özlüyor insan. Gereksiz zihin kargaşalarının olmaması için saf fiziksel çabayı seçmeli ve zihinsel enerjiyi duyuların hazzı için ertelemeli (Baudrillard, 2014a: 125). Dijitalleşme artıkça sosyal eylemleri anlamak güçleşmektedir. Sosyal medya da birbirini takip etme zorunluluğu tanıdık olanların arkadaşlık isteklerine olumlu cevap verme, whatsappdan iki mavi tık olduğu zaman okunmuş sayıldığı için en kısa zamanda cevap verme gibi insanlar yeni bir takım davranış kalıpları geliştirmek zorunda kalmaktadır. “...yani nedensizliğin kökeninde göstergenin kendi iç örgütlenmesi değil, bir değer olarak dayatılması vardır. Bir başka deyişle eşdeğerli ve yasal iki ayrı süreç olarak kabul edilmektedirler. Gösterge sanki sizinle ilişki kurmaya çalışan bir gerçekliğin içinden çıkıp gelen, bir başka şeyin yerine alan bir şeye benzemektedir” (Baudrillard, 2016a: 375). Sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları beğenen arkadaşlarının kimler olduğuna bakılıp ona göre kişinin de onları takip etmesi gibi dijitalleşmeyle birlikte oluşan yeni toplumsallık ve kamusal nezaket kuralları oluşmaktadır.

Kitleler modern zamanlarla birlikte kendilerini azad ve anlamı olan bir bağlam içerisinde vaftiz edilmeyi reddedişlerini gözlemlediğimiz enteresan bir dönemdeyiz. Kitleleri ele geçirip kullanma fikrinden artık uzaklaşmalıyız. Artık kitle diye bir şey yoktur. İktidarların değişimiyle birçok iktidar gelip içinde kayboldukları bu sessiz yağının bütünsel sosyolojik bir karşılığı veya bir gerçekliği yoktur. Kitle bir gölge gibi iktidarın sırtında, dibi görünmeyen bir kuyu ayrıca bir emme şeklidir, bu kadarını bilmek yeterlidir. Hipergerçeklik uyum döngüsü uyumlu olmakla birlikte devingen ve akışkandır. Bu iktidarın kendini içinde bulduğu güncel bir faciadır. Devrimin içine yuvarlanıp iflas edilen bir deliktir. Kitle patlamamakta ancak için için kaynamaktadır ve her çeşit devrimci olduğunu iddia eden söylem kitlenin içinde yerle bir olacaktır. O zaman kitlelerle sorun yaşayanlar oldukça fazladır. Toplumsala ait olmayan kitleler sosyal projelerdeki söylemlerin sabit düşünceleri başarısızlığa uğrattırlar. Kitle ile etkileşim halde olan yalnızca terörizmdir. Ve toplumsalın yaşamını yitirmesinin final sahnesinin oynandığı bir bağlamdır. Terörün kapitalizme saldırdığı iddia edilmektedir. Ancak terör kapital sistemi değil kapital sistemin

düşmanı olan toplumsallı vurmaktadır. Eylem şekli olarak terörizm temsil edici olmayan son kalan harekettir. Bundan dolayı temsil edilmeyen tek hakikat olan kitlelerle ahenk içindedir. Bu söylenenlerden terörün kitlenin sessizliğini susmasını ya da pasif bir biçimde mücadele ediyor olmasını şiddet aracılığıyla temsil eder şeklide bir çıkarım yapılmamalıdır. Kitle ve terörizmin ortak bazı yönleri vardır. Ve terörizmin asıl amacı devletin dayatmacı tavrını ortaya koymak değildir. Ancak iktidarın nasıl temsil edici olamayacağını bize sunar. Şiddet temsil edilmeyi arzulamaz ve bir simülasyon evrenine aittir. Haberler ve kitle iletişim araçları da teröre benzer. Kitle iletişim araçları aynadaki korkunç görüntümüze bakmamız gibi bizi şok olma haline sürükler.(Baudrillard, 2017a: 47-49). Baudrillard kitlelerin kontrol altına alıp onları yönlendirme çabasının anlamsız olduğunu her fırsatta bize hatırlatmaktadır. “ *iktidarın başvurabileceği tek silah, tek strateji her tarafa yeniden gerçek ve gönderen sistemleri yerleştirerek, bizi toplumsal gerçekliğin varlığıyla ekonominin ciddiyetini ve üretimin amaçları bulunduğu inandırabilmektedir. Bunu başarabilmek içinse bunalım söylevinin yanı sıra (neden olmasın) arzu söylevine de başvurmaktadır. Arzularınızın gerçekleştiğini düşünün! Sözü iktidarın üretebileceği en son slogandır, zira gönderen sistemlerinden yoksun bir dünyada gerçeklik ilkesiyle arzu ilkesinin birbirine karıştırılması bulaşıcı bir hastalık gibi her yanı saran hipergerçeklikten daha korkutucu bir şey değildir*”(Baudrillard, 2016b: 41).

Kitle, kitle iletişim araçları terör bu üç olgunun arasında bir etkileşim vardır.

Toplumsallığa dair iki olasılık belirtirsek ilki; toplumsal hiçbir zaman var olmamış ve bu yüzden toplumsal ilişki mevzu bahis edilecek bir pozisyonda olmamıştır. Toplumsal olarak tanımlayabileceğimiz ve iş gören hiçbir durum da oluşmamıştır. Ve bundan dolayı ayartma, ölüm, meydan okuma çerevesinde sadece simüle edilmiş toplumsal ile toplumsal ilişki mevcuttur. Halihazırdaki böyle bir ortamda ise gerçek, gizli veya ideal olan bir toplumsallığı hayal etmek anlamsız ve işlevsiz olacaktır. Aslında bu durum simülasyonla değiş tokuş yapma manasına da gelebilir. Toplumsal diye isimlendirdiğimiz şey eğer simüle edilmişse birden ve hızlı bir şekilde yapabileceği şey simülasyondan paçasını sıyırmak olacaktır. Bu şekilde iktidarı ve iktidarın aracı ve onun varlığının sürmesine vesile olan toplumsalın aynasını da yerle bir etmektedir. Simülasyondan sıyrılmak ve bu şekilde bir meydan

okuma şekline girmektedir. Kendine has mantıklarına göre kapital ile iktidara bir meydan okuma şeklidir ancak iktidar ve kapitalin bir mantığı mevcut değildir. Uzam simülasyonu işlevsizleşip iş göremediği bir duruma geldiğinde kısa bir süre içerisinde toplumsal buharlaşıp ortadan kaybolacaktır. Bu durum toplumsalı var eden ve sürekliliğini sağlayan düşünce için bir meydan okumadır. Ayrıca yaşanan bu olaylar aniden oluşmakta ve aniden son bulabilmektedir. Şaşırtan tarafı ise o kadar kısa süre içerisinde olmaktadır ki bu durumdan önce toplumsallık adına herhangi bir şey var olmamış gibidir. Bu ilerlemek, reform, devrim gibi bir durum değil bir faciayayı anımsatan bir çöküştür. Sosyal krizden ziyade, var ettiği sistemin emilişini anımsatmaktadır. Toplumsallık yerle bir olurken onu ayakta tutmaya yarasın diye marjinal kalıntılar olan zihinsel yoksunluk yaşayanlar, mahkumlar, narkotik bağımlıları kadınlar v.b ile bu durum yeniden toplumsallaştırılmaya çalışılmaktadır. Ama bu çaba yersiz ve anlamsızdır. Çünkü toplumsal gerçeklik ile rasyonellik vizyonu sadece geceleri dolaşan zombiler gibi güneşin ortaya çıkmasıyla ortalıktan kaybolmaktadır. Toplumsallığın her zaman varlığının söz konusu olduğu ve zaman geçtikçe gelişim gösterdiği ikinci varsayım ise toplumsallığın gerçekliği kendini ispatlayabilmiş olmasıdır. Toplumsal her şeye dahil olmakta ve görünürde toplumsallık dışında bir şey göze çarpmamaktadır. Toplumsallın ardında bıraktığı her şey ve toplumsalın kendisi dahil bir artık olduğunu ifade edebiliriz. Toplumsal gerçekliği yenmek için tek çare olarak bu yöntemi uygulamıştır. Bu durum git gide artıp evrensel boyuta ulaşması an meselesi olan sembolik sistemin çoğalmasındır. Toplumsalın bizzat kendisi bir kalıntı biçimindeki gerçeğin konumuna geçer. Bu durum yüksek oranda aldatma içeren bir ölüm şeklidir. Bu şekilde ise toplumsalın derinine inerek daha da dibe batırız. Başka şekilde ifadelendirilecekse hepimiz aynı anda toplumsalın dışına fırlatılmaktayız veya ölü olan ilişki, dil ve dizimler kavramlarla örülmüş terörist bürokrasilere benzer ürkütücü ve kompleks bir durumda hayatımızı idame ettirmeye çalışıyoruz. O zaman toplumsal öldüğünü de belirtmeyiz zaten toplumsal, süreç içerisinde ölüm stoklama alanı manasına gelecektir. Bizler birer kalıntı yığını olan toplumsallık üzerinden hayata kalmaya çalışmaktayız. Paris'te 1544 senesinde ilk defa yoksul, çalışma gücü olmayan dezavantajlı gruplar için bir ev ayarlandı. O sıralarda yeni keşfedilen toplumsallık tarafından yardım eli bazı insanlara ulaştı. Hasta, serseri, deli ve toplumun ötekileştirdiği ve kalıntı

şeklinde oluşmuş herkesi kapsıyordu. 19.yüzyıla baktığımızda bu bakımın ismi sosyal yardım, 20.yüzyılda ise sosyal sigorta şeklinde olacaktır. Toplumsal geliştikçe kendisine bir katman daha ekleyerek kalıntı mevcut halinden uzaklaşarak giderek kalınlaşmıştır. Toplumun bütün kesimlerine artıklar ulaştığında kusuru olmayan bir toplumsallaşmayla baş başa kalınmaktadır. Her kesim bu artıklardan oluşan toplumsalın içerisinde olmakla birlikte aynı zamanda dışındadır. Toplumdaki her kesim dışlanmakta aynı zamanda toplumsallaştırılmaktadır. Enteresan bir örnekle devam edersek Le Monde dergisinde topluma dair bir yazıda mülteci işçiler, suçlu olanlar, kadınlar gibi şeylerin olması başka bir ifadeyle asla toplumsallaştırılmayacakların var olması toplumsala dair bir patolojik bir durumolmasına sebebiyet vermektedir. Toplumsallık bunları alıyorsa toplumsala dair uzak bir noktada olan kalıntıları bile içine almayı göze almışsa demekki genişlemiş bir toplumsallık içerisinde bu yapılmaktadır. Makine olarak toplumsallık bu artıkları işlemekten geçirecek daha fazla genişleme alanı arzulamaktadır. Herşey toplumsallaşırsa makine işlevsizleşecek dinamik düzen alaşağı olacak ve bu sefer toplumsal sistemin kendisi artık olacaktır. Bir artığa dönüşen toplumsal artık tarihsel bir sürecin içerisinde kendisine yer bulamaz. Toplumsallık bir ideal prensibi olan anlamlı birşeyden uzaktır çünkü artık ölmüş ve üstünden geçilmiş bir hiçliktir (Baudrillard, 2017a). Toplum, kalıntıları gösterirken kendisinde bir kalıntıya dönüşecektir. “...Koşut evrenin, gerçeğin ve akılcı olanın verilerine indirgenmeyen bu radikal yanılısamanın bertaraf edildiği her yerde, derhal gerçeğin felaketiyle karşı karşıya kalınacak. Çünkü maddenin kendisi bir aldatmacadır ve maddi evren, kesinlikle mevcut olmayan eksik kütleyle dayanıyor yalnızca. Karşıt gerçekten arındırılmış gerçek, aşırı gerçek halini alıyor, gerçekten daha gerçek oluyor ve simülasyonda yok olup gidiyor...” (Baudrillard, 2012: 18). Günümüzde toplumsal düşüncenin bir bütün olmaktan uzak bir hale gelmesini, toplumsalın kendi kabuğuna çekilmesini, toplumsalın silüetinin bile ortadan kayboluşuna şahitlik ediyoruz.

Refahın dağıtımının mevcut halinden farklı bir biçimi bulunmadığı halinde toplumsallın yapması gereken sistemi çökertmekle birlikte ütopyik bir seviyeye ulaşp sınırları bozacak bir durumda olan zenginliğin fazlasını emmek ve temizlemektir. Toplumsal sosyalist umutlara rağmen mantıksız, kontrol altına alınamayan, ürkütücü bir patlamayı anımsatmaktadır. Toplumsallık bundan dolayı işleyebilmiş, bilerek har

vurup harman savurarak tüketmiş, kullanım değerini kendisi için olmasına karşın hayatta tutunmasını sağlamış ve gerçeklik ilkesinin özgürlüğüne kavuşması için çabalamıştır. Toplumun ölüm problemi yaygınlaşmakta, toplumsalın kendisini de kapsayacak bir biçimde görünen ne varsa hepsi kullanım değerine doğru işlevselleşmektedir. Marks'ın tahmin ettiği ve arzuladığı bir dünya olmadı bilakis hiç tepki vermeyen bir dünya olmaya doğru ilerlemektedir. Marx iyi yönde ilerlemekte olan toplumsalın içinde emilmiş halde bulunan ekonomik yapıyı hayal ediyordu. Ancak bugün yaşadığımız felaket ekonomik politik içinde toplumsalın emilmesidir. Farz edelim ki toplumsal şimdi yok ama toplumsal diye bir şey var. Toplumsal uyumlu bir uzam ve gerçeklik ilkesi olarak mevcuttur. Toplumsal ilişki ayrıca üretim biçimi olarak toplumsal ilişki, toplumsalın dinamik soyutlanması, tarihsel zıt durumlar ve çatışmalar gibi toplumsal yapı her zaman olmuştur. Bunların hepsi bir anlam bağlamı içerisinde var olmuş ve söyleyeceği şeyler vardır. O zaman toplumsal ne bir kandırmaca ne de bir kalıntı ve atıktır. Ancak iktidar ile kapital anlamlı hale gelmesiyle birlikte üretime ait, ideal bir uyumluluğu olan belli bir çerçeve içerisinde rasyonel dağılım bölgesine girmek ile olasıdır. Bunlar 2.derece olan bir simülasyonun küçük sıkışık alanında oluşup yok olmuştur. Üçüncü derece simülasyon ise günümüzde toplumsalı emerek yaşamına son vermektedir. Toplumsallık dediğimiz kavram Los Angeles için nasıl bir anlam ifade etmiyorsa ileriki zamanlarda toplumsallık dediğimiz şey de ne anlama geleceği muamadır. Şuan Los Angeles sinema, otomobil, TV, telefon dönemini yaşamaktadır. Toplumsallık kişilerin hayatlarını devam ettikleri ancak terminali anımsatan denetlenmemekle birlikte ortak bir biçimde kullanılmayan ardı ardına dizilmiş iletişim uzamından başka bir şey olmayan bütünlüğünü koruyamamış bir toplumsallık. Ancak perspektif varsa toplumsallık vardır. Ve toplumsallık caydırma uzamı olan simülasyon uzamında da yaşayamaz son bulur. (Baudrillard, 2017a: 65-70). Simülasyon uzamında model ile gerçeklik birbirinden ayrılmaz bir durumdadır. *“Bundan böyle gerçeğin akılcı bir görünümüne sahip olmasına gerek yoktur, çünkü gerçek ideal ya da olumsuz süreçlerle başa çıkabilecek (boy ölçülebilecek) bir durumda değildir. Gerçek artık işlemsel bir görünümüne sahiptir. Aslında buna gerçek bile denilemez, çünkü çevresinde onu sarıp sarmalayan bir düşsellik yoktur. Bu atmosferden yoksun bir hiper-uzamda kombinatuvar modeller yayan, sentetik bir şekilde üretilmiş gerçek*

*yani hipergerçektir”* (Baudrillard, 2016: 15). Örneğin bizlere sunulan yalnızca savaş görüntüleridir. Bundan öteye gidilip başka görüntüler aktarılmamaktadır. Gerçek savaş bu şekilde simüle edilmiş ve hipergerçekleşmiştir.

Modeller gerçekliği temsil etmez gerçeklik modeller aracılığıyla bulunduğumuz an itibariyle modelle indirgenir ve bu ürkütücü bir kısa devredir. Bunun nedeni ise gerçeğin hipergerçekleşmesidir. Ne idealize edilir ne de hayata geçirilir sadece hipergerçekleştirme mevcuttur. Hipergerçeklik, gerçekliğin şiddet aracılığından ziyade, güç seviyesine doğru ilerlemesiyle model yıkılır. Model, gerçeğin yutulduğu bir halka misali işlemektedir. Gerçeğin gerçekten daha gerçekmiş gibi bir görünürlüğe sahip olan gerçekliğin yakalanması veya algılanması oldukça zor, gizli ve hilekâr bir şekilde çekilen çizgiler yoluyla fark edilebilir. İletişim ve enformasyon araçlarının hepsinin yaptığı gerçeği veya haddinden fazla gerçeği üretmektir. Ancak haddinden fazla erotik ile porno diyebileceğimiz bir gerçek ortada vardır. Pornografik videolardaki zoomlar gibi aslında bu biçimde var olmamış ve sadece belli bir uzaklıktan seyredildiğinde ancak anlamlı olan gerçeğe bizler sınırları geçerek haddinden fazla yaklaştırılmaktayız. Gerçek ihtimallerini ortada bir iz bırakmadan, mükemmel bir şekilde kaybolmuştur. Hipergerçeklik sistemi ve gönderen biçimini yok edip model seviyesine ulaştırdığı bir gerçeği ortadan kaldırmaktır. Bahsettiğimiz hipergerçeklik toplumsal da benzer biçimde ortadan kaldırmaktadır. İkinci seviyeye gelmeyi başaran toplumsal bu sefer üçüncü seviyede bir simülasyon olmayı başarmıştır. Sosyalizmi saf ve umutlu olan gerçeklik idealini global bir duruma getirmeyi arzulamıştır. Ancak gerçekliğin kalıntı veya hayali hatta bundan daha beteri de bu süreçten sonra simüle edilmiş ve ortadan kaldırılmış toplumsalın hatırasıyla hayatımızı sürdüreceğiz. Sosyalizmin gerçekliği yitirilmiş olan modeli bir hedef uğruna sürdürme isteğidir. Modellerin hepsi ve tabii ki sosyalizmin kendisi gibi görünüp hipergerçekleşme mecburiyeti vardır. Bu açıdan Sosyalizm kendinden geçmiş bir modeldir. Kendinden geçmiş bir model olması hipergerçeğin kendisi gibi olan donup kalmış bir gerçeğin kendinden geçmesi, modelin kendi içinde düşselin bölgesinden çıkarılarak donup kalmasından ötürüdür. Sosyalizm örneği ile birlikte politikanın hayata dönüp dönmediğini sormak sosyalizmi bir model olarak varsayarsak gerçeklik yok olarak kendini, kendinden

geçmiş olan modellere bırakıp bırakmadığını sormak, kendinden geçmiş devlet, şiddetle bütünleşen terör modeli o zaman bunlara mı bıraktı gerçeklik? Bu soru işaretlerinin cevaplarını veremiyor ve bu noktada Canetti'nin kör düğüm dediği yere insanlığın gerçekliği bırakıp çekip gittiği noktaya varmaktayız. Bu noktanın çözüme kavuşması tarihin gerçekliği veya gerçek dışılığıyla ilişkilidir. Ancak eleştirel düşüncenin faaliyet noktasının uzağında kalmış gibi görünmektedir. Düzen simüle edilirse bizim itiraz etme yetkimiz bizden alınmış olur ancak simüle edilen bir sosyalizm bu sefer katılma yetkimizi bizden alır. Şimdiye kadar kapitalin hayaletleri arasında geziniyorduk. Artık Avrupa'ya gözdağı veren ikinci elden sosyalizm ölmüş modelleri içinden gezineceğiz. Ve bu yaşanılanların hipergerçekliği herhangi bir şeyi dönüştürmeyecektir (Baudrillard, 2017a: 70-80). Hiçbir şey gerçeğin yerine geçmiş simülasyondan kurtulamayacağı için, bu süreçten sonra artık hiçbir şey kendi yok oluşuna şahitlik edemeyecektir. *“Çılgın bir dünya var; bir de onun karşısında gerçekliğin ültimatomu. Yani, dünyanın deliliğın kaçmak istiyorsanız her şeyin çekiciliğinden fedakârlık etmek zorundayız. Dünya, çılgınlığını sürekli artırarak fedakârlığın da değerini yükseltti. Gerçeğe yapılan şantaj. Bugün, hayatta kalmak için yanlısamalar hesaba katılmıyor; giderek gerçeğın geçersizliğine yaklaşmak gerekiyor”* (Baudrillard, 2014a: 53). Gerçek ile gerçeğın yeniden canlandırılması ilişkiselliğinde makasın iyice daralması neticesinde hipergerçeklik oluşmaktadır. Ve hipergerçeklik bütün günlük yaşam rutinlerimizin içerisinde yer almaya başlamıştır. *“Saçlarının gölgesinde yaşıyordu. Öne düştüklerinde profili görünmüyordu. Başını öne eğdiğinde saçlarının altında bir rahibe gibiydi; dünyadan kopmak için walkman'ini takması yetiyordu. Zaten dünyayla, uçtuğtu kentlerden alıp uçakta yazdığı kartpostallarla haberleşiyordu yalnızca”* (Baudrillard, 2014a: 264). Gerçek fiziksel dünyadan telefonda müzik dinleyip başka bir dünyaya dalıp sokakta araba seslerini değil de aşkın getirdiği duygusallıkla romantik şarkı dinlemek gibi bir durumdur. Mekân algısı etkileyen sanal ortamlar mevcut fiziksel ortamdan başka ortamlara mevcut ortamdan daha uzaklara ulaştırır.

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**  
**BİR TOPLUMSALLAŞMA TÜRÜ OLARAK SOSYAL MEDYADA**  
**HİPERGERÇEKLİK**

Bir toplumsallaşma türü olarak sosyal medya daha önceki bölümlerde de bahsettiğimiz üzere gerçekliğin yeni bir türü ile bizleri karşılamaktadır. Bilenen ve gündelik hayata sızan ayrıca yaşama dair somut gerçekliklerden ayrı olarak sanal evrende inşa edilen, kurulan ve yapay bir kültürel çerçeve ile oluşturulan bu yeni tür gerçekliğe bir anlamda biz hipergerçeklik diyebiliriz. Yaşadığımız dönemi tanımlarken Baudrillard (2016b: 133) metafizik çağın bittiğini hipergerçeklik çağın başladığını ifade etmektedir. “...Sosyal evrenlerimizin giderek bir yazılıma dönüştüğü, dijital teknoloji ile yepyeni bir ontoloji ile karşılaştığımız bu dönemde hakikat, hiper gerçeklik, simülasyon, simülaklar, simgesel değiş-tokuş gibi kavramlarla sosyal bilim dünyasında büyük ses getiren Baudrillard, tüm insanlığı etkisi altına alacak olan internetin gücünü sezmiş gibiydi...” (Kara, 2017: 13-14). Kitle iletişim araçlarının kullanımı gerçekliğe dair soru işaretlerini beraberinde getirir. Baudrillard (2002a) sergiye gelen birinin telefon konuşmasıyla örneklendirir. “Bir kişi cep telefonu ile sergiye geliyor. Telefonu çalıyor, kişi herhangi bir şeye bakmadan, kulağına doğru tuttuğu telefonla serginin hepsini geziyor. Konuşuyor ve telefonun diğer tarafındaymışsınız gibi gözlerini size çeviriyor. Konuşmadığı birini izliyor, görmediği kişiyle konuşuyor, telsiz telefonun sonsuz erekliliği. Sessizlik görüntüyle alakalı olmakla birlikte ancak bu sadece sesin sessizliğidir. Görüntülerin hemen hemen hepsi farklı haykırır. Gerçekten ve gerçeklikten haykırır. Bugünün toplumunda cep telefonu ağızdan ağıza konuşulan bir şeyden kulaktan kulağa konuşulan bir duruma evrildi. Kulak bu süreçte ses ve işitmenin ötesinde duyumsal bir terminal haline geldi. Duyumların hepsi elektronik dayatmasının final kısmı başka şeyler aldı. Ekranın dokunsal hali, parmakla elektronik araçlara dokunma, filmler cildin, görüntü odaklı olan bakışın, sesli cihazlar sesin, bütün bunlar hazzın ve bedeninin yerine geçti. Koku ile tat alma bilgi işlem dayatmasından kendilerini soyutlayabildiler.

Mutsuz ve sıkılmış halde sosyal medyada vakit geçirenlerin haz yanılması yaşadığı söylenebilir. “İki değerli an iki değerli yanılısana: Bir kadını sezmez ona sahip olmak- haz yanılması ve büyüdü daha geçmemişken onu henüz kaybetmiş olma duygusuna kapılmak: kaybetme yanılması” (Baudrillard, 2014b: 315). Baudrillard haz yanılması kavramından hareketle sosyal medya da hedonizmi

teşvik edici bir takım uygulamalar sunulmaktadır. Bir problemi varken hızlı bir şekilde akan, konsantre gerektirmeyen videolarla eğlendiğini düşünen insanlar aslında sadece yaşadığı problemi ertelemektedir. İzlediği eğlenceli videoda beyni serotonin salgılamakta ve beyni ona ne yapıyorsan tekrar yap diyerek yaptığı şeyin alışkanlığa dönüşmesine sebep olmaktadır. Bu konuda Şentürk “... *Kentli ve eğitilmiş orta sınıf, günlerinin çoğunu yalnızlık içinde iç benliklerini unuttukları gündelik hayatın koşuşturması ve karmaşası içinde harcamaktadır. Derin bir umutsuzluk yüzünden acı çeken bu kitle dünyanın bir anlamı olmamasından kaynaklanan metafizik ve keyifsizlik ve amacı olmayan bir amaçlılık hali yaşamaktadır...*” (2017a: 28). Günlük yaşamın koşuşturmasında insanlar sürekli bir şeylerle uğraşmakta ancak hayata dair bir umutsuzluk ve amaçsızlık hali mevcudiyetini korumaktadır.

Baudrillard’ın internet, sinema, televizyondaki imajların görevine nasıl baktığı, ekranlardan seyreden insanlar seyirci olmakla birlikte katılımcı olduklarında neye dönüştüğünü anlamak için Baudrillard’ın biri bizi gözeliyor reality show üzerine olan tasvirlerine bakmak gerekir. Dijitalleşmiş evrene dair bakış açımızı Baudrillard’ın görsel ile bütünsel gerçeklik konularını tasviri etkilemektedir. İmaj ve gerçek arasındaki ayrımın giderek yok olması, imajların fonksiyonun anlam değişimine uğramasına yol açar. Bunun altında yatan nedenlere baktığımızda kapitalizm, tüketim toplumu, modernite, kitlesel olan medya ile iletişim teknolojileri alışık olmadığımız oranda fazlaşmasına ve yayılmasına vesile olduğunu görürüz. Bundan ötürü dünyaya bakışımız ve anlama biçimini ilk kaynak olarak gerçekliğin yerine geçen işaretler yani hipergerçeklik evreninde yaşadığımız görürüz. Bu şartlarda imajlar “gerçek dünyadaki” bir nesneyle doğrudan, somut olarak bir bağ kurma zorunluluğu hissetmeden rahat bir biçimde dolaşır. Bunun sonucunda imajlar ancak kendi aralarında anlam üretebilirler. İçinde olduğumuz bu durumda, imajlar kendine has olan özelliklerden oldukça uzaklaşmış bir halde olduğundan artık imaj olarak işlemesi olası değildir. Postmodern dönem ile birlikte her şey görünür, net, bilgisine ulaşılabilir, direkt olarak erişilebilir bir hale getirme çabasına girmiştir. Canlı yayınlar, second life biçimindeki sanal uzamları, etkileşimli sanat, gözetleme üzerine kurulan dijital teknikler ve dijital iletişimi düşünecek olursak doğrudan yaygın ve her yerdeler. Modern bireyleri imajın içine

yerleştirmeye mecbur bırakıyorlar. İnsanlarla oldukça yakın ve iç içe bir biçimde her yerde ve amede bir biçimde var olan imaj ve işaretlerin içinden çıkıp var olmayı mümkün kılacak eleştirel bir mesafe de olası görünmemektedir (Toffeletti, 2014). “*Hakiki naiflerden kurtulunca, naiflerden daha naif olabilirsiniz. Gerçeklikten kurtulunca gerçeklikten daha gerçek olabilirsiniz: Hiper-Gerçeklik. Her şey hiper-gerçekçilik ve pop sanatla başladı; gündelik yaşam fotoğrafik gerçekçiliğin ironik gücüne bu şekilde yükseldi. Bugün bu turmanış, trans estetik simülasyon alanına giren tüm sanat biçimlerini ve tüm üslupları ayımsız kucaklıyor*” (Baudrillard, 2016: 24). Fotoğraf ve sanatın gerçeklikten daha gerçek olan hipergerçeklik haliyle başladığını dille getirmektedir. Gerçeklik ile ekran oldukça ilginç bir biçimde çakışıyorlar, çünkü simülasyon olduğunda hepimiz ihtimal dahilindeki olası kurguları tekrardan oynama mecburiyetindeyiz.

Görsellerin içinde nefes alamayacak bir durumdayken bu süreçte göstergeden bahsetmek dünyanın bir yansıması ya da dünyaya verilmiş olumsuz bir reaksiyon olarak tanımlayamayız. “*Negatifin işlevi. Negatifin sonu geldi, video ve sayısal görüntüde sona yaklaşıyor: Negatif olmayınca derinlik de yok, seçiklik çok zayıf (yalnızca büyük planlarda başarılı). Görüntünün hızlı pozitif birleşimi. Dokunsal ve dijital: göz görüntüye katılmıyor; dijital duyu belirliyor görüntüyü; bir tür elektronik işlem ve denetim duygusu olan dijital duyu*” (Baudrillard, 2014: 90). Gerçek fiziksel bir alanda geçmişteki yaşadığımız deneyimler ve algılarımıza göre kalabalık bir ortamdan geçerken sadece bazı şeyler dikkatimizi çeker. Yaşama bakış açılarımız gözlerimizi görüntü karelerini belirler. Ancak sosyal medya ile birlikte dijital duyu bizim göreceğimiz görüntü karelerini belirler ve bizim üzerimizde denetim duygusu kurulur.

Çıplak bir hakikaten bahsedemeyiz. Çünkü yüzümüzün üstündeki örtü kalktığında hakikat, hakikate benzememektedir. İlzyon olmaksızın bir gerçeklik gerçeklik olarak algılanıyorsa bu tabloyu gerçek, nesnel bir gerçekliği olamaz diye yorumlayabiliriz. İçinde yaşadığımız dünya, gerçekliği deniz kıyısına vurmuş gibidir. Nietzsche “gerçek dünyayı alaşağı ettiğimize göre arda kalanı nasıl tanımlayabiliriz” diye sorar. Geriye kalan dünya için görünümün dünyası olarak isimlendiremeyiz.

Çünkü hakiki dünyayla beraber görünümler dünyasını da ortadan kaldırdık. Gerçek dünya ile beraber görünümler dünyasını da kaybetme durumunda içinde yaşamımızı idame ettirdiğimiz evren; olgusal, olumlu ve gerçek olmasına ihtiyaç duymayan evren haline gelir. Bu durum Duchamp'ın *readmade* tanımına benzer. Duchamp'ın çeşmesi içinde hayatlarımızı idame ettirdiğimiz hayatın modern hipergerçekliğin bir sembolü, saf gerçeklikle işbirliği yapan her çeşit ilizyonun ilginç bir karşı-transferi sonucuna benzer. Bu durumda her çeşit metaforla bağlantısını kesmiş bizhati kendinin yerini almış bir nesne mevcuttur. Bu kadar yoğun bir gerçeklik dünyasına katlanabilmenin tek yolu, onu her zaman yok saymaktır. Magritte'nin "bu bir pipo değildir" çalışmasından anlatırsak görünen dünyayı "bu bir dünya değildir" biçiminde gerçeküstücü bir yadsımaya evriltirebiliriz. Burada bahsettiğimiz felsefi ahlak tarzı "dünya olması gerektiği gibi bir yer değil" veya "dünya eskisi gibi bir yer değil" gibi bir anlayış değil, tam tersine dünya tam da böyle bir yerdir (Baudrillard, 2015: 21-22). Göstergelerin gerçekliğin yerine geçmesi hayatın bir çok alanında karşılaştığımız bir durumdur. "*Boulogne ormanında bir travestiyle karşılaşmak. Homoseksüelliğin hayaleti değil aslında; işaretlerin dehşetengiz bozulması. Vodvil benzeri cinsel yanılmaca değil; hiçbir şeyden yola çıkmadan kadının ifade edilmesi oyunu, ortada kadın olmaksızın kadına dair işaretlerin varlığı*" (Baudrillard, 2014: 57). İmgenin gerçekliğin yerine geçmiştir. Ve artık gerçekliğe dair net bir bilgiye ulaşma oldukça zor bir hal almıştır.

Medya tecavüzü döneminde özel ile kamusal farkının yok olması güncel sanatçı Tracey Emin'in buruşuk çarşaf ve kullanılmış iç çamaşırı gibi mahrem eşyalar içeren yatak odasının fotoğrafı my bed çalışmasında gözler önüne serilir (Toffeletti, 2014: 53). Sosyal medyanın yaygın olmadığı zamanlarda özellikle genç kadınlar kimseye fotoğraflarının gösterilmemesi şartıyla birlikte fotoğraf çekip fotoğrafın çıktısını alırlardı. Fotoğraf ve mahremiyet ilişkisinin dönüşümü söz konusudur. "*Oysa mahrem sınırları olan özne, hem dikizleyen hem de dikizlenen her iki durumu de aynı anda barındıran özne olabilmektedir. Baudrillard'ın deyimiyle ağlar, ekranlar ve yeni teknolojiler ile kendi özgürleştirmesinin, kendi kurtuluşunun son evresine ulaşan modern birey, fraktal bir özneye dönüşmektedir. Bu anlamda hem sonsuza dek bölünebilme özelliğini hem de bölünemezlik özelliğini taşıyarak bir*

*kimliğe adanmış olur. Kendi kuruluş evresini tamamlayan birey, medyanın etkin gücü ile kendi mahrem sınırları beden üzerinden yeniden gerçekleştirilir”*(Beyazköy, 2017: 258).Sosyal medyanın özelliklerinden biride mahremiyetin dönüşümüdür. Paylaşımların popüler olması sarf edilen çaba, mahremiyet filtresinin önüne geçmektedir. Uykudan yeni uyanmış halde yatakta fotoğraf çekip paylaşmak doğal bulunacağı için daha fazla beğeni alabilir. Fotoğrafı paylaşan kişide özel alanını paylaşmaya dair bir soru işareti saniyeler içerisinde zihninde uçup gider. Beğeni almak ve “her halinle çok güzelsin” yorumunun vereceği haz mahrem kaygıların önüne geçebilir. Sosyal medya da takdir edilmek paylaşma arzusunu artırır. “*Vücut derisi/ten çıplaklık olarak değil erojen bir bölge gibi algılanmaktadır. Yani duygusal ilişki ve değiş tokuş aracı ya da emme ve dışkılama metabolizması şeklinde. Vücut bu pütürlü delikli, yarıklı deriyle sınırlandırılmasının da pütürsüz terlemeyen ve dışkılamayan soğuk ya da sıcak olamayan (optimal havalandırma ortamında: “taze” ya da ılık olan) bir deriye sahip olmak adına yadsımaktadır...*” (Baudrillard, 2016a: 186).Erotizm ve çıplaklık ilişkisine baktığımızda günümüzde çıplaklığın erotizmi çağrıştırdığı görülmektedir. Ancak beden ve ten doğarken de çıplaktı ve somut bir gerçekliği vardır. Bu anlamda beden için erotizm ikincil bir anlam olmaktadır.

Sanatın kendisi pop kültürü, sinema, reklamcılık işaret ve simgelerle hemhal olacak bir pozisyonda sanat yaparsa sanat işte o zaman yalnızca simülasyon biçiminde varlığını sürdürebilir. Bugün sanatta olan durum, sanat olanla sanat olmayanın arasındaki farkın çözümlenerek erimesidir. Hemen hemen her şey sanat olarak isimlendiriliyor ve sanatla her yer de karşılaşılıyor. Bu durum güncel sanatın bundan sonra tek yapacağı şeyin kendini simüle ederek tutunma çabası içerisinde olmasıdır. Sanatın bizzati kendisinin ortadan kalkmasının sonucu olarak yani sanatın yokluğu sanatı yeniden sanat yapmaktır. Baudrillard bunu açıklamak için Disneyland örneğini verir. Hipergerçeklik döneminde sahici Amerika’yı konumlandırmanın mümkün olmadığı fakat Disneyland ve onun gibi fantastik konulu parkların bir simülasyon sistemi içinde, aralarında herhangi bir ayrımın söz konusu olmadığını gerçeğini gizlemek şeklinde Amerika gerçekliğini ürettikleri savını ortaya atar. Sanat, hayatın bir çok alanını ustaca tepeden tırnağa kendi hükümranlığını dayattığı gerçeğini gizlemek durumuna gelmiştir. Ve sanatı diğer estetik formlardan farklı

olduğunu görebilmek imkansız hale gelir. Sanat gerçeklik ile birlikteiş çevirdiğinde yıkıcı gücünü yitirir(Toffeetti, 2014: 55). Sanattaki paradoksu sanat komplosu olarak tanımlayan Baudrillard komplonun temelinde gerçeklik ilkesi olduğunu düşünür. *“Fetiş nesnenin şiirsel bir yanı yoktur. Çünkü o zaten değere kesinlikle ihtiyacı kalmamış anlamsız bir şeydir. Çünkü göstergenin güç yitirmesi olanaksızdır; tam tersine o sabit ve sonsuza dek arkasına gizlenebilecek somut bir değere sahip, sonsuza dek yitirilmiş bir gerçeklik sanrısı olarak kalmak durumundadır”* (Baudrillard, 2016a: 399). Şeylerin birbirinden farklı olmasını sağlayan özelliklerin çözümlenerek erimesinden dolayı çağdaş kültürde sanat ve diğer görsel formadaki şeylerin arasındaki farkın artık görülemeyecek bir kıvama gelmiş durumdadır.

Karşıt gerçeklikten soyutlanmış gerçek, hipergerçek haline gelir. Gerçekten daha fazla gerçek olur. Kara maddenin, boşluğun peşine düşme arzusu neden?, Her şeyi görünür bir duruma getirme, ne varsa dile dökme zorla gerçekleştirme neden? Gizemin sürekliliğini mücadele etmeyip hiç olanı dahi deşifre etme arzusu neden? Problemin bir çözümü yok ancak her şekildeki gizli tüketme eylemi belkide gizli bir hedef içeriyordur. Sosyal bilimcilerde yok olmakta olan gerçeğin terekesini kendilerine pay ediyorlar. Sosyal bilimciler anlam, hizmet ve gerçeklikten vazgeçerek çoğalıyorlar. Ardına bıraktıklarımızı silmemiz bizi katil pozisyonuna getirir. Gerçeğin kadavrası olmaz çünkü gerçek yaşamını yitirmemiştir yok olmuştur (Baudrillard, 2002a, 139). Simülasyon evreninde gerçek olan nesnelere de sahte nesnelere gibi bir simülasyon olarak görülür. *“Mobil telefonlar sayesinde taşınabilir internet kavramıyla tanışan bireyler ofisinde bilgisayarlarıyla dışarıda ise mobil telefonuyla sürekli sanal çevresinde koşuşturma içine girmekte ve mobilize bir hayat yaşamaktadır. Gittikçe sanal kimliğine alışan birey bununla var olmaya çalışmakta ve gerçekte bulamadığını veya olmadığını sanal kimliğiyle aramaktadır”*(Yurdigül ve Elitaş, 2017: 145). Modern evli bir çift olmayı arzulayan bir ev hanımı sosyal medya hesabında dışarıda yenilen yemek, doğum günü partisi ve hediyesi gibi fotoğraflar paylaşır. Gündelik yaşamlarında çok nadir yaşanan bu durumu sosyal medyada hayatının bir rutini gibi paylaşır. Evliliklerinin eril ve geleneksel tarafını temsil eden herhangi bir fotoğraf ya da paylaşım sunmaz. Çünkü sosyal medyadaki dijital kimliği olan birbirine âşık, modern, genç evli çift imgesine zarar vermek istemez.

Dijital kimlik ile ilgili olarak;“...iletişim teknolojilerinde icat edilen araç gereçlerin sanal alanda kimliği yeniden inşa ettiği ve bunun temel bir dinamik haline geldiği söylenebilir. Dijitalliğin bireyin kimliğine etkisi ise, kimliğin yeniden oluşturulmasını mümkün kılan teknolojik alt yapı sunmuş olmasına bağlıdır. Bireylerin sanal ortamda oluşturdukları ve sosyal medya kullanıcıları tarafından profil olarak kavramsallaştırılan bireysel özellikler dijital kimlik olarak karşımıza çıkmaktadır” (Ertürk, 2017: 73-83). Arkadaşımız bizimle konuştuğunda konuştuğu konuya ilgi duymayıp onu dinlemeyebiliriz. Ancak aynı arkadaş aktaracağı aynı şeyi bir maile gönderirse daha fazla muhatap alırız. Ve eğer o arkadaşımız sosyal medya hesaplarından bizi engellerse kamusal alanda karşılaştığımızda iletişime geçmeme ihtimalimiz yüksektir.

Fotoğraf için Baudrillard ötekinin kendi kurduğu ağdan dışarı çıkması biçiminde dünyanın belirlenmiş bir bölümüne atılmış bir bakış olarak tasvir eder. Avangart kırmızı bir kumaşla kaplanmış boş bir sandalyeyi düşleyelim. Sandalyenin buruşmuş kumaşı kısa bir süre önce birinin sandalyede oturduğunu işaret eder. Kısa sürede gerçekleşen bu anı yakalamak, sandalyedeki buruşmuş küçük detaylar başka bir zaman gerçekleşmesinin imkansız olan bir anın yakalanmasını bize gösterir. Bununla birlikte yakın geçmişte orada oturanın kim olduğuna dair bir fikrimiz olmaz. Baudrillard’ın aydınlatıcının etkisi ile gölgesinin parıldayan gölgesinin duvara yansıyan silüeti çeken fotoğrafçı özne olan Baudrillard’ın varlığını vurgular. Ya da gölge yok olmakta olan öznenin gerisinde bıraktığı bir iz olabilir mi? Fotoğraf dünyanın veya nesnenin imajın içinden yok olma anıdır. Fotoğraf bir bireyin varlığını veya bir şeylerin gerçekleştiğinin delili olarak görürüz. Baudrillard bu düşünceyi alaşağı eder ve bunun tam zıtının olduğunu fotoğrafın bize gerçekliği göstermediğini bilakis gerçekliğin kayboluşunu bize yansıttığını öne sürer. Fotoğraf da gölge ve sandalye gibi gerçekliği değil sadece kalan izleri yakalar. Nesne fotoğraflandığında kaybolan öteki şeylerin ardında bıraktığı izlerden ibarettir. Fotoğrafta imajı belirleyen özne ya da kendi varlığını dayatan fotoğraf çeken kişi değil fotoğrafı çekilen nesnedir. Ayrıca fotoğrafın gösterdiği nesne de gerçekliğin yok oluşu yani var olmayışıdır. Ve bu fotoğrafın özgünlüğü de bu izdir. Fotoğrafta etkileyici olan fotoğrafın mümkün olmayan gerçekliği göstermesi ve var olmayan bir

şeyi fotoğraflamasıdır. Simüle edilmiş gerçeklerin hükümsüzlüğü ile özgün olmayan içerikle fotoğrafta bir ışık vardır. Fotoğraftaki nesnede enterasan bir ışık estetikten, anlamlandırmadan, anlamdan uzak bir şekilde gizli bir form ya da gizemli proje şeklinde görünmesini işlevselleştirmesi fotoğrafın şeylerin oturmuş sistemini alt üst etme ve bizleri dünya ile ilgili daha farklı bir biçimde tahayyül etme fırsatı sunar. Baudrillard kitle kültürü, gerçeklik ve sanat döngüsünün mutlak olmadığı hipergerçeklik döneminde görsel kültüre dair düşünme biçimize ufuk açacak yerleşik düzenin ötesinde sanatta ve eleştirmene alternatif fikirler sunmaktadır. Sanattan ve özellikle fotoğraftan umutlu olan Baudrillard anlık, sihirli, geçmişe döndüremezliği özelliği olan fotoğrafın ilginç bir çekim kaynağı olduğunu simüle edilmiş bir varoluşun monotonluğunu kesen tekil anlar ya da olgular üreterek bize olumlu duygular aşılabilirliğini öne sürer (Toffeletti, 2014: 55-70). Bizler çoğu zaman fotoğrafın, fotoğraftaki nesnenin gerçekliği ve özü ifşa edebileceğini tahayyül ederiz. Bize fotoğrafta aktarılan gerçeklik değil bir yanılsamadır. *“Facebook, Twitter veya Instagram’daki paylaşımların genellikle, en güzel ve en ideal an ve durumlardan oluşması, takipçilerde sürekli pembe bir dünya yanılsamasına yol açabilmektedir* (Bayhan, 2017: 168- 173). Sosyal medyada gündelik yaşam estetik bir biçimde sunulur. Kahvenin her zaman köpüğü üstüneyken fotoğrafı çekilir. Yemek henüz yenmemişken saçlar fönlüyenken yani her şey en güzel ve en estetik halde sunulur.

İletişim teknolojileri, ekran, internet ve bu iletişim teknoloji vesilesiyle var olan imkanların yarattığı içine gömülme süreci, özgürleşme noktasında bir probleme son vermiştir. Çünkü özgürleşme çabası içerisinde olan birey neden özgürleşmesi gerektiğini bilmemektedir. Aşırı özgürlük ortamından dolayı nasıl bir kimliğe bürünmesi gerektiğini ve kendinden nasıl faydalanmalı sorusunu bile kestirememektedir. Dijital evren gerçekliğin canlandırmasında etkili olmaktadır. Yeniden canlandırma, baştan çıkarma, dil yetisi kavramlarıyla yürütülen göstergelerin sahnesini oluşturur. Gösteren ile gösterilen durmaksızın birbirlerini baştan çıkarırmaya çabalarlar. Bu sahnenin yok oluşu bir müstehcenlik ilkesinin meydana gelmesini ayrıca bütün şeylerin pornografik bir görünme benzemesine yol açar. Vücudun somut bir şekilde harekete geçtiği görsel performans olayı olan

pornografi de herhangi bir baştan çıkarma ya da tekrardan candırlandırma yoktur. Ancak, gerçeğinden gerçekte olduğundan daha fazla gerçek olan beden görsel bir kodun önündede diz çökmektedir. Cinsellik belli bir nesneye dönüşmektedir. Sanal olarak yansıtılan bu durum gerçek cinselliğin yerine geçebilen noksansız bir cinsel nesnedir. Sanal gerçekliğin gerçek dünyanın mevcut durumuna geçip modern fetişizm yaratmasına benzerdir. Sanal gerçeklik, multimedya, hareketli görüntüler, interaktif ekran ve internet ile etkileşimli süreçlerin baskısı altında olmakla birlikte mesafe bilinci de ortadan kalktı. Olay ile gerçek zaman dilimi içinde ekranlara yansıtılan görüntüleri neredeyse hiç olacak kadar kısa zamansal mesafe, insanların değerlendirmesi noktasında kararsız olmaya meyil vermekle birlikte tarihsel boyutunu işin içine katmamış olan bir sanallık üreterek belleğimizde iz bırakmasına izin vermemektedir. Yaşadığımız durum reality şovlardaki anında yayın yapan canlandırma neticesinde gerçeğe görüntü arasında mesafenin ciddi oranda azalması ve gerçeğe görüntünün artık birbirinden ayırt edilemeyecek bir noktaya gelmesidir. Bundan sonra olayın kendisi ve canlandırılmış görüntüsü ile arasında mesafe, boşluk veya orada olamama meselesi yok. Ekrandan gördüklerimizin içine hayatın içine giriyormuşcasına dalıyoruz. Ve üstümüzde bir *dijital tulum* giyer gibi yaşamımızı sürdürüyoruz. Fotoğraf, resim ve sinemaya has bakış ve sahne olur, video ile bilgisayar ekranından görülen görüntü Mc Luhan içine gömülme birebir bağlantı dokunsal interaktif bir durum vardır. Dijital metinler bir çeşit *sentetik imge* rolünde olduğu için metin veya aşkın bakışla bağlarının hepsi kopmuş olmaktadır. Ekranın önünde ekrana bakıldığı zaman diliminden başlayarak metin, metin biçiminde değil imge biçiminde algılanır. Yazı yazma failiyetinin interaktif durumdan çıkıp yalnız bir başına olarak yapılabilen bir süreç olabilmesinin şartı metin ve ekranının, metinle imgenin farklı olmasıdır (Baudrillard, 2015: 51-65).

Ekranı seyrettiğimizde sanal görüntü dünyasının içirisine yerleşiyoruz. “...*Bloglar, YouTube ve Myspace gibi uygulamalar bir tür “bana benim alanımdan bak” mantığını güden benim alanım nesli/Myspace generation oluşturmaktadır. Bu mantık; sürekli eğlenmeliyim, sahip olduğunla böbürlen, tüketmek başarı demektir, mutluluk dediğin şey cinsellikte yatar düşünce ve davranış tarzlarını beraberinde getirmektedir*” (Bayhan, 2017: 167). İmaj yoluyla tüketimi

tüketiriz. Dünya, görsel temsillerle kuşatılmış ve podyuma çıkmış halde şov yapan bir gösteri toplumunda yaşıyoruz. Hipergerçeklik döneminde yalnızca temsil edilenin ötesinde temsilin vuku bulduğu mecrayı da tüketiriz. Bu şekilde aralarındaki çizgi silik bir hal alır. Moda reklamcılığı, podyuma çıkmış kıyafetler, dergiler v.b imajlar artık sadece gerçek ile temsil arasında bir köprü kurma olarak değil bizim gerçekliğimizin kendisi olur. Tüketim nesnesine dönüşen beden moda bedene dönüşür. Bu biçimde tamamiyle beden maddi bir varlık olarak algılanır. Kıyafet, spor, plastik cerahi müdahaleleri ile idealize edilmiş bedenler imaj halindeki bedenler olarak sergilenir. İngilterede'deki ilk engelli bedenlere yönelik güzellik yarışmasında programı düzenleyen; toplumsal yerleşik düzeni sarstığını toplumdaki engelli insanların özgüvenli olması, toplumda görünürlüğü artırma ve fardındalık oluşturma iddiasıyla mankenlik yarışması yaptığını söyler. Baudrillard bunu engelli bedenin metalaştırılmış imaj olarak sergilenmesi, bedenin moda kurallarına uygun işleme olgusunu dayattığını dile getirir. Engelli insanların vücutları rötoşlanmış, sanal, simüle edilmiş imajlara doğru kaydırıldığında "gerçek" bedenleri yüceltiği yanılısamasını oluşturan bir gerçeklik ilkesini sürdürme arzusu gözlemlenir. DNA, klonma, sanal gerçeklik ile ilgili hipergerçekliğin çağında bedenin veri şeklinde yeniden organize edilmesi olarak yorumlar. Bu şekilde beden gerçeklik temelinden uzaklaşmış modellerin üretimine bağlı bir simülasyon ya da gerçeklik efekti olarak gözlemlenir. Vücut simüle edilmiş bir modelin durumuna o kadar yakınlaşır ki, görüntünün arkasında var olan gerçek bir bedenden artık söz edemeyiz. İşaretler birer anlam taşıyıcıları olarak tüketim kültürü döneminde görevini yerine getirir. Ve bu işaretler anlamlandırmanın dışında mutlak simülasyon ortamındadırlar (Toffeletti, 2014: 71-99). Bedenlerimiz işaretlerden oluşan bir duruma gelmiştir. *"İçinde yaşadığımız özgür hissettiğimiz sanal dünya, bireyin sahip olmaktan ziyade görünmeyi ön planda tuttuğu bir sistem oluşturmuştur. Görüntünün ve imajın temel belirleyici bir element olarak sosyal ilişkileri de dönüştürmesi de söz konusudur. Bütün ilişkilerde ise hâkim olan görüntü olmaktadır. Gerçeği olmasa da görüntüsü olmak içinde yaşanan çağın bir özelliği olduğu için, internet teknolojileri de bu görüntüyü sağlayacak alt yapıyı sunmaktadır"*(Ertürk, 2017: 83). Sosyal medyada yaşanan her şeyin görüntüyle aktarılması sosyal ilişkileri etkilemektedir. Eğer bir çift ilişkilerini sosyal medya da görüntülerle paylaşmıyorsa partneriyle görünmek

istememediği ve iyi bir ilişkilerinin olmadığı yorumlarıyla karşılaşabilmektedir. Başka bir örnek verirsek iki yakın arkadaş sosyal medya hesaplarının duvarına sevgi ve iltifat içeren bir paylaşımda bulunmazsa arkadaşlıklarının yakınlığından şüphe duyulur. Doğum günü, nişan gibi durumlarda tatlı ve pasta ile masa donatılmış ve o özel günün başrolündeki kişi veya kişilerin baş harfi biçiminde şişirilmiş balonlar ile süslü, yiyeceklerle donatılmış yemek masanın arkasında gülümseyen aile fotoğrafı refahın ve mutluluğun resmi olarak paylaşılır.

Baudrillard'ın elektronik medya ve kitle iletişim araçlarını “olmayan olay” ile “gerçekliğin katli” kavramlarıyla anlatır. Sinemayı televizyon, bilgisayar veya teknolojiye ayırmamakla birlikte enformasyon döneminde bu biçimlerin farklarının çözümlenerek eriyor olmasının yol açtığı yanılsama ve gerçeklik hissiyatımız üzerine tartışır. Kitle iletişim araçlarının sınıflandırırken imajların etkisi bakış açımızı nasıl etkilediğiyle ilgilenmektedir. İletişim teknolojisinin veya ekran kültürünün araçları gerçeklikten bağımsız olmamakla birlikte hipergerçeklik ortamında gerçekleşmektedir. Televizyon, sinema, bilgisayar ekranları “gerçek” olan dünyamızdan farklı olarak başka bir gerçekliği aktarır ve bunun ötesinde bizim gerçekliğimiz durumuna gelmektedir. Baudrillard'ın görsel kültür ile ilgili yazılarındaki ortak nokta, dünya yanılsamasına ayrıca gerçeklikle birlikte yanılsama da kaybolduğunda göreceğimiz sonuçlar için beslediği merakıdır (Toffoletti, 2014: 101-105). Marka kıyafetlerin sahtesinin çıkması ve artık gerçek ile sahtelerinin birbirini arasındaki farkın anlaşılabilmesi tüketim toplumu açısından önemli değil, burada kıyas gerçek gibi görüntü vermesi çünkü işaret ve gösterge özden daha önemlidir. “... *İnternet ile birlikte birey olgusunun da daha karmaşık hale geldiğini ifade etmektedirler. Örneğin, “Avatar bir birey midir?” diye sormaktadırlar*” (Binark ve Yalçın, 2017: 107). Sanal evren bireyin ne anlama geldiğine dair kafa karışıklı yaratır. Televizyon dizi oyuncularının kötü karakter rollerini oynadıklarında dışarıda izleyiciler tarafından saldırıya uğraması kişinin gerçek ve sanal varlığı arasındaki farkın silikleşmesine neden olur.

Baudrillard belli bir kurgusu olmayıp gerçek yaşam ve gerçek kişilerin ekrana yansıtılan reality showların bizlere başkasının mahrem olan günlük hayatının

ötesinde hipergerçeklik döneminde televizyon ile kitle iletişim araçlarının nasıl bir düzlemde aktığını ve oluşturduğu etkilerini önemser. Amerika’da yedi ay sürecek olan Loud ailesini izlenmesini, daha sonra Fransa’daki Biri Bizi Gözetliyor formatındaki Loft Story hakkında gayet sıradan, genel olarak da sıkıcı günlük yaşam pratiklerini içeren eylemleri izleyecilerin izlemesive bunun popüler olmasına şaşırır. Ve bizlerin bu sıradan rutinleri izleme isteğimizi bu tarz programlara olan bağlılığımız ile ilgili bazı teoriler üretir. Önemsediği tema, izleyici ve olay, gözlemci ve gözlenmekte olan arasındaki farkın net olmamasıyla birlikte kafa karışıklığı yaratmasıdır. Televizyon ekranlarından yansıyan görüntüleri önceden oturma odalarımızda ki olağan durumdan ayrı olarak yorumlarken bugün, önceden olduğu gibi bu durumdan emin olmayız. Sıradan konular, sıradan yaşamlar, sıradan karakterle bezenmiş olan reality showlar için Baudrillard bunu Duchamps’ın *readymade* kavramı gibi yorumlar. Hepimiz *readmade* haline geldik derken nesne ya da bireyin bir bağlam içerisindeyken onu çıkarıp başka bir şeye empoze ettiğimizde bu yolla oluşan hükümsüzlük ve belirsizlik durumunun oluşmasıyla açıklar. Duchamp’ın *readmade* olarak sanat nesnesi haline getirdiği şişe altlığı örneğinden açıklarsak bu şişe altlığı sanat nesnesi olmadan önce günlük yaşamda kullanılan bir nesnedir. Önceden özgün ve farklı olan nesnelere yüceltilmekte olup sanat eseri olarak tanımlanmaktayken Duchamp sanatı gündelik bir noktaya taşır. Reality show da durum *readmade* gibi işler çünkü daha önce farklarını ortaya koyabildiğimiz kategorileri anlaşılır kılan bir çizgisinden çıkarıp alt üst eder. Varoluşumuzu açıklamada gerçeklik imajlarla karşılaştırıldığında gerçeklik anlamsız ve eksik kalır. *Readmade* eserlerinin yaşamsal karşılığı olan nesnelere sanat nesnesine yükselterek işe yaramaz kılması benzer bir durumdur. İzleyiciyi ekranın içine koymanın bir gerçeklik fazlası ürettiğini, gerçeklik fazlasının da televizyonla gerçeklik arasındaki farkı silikleştirdiğini ve komplike bir hal haldığını televizyonun bizlere bir “ultra gerçeklik” yansıttığı savını ortaya atar. Var olmak hayata olmak reality showa seçilmek için yeterli bir nedendir. İzleyiciler gerçek yaşamı ekrandan izlemeyi tercih ederken havalimanı ve meydanlar gibi kamusal alanlarda da izlemeye devam etmektedir. Web cameraları yatak odası, banyo gibi mahrem yaşam alanlarına da ekrana yansıtmaktadır. Reality Şovlar bir bireyin günlük rutinlerini ve mahremini belgelemeyi ve online bir biçimde kitle iletişim araçlarıyla paylaşmayı olanaklı kılar.

Adeta dünyanın hepsini görselleştirebilirmiş gibi his uyandırır. Hepimiz talebimiz olsun olmasın, potansiyel ekran starlarıyız. Herhangi bir yerde ya da herhangi bir zamanda haberimiz ve rızamız olmadan görüntülenebilir ve ekranın oyuncuları haline gelebiliriz. Cep telefonu ile kamerasını açıp video çektikten hemen sonra Youtube'a yükleyebilecek insanlar her zaman vardır. Online konum kullanmak ve Google Earth uygulaması ile nerde olduğumuzu isteyenlerin rahatlıkla ulaşabileceği bir alan yaratır. Çevrimiçi olup ülke sınırlarını aşan canlı olan yayınlara dahil edilebilir. Ancak bu sanal varlığımızdan haberimiz ve rızamız olmayabilir. Varoluşumuzu kitle iletişim araçlarıyla gösterme isteği, hayatla kitle iletişim araçları arasındaki farkları ne olduğuna dair soru işaretleri oluşmaya başlar. Reality televizyon, hayatın televizyonun içinde, televizyonun da hayatın içerisinde giderek erimesidir (Toffeletti, 2014: 101-105). Fiziksel anlamda gerçek olan alanlarda varolma ihtiyacımızın sosyal medyada varlığımız sürdürme arzusuna dönüşmesi var olmanın ne demek olduğu ve hangisinin sosyal ortam olduğuna dair bir muğlaklık oluşturur.

Kitle iletişim araçları ve sosyal medya ile birlikte mesafenin yok olması neticesinde görsel imaja ve ekrana hiçbir problemle karşılaşmadan kolayca gireriz. Kendi hayatlarımızı data kıyafeti gibi üstümüze giyeriz. Prova ve senaryo içermeyen reality şovların doğal görüntüler elde etme arzusuyla oluşturulmaktadır. Bu durum seyrettiğimiz şeylerin yanılısama olma gerçeğini bizlerden saklar. Ünlü insanların günlük yaşmalarına sızmayı vadeden *Clebrity Big Brother* alelade insanların ötesinde meşhur olan insanların mahrem zamanlarını seyretmenin “gerçekte” nasıl bir yaşam sürdürdüklerini ortaya çıkarma iddiasında bulunmuş olur. Bu şekildeki programlar hayat ile ekran birbirinden farklı değil teması ile birlikte sıradan varoluşun ötesinde hatta ondan daha iyi ve hakiki olabilecek bir aşırı görünürlük hissiyatı verir. Reality şovlarda Baudrillard (2005) seyircilerin yargıç pozisyonuna geçtiğini ve bu şekilde yeni bir rol edinme süreci yaşadığını söyler. Seyircilerin oylarıyla yarışmacıların programa devam mı edeceği yoksa programdan mı ayrılacağı belirlenir. “karar verme gücü sizde” dendiğinde seyirciler sevdiği yarışmacıları programda tutması, beğenmediği yarışmacıyı da çıkarma yetkisi aslında özne ile medya arasında etkileşim tarzını değiştirir. Seyirci artık pasif bir biçimde izlemenin ötesinde programın gidişatını etkileyebilecek biçimde müdahil oluyor gibidir. Medya analizi yapan bazı

eleştirmenler bunu televizyonu izleyen seyircinin aktif olması tepki verebilen ve ilgili tüketiciler olarak televizyonu seyretme ritüelinin etkin katılımcıları olduğunun delili olarak yorumlarlar. Baudrillard (2005) ise ekran ile seyirci arasındaki ilişkinin aktif hale gelmesinin esasında seyircinin ahlaki bir yargı ifade etmesini imkansız kılan mesafeyi azalttığını öne sürer. Televizyon dünyasının global gerçekliğin holografik bir ayrıntısından ibarettir. Ve günlük yaşamdaki var oluşumuz dahi deneysel gerçeklik durumunu yaşamaktayız. En fantastik tarafı ise içine dalma ile anlık etkileşimdir. Televizyona oy kullanarak dönüt verme aslında etkileşim ve medya kaynaşması seyircilerin medya dünyasından kaçmasını oldukça zorlaştırmaktadır. Reality şovdaki bir yarışmacılardan birinin davranışından rahatsız olduğumuzda telefonda gönderdiğimiz kısa mesajla çıkmasını talep etsek, bir bloga fikirlerimizi yazsak ya da online bir ankete müdahil olduğumuzda iletişim teknolojileriyle daha fazla hemhal olmuş oluruz. Özne ile kitleler enformasyon çarkının birer dişleri konumuna gelir. Bu teknolojiler bizden kısa sürede içerisinde ilgi talep eder. Baudrillard bunun problemlili bir durum olduğunu eleştirel mesafe ve düşünmeye fırsat sunmadıklarından anlamlı iletişim veya diyalog sanatının yok olmasına yol açtığını söyler. Seyircilerin dahil edildiği etkileşimli medya kullanımının teşvik edilmesinin tepki olmayan tepki diyerek Baudrillard yeniden yorumlar (Toffeletti, 2014: 105-107). Baudrillard bugünün yeni medya teknolojilerinin son sürümlerini görseydi etkileşimli özelliklerinden dolayı medyanın başka bir boyuta taşındığı ile ilgili daha fazla yorum yapabilecekti. Örneğin youtube’da yayınlanan videoların altına yazılan yorumlara göre videolar yeniden şekillenmekte arz talep dengesi sürekli değişmektedir. Youtube hesabı olanlar bazen videolarına başlamadan önce gelebilecek olumsuz örneklere göre videonun girişinde bir açıklama yapmaktadır. Video sonunda da kendisinden çekmesini istedikleri bir video varsa videonun yorum kısmına yazmalarını ve ona göre yeni bir video çekeceğini açıklamaktadır. Sosyal medya kullanıcıları ilgi alanlarına göre belirli kategorideki videoları izlemektedir. *“Kendilerini belli bir bakış açısıyla sınırlamak, yalnızca muhafazakârlar, ilımlılar, liberaller, vejetaryenler, lezbiyenler veya Nazilerle ilgilenmek istiyorlarsa tuşa bir tıklamayla, anında gerçekleştirilebilmektedir. İnsanlar kendilerini tecrit etmek ve yalnızca kendilerini gibi düşünen insanlarla konuşmak istiyorlarsa, internet gibi bir teknolojiyle bu da çok kısa sürede*

*sağlanabilmektedir”*(Şentürk, 2017: 28- 41). Kitle iletişim araçlarıyla yapılan anketlerde sorulan soruların cevapları belirli şıklarla çerçevelenmiş bir şekildedir. Referandumların evet ya da hayır şıklarının ötesinde seçenek sunmaması da demokrasi savıyla belirlenmiş tepkilerin uygulanmasıdır. Kamuoyu yoklamaları ya da seyirci oylamaları biçimindeki kişisel güçlenme, demokrasi iddiasının ötesinde kayıtsızlık oluştururlar. Kitle bu tarz yoklamalarda onları kontrol edenlerin esasında soru sormadığı kitlelerin de aslında cevap vermediği oyununda işbirliği yaparlar. Bunu yanıt simülasyonu veya iletişim canlandırması olarak tanımlayabiliriz. Biri bizi gözetliyor programında kimin çıkarıldığının pek bir önemi yok çünkü bu bir şov ve şov devam etmelidir. Bu durumu tepki olmayan tepki olarak yorumlayan Baudrillard kitlelerin var olan sistemi kendi oyununda alaşağı etmek için kullandıkları bir yöntem olarak ifade eder. Elektronik medya anketlerle belirlenmiş hazır olan cevapları hızlıca bizden yeniden cevap vermemizi talep eder bizlerde yüzeysel ve anlamsız bir biçimde rastgele soruları yanıtlarız (Tofelletti, 2014: 105-108). Belirlenmiş olan seçeneklerin dışında fikir beyan etme girişimi mümkün değildir.

Biri bizi gözetliyor formatındaki yarışmalar her şeyi görselleştirme arzusunun oluşumunun örnekleri olarak yorumlanabilir. Diş fırçalamanın basit günlük eylem olmasından, programdaki yarışmacıların gece görüşlü kamera ile karanlıkta birbiriyle kısık sesle konuştuğu müstehcen konuşmalara dek her şey görselleştirme eğilimindedir. Saklı bir bilgi olarak tasavvur ettiğimiz bir gerçekliğe ulaşmış olmakta ve programın içeriğini tüketmiş olmaktayız (Tofelletti, 2014: 105-108). İletişim teknolojilerinde bazen rötgencilik yapıyormuşuz gibi bir hisse kapılırız. *“odaya giriyorum ve kapıyı o kadar yavaş kapatıyorum ki farkına bile varmıyor (ne kapı ne de odadaki kadın) kendi yokluğumun tanığı olduğumu hissediyorum. Hiç gürültü yapmadan odadan çıkıyorum”* (Baudrillard, 2014: 26). Bir kişinin profiline girip incelemek ancak hiçbir paylaşımına karşı beğen yapmamak olarak yani stalk yapmaya benzer bir durumdur. Google yer alan gizli sekme Google de arattığımız ancak telefon da geçmiş olarak görünmesini istemediğiniz web aramalarında kullanılan bir alternatiftir. Gizli sekmeyi kullanma insanlarda görünmezlik algısıyla internette girme konforu hissettirir.

Baudrillard(2003) günümüzde imajların dolaşımını normal görür ve bu durumu zoraki görünürlük olarak tanımlar. Herşey görünür olmaya mecbur bırakıldığında görebileceğimiz pek bir şeyin olmadığını keşfederiz. *Biri bizi gözetliyor* programında yarışmacıların kıyafetlerini çıkarma tarzı, bir şeyi nasıl içtiğini, çoraplarını giyme şekline kadar hayatlarının bir çok anına şahitlik ederiz. Baudrillard'a göre ne kadar çok görürsek o kadar az fikir sahibi oluruz. İmajın arkasındaki hakikate ulaşmamız imkansız olmakla birlikte öyle bir hakikat de yoktur. Mutlak gerçekliği hiçbir zaman bilemeyeceğimizin sebebi reality şovun senaryo olmadan, dolaysız ve saydam özelliğinin tamamen gerçek dünya yanılısaması aktarabildiği “yapay mikrokozmos” veya “insan bahçesi” olabilir. Problem ise bunun yanılısama olduğuna dair bir fikrimizin olmamasıdır Yanılısama görüntüsü ortadan kaldırdığında bunun bir yanılısama olduğunu bilemeyiz. Hipergerçekliğin temel şartlarından biri fazla miktardaki enformasyondur. Rutin olandan aşıkara olana herhangi bir zaman ve herhangi bir yerde sonsuz imajlar geçidine maruz kalırız. Baudrillard'ın metinlerinde bu fenomeni anlatmak üzere bir dizi ifade kullanılmaktadır. “gerçeğin katli” “sıfır derecesi” şeklinde ifadelendirdiği durum bir yok oluş biçiminde cereyan eder. Reality şovlar bizlere haddinden fazla gerçeğe saldırır. Bunun alakalı olarak internet sitelerinde internet blogları ve bir çok mecrada olduğu gibi akademik anlamda da metinler yazıldı. Yaşadığımız çağ itibariyle imaj ve metin bombardımanına maruz kalmaktayız. Bu yaşanan durum bizim tasavvur edemeyeceğimiz bir noktaya gelebilme riskiyle bizleri baş başa bırakır. Bütün ihtimaller bittiğinde, bütün senaryolar düşünüldüğünde ve hayata geçtiğinde gizlilik potansiyeli yinede ortadan kalkmaz. Baudrillard anlam fazlalığının imajın ırzına geçebileceğini öne sürer. Çünkü daha önce var olan gerçekliğin gizemini ve yanılısamasını yakalama yeteneğinin her şeyin bizlere görünür olmasıyla alt üst olacağını ifade eder (Toffoletti, 2014: 105-108). Ekranın aşırı görünürlüğü gerçek olmasını imkansız kılacak düzeyde hakiki görünmektedir.

Sosyal medya mecraları düzenli olarak kendini değiştirmek zorunda kalmaktadır. *“Kendini durmadan güncellemek zorunda olan sosyal medya bunu da iletişim teknolojilerindeki gelişmeler dâhilinde gerçekleştirmektedir. Sosyal medyada her geçen gün farklı bir özellikle insanların karşısına çıkan uygulamalar insanların*

*serbest zamanlarını çalmakta ve insanlar farkında olmadan bu mecrada aktif olmaya çalışmaktadır”* (Yurdigil ve Elitaş, 2017: 135-145). Sosyal medya serbest zamanda vakit geçirilen bir etkinlik olmasına rağmen mesai saatleri içerisinde de sosyal medyaya girme arzusu oluşmakta ve en ufak bir fırsatta sosyal medyaya göz atılmaktadır. Serbest zaman kapitalizmde ücret alınmayan zaman olarak algılanılır. Ücret almadığımız zamanların boş zaman olarak adlandırılması da tartışılacak bir konudur. Ödevini bitiren öğrenci, işten çıkan ebeveyn eve geldiğinde boş zaman olarak algıladığı sosyal medyaya vakit geçirmektedir.

Sanal, gerçekliğin yerini almak için çabalamaktadır. Sanal gerçekliği takip eder ve onu yıkıp dağıtır. Sanal gerçeklik, gerçekliği parmağında oynatmaktadır. Bu durum, nesnel gerçekliğin soyutlanma boyunca işleyen bütünsel gerçeklikle sonuçlanan sürecin final aşamasıdır. Sanallık ile beraber diğer dünya da yok olmaktadır. Bu dünya kendi kendisinin yerine geçmektedir. Bu kendinin yerine noksansız kopyasını yerleştirmek, o zaman noksansız bir serap üretmek biçiminde bir şeydir. Simgesel tözün bütünüyle yok etmesiyle beraber problem de çözülmüş olmaktadır. Öyleyse işlevini yitirip, ve bir artık olan nesnel gerçekliğin değiş tokuş edilmesigit gide daha da zorlaşmaktadır. O zaman nesnel gerçeklik seviyesinden bir üst seviyeye, gerçek ile ilizyonu yok eden bir çeşit ultra-gerçeklik seviyesine mi geçmiş oluyoruz? Para, değişim değerinden bütünüyle spekülatif sanal ekonomi seviyesine yükselen para saf gerçekliğin önünde diz çöker. Bu anlamda paranın oldukça garip bir hipergerçek görünümü vardır. Global tutkunun nesnesi olan para herhangi bir şeyin karşılığı değildir. Sanal teknolojiler, sayısal dünya ile cam ekranın arkasında somut, nesnel olan bir evrenin olmamasının sebebi, Mc Luhan'ın daha önce televizyona has, medyatik imgede tespit ettiği saklı bir uyarıdır. Bu uyarı kendisini: var olmasını siber dünyanın her yerinde anlaşılabilir insanı sersemleştirecek interaktif bir döneme dönüşebilen zaruri katılım biçiminde sunmaktadır. İçine gömülme, içkinlik, anıdalık sanalın esas özellikleridir. Bu sanal simülakr ise simülakr hakikati değil hakikatın olmayışını gizler. Doğal dünyanın yerine dayatarak yapay bir dünya yerleştirme girişimi aslında uzun süreli düşünürsek doğal olan ne varsa onu yadsımamıza sebep olabilir. Kendisini herhangi bir şeyle takas edemediğimiz bir dünyanın yerine sanal olan bir dünya yerleştirmek sanırım

nihai çözümdür. Hakikat isimli boşluğu her zaman bir şeylerle kapatıp, doldurmaya çabalıyoruz. Bu durum bizi sürekli simülakr üretmeye teşvik ederken aynı zamanda git gide yapay olan bir gerçeklik üretmemizi sebep oluyor. Hipergerçek olan bu dünya o kadar programlanmıştır ki gerçek olmasına dahi gerek yoktur. Genetik noksansızlık için mücadele veren insanlığa benzer dürtüsel ve yaşamsal reaksiyonla motivasyonumuzu sağladığımız gerçek yaşamın türlü türlü hipergerçekleştirme işlemine tabi tutulmaktayız. Cennet idealine benzer ve noksansız dünyanın içine gömülmüş bir süreci reddetmekteyiz. Bu negatif hisli olan boşalma ve rahatlamanın sebebi, bize sunulan idealize edilmiş hayat şartlarına karşı hiperduyarlı olmamızdır. Kusursuz gerçeklik için her çeşit ilzyona sırtımızı çevirdiğimiz, biçare bir biçimde kendisine boyun eğdiğimiz bir gerçeklik hayaletinin ötesinde bir şey değildir. Bu durum kendisini kaybettiğimiz de bile varlığını hissettiğimiz bir organa benzer (Baudrillard, 2015: 10-49). Sanallık ve teknoloji doğal dünyaya has görünümünün hepsini yok eden bir girişimdir. *“Bu türden bir başarısızlığa karşı iktidarın başvurabileceği tek silah, tek strateji her tarafa yeniden gerçek ve gönderen sistemleri yerleştirerek, bizi toplumsal gerçekliğin varlığıyla ekonominin ciddiyetini ve üretimin amaçları bulunduğu inandırabilmektedir. Bunu başarabilmek içinse bunalım söylevinin yanı sıra (neden olmasın) arzu söylevine de başvurmaktadır. Arzularınızın gerçekleştiğini düşünün sözünü iktidarın üretebileceği en son slogandır, zira gönderen sistemlerinden yoksun bir dünyada gerçeklik ilkesiyle arzu ilkesinin birbirine karıştırılması bulaşıcı bir hastalık gibi her yanı saran hipergerçeklikten daha korkutucu bir şey değildir”* (Baudrillard, 2016: 41). Teknoloji ürünü olan yapay dünyada sanal gerçeklikle beraber simülasyon girişimini en son aşamaya gelmektedir.

Kitle iletişim araçları ile herhangi bir şeyin tekrardan canlandırılması imkansızdır. Kitle iletişim araçları bir sahne olmadığı için bir mesafe, eleştirel veya estetik bir perpektifden bahsedemeyiz. Bu durum son derece güçlü bir biçimde içine gömülme sürecidir. Bu sanal evrende bizleri kuşatan çok sayıdaki imgenin tekrardan canlandırma düzenininin zıyaade, dekodaj ile görsel tüketim düzenine dair olduğunu ifade edebiliriz. Bahsettiğimiz bu imgeler bizlere eğitim verip bilgi sunmuyorlar veya bir bilinç aktarmıyorlar sadece haber aktarıp haberdar olmamamıza vesile oluyorlar.

Bu imgelere dayanarak herhangi bir gerçekliğe erişmek imkansızdır. Hatta bu imgeler bizim politik gerçekliği dahi anlamamıza ön ayak olmaz. O zaman bir savaşın yeniden canlandırılması veya sunulması imkansızdır. Tek başına bir savaşla uğraşırken bir de savaşın yeniden canlandırma yapma imkansızlığı durumuyla yüz yüzeyiz. Irak ile Körfez Savaşları bu durumun çarpıcı emsalleridir. Eleştirel bir algılama gerçek olan haber ve bilgi olması için görüntülerin savaş görüntülerinden ziyade farklı imgeler olmalıdır. Şiddetin normalleştiği savaşın üstüne görüntülerin de sıradanlaşmış şiddeti de cabasıdır. Teknik olarak savaş sanal bir duruma evrilen savaşa ayrıca imgelerin sayısal sanallığı katılmıştır. İletişim araçları ile imgeler savaş isimli bütünsel gerçeklik çarkının bir dişidir. Savaş politik faydalanmaların dışında dünya düzenine has bir kültürsüzleşme aracı diyebiliriz. İmgeler aracılığıyla dünyayı kavrayabilme imkansızlığının yanında, haberler aracılığıyla eylemle kolektif olan bir iradeye ulaşım da imkansızdır. Artık duyarlı olma ve eyleme geçme isteğinin olmamasının sebebi kayıtsızlık ve genel olarak ilgisizlik ile ilgili değildir. Problem yeniden canlandırmanın seyirciyle birebir olan bağlantının artık olmamasıdır. Ekran her şeyi seyredilebilen bir duruma getirmiştir. Bizler sanki bir çeşit sırrı olmayan bir aynanın gerisinde duruyormuş gibi hissederiz. Biz dünyayı görebiliyoruz oysa dünya bizi göremiyor; o zaman dünya bize bakmıyor. Oysa bizler kendimize bakan şeyleri görebiliriz. Ekran her biçimdeki ikili ilişkiyle her biçimdeki yanıtlama ihtimalinin arasına giriyor ve engelliyor. Canlandırma meselesinde noksanlık sadece eyleme geçilmesinin önünü kesmek değil, ayrıca bir haber ya da imge sanallık ve ağlara has etiğin oluşmasını da olanaksız kılıyor. Susan Sontag araç ile imgelerdeki özgün durum için enteresan bir hikaye anlatmaktadır. Ay'a çıkıldığı ilk zamanlarda Susan Sontag ile beraber bu olayı seyreden insanlar bunun olanaksız olduğunu söylüyor. Bunun üzerine Susan Sontag da "inanmadığınız bir şeyi niçin seyrediyorsunuz? " demesiyle insanlar biz televizyon izlemek için geldik cevabını verir. İnsanlar ekrandan sunulan Ay'dan ziyade ekrana bakmaktadır. Mesajdan öte imgeye bakmaktadır. Aslında Susan Sontag'ın fikirlerin tersi olarak sadece entelektüeller anlam imparatorluğunun önünde diz çökmektedir. Onlar uzun bir zaman diliminden önce gerçekliğin ortadan kalktığını biliyorlar. Bundan dolayı ruh ve beden olarak gösteri taraftarı olmuş olmaktadır (Baudrillard, 2015: 70-74). Sessiz yığın olarak kitlelerin yoklanmasının anlamsız olduğunu Baudrillard, "*Sondajlar*

*kararsızlığın güdümleniciyisidirler. Oyların yönünü değiştirebildikleri düşüncesi doğru mudur? Yoksa yanlış mı? Gerçekliğin doğru bir fotoğrafın mı sunmaktadırlar yoksa hangi yana büküldüğünü bile bilmediğimiz simülasyona özgü bir hiper-alanda, bu gerçeklik ışının kurulmasına ya da basit yönlendirmeler türünden bir şey midirler?”* (2016: 115) şeklinde ifade eder. İnternet ve videolar bütünlük algısını alaşağı etmektedir. İnsanlar kişisel internet hesaplarında kitlelere kendini sunarken belli bir konu seçme zorunluluğu hissetmemektedir. “Benimle bir gün” başlığıyla açılan YouTube videolarında kişi gevezelik edebilmekte ve sıradan gündelik yaşam etkinliklerini sürdürebilmektedir. Onu izleyenler kendi deneyimlediği yaşama benzer olan bir yaşamı izleyerek pencereden değil ekrana bakmaktadır.

Sosyal medya da her şey hızlı olduğu için duygular da çok çabuk değişmektedir. *“Bir insanın sekiz dakikada attığı tweetlere bakın. Birinden nasıl nefret ettiğini, onu nasıl kötülükleri beklediğini söylüyor, bombalamaktan bahsediyor. Üzerine bir Cemal Süreya şiiri, eğer muhafazakâr ise İslamcı bir şairin şiirini paylaşıyor. Birkaç dakika sonra ‘süt içtim içine de bal koydum’ tweeti atıyor. Sonra ‘iyi geceler ben uyuyorum’ diyor. Hepsi sekiz dakika içinde oluyor. Buyurun size şizofreni zemini...”* (Bayhan, 2017: 173). Sosyal medyada bireylerin politik görüşü sosyal hayattaki riskleri göze almaya benzer bir durum olarak işlememektedir. Yaşamlarında gündelik yaşam pratiklerinin ötesine gitmeyen pek çok kişi twitter ile sanal cemaatlerin içerisindeki bir gruba kendini ait hissediyor ve orada ideolojik bir tutum takınabiliyor. Sıradan gündelik yaşam sürüp, radikal tweetler atmak çelişkili bir durum oluşturmaktadır.

Sanallığın sahip olduğu bir durum da gerçeğe muhalif olarak gerçek, politik, toplumsal, tarihe benzer kurumların geçerliliğine dair şüphe uyandırmaktadır. Sanalın dayatmasına çaresizce kabullenmek yanlıştır. Sanal ve gerçekliği karıştırmamak lazım. Gerçek ve rasyonelle has kategorilerle sanalı aynı potada eritmek gerekir. Geçmişte uzunca bir süre ilahiyat kavramlarının bilim için kullanılması da buna benzer bir yanlışa sebep oldu. Oysa bilimin gerçeği yok edeceği gerçekliği yokmuş gibi davranılıyordu. Şimdi de iletişim araçlarını Marksist yabancılaşma ile geride kalmış sosyal ve politik kavramlarla yorumlanmaktadır.

Haberlerle ile birlikte tarihsel akışın yok oluşunu görmezden gelmek ciddi bir hatadır. Genel olarak sanalın artık sahnede olmasıyla gerçekliğin ölümünden bahsedebiliriz. Sanal tarihin bir illüzyonu yani sanal bir illüzyon olması mümkünken sanal tarihin ifade edeceği en son şey olması mümkün değildir. Sanalı, sadece uygulamalı teknolojiyle anmak ise ne anlama geldiğini kaçırmaktır. Sanalın sahneye çıkmasıyla gerçeklik ilkesi ters düz olur. Bundan ötürü sanal için dedikleri doğru kullanım, etik, demokrasi kavramları geleneksel ayrımlardan farksız olarak tartışılmaktadır. Sanala has politikadan ziyade sanal olan politikadan, sanalın tarihinden öte sanal olan tarihten, sanala has teknikten ziyade sanal olan teknikten sadece bahsedebiliriz. Sayısal görüntü ile dijital biçimine giren sanata, sanat demek oldukça güç. Sanal olan sanattan bahsetmeye bile ihtiyaç duymuyoruz. Aynı şekilde spekülâtif durumda olan sanallaşmış olan ekonomiyi de anlatmaya gerek duymuyoruz (Baudrillard, 2015: 70-81).

Önceden Tanrıya inanlar ile inanmayanlar vardı. Bugün bu durum gerçeklik için vücut bulmakta ve gerçekliğe inanlar ile gerçekliğe inanmayanların yanında ayrıca gerçeklik agnostiklerinden de söz edebiliriz. Gerçekliğin karşısında tümünden karşı durmamakta, ancak gerçekliğe inanmayı da inkâr etmektedirler. Bu durum önceden Tanrıdan bahsederken kullandıkları bir jargon gibi, “gerçeklik evet var ancak ben inanmıyorum” diye ifade etmektedirler. Bu fikirde bir paradoks yoktur. İlke olarak bilinçli biçimde fetişistleştirilmiş gerçekliğe dair göstergelerin kapanına düşen gerçekliğin inkârından bahsediyoruz. Makinelerin bizi yönetmesinin insanların bizi yönetmesine tercih ediyor olabiliriz. Anonim olup otomatik bir halde olan egemenlik şeklini insan iradesine göre biçimlenmiş hesaplı planlı olan egemenlik aracına tercih ediyoruz. Her çeşit sorumluluğumuzdan kurtulmamızı sağlayan, bizi emen integral hesabını benimseyip yabancı iradeyi yadsıyor olabiliriz (Baudrillard, 2015).

Baudrillard Körfez Savaşı yaşanmadı derken basit bir duruma indirgeyerek bir olayın yaşanmadığını ifade etmekten öte, sanal imajlar ile kitle iletişim araçlarının sürüklediği güncellenmiş bir savaş tarzının varlığından bahseder. Savaş görüntüleriyle yansıtılmakta, bizim savaş algımız gerçek bir olay

görünütüsüyakalamak için medya görüntülerinin süzgecinden geçen parçaların birleştirilmesi biçiminde olmaktadır. TV kanalları savaşın yaşanıyor olmasının ispatı olarak savaş algısı oluşturmak üzere konuşan kafa uzmanlar, grafik ile haritalar, polis kayıtları, füze saldırıları görüntüleri ile kamuoyu arada dürterek onları TV ekranlarına taşıdılar. Olaylar bu şekilde olduğu gibi yansıtılmaktan öte, bir senaryo biçiminde savaş görünütülerini bir araya getirme durumudur. Görüntülerle yansıtılan savaş, savaşın müstehcenliğidir. Savaştan dolayı oluşan ölümler ve vahşetin ekranlara yansıtılmasına rağmen global olarak dünyada bir değişim yaratmamakta ayrıca savaş olan bölgede savaş sonrası herhangi bir demokrasi ya da refah farkı olmamaktadır. Savaşın göstergesi işlemeye devam etmekte enformasyon, elektronik ve soyut zeminde bir kurgu biçiminde savaş olmaktadır. Çağdaş savaşta düşmana dijital olarak belli bir hedeften bilgisayar aracılığıyla akıllı bombalar ile saldırılır. Böyle bir durumda savaşın nerde vuku bulduğu ve düşmanın kim olduğuna dair soru işaretleri oluşur. Sanal bir evrenden yapılan savaş medyanın fotoğrafik imajları ile savaşın yaşanıyor olmasını ispatlaması güç olmaktadır. Soyut ve muğlak yapısı ile sanal savaşlar savaşın ne zaman biteceğini de anlamamızı engeler. Bu durum Baudrillard'ın "olmayan olay" konusundaki tespitine örnek olarak gösterilebilir. Olağanüstü bir durumda acil yardım ekiplerinden önce olay yerine ulaşan TV muhabilerine benzer olan durum Irak Savaşı'dır. Bağdat Meydanında Saddam Hüseyin'nin heykelinin yıkılması anı kameralara ABD askerlerinin Iraklıların hür iradeleriyle verdikleri özgürlük kararının desteklemesi olarak ekranlara yansıtıldı. Bu durum haber dünyasında bir tartışmaya yol açtı. Olayın televizyon da haber yapılması için kurgulandığı savı, gerçek olayı ikinci plana attı. Buradan yola çıkarak TV'nin yalnızca olayları aktarması değil aynı zamanda kendi başına bir olay durumuna gelip bunu da haber yaptığı tespiti yapılabilir. Aynı şekilde Geroge Bush savaşın sona erdiğini açıklarken arkasında yer alan "görev tamamlandı" pankartı medya da savaşın sona ermesinden ziyade bu pankartaki ifadenin doğruluğuna dair haberler yapıldı. Aracın olayları betimlemekten ziyade onları oluşturması reality şovdan, internetteki canlı akışlara bir çok kategoriye etkilemektedir (Tofelletti, 2014: 108-114). Savaşın kendisinden ziyade savaşın işaretleri ön plandadır. Savaş medya imajları yoluyla kurgulanmakta ve bu yapılan kurgu bizim savaşa dair algımızı yadsıyarak bizlerle olay arasına mesafe koymaktadır.

Gerçekliğin sahip olduğu yani heybesindeki bütün şeyleri dayatarak görsel/gerçekliğe dönüştürmeye çalışıyoruz. Gerçekliği elde ettikten sonra işlemselleştirmenin teknik bir yöntemi vardır. “Siz hayal ettiniz biz de gerçekleştirdik” bu slogandan anlaşılacağı üzere ortadan kaldırmak için uğraştığımız şeyleri bu sefer de tamir etmek için çaba harcıyoruz. Oysa bu son derece indirgemeci bir uğraştır. Metafor ile gösterge gibi imge de gerçeğe dönüşmüştür. Sözde nesnel gerçeklik sunan bu imgeler bir taraftan gerçeği derinlemesine inkar ederken, bir taraftan da yansıması olmayı arzulamadıkları bir gerçekliği tekrardan canlandırmaya ve gerçeğe tecavüz etmeye yeltenmektedir. Medyatik imgeler ve görsellikle alakalı olan fotoğraf gerçek imge değildir. İmge bundan sonra görsel anlamda işlevselleşme özelliğini kaybeder. Bütünsel gerçeklik gibi olan ve sadece görülmek niyetiyle üretilen bir araç, her şeye rağmen görselleşmeyi arzulayan gerçeklik gibi görülmeyi arzulayan bir şeydir. Görülmek ile görünür bir halde olmanın dayatıldığı bir durumda imge bu görünürlüğün noksansız emsali olarak görülür. Bir bireyin günlük hayatı, mutsuzluklarını, isteklerini ve hayatında var olanları sunması aslında o bireyin bir imgeye dönüşmesidir. Artık gizlenecek bir şeyin olmaması demektir. Fikirlerini aktarmak, konuşmak, her zaman iletişim halinde olmak demektir (Baudrillard, 2015: 72-88). Sosyal medya günlük yaşamlarını sürekli paylaşan insanlar birer imgeye dönüşmekte görselleşmeyi hedefleyen bir gerçeklik gibi tüketilmektedir.

İmge gerçeği sadece tekrardan üretmek için ter döküp onun dışında bir şey yapmak için mücadele etmiyorsa, gerçeğin içinde kaybolur ve bu durumda imge, imge olma özelliğini kaybetmiş olur. Fotoğrafa belli bir anlam katmaya çalışmak nesnelere poz verdirmek gibidir. Nesnelere sahnede olduklarını fark ettiğinde anlam yaymaya çalışırlar. Fotoğraf çekme eylemi ışıkla sistematik yazı yazmaya benzer. İmge gibi sinema da, sinema olma özelliğini kaybetmektedir. Sinema gerçeğin yerine geçmek için mücadele ettikçe sinema olmaktan uzaklaşır. Sonuç olarak gerçek de sinema da kendine has özelliklerden taviz vermiş olur. Önceden gerçeklik ilkesi varken bugün bu ilke yok oldu. İlkenin yok olması gerçekliğin sarhoş gibi sağa sola savrulmasına sebep oldu. Gerçeklik başı ve sonu belirsiz, ilkesi olmayan bütünsel gerçekliğe doğru evrildi. Yarattığı ütopyik dünyayı ortadan kaldıran gerçeklik ilkesi, yaşamını yitirdikten sonra hayatta kalmaya çalışan bir durum gibi algılayabiliriz.

Eğer her şey her şeyle takas edilebiliyorsa değer artık bir anlama gelmemektedir(Baudrillard, 2015: 94-121).*“Aslında dünyanın kendisi kendi fotoğrafını çekmeli, bize bizim algılayamadığımız bir dünya sunmalıdır”* (Baudrillard, 2015: 95). Bizim kendi algılarımızla çektiğimiz fotoğrafların gerçekliğin filtelenmesidir.

Toplumda saygın olma şartları değişirken insanların bireysel, gündelik faaliyetleri de ona göre değişmektedir. İnsanlar bebeklikten yaşlılığa kadar ki süreçte ötekinin gözünde takdir görmek ister. Takdir edilen davranışlar değiştikçe bireylerin toplumsal kabul için yeni duruma ayak uydurduğu ve ona göre hareket ettiği görülür.*“Artık ne olduğumuz, gerçekte ne hissettiğimiz veya ne düşündüğümüz, ne yaşadığımız ve gerçekten neye ihtiyaç duyduğumuz değil; nasıl görüldüğümüz, insanların karşısına nasıl bir görüntüyle çıktığımızdır. Fark edilmek, ayırt edici olmak, kendini var hissedebilmek için artık kişinin kendini gerçekleştirme, hakiki ilişkiler kurması, erdem sahibi olması gerekmez; mezun olduğu okul, yemek yediği ve eğlendiği mekân, kullandığı araba, giydiği blue jean, güzel bakımlı, genç ve zayıf görünmesi adeta yeterli sayılmaktadır. Ancak bu koşulda, insanlar birbirine değer vermekte ve birbiriyle ilgilenmektedir. Hepimizin sistemle özdeşleşmiş, işbirliği yapan bir yanı var; sistemin ödüllendirdiği insanları beğeniyor; o niteliklere sahip insanlara özeniyor, âşık oluyoruz* (Kızıltan, 2017: 168).Bedenini üzerinden benliğini ifade ederken bedensel noksanlıklarını göz ardı ederek sunar. Kitle iletişim araçlarındaki eş zamanlılık aslında zaman ile olaya has noksansız bir ikna aracıdır. Dijital müdahalelerle insana olası görünen ne varsa ekranlara aktarılmaktadır. Ancak bu durum olayların gerçekte olup olmama ihtimalini yok eder. Herşeyin her an gerçekleştirilebilme özelliği, farklı ve özgün durumların oluşmasını imkansız kılar. Haberler aslında bir açıdan o an bir olay oluyormuş simülasyonunu yaşatır. Fakat bu durum gerçek olayı yok eden canlı yayın yoluyla nakledilen medyatik dünya simülasyonudur. Bu durumdan yola çıkarsak seyrettiğimiz görüntülerin hepsi olayın gerçekliğinden şüphe duyulmasına, haber dünyasına karşı bir güvensizlik gibi bir probleme neden olmaktadır (Baudrillard, 2015: 127-128). Politik görüşleri farklı TV kanalları ve bu haber kanallarına göre haberler gerçekliği kendi ideolojisini

savunmak amacıyla yansıtır. Haberleri izleyen seyirciler haberi sunan spikere bazen hakaret ederek sunduğu haberin yalanına karşı tepki vermektedir.

Turistik bir katile, kutsal kaya olan Ayer's Rock gün batışını izlemek için alkolü içeceklerini, buzlarını getirip oturuyorlar. Şansızlık sonucu ne güneş var ne de batışı var. Ancak bu çok mühim değil, turistler pek umutlu sayılmayacak biçimde, ancak sürekli kayayı izleyerek, filmini kayıt altına alıyorlar. Turistler grev gününde boş TV ekranı izleyen seyircilere benzer bir durum yaşamakta yani olayın yokluğunu tüketmektedirler. Bundan sonra gerçeğin sahnesini koruyan bir şey olmamakla birlikte bizleri sanalın, enformasyonun, gizemsizliğin getirdiği terbiye yoksunluğundan koruyacak bir şey de yok. Böyle bir durumda bizler gerçeğin aktörlerinden ziyade, sanalın iki taraflı işi yürüten ajanlarıyız. İlkel tolulukları, atomu, Amerika kıtasını, bilinçaltını ve virüsleri önceden fark edilmemişken görünür kıldık. Ancak göremediğimiz bu keşiflerin sonuçlarıdır. Bilimin himayesinde yeni bilgiler olarak sadece algılamamız fazla masum kaçır. Çünkü onlarda bizleri keşfedip, bizim evrenimize giriyorlar. Bugünkü gerçeklik tekerlekli sandalyedeki engeli birey gibi hareketin sanal gerçekliğini sembolize eder. (Baudrillard, 2002a: 91-134). Modern insanların bugün maruz kaldığı doğar doğmaz anne babasız bırakılmış olmaya benzer, hiçbir zaman tanışmayacağımız bireyler tarafınan siyasal olarak beyni alınmış ve hamile bırakılmış hipnotize halde zihnimize tecavüz edilmektedir (Buadrillard, 2002a, 169). Sosyal medya ile birlikte insanın hizmetine sunulan yeni sürümler insanın algısını değiştirmektedir. Sosyal medya toplumsallığa dair yeni bakış açıları gelişmiştir.

Yeni şehrin görüntüsü: sokak kavşaklarında sürekli boşlukta konuşarak, cep telefonu ile beraber durduğu yerde sabit kalarak veya yorgun bir vahşi hayvan gibi kendi etrafında dönen insan. Bu aslında caddeden geçip gidenlere bir saygısızlıktır. Sadece zihinsel engelliler ve sarhoşlar kamusal bir alanı yok sayıp boşlukta konuşabilirler. Ancak sarhoş ve zihinsel engelliler dürtüsel olarak olan konuşmanın mahkumudurlar. Ancak cep telefonuyla konuşan birey herkese telefon networkunun sanal varlığını dayatır. Bir gün sokaklarda sadece bazılarının elinde cep telefonu bazılarının başında kask ile dolaşacak ve hortlaklar ortalıkta gidip gelecek. Ve hepsi

aynı anda farklı mekanda olacaklar. Cezaevi hücrelerinin içine tıklılmanın yerini telefon ağının içine tıklılma yer alıyor. Canlı olmayan bir ten rengiyle fakirlikle boğuşan Afrikalı bir kadının, hayat dolu güzel bir insana dönüşmüş ve manken olmuş olan kadının durumunu düşünelim. Kadının fakir görünmesi için modele çok fazla makyaj yapılmış olmalı. O zaman fakirliğin kendisini ya da görüntünün gerçeğini şüpheye düşürecek bir durum vardır. Burada bize aktarılan şey medyatik kurnazlığın, eylemin tezgah çevirmesidir. Gerçeğin o kadar çok reklamı yapılıyor ki gerçeğin kendisini inkar edecek bir çizgiye gelmektedir. Görüntüye dair o kadar manipülasyon var ki görüntü mide bulandıran bir duruma gelmektedir. Kitleler göstergelerin boyundurluğunu fark ettiler ancak entelektüeller anlamı ısrarla anlamaya çalışmaktadır. Dünya ile sinemayı ilişkiselini ele alırsak, ya dünyanın kendisi sinema gibi önce sessiz, fotoğrafa benzeyerek devinimsiz ve sanal olsaydı görüntünün olmadığı dördüncü boyutta atlamış olsaydı. Eğer öyle olsaydı sinema ile aynı kaderi yaşıyor olurdu. Çok olan anlam ve çokça olan bilgi anlam ve bilgiyi öldürür (Baudrillard, 2002a, 171-182).Binyılın sonunda türünün muhteşem emsali yaratıldı: Cep telefonlu insan. Fakat gelecekte sayısal protezine karşılık cep telefonlu insan dahi ortadan kaybolacak onun yerine telepatik hayaletler gelecek.Gelecekte noksanlı, engelli bireyler için sosyal ağlarda dolaşan insanları işaret edip onları örnek gösterebiliriz. İlerki zamanlarda vücudunu kullanmalarını isteyeceğimiz kişiler felçliler değilde sosyal medya ağlarında takılanlar olacak. Caddede kendisiyle sesli konuşmak için cep telefonuna ihtiyaç duymayan gerçek olan bir zihinsel engelli görmek artık çok zor oldu. Zeka ortadan kaybolurken zekadan arta kalan yapay zekayı da ardında bıraktı. Gerçeklik ilkesi buharlaşıp kayboldu. Ama başı koparılmış ördek misali koşmaya devam eden gerçekliği ardında bıraktı. Bir kadında kandınlara has özelliklerin hepsi hatta genital organa sahip olsa bile kadın olmayabilir. Rüyalarınızı evcil bir hayvani okşar gibi anımsarız. Bilgisayarlardan talebimiz kendi işleyişlerine dair farkındalık ancak bilgisayar onun mekanizmasını kuranların baskın olmayan iradesinden başka bir şey değil. Tanrı için de buna benzer söylemler anlatılmıştı. Genel anlamda her yerde her şeyden çokça mevcut. Bir çok yerde bir çok insan var. Televizyonda çokça görüntü, Mozartın eserlerinde çokça nota var (Baudrillard, 2006). Sosyal medyada çok fazla bilgi ve anlam dolaşıma girmektedir. O kadar çok fazla alternatif bilgi kaynağı varki artık bilgi bir anlam taşımamaktadır.

Terörün hayal ve haber ağlarını ortadan kaldırıp hayatı sadece hayalet olarak sürdürdüğü öne sürülebilir. Terörizm siyaset veya stratejik gerçeklikten öte, kara delik, kör düğüm gibi bir durum. Marx'ın da söylediği Avrupa kıtasını ürküten şey nasıl kömünist rejimse bugünün toplumunda global anlamda bizi ürküten terörizmdir. Canlı olarak görünür bir terörist olmasa da oluşturduğu psikoz devam edecektir. Bin Ladin'nin hayata olması ya da aktif olarak terör olayları gerçekleştirmesi önemli değil, arada sırada gerçek olup olmadığı belli olmayan videoları bize ulaştırması yeterli. Zaten sistem terör meselesini hiperdüşgücünü kullanarak bu konuyu daha canlı hale getiriyor (Baudrillard, 2016d: 37). Terörizm güncel olarak hep konuşulan küresel anlamda ilgi çeken bir konu oldu. *“Herhangi bir şeyle takas edilmek isteyen her şey, eninde sonunda İmkânsız Takas Duvarı ile çarpışır. Değer bakımından dünyayı anlamlandırmaya, ona anlam kazandırmaya yönelik en iyi tasarlanmış, en ustalıkli girişimler bile, aşılması imkânsız olan bu sınırdan tökezler. Ve hiçbir şeyle takas edilemeyen şeyler de çılgınca çoğalırlar. Yapılanışı en sağlam sistemler bile, pençesine düştükleri bu imkansız takas kendi kaynağına döndüğünde eninde sonunda yoldan çıkarlar. Ve bütün bunlar, gelecekte yaşanacak herhangi bir felaketin sonu değildir; bundan böyle şimdi ve burada değer oluşturduğu bütün yapılar hiç ile takas edilirler”* (Baudrillard, 2012a: 13).Günümüzde insanlar makinelerin hakimiyetinde makinenin insanın yerine geçmesiyle, çalışma düzenine has işsizliğin ileri aşamasında zihinsel ve varoluşsal olan işsizlikle baş başadır. Normal anladığımız teknik olan işsizlikten öte, çünkü makinelerin bozulmasıyla alakalı bir durum değildir. Bu konu makineler noksansız bir biçimde işlerken soyu devam ettirmenin bile otomatik bir hale geldiği dünyada hayatın anlamsız olmasıyla ilgilidir. Bugünün toplumundan önce gündem de olan köle olma ve yokluktur. Günümüzde ise ana merkezde olan temalar bolluk ve liberalizmdir. Fakat bizler hayatın son aşamalarına gelmiş ve yoğun bakıma maruz bırakılmış bir toplumuz (Baudrillard, 2016d). İcat ettiğimiz teknolojik ürünlerin noksansız bir şekilde işleme temposuna eşlik etmemiz çok zor. *“Her ne olursa olsun gerçeğin içinde yaşıyoruz, sanki istisnai bir durum söz konusuymuş gibi akılcı bir belirlenim düzeninde yaşıyoruz. Double bind içindeyiz: Çifte uyruklu, çifte zorunluluk. Esas olarak Newton evrenindeyiz, ama temelde belirlenimci olmayan denklemler bu evreni çekip çeviriyor. Çözülmesi imkânsız bir aykırılık mı?*

*Makroskobik görüngülerin belirlenimci bir çözümlmeye hâlâ karşılık verdikleri toplumsal fizik ya da doğa fiziğinde çözümlmesi imkânsız, ancak mikroskobik görüngülerde artık hiç de öyle değil. Bu evren, fiziksel süreçler ölçeğinde yüreğimizi parçalayan çelişkilerden doğmuyor”* (Baudrillard, 2012b: 26). Yaratığımız şeyler hayal kapasitemiz ve tekrardan canlandırma kapasitemizin üstünde.

Gerçeklikten öte hayallere dair olan reklamlarda hep gelecek zamanla ilgili aktarımlar yapılır.Şehir yaşamında en çok karşımıza çıkan imge, reklamdır. Geçmişte hiçbir toplumda bu kadar fazla mesaj içerikleri ve yoğun imge olmamıştır. Anlık olarak reklam imgelerine sürekli maruz kalırız. Sokakta yürürken sayfayı çevirirken yani hep yanımızdan geçiverirken fark ederiz. Kimi zaman zihnimizde kalır kimi zaman unutulur ancak okunmadan geçilmez ve imge buna geçit vermez. İzleyiciyle yaşadığı hayattan memnun olmama duygusunu dürtten reklamlar, reklamı yapılan ürün ya da hizmeti aldığımda hayatının daha iyi bir hale geleceği mesajını verir. İçerisinde bulunduğu hayat koşullarından daha iyi koşullar sunacağını iddia eder. Bu anlamda en çok da işçi sınıfına seslenir. Külkedisi misali sunulan nesneyi aldığımda kişinin bütün yaşamını dönüştüreceğini iddia eder (Berger, 2014: 129-154). Tüketici için önemli olan gerçeklik, hakikat ya da reklamdaki iddiaların geçerliliği değil hissettirdiği şeylerdir.“*Gerçekliği tartışma konusu yapan da, artık felsefi düşünce değil, sanal gerçeklik ve onun teknikleri. Eskiden düşünce, düşünce ortamında gerçeğe son veriyordu, oysa şimdi yeni teknolojiler gerçeğe gerçekten son veriyorlar. Düşünce, gerçekliğin sonlanmaması için uğraşırken, sanal, gerçeğin sonlanması ve nihai çözüme kavuşması için uğraşıyor. Eskiden, felsefi boyutta zihinsel bir işlem olan gerçekliğin inkârı, sanal’ın teknolojileri sayesinde cerrahi bir işleme dönüştü”* (Baudrillard, 2012: 45).Medya aracılığıyla reklamlar bireylerin satın alması gerekmeyen ürünleri de satın almalıymış gibi bir hisle bizi manipüle etmektedir. Baudrillard’ın en popüler olarak tanındığı konu savaş ile savaşın kitle iletişim araçları ile olan temsilidir. Aslında 11 Eylül saldırıları ve Körfez Savaşı’ndan önce de Holokost konusu üzerine yazmıştır. TV yayımları ve programlarının, İkinci Dünya Savaşı’nın vahşetindeki Holokost gibi büyük bir olayın kan donduran tarafını hakkını vererek yansıtıp yansıtmayacağına dair şüpheleri vardır. TV canlandırmalarındaki savaşın dehşetini hatırlatan detaylarını ekranlara yansıtmanın savaşın yine olma

oranını düşürdüğünü düşenlere katılmayan Baudrillard yaşanan olayların düzeyinde korku ve tiksime hislerinin oluşmayacağını düşünür. TV ekranlarından savaş görüntüleri izleyen bir seyirci kendini orada hissedebilir. Ama oturma odalarının rahatlığında bu durumu tamamiyle hissetmeleri şeklinde bir durum mümkün görünmemektedir. Holokostta yaşanan gaz odalarında insan imhasını Baudrillard buradaki her şeyi imha eden gaz odasını, bir kurgu şeklinde Holokostun yeniden canlandırmasına benzetir. Çünkü ikisinin de teknoloji ve yaşanan tecrübeleri, duyguları, anıları ve tarihi ortadan kaldırır. Televizyondan bahsederek bizi olayın hakikatine yaklaştırmak için durum dramatik betimlemelerle durum yeniden biçimlendirilir. Aslında ters yönde bir etki yaparak bizi gerçek durumdan uzaklaştırır. İmaj üretiminin oluşturduğu doygunluk ile hakiki olanın ne olduğuna karar veremiyor bir duruma gelmemizdir. Holokost gibi olaylar belli bir mesafeden yani geçmişe yönelik ve imajlar kuşatması altında tüketilmesinden ötürü televizyon cool bir teknolojidir diyebiliriz. Baudrillard Körfez Savaşı ile ilgili yayınladığı makalelerde TV ile yayılan imajların özellikle Batıda olan çağdaş savaşların algılanma biçimine nasıl tesir ettiği ile ilgili faydalı bir değerlendirme yapar. (Tofelletti, 2014:108-110). Körfez savaşı gerçek zamanlı aktarılan, resmedilen bir savaş olmuştur. Ancak ekranlardan izlediğimiz olaylar daha inandırıcı olsun diye gerçeklikle olan bağından kopartılır.

Ekranlarda yaygın olarak kullanılan politik ve toplumsal günlük durumlar, gerçekte imgelemenin belirgin konusu değildir. Seyirciler onları cansız halde olan ritüel olarak tüketiyorlar. İnsanlar ekranı izleyip büyüleme duygusuna sahip olur. Azad olma yolunda sanal dünya son aşamadır. Özgürlük, gerçekleşirken kendini ortadan kaldırdığı için görünür olmaz. Aynanın öte tarafı var ancak ekranın öte tarafı yok (Baudrillard, 2005). Modern yaşam ile beraber toplumsal ekranda görülme arzusu, bireyin özne halini baştan çıkararak yeni bir dijital kimliğe sahip olmasına zemin hazırlamıştır. Bahsettiğimiz kimlik sosyal medya aracılığıyla yapılan paylaşımlarla toplumsal arzular arasında sosyolojik bir bağ oluşturmuştur. Beden sosyolojisi üzerinden bakarsak bahsettiğimiz bu bağ, bireylerin toplumsal bedene dâhil olmalarına daha fazla teşvik etmektedir. Kitle iletişim araçları ile birlikte imajlar bize ne tarz bedenler içerisinde olmamız gerektiğini ve arzulamamız gereken

bedenleri belirler. Beden ölçülerimizden, giysilerimize, saç şeklimize kadar bazı kodlarla dizayn edilmekte ve buna göre hareket etmemiz beklenilmektedir (Kara, 2019: 14-27). Sosyal medya ile birlikte insanların kendini tanıtabileceği yeni bir mecra ve bu tanıtma aracının yol açtığı dijital kimlikler oluşmuştur. *“peki, bu görünür olan kimlikler hakkında sormamız gereken soru şudur; kimlik ve farklılık tartışmalarının yaygınlaşması yeni bir dijital kimlik mi üretiyor yoksa var olan kimlikleri görünür kılarak daha mikro boyutta yaratılan toplumsal alanların teknolojik iletişim araçları sayesinde görünürlüğü mü artmaktadır? Bu sorudan hareketle kimlik konusunun merkezi konuma gelmesi ile birlikte, iletişim teknolojilerinde icat edilen araç gereçlerin sanal alanda kimliği yeniden inşa ettiği ve bunun temel bir dinamik haline geldiği söylenebilir. Dijitalliğin bireyin kimliğine etkisi ise, kimliğin yeniden oluşturulmasını mümkün kılan teknolojik alt yapı sunmuş olmasına bağlıdır”* (Ertürk, 2017: 73). İletişim teknolojileriyle sahip olduğumuz gerçeklik gerçeklikten öte gerçekliğin baş döndürücülüğüdür. Vietnam Savaşı'nın imgelerini izleyerek kendinden geçen televizyon seyircisi bir pencere olarak TV resimlerini seyrederek dışardaki yaşamın acımazsızlığını, soğukluğunu kendi konfor ortamında sıcak hale getirir (Baudrillard, 2017b). Bireyler toplumsallaşma süreçlerinde kendi kimliklerini ve farklı olduklarını göstermek amaçlı giydiği kıyafeti, kullandığı markayı, seçtiği yemekleri, gezdiği şehirleri ve ülkeleri gibi şeyler üzerinden kendini ifade etme isteğini karşılayacak bir podyum gibi sosyal ağları kullanmaktadır.

Gerçeklik ilkesiyle ilişkili olmayan oyun aynı zamanda zevk ilkesiyle de alakalı değildir. Oyun, üretimin yerine baştan çıkarmayı devreye koyar. Bilgisayarda oynanan santraç oyun zevki ve bilgisayar zevkine dair muğlak bir durum yaratır. Televizyondaki futbol maçı ile savaş haberlerine benzer. Renkli televizyonlarla birlikte savaş görüntüleri daha çok rabet görülüp izlendi. Hakikatin fazlalaştırılması görüntülerin renkleriyle oldu. Artık bizler en düşük düzeyde toplumsal ve en yüksek düzeyde simülasyon evrenindeyiz (Baudrillard, 2014).

Yaşamlarında yaşadıkları problemleri başarısızlık ve eksiklikleri göz ardı eden imajlarla paylaşımlarda bulunmakta varlığını mümkün olduğunca fazla insana

duyurmayla birlikte onaylama, beğenilme bireyler için önemli bir konu olmuştur. İnsanlar neden bu kadar sosyal ağları kullanmakta ve kullanırkenki motivasyonlarına baktığımızda; bireyler sosyal ağlarla kısa bir süre aralığında birçok kişiye sesini duyurabilmekte, onlardan olumlu ya da negatif dönütler alabilmekte, dikkate alınmakta, değişen sosyal yapılara dâhil olabilmekte, sistemi eleştirmek bir şeye karşı gelmek, tepki veren muhalif insanları görebilmek neden olarak aktarılabilir. Bireyler imaj oluşturarak kendilerini ifade etmede aslında birey, benlik ve kimliğine dair bir sunum yapmaktadır. Ve sunum var olduğu kimliğine dair değil manipüle edilmiş bir kimliktir. Hayat hikâyelerinin parlatılmış, kusurların giderildiği bir ortamda ben özelim demek için yaptığı şeyleri gösterecek bir metaya indirgemektedir. Sosyal ağların her birinin kendine has özellikleri varken ortak özellikleri arasında kullanıcıların fotoğrafı, yaşı, cinsiyeti, ne iş yaptığı, hangi eğitimleri aldığı gibi profil bilgileri, arkadaşları, *like* attığı beğendiği şeyler, yorumları sayılabilir. Mutlu oldukları zamanları sosyal ağlarla paylaşan kullanıcılar gezdiği yerleri, özel günleri, arkadaşlarıyla dışarıdaki mekânlarda yenilen içilen şeylerle fiziksel gerçekliklerini kanıtlamak istemektedirler. Bu durum sürekli kendini güncellenme istediği gibi bir hikâyeyi yaşamak ve göstermek için çaba gibi sıkıntıları beraberinde getirmektedir. Sosyal medya da bir medya ve bunun bir reytinge ihtiyacı var bunun için insanlar olabildiğince fazla beğeni almak için mücadele etmektedirler. Sosyal hayatta insanların kendini olduğundan daha varlıklı ya da güzel göstermeleri oldukça zordur. Oysa sosyal medyada istediği paylaşımı yaparak kendini olmak istediği görüntü ve toplumsal sınıfı yansıtmaya daha ulaşılabilir bir durumdur. Reklamlarda imrendiği insan görünümlerine sahipmiş gibi fotoğraflı filtreleme, güzel bir hayatı var ve hep keyifli zamanlar geçiriyormuş gibi davranma gerçek yaşamla olan gerçeklik ilişkisini zayıflatmaktadır. Sanal bir âlemde gerçekliğin bulanıklaşmasıyla kişilerin ideale ulaşma noktasında sosyal medyayı bir araç gibi kullanmaktadır. Sosyal medyada Sanal ile gerçeklik birbirinden ayırt edilebilir mi? Kişiler gerçek kimlikleriyle mi var olmakta? Bu sorular kişiye, kültüre ve kişinin sosyal medyayı hangi nedenle kullanmasına bağlı bazı güdelerle şekillenmektedir (Uğurlu, 2015). Örneğin Köprüdekiler filminin dijital ortamda tanışıp flört döneminde olan iki kişinin kamerayla birbiriyle konuştuğu bir sahnede kamera açılır açılmaz birbirlerinin göz renklerini sorarlar ve göz rengin söyleminden sonra

karakterlerden birinin kameraya yaklaşma talebi bu sanal görüşmede kameranın gözün yerini almış olduğunu ve kişiler içinde bulunduğu simülasyon ortamını gerçekliğe daha fazla dönüştürme arzusunu görmekteyiz (Timur-Demir, 2016: 517). Zaman ve mekân olarak belli bir sınıra mecbur olmadan sosyal ağlara dâhil olabilmek pek çok fırsat yaratmaktadır. Bireyler çok amaçlı kullanabildikleri sosyal ağları eğlence, bilgi aktarımı, etkileşim ihtiyacı, boş vakit geçirmeye kadar geniş bir yelpazede sosyal medyada tatmin olabilmektedir.

## SONUÇ

Teknik alandaki gelişmeler sosyal olgu ve sosyal değişimlerle her zaman ilişkili olmuştur. Bu gelişmeler gündelik yaşam pratikleri ve yaşamın her alana nüfuz etmeye başlamıştır. Farklı sosyo-ekonomik ve yaştaki insanların kullandığı internetin kullanıcı profili oldukça geniş olup kullanıcı sayısı da her geçen gün artmaktadır. Enformasyon çağında her şey hızlı bir şekilde değişmektedir. Bu hızın önemli bir faktörü olan internet yaşadığımız bugünün toplumunda dijitalleşme ile hayatımıza sızmakta ve yaşamımızı dönüştürmektedir. Seyircinin pasif olduğu geleneksel medyanın yerine Web 2.0 ile iletişim teknolojileri yeni bir soluk getirmiştir. İnteraktif iletişim biçiminde ilerleyen kitle iletişim araçları izleyicileri de işin içine koymakta ve buna göre arz talep dengeleri oluşturduğunu ve özgürlük alanları yaratığını iddia etmektedir. Oysa Baudrillard toplumsallığın ortadan kaybolduğunu, toplumsallığın yerine sessiz yığına dönüşmüş kitlelerin varlığından söz eder. Ve bu kitle sondajlar aracılığıyla yoklansa dahi herhangi bir geri bildirim vermemektedir. Kitlenin her türlü olaya tepkisiz kalacağını her şeyi sünger gibi emdiğini söylemektedir. Kitle için savaş haberleri ile tuvalet kâğıdı reklamı arasında herhangi bir fark yoktur. Elektronik medya; savaşı, mahremiyeti, günlük yaşamı her türlü yaşam alanın aynasıymış gibi deşifre iddiası ile yaşama dair olan görüntü kesitlerini ekranlara yansıtmaktadır. Fotoğraf ve video bize hakikatin somut delilleri gibi gelebilir. Ancak Baudrillard bu durumu yani her şeyi görselleştirme çabasının her şeyin yokluğuna işaret ettiğini öne sürer. Toplumsal algıları dönüştüren sosyal medyada, gizemi olmayan şeffaf camın gerisinde durma hissiyatı gibi ekrandan her şey seyredilebilen bir nesne olarak tüketilir.

Gerçek ile simülasyon arasındaki farkın çözümlenerek erimesi sonucu gerçekliğe ulaşmak olanaksız hale gelir. Baudrillard somut olarak gerçekliğin olmaması değil aslında gerçeklik ilkesinin yitimi ve oluşan hipergerçeklik evreninden bahseder. Gerçeklik ilkesinin yitimine örnek olarak, arkadaşına whatsapp mesajıyla gülmekten gözünden yaş gelen sanal emoji yollayan bir gencin yüzü asık ve donuk ise gerçekten gülmüş mü olur? Donuk yüz ifadesi mi yoksa sanal emojiyi mi kıstas alacağız? Bunun tam bir cevabı yoktur ve gerçeklik ile hakikatin ne olduğuna dair olan

sorgulamada kitle için bu bir anlam teşkil etmemektedir. Karmaşık eylemler içeren hayata karşı ödenen bedeller çok fazladır.

Dijitalleşmenin yaşamımıza dokunan bir özelliği vardır. Sabah uyanır uyanmaz elimize aldığımız telefon vücudumuza eklemlenmiş bir protez gibidir. Hava durumuna bile ekrandan baktığımız bir hale geldiğimiz enformasyon çağında gerçekliği görmek için pencereden değil ekrandan bakmak daha caziptir. Kamusal alanın evrilmesine yol açan sosyal medya bize yeni toplumsal ağlar ve onun kurallarını sunmaktadır. Sosyal medya yeni üretilen “ihtiyaçlar” bağlamında sürekli güncellenmektedir. Whatsapp sadece bir telefon rehberi uygulamasıyken instagramdaki hikâyeler gibi günlük değişen durumlar özelliği eklendi. Ve bu uygulama kısa süre içerisinde oldukça popüler bir hale geldi. Gün içerisinde onu arzunun öznesi gösterecek etkinlikleri yalnızca paylaşmak sosyal medyanın bir rutini haline gelmiş durumdadır. Moral bozukluğunu ya da toplumsal statüsünü düşük gösterecek eylemleri atlayıp sadece “havalı” anları paylaşmak. Bu arkadaşlarla kutlanan doğum günü partisi olabiliyorken eş tarafından alınan hediye de olabilir. Ben sevmeye layığım ve seviliyorum mesajları içeren etkinlik ve fotoğrafların paylaşılması daha yaygın olarak görülür.

Elimizde telefon, kulağımızda kulaklık yürüyen merdivende sabit durup merdivenin yürümesini beklerken Baudrillard’ın da bahsettiği üzere üstümüze bir çeşit *dijital tulum* geçirmiş oluruz. Gündelik yaşam pratiklerini bu kadar dönüştüren dijital evren bir süre sonra bütün toplumsal kurumları etkiler hale gelmektedir. Farklı sosyo-ekonomik sınıf, yaş, cinsiyet gibi faktörleri içine alan geniş kapsamlı etkisi olan bu dijital evreni anlama arzusu sosyal bilimler için kaçınılmazdır. Örneğin kalabalık, kamusal bir alanda etrafında olup bitenleri değil telefonda sosyal medyada kimin ne yaptığına bakarken arkadaşlarıyla mesajlaşıp “sosyalleşirken” bu kişi sosyalleşme ve kamusal alanın ne olduğuna dair kafa karışıklığı yaratır. Var olmak bedenle ilişkilendirilen bir durumdur. Ancak sosyal medyada beden olarak somut bir gerçekliğe sahip olmadan var olabilirsiniz. Bedenen içinde olmadığımız sosyal ağlarda bir özne olarak var olmak için sürekli görünür olmak zorundasınız. Kitle iletişim araçları bedenin varlığı ile varoluş arasındaki ilişki farkını silikleştirir. Birey bedenen var olmadığı ortamda benlik algısıyla görünür olmak ve gündem teşkil etmek ister. Somut olarak sosyal medya da var olmamak kişinin benliğine dair daha

fazla manipüle yaratmasını mümkün kılar. Mesleğini toplumsal normlara daha uygun şekilde gösterebilir, fiziksel kusurlarını modern güzellik algılarına göre fotoğrafla filtreleyebilir (aynı zamanda gerçekliği de filtrelemektedir), içinde olduğu toplumsal sınıfta değil arzuladığı toplumsal sınıfın bireyi gibi lüks mekânlarda yer bildirimini yapabilir. Bunun daha ötesi gerçek kimliğini ve ismini değiştirip sahte bir hesapla sosyal medya da var olabilir. Anonim kişilik olarak kullandığı sosyal medya da etik kurallara dikkat etmeden rahatça dolaşabilir, mesaj yollayabilir, paylaşımların altına yorum yazabilir ve başkasına zarar verebilir.

Sosyal medya da bulduğumuz kaynaklar karanlık sokakta anahtarını lambanın altında aramak dışında çaresi olmayan bir insan durumu gibidir. Baudrillard'ın dediği gibi (2016:408): “...örneğin karanlık bir sokakta anahtarını yitiren adamın gidip onu sokak lambası altında araması gibi. Çünkü anahtarı bulma şansına sahip olduğu tek yer orasıdır...” Sosyal medyada gerçeklik üretimi başlıklı çalışmamızda sosyolojik bir olgu olarak sosyal medyanın ne olduğuna, bir gerçeklik üretim mekânı olarak sosyal medya dijital yüzeyin ne anlama geldiğini, sosyal medyada üretilen gerçekliğin nasıl inşa edildiğini, gerçekliğin üretim yüzeyi olarak sosyal medyada hipergerçekliğin sosyolojik olarak ne ifade ettiği üzerinden oluşturduğumuz sorulara yönelik bir cevap aranmıştır. İnternetteki videoların bir film veya kitaplarda olduğu gibi başı veya sonu yoktur. Bir bütünlük algısının ötesinde sürekli bir şeyler üretilir ve bizlerde bu üretilen içerikleri izleyerek tüketiriz. Videolardaki başlıklar ve tıklanmadan önce videoda görünen fotoğraf her zaman videonun içeriğiyle ilgili değildir. Tuhaf, dehşet duygusu uyandırabilecek ya da müstehcen başlık ve videolarla ilgi çekmeye çalışmaktadırlar. Video başlığı ile içeriğinin aynı olmaması bizim gerçeklik ile olan bağlantımızı zayıflatır. Tıklanma sayısı ile başarı arasında doğru bir orantı varmış gibi düşünüldüğünden burada hakikat ya da erdem sahibi olmak değil tıklanma sayısı önemlidir. Anlam ve gerçekliğe yakın olmak değil popüler ve görünür olmak daha cazip gelmektedir.

## KAYNAKÇA

Alanka, Ö., Cezik, A., (2016). “Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme”, *TRT Akademi Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, ss. 548-569.

Altunay, A. (2015). “Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya”, *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 9, ss. 410-428.

Atalay, Z. N. (2017). “Dijital Sosyoloji ve Metodoloji: Ne Kadar Yeni Ne Kadar Tanıdık?”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 9, ss. 87-100.

Atalay, Z. N., Thwaites Diken, E., (2018). “Gerçekliğin İmalatı: Hakikat Sonrası ve Sosyal Medya”, *Gerçeklik Arzu ve Göçebelik Üzerine*, Konya: Çizgi Kitabevi, ss.101-123.

Avcı, Y. (2015). “Sosyal Medyada Facebook Üzerinden Sahte Sınıf Oluşumu ve Sınıf Atlama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Beykent Üniversitesi, İletişim ve Tasarım Enstitüsü, İstanbul.

Aydın, Ö. (2014). “Televizyon Reklamlarında Dizi Karakteri Kullanımıyla Sunulan Tüketim Kültürü Değerleri: Yalan Dünya Örneği”, *Journal of Yaşar University*, Cilt: 36, Sayı: 9, ss. 6261-6380.

Baudrillard, J. (2014a). *Cool Anılar I-II*, Çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

Baudrillard, J. (2014b). *Baştan Çıkarma Üzerine*, Çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

Baudrillard, J. (2002a). *Cool Anılar III-IV*, Çev. Yaşar Avunç, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

Baudrillard, J. (2002b). *Tam Ekran*, Çev. Bahadır Gülmez, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Baudrillard, J. (2006). *Cool Anılar V*, Çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

Baudrillard, J. (2012a). *İmkânsız Takas*, Çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

- Baudrillard, J. (2012b). *Kusursuz Cinayet*, Çev. Necmettin Sevil, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2016a). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, Çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2016b). *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017a). *Sessiz Yığınların Gölgesinde- Toplumsalın Sonu*, Çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017b). *Tüketim Toplumu*, Çev. Nilgün Tatal – Ferda Keskin, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2016c). *Kötülüğün Şeffaflığı-Aşırı Fenomenler Üzerine Bir Deneme*, Çev. Işık Ergüden, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2016d). *Can Çekişen Küresel Güç*, Çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2005). *Bir Parçadan Diğere- François ile Söyleşi*, İstanbul: İnkilap Kitapevi.
- Baudrillard, J. (2015). *Şeytana Satılan Ruh – Ya da Kötülüğün Egemenliği*, Çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bitirim, S. (2017). “Yeni İletişim Teknolojilerini Sorgulamak: Etik, Güvenlik ve Mahremiyetin Kesiştiği Nokta”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 1, ss. 347-372.
- Bayhan, V. (2017). “İnternet, Sosyal Medya ve Narsizm”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 9, ss. 165-174.
- Berger, J. *Görme Biçimleri*, (2014). Çev.Yurdanur Salman, İstanbul: Metis Yayınları.

- Binark, M., Karataş, Ş. & Çomu, T. (2017). “Sosyal Bilim Araştırmalarında Türkiye’de Veri Etiği Politikası: Sosyal Medya Ortamlarından Veri Toplanması”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 9, ss. 101-128.
- Bourdieu, P. (2016). *Sosyoloji Meseleleri*, Çev.Büşra Uçar, İstanbul: Heretik Yayıncılık.
- Demir, S. (2016). “Dijital Aşklar: Sanallık ve Gerçeklik Arasında Bedenin, Mekanın ve İletişimin Tasarımı”, *TRT Akademi Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, ss. 508-527.
- Ertürk, D. (2017). “Dijital Kimliği Sınırlı Düşünmek”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 9, ss.73-85.
- Gone, M. (2008). *Jean Baudrillard: Radikal Belirsizlik*, Çev. Ali Utku ve Serhat Toker, Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Kara, Z. (2018). “Gerçeklik Arzusu: Toplumsal Kayıt Yüzeyi Olarak Beden”, *Gerçeklik Arzu ve Göçebelik Üzerine*, Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları, ss. 11-32.
- Kara, Z. (2019). “Arzuyu Kafes’lemek: Nusr-et’in Deleuzeyen İfşası”, *Arzu Üretimi*, Ankara: Çizgi Kitabevi Yayınları, ss.11-29.
- Kara, Z. (2017). “Dijital Sosyoloji”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 9, ss. 9-20.
- Kızıltan, H. (2011). “Narsizm ya da Ruhsalığın Ontolojisi”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Sayı 56, Ankara. ss.55-83.
- Metin, O., Karakaya, Ş., (2017). “Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya Analizi Denemesi”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 19, Sayı: 2, ss.109-121.
- Özgül, G. (2012). “Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Bir Alan İmkanının Araştırılması”, *Journal of Yaşar University*, Cilt: 7, Sayı: 26, ss. 4526-4547.
- Şentürk, Ü. (2018). “Dijital Evrende Akışkan Deneyimler: Gerçekliğin Siber Göçü”, *Gerçeklik Arzu ve Göçebelik Üzerine*, Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları, ss. 125-157.

- Şentürk, Ü. (2017). “Yeni Bir Toplumsal Metin Olarak İnternet”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 9, ss.21-44
- Toffoletti, K. (2014). Yeni Bir Bakışla Baudrillard, Çev. Yetkin Başkavak, İstanbul: Kolektif Kitap Yayınları.
- U. Eraslan, R. (2013). “Sosyal Medya Her An ve Her Yerde Görünür Olmak”, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, Cilt: 3, Sayı: 4, ss. 29-37.
- Uğurlu, Ö. (2015). “Kadının Benlik Sunumu Güncel Bir Aracı Olarak Ağlar Bir Tasarım Unsuru: Kusursuzlaştırma”, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:8, Sayı:1, ss. 231-248.
- Yurdigül, Y., Elitaş T., (2017). “Voyörizm ve Teşhircilik Bağlamında Sosyal Medyanın Mahremiyet Sorunu: İstagram ve Periscope Örneği”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 9, ss. 129-148.
- Yücedağ, İ. (2017). Dijital Dünyaya Teori Biçmek: Rizomatik Bağlantılar”, *Sosyoloji Divanı Sosyoloji Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 9, ss.45-60.

## **ÖZGEÇMİŞ**

Mardin'nin Nusaybin ilçesinde 1993 yılında doğdu. Nusaybin Anadolu lisesinden mezun oldu. Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyoloji de lisansını tamamladı.

T.C.

MARDİN ARTUKLU ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İNTİHAL RAPORU

Tez Başlığı "Bir Gerçeklik Üretim Mekanı Sosyal Medya: Baudrillard Okuması"

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın kapak sayfası, giriş, ana bölümler ve sonuç kısımlarında oluşan toplam 83 sayfalık kısmına ilişkin 11 /06 /2019 tarihinde tez danışmanım tarafından "turnitin" adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orjinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı alıntılar dahil %7

**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: Adle GÜNDÜZ

Öğrenci No: 15761015

Programı: Sosyoloji

Statüsü: Yüksek Lisans

Tarih ve İmza

12.06.2019

Danışman Onayı

Prof. Dr. Zülküf KARA

A.B.D. Başkanı Onayı

Prof. Dr. Zülküf KARA