

## J. BAUDRİLLARD'IN 'SİMÜLASYON' VE J. HUIZİNGA'NIN 'OYUN' KURAMLARI ÜZERİNDEN 'MATRIX I' FİLMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Ayten ÇALIŞ  
İstanbul Aydın Üniversitesi  
[aytencalis@aydin.edu.tr](mailto:aytencalis@aydin.edu.tr)

### ÖZ

Çalışmada, adeta bir merkezkaç kuvvetiyle 'hız' ve 'tüketim' olguları etrafında dönen 'modern çağ'ın doğurduğu 'anlam yitimi' ve bu mevcut tehlikenin açığa çıkardığı 'matrix yaşantısı'; Jean Baudrillard'ın 'simülasyon' ve Johan Huizinga'nın 'oyun' kuramları çerçevesinde ortaya konulacak ve söz konusu kuramların içerikleri tanımlanacaktır. 'Matrix Serisi'nin birinci filmi 'örneklem' kabul edilerek 'matrix' denilen olgu ele alınacak ve 'sanal bir oyun dünyası'nda yaşamamıza, 'dev bir simülasyon'un içinde olmamıza rağmen 'hiper-gerçek' denilen sahte gerçekliğin modern insana 'gerçek dünya' olarak dayatılıyor olması tezi temellendirilecektir. 'Matrix' ya da 'matrix yaşantısı' olarak ifade edilen boyutun bireysel ve sosyal planı J. Baudrillard'ın 'hiper-gerçek', J. Huizinga'nın 'oyun' kavramları üzerinden analiz edilecek ve örneklem, 'filmsel anlatı' yöntemi kullanılarak incelenecektir. Ayrıca 'Matrix I' üzerinden açılacak olan 'simülasyon' ve 'oyun' kavramları; hem 'insanın kendi sınırları içindeki bireysel boyutu' ile, hem de 'insanın kendi sınırları dışındaki sosyal ve küresel boyutu' ile ele alınacaktır. - 'İnsanın kendinde simüle ettikleri, kendi kendine oynadığı oyun' ile (bireysel boyut) 'insanla dış çevresi arasındaki simülasyon ve oyun' (sosyal boyut / sosyo-matrix) - Özetle 'matrix' kavramının bireye bakan kişisel boyutu dışında, "kitlelere rol biçen belirli sermaye gruplarının hükmettiği kitle iletişim araçlarıncı üretilen 'sosyal simülasyon' boyutu" da ele alınacak ve 'birey'in sınırlı, sahte, ilizyonik bir alana sıkıştırılışı; 'hiper-gerçekliğin sosyal boyutu' olarak tanımlanabilecek 'sosyo-matrix' kavramı doğrultusunda açıklanacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Simülasyon, Oyun, Hiper-Gerçek, Sanal Gerçeklik, Matrix/Sosyo-Matrix, Tüketim, Teknolojik Belirlenimcilik, Anlam Yitimi

## ANALYSIS OF 'THE MATRIX I' FILM BY J. BAUDRILLARDS' SIMULATION AND J. HUIZINGAS' GAME THEORY

### ABSTRACT

The 'matrix experience' that the emerge of present danger brings about is 'loss of meaning' which the 'modern age' born, which circles around the 'speed' and 'consumption' cases with a centrifugal force; it will be revealed within the framework of Jean Baudrillard's 'simulation' and Johan Huizinga's 'game' theories, and the contents of such theories will be defined. 'Matrix' will be dealt with by accepting the first film of 'Matrix Series' as a 'sample', and 'life in a virtual game world', although live in a giant simulation will be base of this thesis as 'modern people is being imposed as 'real world' because of the false reality called 'hyper real'. The individual and social plan of the dimension expressed as 'Matrix' or 'Matrix experience' will be analyzed through J. Baudrillard's 'hyper-real', J. Huizinga's 'game' concepts and the use of sampling and 'film narrative'. In addition, the concepts of 'simulation' and 'game' which will be opened via 'Matrix I'; will be dealt with both by 'the individual dimension of man within its borders' and by 'the social and global dimension of man outside his borders'. Simulation and play (social dimension / socio-matrix) between man and the outside world (individual dimension) with the 'game played by man in his or her own self' - In summary, The 'social simulation' dimension produced by the mass media ruled by the capital groups will be dealt with and the 'compacting of the individual into a limited, fake, ilusional space; socio-matrix 'concept which can be defined as' the social dimension of hyper-reality'.

**Keywords :** *Simulation, Game, Hyper-Reality , Virtual Reality, Matrix / Socio-Matrix, Consumption, Technological Determinism, Loss of Meaning*

## GİRİŞ

Bugün ‘hız’ ve ‘tüketim’ gibi iki temel olgunun etrafında dönen ‘modern çağ’, Baudrillard’ın ve takip eden birçok kritik (eleştirel) bakışın da altını çizdiği gibi; Batı toplumundan yayılan ciddi bir tehditle karşı karşıyadır. ‘Sanal’ olanla ‘gerçek’ olanın yer değiştirmesinden ve bunun makro ölçekte bir toplumsal kabulde karşılanmasından doğan ‘anlam yitimi’; mevcut tehlikenin, yaşanmakta olan ve ilerde çok daha büyük boyutlarda yaşanacak olan krizin adıdır.

Kopya aslın yerini almış; ‘hakikat arayışı’, ‘sanatsal kaygı’, ‘değer üretme yönelimi’, ‘yaratıcılık’ ve ‘anlamın türlü estetik şekillerde sunuluşu’ gibi olmazsa olmaz çabalar, ‘tüketim çılgınlığı’ denilen ve hızla kalıcı bir kültüre dönüşen güçlü anafora kurban gitmiştir. Durmaksızın çoğalan, çeşitlenen, egemen güçlerce kontrol edilen ‘kitle iletişim araçları’ ve ‘sosyal medya gibi alanlar üzerinden varlık gösteren yeni medya’ tarzı alternatif sahalara rağmen ‘güçlü büyüyen iletişimsizlik hali’ ise; yine modern çağın içine düştüğü ‘matrix’in önemli ara yüzlerinden birisidir.

Çalışmanın amacı; bu mevcut tablodan hareketle Baudrillard’ın ‘simülasyon’ ve Huizinga’nın ‘oyun’ kuramlarına yakın plan vermek ve söz konusu kuramlar üzerinden, içinden geçilen bu belirsizlikler tünelinin temel bir kritiğini yapmaktır. Kendisine ‘gerçeklik’ olarak sunulan ve ‘küresel algı oyunları’na, ‘global simülasyon yöntemleri’ne dayanan ‘sahte gerçeklik’in ‘modern insan’ tarafından tanınmasını sağlamak ve yaşanan ‘bireysel ve toplumsal ilizyon’un zihinsel planda netleştirilmesine bir katkı oluşturabilmektir. Tanımlanan bu durumun farkına varılabilmesi ve resmedilen ‘bireysel ve sosyal hipnoz’dan sıyrılmaya yönelik bir farkındalık oluşturulabilmesi de, yine çalışmanın temel amaçları arasında yer almaktadır.

1990’da Irak’ın Kuveyt’i işgal etmesiyle başlayan Körfez Savaşı yaşanmadan önce “Körfez Savaşı Olmayacak” isimli bir metin kaleme alan ve Körfez Savaşı sonrasında da “Körfez Savaşı Olmadı” isimli eleştirel bir kitap yayımlayan J. Baudrillard’ın da son derece ironik bir biçimde dikkat çektiği üzere; artık yaşanan birçok kitlesel olayın, ‘belirli güçlerce vizyona sokulan kurmacalar’dan ibaret olduğunu bilmekteyiz.

Bu anlamda Baudrillard’ın, Körfez Savaşı ile ‘gerçekçi savaş’ olgusunun yerini ‘sanal savaş’ (virtual war) olgusunun aldığını söylemesi, ekrandaki temsili düşmanı iblisleştirerek istenilen Ortadoğu algısının yaratıldığını ifade etmesi ve artık ‘ekran’ın ‘gerçeklik’in yerini aldığı cesurca dile getirmesi; oldukça önemli bir tespittir. Hatta kendisi, “Tanrı ölmedi, hiper-gerçek bir şeye dönüştü!” şeklindeki makro tespitiyle; içine düştüğümüz bireysel, sosyal, fizik ve metafizik ‘simülasyon evreni’nin o devasa sınırlarını çizmiştir. (Baudrillard, 2016:14) Sonuç olarak metin; ürkütücü olan ancak realiteye dayanan bu eleştirel paradigmanın sürdürülmesi, genişletilmesi, güncellenerek geliştirilmesi amacına da hizmet etmektedir.

## ‘MODERN ÇAĞ’IN BAŞAT UNSURU “SİMÜLASYON” VE BİR ‘KÜLTÜR BELİRLEYİCİ’ OLARAK “OYUN”

Birçok olası projenin ya da eylemin üç boyutlusuna odaklandığımız ‘holografik bir zaman dilimi’ni soluklamakta olduğumuz gerçeği; ‘vr box (sanal gerçeklik gözlüğü) üzerinden eğitim’ gibi artık hiç de marjinal kaçmayan açılımlardan gittiğimiz sinemaya kadar her yerde karşımızda bugün! Örneğin şimdilerde ‘sanal’ ve ‘gerçek’ gibi birbirine taban tabana zıt iki kavramı, bir arada kullanıyoruz. ‘Sanal Gerçeklik’..!

Dolayısıyla ‘teknolojik devrim’in ve bizatihi ‘teknoloji’nin içinde bulunduğumuz kültürü belirlediğini ifade eden Harold Innis ve aynı bilimsel paradigma üzerinden yürüyen öğrencisi Marshall McLuhan;

yaklaşmakta olan dev fırtınanın öncü sinyallerini vermekte haklıydılar. Zira bugün, *'teknolojik determinizm'* tarafından çepeçevre kuşatılmış; ve *'kültürün belirlenmesi'*nden öte, *'insanın formatlanışı'*na doğru giden önlenmesi güç bir girdaba dahil olmuş durumdayız.

Örneğin *"Kültürler şimdide kadar toplumlar için mekanik bir kader, kendi teknolojilerinin otomatik bir içselleştirilmesi olagelmıştır."* diyen (McLuhan, 2014:110) McLuhan'ın bu temel tespiti; *'simülakr'*, *'hologram'*, *'3D'* gibi *'simülasyon'*a dayalı araç ve kavramlar üzerinden hayatımıza girmiş ve adeta yaşamımızın vazgeçilmez bir gerçeği haline gelerek bize biçim vermeye başlamıştır. Artık bir filmi 3D formatında izlemiyorsak, içeriğe dair çok şey kaçırdığımızı düşünmeye başlamamız ya da olası bir projenin birebir ikizini veren holografik bir sunum, net bir simülasyon yoksa o projenin realizasyonu için yapılan mevcut hazırlığı yetersiz bulmamız; hep bu simülatif kodların belirlediği davranış modelleridir.

Kısacası *'simülasyon'*; neredeyse ürünün kendisinden daha özel, daha önemli olmaya başlamıştır. Tıpkı ünlü Fransız düşünürü Jean Baudrillard'ın, 20. Yüzyıl'a damgasını vuran en önemli kuramlardan biri olan *'simülasyon kuramı'*nda iddia ettiği gibi...

Baudrillard, 1972'den itibaren üzerinde çalışmaya başladığı ve *'Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm'* kitabında da somutlaştırdığı bu temel kuramda; *'bir gerçeklik olarak algılanması istenilen görünüm'*lerin (simülakr) *'gerçeklik'*in yerini aldığı tezini ortaya atmış ve *'bir köken ya da gerçeklikten yoksun olan'*ın modeller aracılığıyla türetilmesine *'hiper-gerçek'*, yani *'simülasyon'* adının verildiğini ifade etmiştir. (Baudrillard, 2016:14)

*'Simülasyon Kuramı'*nın üç temel kavramı olan *'simülakr'*, *'simüle etme'* ve *'simülasyon'* kavramlarını açıklayacak olursak; *'bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm'*ü *'simülakr'*, *'gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunup göstermeye çalışma'*nın *'simüle etmek'*, *'bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi'*nin de *'simülasyon'* olduğunu söyleyebiliriz. Artık gerçek dünya ile imgeleri arasında ayırım yapma becerisine sahip olmadığımızı vurgu yapan Baudrillard, *'Kültür Endüstrisi'*'nin yazarı olan Adorno'ya çok benzer bir yaklaşımla şu temel tespitte bulunmaktadır; *"Bugün reklamlar, şeylerden çok imgeler satıyor bize."*

Theodor W. Adorno da *'Kültür Endüstrisi'*'nde, Baudrillard'ın bu temel cümlesine kapı açar bir tarzda şu temel resmi çizmektedir... *"Sanat eserinin metaya dönüşmesi ve bu şekilde alımlanması gibi, tüketim toplumunda metanın kendisi de 'imge'ye, 'temsil'e ve 'gösteri'ye dönüşmüştür. Kullanım değerinin yerini ambalaj ve tanıtım almıştır. Sanatın metalaşmasının sonu, 'metanın estetez edilmesi'dir. Metanın baştan çıkarıcı ölümcül şarkısı, vaktiyle burjuva sanatının barındırdığı mutluluk vaadini yerinden etmiştir; tüketici Odysseus, tatmine ulaşacağını umarak kendini sevinçle meta denizinin sularına bırakır, ama aradığını bulamaz."* (Adorno, 2012:36)

Sonuçta *'reklam'* üzerinden örnekleme yapan Baudrillard'ın da, *'sanatın metalaşması'* üzerinden örnek veren Adorno'nun da açıkça işaret ettiği gerçek şudur ki; bugün *'imgeler'*, *'görünümler'*, yani türlü *'simülakrlar'* şeylerin yerini almıştır ve içine düştüğümüz, *'simülasyon çağı'* diyebileceğimiz bu dev karadelik, *'biricik'* olarak tanımlanması gereken *'gerçeklik'* olgusunu yutmaya başlamıştır.

Tam da burada, Matrix I'de *'sanal gerçeklik'* boyutundan *'hakikat'* boyutuna adım atabilmek, yani içinde bulunduğu *'alt bilinç hali'*nden kurtularak uyanabilmek için *'kırmızı hap'*ı seçmek durumunda olan Neo karakterinin, hakikate doğru giderken bile bu üst seçimini neden bir yatıştırıcı olan *'haplar'* üzerinden yapmakta olduğu; sorgulanmalıdır örneğin! Öyle ya, gerçekten uyanmak isteniliyorsa; bu olası uyanış, neden yine haplar üzerinden gerçekleşmek durumunda olsun ki! Senaryoda *'uykuda kalma hali'* *'hapı seçmek'* ile sembolize edilirken, *'uykudan uyanma hali'* ise farklı bir sembol olan *'anahtar seçmek'* üzerinden kurgulanamaz mıydı örneğin? Neden ikisi de hap?

Bu farklı soruyu, *'her uyanışın yeni bir rüya alemine açıldığı'* fikri; ya da *'ne kadar uyanırsak uyanalım, ölüm deneyimini yaşayarak boyut değiştirmeden hakikat alemine geçemeyeceğimiz'* düşüncesi gibi türlü metafizik argümanlarla yanıtlayabiliriz elbet. Ancak konuya *'teknolojik belirlemcilik'* kapsamında, kuşatıldığımız *'simülasyon evreni'*nden hareketle; *'artık gerçekliğe dokunma yollarının bile simülasyonlardan geçtiği'* gerçeğiyle de yaklaşabiliriz doğrusu.

Baudrillard'ın *'Simülakrlar ve Simülasyonlar'* kitabında kurduğu şu kilit cümleler de, bu alternatif yaklaşımı destekleyici birer argüman olabilir... *"Her türlü 'düşsel' ve 'gerçek' ayrımı artık bitmiştir. Ve gerçek bir daha asla geri dönmeyecektir. Artık, kendi kendini aynı yörünge çevresinde dolanan modeller aracılığıyla yineleyen ve farklılık simülasyonu üretmekten başka bir şey yapmayan 'hiper-gerçek' dönemidir."* (Baudrillard, 2016:15)

Dolayısıyla zamanında Roma Medeniyeti'ni ululamak adına söylenen *'Bütün yollar Roma'ya çıkar!'* sözünden mülhem, dünyanın *'global köy'* olarak tanımlandığı bir zaman diliminde bütün 'arayış biçimleri'nin ya da 'kültür modelleri'nin önünde sonunda *'simülasyon'* denen *'hiper-gerçek'*le kesişmek zorunda olduğunu söylemek; *'simülasyon kuramı'*nın özünü vermek adına yerinde olacaktır. Bir başka deyişle, *'hiper-gerçeklik'* uzamının bizi çıkardığı yer; dışına çıkma şansımızın olmadığı *'simülasyon çağı'*dır.

Baudrillard'ın eleştirel bir duruşla çok net, açık bir biçimde dile getirdiği bu temel tespitin, yani *'simülasyon çağı'* dediğimiz ana çatının pratikteki ayaklarına baktığımızda ise; vizyondaki sosyal simülasyonu realize eden mevcut teknolojik imkanları ve kitle iletişim araçlarını görüyoruz. Süre psikolojisi hakim kılınarak çok sınırlı bir varlık alanına hapsedilen 'modern insan'ın başındaki gizli otoriteler, bunlar aslında. Kısacası teknoloji ve teknolojiye endeksli olan medya, 'sosyo-matrix'in reeldeki en etkin inşacıları durumunda...

Baudrillard'ın bu *'simülasyon'* pesimizminden Johan Huizinga'nın *'oyun'* optimizmine asimetrik bir sıçrama yaptığımızda ise; yolumuz, bugünü belirleyen *'simülatif akıl'*ın tarihsel bir eşleniği olan *'oyunsal akıl'*a çıkar. Şimdiyi belirleyen *'simülatif akıl'* çağdaş, bir 'kültür belirleyici' olan *'oyunsal akıl'* ise son derece kadimdir.

*'Oyun Kuramı'*nın yaratıcısı olan Huizinga, bütün bir insan uygarlığının *'oyun'*la başladığı ve geliştiği gibi makro bir tespitle işe başlamakta ve *'homo sapiens'* (akıllı insan) ile *'homo faber'* (üreten insan) gibi temel kavramları *'homo ludens'* (oyun oynayan insan) gibi farklı bir perspektifle açmaktadır.

Ona göre *'oyun'*, olması istenilen ideal tasarıma ulaşmada etkili bir araç olabilir. Bu bağlamda Huizinga *'oyun-ciddiyet zıtlığı'*nı keskince reddetmiş ve *'oyun'*un da son derece ciddi olabileceğinin altını çizmiştir. Hatta bu kabulden hareketle *'oyun-kültür'* ilişkisini temele almış ve insanlık tarihi boyunca karşımıza çıkan yapıp etmelerin hep bir oyun zinciri içinde gerçekleştiğini vurgulamıştır.

Huizinga'nın oyun kuramına göre kültürler oyunsal bir karakter taşır ve oyun 'kültürel bir araç' olarak görülür. Bu noktada Baudrillard'ın realist perspektifiyle *'simülasyon'*un anlamın katili olduğunu; Huizinga'nın paradigmasından yansıyan *'oyun'*un ise *'kültür yapıcı'* misyonundan dolayı daha olumlu bir imaj çizdiğini söyleyebiliriz.

Yani bu noktada *'simülasyon'* gerçeğin yerini alırken ve bir anlamda gerçekliği *'hiper-gerçek'* ile takas ederken; *'oyun'* ise *'gerçeklikle olan ilişkiyi geliştiren bir araç'* olarak işlevsel bir rolü üstlenmektedir. Tabi burada Huizinga'nın kastettiği *'oyun'* ile *'dijital oyun'*un aynı şeyler olmadığını da vurgulamak gerekecektir.

Huizinga, insanlık tarihinin asli unsurlarından biri olan 'dil'in bile insanın oyun oynaması ile doğduğunu; ilkel toplulukların birçok sosyal aktivitelerini de oyun oynayarak yerine getirdiklerini ifade eder. Bu anlamda Huizinga'ya göre *'oyun'*, düpedüz kültürün temelidir. Ayrıca *"Oyun"*

*kültürden daha eskidir.*” diyen ve kültürün oyunsal karakterine dikkat çeken Huizinga; ‘oyun’un farklı işlevlerini de yadsımaz.

Onun aynı zamanda bir eğlence, gevşeme ve zevk alma aracı olduğunu, yaşam enerjisi fazlalığından kurtulma yolu olarak farklı bir işlev gördüğünü, yarışma ihtiyacından doğan boşluğu giderdiğini, zararlı yönelimlerden kurtulmaya ve egemenlik kurma arzusunu tatmin etmeye yaradığını, doğuştan gelen taklit eğilimini sürdürme aracı olarak iş gördüğünü, kişiye birçok konuda antreman yapma imkanı sağladığını ve ‘bütünsellik bilinci’ vererek olaylara analitik bakma yetisi kazandırdığını ifade eder.

Hem insanların hem de hayvanların doğasında var olan oyun oynama yöneliminin doğal, fitrata ait bir yöneliş olduğunu dile getiren Huizinga; aslında sıraladığı bu özelliklerle, oyunun bir catharsis (arınma) aracı olduğunu da temellendirir.

Dolayısıyla Huizinga, ‘oyun’un gereksiz olduğunu düşünen determinist bakışa tamamen karşıdır. Çünkü ‘oyun’un, hayatta gerçekleştirilmesi imkansız arzuların bir kurmaca aracılığıyla giderilmesi ve böylece kişisel benlik duygusunun korunması noktasında ciddi bir işlev taşıdığını düşünmektedir. Hatta ‘oyun’un komiklikle ilişkili olduğu fikrini de şiddetle reddeder. Ona göre komiklik aptallıkla ilişkili bir şeydir ve ‘oyun’ hiç de aptalca değildir. Bu anlamda Huizinga’ya göre ‘oyun’un varlığı inkar edilemez niteliktedir.

Ayrıca ‘oyun’un irrasyonel olduğunu dile getiren Huizinga, oyun oynayan bir insanın akıllı varlık olmanın ötesine geçerek irrasyonel bir deneyim yaşadığını da ifade eder. Huizinga’ya göre ‘oyun’; tekrarlanabilme özelliğine sahip olduğu için kendini geliştirme olanağı sunan, özünde özgür olma düşüncesini barındıran, hayal gücünü geliştiren, ‘zorluk’-‘gerilim’-‘belirsizlik’-‘kazanma yönelimi’ gibi durumların verdiği itki ile insanı gelişime sevk eden ve hayatın doğasındaki çatışmayı realize eden, belirli bir kurallar bütünü olduğu için insanda düzen fikrini oluşturan ve sinanma yoluyla iradeyi geliştiren bir etkinliktir. Platon’un da ‘oyun’u kutsayarak yücelttiğini belirten Huizinga; insanı Tanrı’nın oyuncakları olarak tasvir eden Platon’u anar ve ‘oyun’u ibadete bağlayan o derin bağa vurgu yapar. (Huizinga, 2015:39)

Oyun kuramının içeriğine dair fikirlerini paylaştığı ‘*Homo Ludens*’ adlı eserinde ‘oyun’la ilgili bu tarz iyimser (optimist) fikirlerini paylaşan Huizinga; eserin sonuç bölümüne gelindiğinde ise ‘oyun’un bugün bir ‘kültür yapıcı’ olarak işlev görmediğini, çağdaş kültürde ‘oyun’un kültür üretmediğini söyler. Ayrıca ‘gerçek oyun’un kendisi bir amaçken, çağdaş kültürdeki ‘oyun’un ise bir amaçtan ziyade araç katına indirildiğini işaret eder.

Tam da burada; kültür yapıcı özellik taşıyan, hayatın içindeki oyun anlayışı ile bugün metroda otobüste insanların adeta zaman öldürme ya da bir rahatlama aracı olarak kullandıkları dijital oyun arasındaki keskin ayırımı vurgulamak yerinde olur.

Dolayısıyla Huizinga’nın altını çizdiği, ‘oyunun kültür yapıcı niteliğini yitirmesi’ durumunun ve Baudrillard’ın ‘gerçekliğin hiper-gerçekliğe dönüşmesi’ şeklindeki temel tespitinin; ‘teknolojik akıntı’ bağlamında bir kesişmeye uğradığını söylemek mümkündür.

Bir simülakr ve oyun cenneti olduğunu söyleyebileceğimiz Disneyland üzerinden örnek verecek olursak; birçok simülakrın iç içe geçtiği bu oyun dünyasından çıkan ‘modern insan’, Baudrillard’a göre oradan ayrıldığı an yalnızlığıyla baş başa kalır. Ve yine Baudrillard’a göre Disneyland’ın sunduğu gerçeklik, ne düşseldir ne de sahte. Ona göre Disneyland; ‘gerçek’ adlı ‘kurmaca’yı ona simetrik bir şekilde yeniden üretmek amacıyla tasarlanmış bir caydırma makinasıdır.

Baudrillard, bu temel kabulüne paralel olarak Disneyland’ın Amerikan kültür değerlerini minyatürleştiren ve yücelten simgeler olduğunu söyleyerek; bu oyun alanını, içi doldurularak süs eşyasına dönüştürülen vahşi hayvanlara benzetir. (Baudrillard, 2016:29) Yani sahteyi gerçeğin yerine

piyasaya süren aynı güdük mantık, burada da geçerlidir. Hatta bu simgelerin sadece gerçeğin yerine konulmadığını, gerçeği örttüğünü de söyler!

Baudrillard'a göre *'hiper-gerçek'*, gerçeğin simülasyonundan ziyade *'gerçeği örten'* bir şeydir. Bu noktada *'Disneyland'* ve *'Water-Gate'* arasında kurduğu bağlantı, hiper-gerçeğin bu örtücülük misyonuna örnek teşkil eder. Zira Baudrillard'a göre *'Water-Gate'* adı verilen siyasal kurmaca üzerinden topluma enjekte edilen ahlaki paradigma, Disneyland'ın bir oyun ve eğlence adresi olan ara sokaklarından farksızdır. İkisi de gerçeği örten, gerçekliğin yerine *'kurgu'*yu geçiren birer simülasyondan ibarettir. (Baudrillard, 2016:32-33) Dolayısıyla *'gerçeklik'*, hem *'simülasyon'* hem de *'bir kültür yapıcı olan gerçek oyunun yerini alan dijital oyun'* aracılığı ile tahtından edilmiş; *'teknolojik belirlenimcilik'* denilen dev karadelik, hakim dile uyumlanmak zorunda bırakılan gerçeğe ait unsurları acımasızca yutmuştur.

### **'SİMÜLASYON ÇAĞI'NIN DOĞAL ÇIKTISI; 'MATRIX' ( 'MATRIX'İN BİREYSEL VE SOSYAL BOYUTU)**

Matrix serisi; Baudrillard'ın *'simülasyon kuramı'* ve Huizinga'nın *'oyun kuramı'* çerçevesinde yakın plan verilen mevcut tablonun sanatsal bir izdüşümüdür. Bu anlamda Matrix I, *'görünen'* tarafından esir alınan ve gerçeğin kıyısına vuran modern insana dair bir tanımlama; bireysel ve sosyal ilizyon tarafından kuşatılan birey için çıkışa dair bir uyarıdır.

Filmin başkarakteri olan *'Neo'* zihinsel yönü ve iradeyi sembolize ederken; *'Morpheus'* karakteri de ruhsal yönü, bilinçlilik hali olan iç sesi simgelemiştir. Bir diğer başkarakter olan *'Trinity'* ise duygusal ve bedensel yönü anlatmak için kullanılmıştır. Ayrıca filmde, bilgelik ve öngörüü sembolize eden *'Kahin'* ya da korku, şüphe ve inançsızlığı simgeleyen *'Ajanlar'* gibi farklı karakterler de söz konusudur. (Öztürk, 2015:33-35) *'Matrix'*, karmaşa halindeki zihnin ve bizi kontrol ettiğini fark etmediğimiz duygu ve düşüncelerimizin oluşturduğu şizofrenik bir boyuttur. Bütünü vermeyen, asla bütüne götürmeyen, bireyi türlü özdeşleşmelerle dev bir yanılısamaya tutsak eden *'parçalılık hali'*dir. (Çalış, 2016:43)

Matrix I'in 106. ve 107. dakikaları arasında, Neo ve Trinity'nin Morpheus'u kurtarmasından sonra önce tekrarlanan şu cümle; bu parçalılık halinin kaynağına dair bir fikir verir. Bu sahnede Morpheus Neo'ya şöyle seslenmektedir; *"Neo! Er ya da geç sen de benim gibi farkına varacaksın. Yolu bilmekle yolda olmak farklı şeylerdir."* Bu anlamda *'bilgi'*, bireyi Matrix'ten çıkartmaya yetmemekte; kişinin bireysel ya da sosyal planda kendisine sunulan ilizyonu bertaraf edebilmesi için daha farklı bir etaba geçmesi gerekmektedir. Hatta *'bilgi'* adı altında bireye sunulan verilerin Matrix'in ham maddesi olduğunu, hazır kabullerle satın aldığımız düşüncelerin ve yine o düşüncelerden kaynak alan duyguların Matrix'i oluşturduğunu söylemek; çok daha yerinde olacaktır. Zira *'gerçek'*; *'önyargılardan arınmış bir zihinle algılanan'*dir.

Filmin 110. dakikasında Trinity ve Morpheus arasında geçen şu diyalog; önyargıların, korkuların ve negatif düşüncelerin dağılmaya başladığı bir zihne örnektir. Bu sahnede gemiye dönmeyi başarmış olan Trinity ve Morpheus, Matrix'te kalan Neo'yu izlemektedir! O sırada bir ajan Neo'nun üzerine doğru gelir ve Neo kaçmaz. Trinity *'Ne yapıyor?'* dediğinde ise, Morpheus şöyle yanıtlar; *"İnanmaya başlıyor!"* (Öztürk, 2015:45)

Özünde asla gerçeği vermeyen bir yanılısama olan *'matrix'*; bireyde ve bireylerin oluşturduğu sosyal zeminde farklı şekillerde cisimleşmektedir. Bireydeki meydana gelişi; gerçek olduğunu zannettiği *'düşünceler'*, *'önyargılar'* ve bunlardan doğan *'duygular'* yolu ile olur. *'Sosyo-matrix'* tanımlamasıyla kodlayabileceğimiz toplumsal boyuttaki varlığı ise; *'algı yönetimi denilen, küresel ölçekteki kitlesel mekanizma'*yı yönlendiren *'sosyal mühendisler'* tarafından gerçekleştirilir. Ve *'devlet-medya-sermaye'* şeklindeki temel üçgende yer alan *'kitle iletişim araçları'*; bu sosyal mühendisliğin en etkili unsurlarıdır. Bu anlamda Necla Mora'nın *'Medya Çalışmaları, Medya Pedagojisi'* adlı çalışmasında geçen şu satırlar; *'sosyo-matrix'*in asli inşacıları olan *'kitle iletişim araçları'*nın işlevini ve gücünü

anlamak bakımından son derece önemlidir; “*Kitle medyası; izleyicilerin dikkatini, herkesin ilgisini çekebilecek, hiç kimseyi şaşırtmayan, hiçbir tercih içermeyen, bölmeyen, ne suya ne sabuna dokunan türden ‘omnibüs’ olaylara yönlendirmektedir. Böylece medya, insanları oyalayarak dikkatlerini dağıtmakta ve demokratik haklarını kullanmaları için gerekli olan bilgiyi vermemektedir.*” (Mora, 2011:31)

“*Kitle medyası, günümüzde toplumları enformasyon bombardımanına tutan bir işleyiş yapısına sahiptir. Kitle medyası ya da diğer bir ifade ile holding medyası, gerek ulusal gerekse uluslararası siyasette belirleyici bir etken olmaya başlamıştır. Ayrıca medya organlarının mülkiyetinin büyük sermaye gruplarının eline geçmiş olması, bazı iktidar odaklarının lehine kampanyalar yürütmesi ve onlarla çıkar birliği içine girmesi; günümüzde açıkça görülebilmektedir. Bu nedenle halk için hayati öneme sahip olan iletişim alanı, bu alanda çalışan profesyonellerin inisiyatifine terk edilmemelidir.*” (Mora, 2011:38)

Mora’nın çok net tespitlerle resmettiği bu tablo; ‘*sosyo-matrix*’in reel örneklerinden biridir. Kaldı ki McCombs ve Shaw tarafından ortaya atılan ve bugün iletişim biliminin en temel kuramlarından biri olan ‘*Gündem Belirleme Kuramı*’ da, ‘kitle iletişim araçları’nın toplumun nasıl düşüneceğini değilse bile ‘ne üzerinde düşüneceğini’ belirlediğine vurgu yaparak; aynı mekanizmayı ‘kitle iletişimi’nin merkezine taşımıştır...

Mora’nın ‘kitle iletişim araçlarının hakimiyet alanı’na ilişkin temel tespitlerini farklı cümlelerle doğrulayan, Enrico Morresi’ye ait ‘*Haber Etiği*’ çalışmasında ise; ‘*anlamın rehin alınması*’ kavramı merkeze alınarak çizilen büyük resim, yine aynı şeyi söylemektedir. Morresi’nin bu çalışmasına önsöz yazan Remo Bodei; içine düşüğümüz dev simülasyonun medya ayağına dair şu esaslı tespitleri yapmaktadır; “*Dostoyevski’nin ‘Büyük Engizisyoncunun Efsanesi’nde olduğu gibi; medya genel olarak bizleri, özgürlük değil de ekmek ve güvenlik peşinde koşan, yani eleştirilerden çok kesinlik ve otoriteye ihtiyaç duyan varlıklar olarak görür.*” (Morresi, 2003:11)

Kitleleri aydınlatma misyonunu yerine getirmeyen kitle iletişim araçlarını ve bu araçları kullanan medya mensuplarını bu cümlelerle tanımlayan Bodei; medyada yaratılan sahte uzlaşma ile anlamın rehin alınışını da şu şekilde ifade eder; “*Bir görüş sahiplenilir, tüm görüşler birbirine denktir, görüşmeci tarafından sorulan sorular veya görüşmecinin araştırması sırasında kullandığı yöntemler üzerinde ortak bir konsensüs mevcuttur. Gerçekte amaçlanan, istatistikten ziyade bir konsensüs veya ‘anlamın rehin alınması’ etkisi yaratmak, düşünceleri ekonomik ya da politik çıkarlar uyarınca yönlendirmektir.*” (Morresi, 2003:12)

Bu temel tespitleri çerçevesinde ‘*demokrasi*’nin de televizyonda satışı yapılan bir metaya indirildiğini belirten Bodei; aslında sosyo-kültürel ve sosyo-politik bazdaki mevcut simülasyonu gösterime sokan ellerin ‘*demokrasi*’, ‘*insan hakları*’, ‘*eşitlik*’, ‘*adalet*’ gibi korunması değerleri nasıl bir dolgu malzemesine dönüştürdüklerini de resmetmektedir. Sonuçta ‘*sosyo-matrix*’ dediğimiz kitlesel yanılısma hep bu klasik yöntemler üzerinden vücuda gelmekte; kendi bireysel matrix’lerine esir olan tekler de ‘*sosyo-matrix*’in temel yapı taşlarını oluşturmaktadırlar. Kitle iletişim araçları ve medyanın bu akıma kapılan tekler üzerindeki etkisini gösteren bir diğer örnekse; Gerorge Gerbner’in iletişim literatürüne kazandırdığı ‘*acımasız dünya sendromu*’ kavramıdır. Bu kavram, hiper-gerçekliğin ortaya çıkış sürecindeki medyatik ayağı anlamak bakımından son derece önemlidir.

‘*Acımasız dünya sendromu*’; çok televizyon izleyen izleyiciler üzerinde, dünyanın olduğundan çok daha kötü bir yer olarak algılanması sonucuna yol açar. “*21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar – Kadife Karanlık*” isimli derleme çalışmasının ikinci cildinde, Gerbner’in bu kavramla ilgili temel tespiti şu şekilde yer almaktadır;

“*Televizyon dünyayı olduğundan daha kötü sunduğu için, daha tedirgin ve kaygılı hale gelir. Ve kişiler otoritelere, kapalı topluluklara ve diğer polis uygulamalarına destek vermeye daha gönüllü olurlar. Gerbner’e göre Amerikalıların ölüm cezasına 30 yıl*

*öncekinden daha fazla destek vermelerinde 'acımasız dünya sendromu'nun etkisi büyüktür. Kişi televizyonda ne kadar şiddet görürse, kendini şiddet tarafından o kadar tehdit altında hisseder. Araştırmalar, televizyon seyretme niceliğiyle dünyadan korku duyma arasında dolaysız korelasyonlar bulmuştur. Çok televizyon seyreden izleyiciler, az seyredenlere oranla dünyanın çok daha tehlikeli bir yer olduğunu söylemişlerdir. Böylece çok televizyon seyreden izleyiciler, daha katı kanun ve düzen oluşumlarına destek verme eğilimindedirler. Örneğin ölüm cezası, ağır hapis, yeni hapisanelerin yapımı ve diğerleri. Çok televizyon seyretme, 'acımasız dünya sendromu'na yakalanma olasılığını artırır. Gerbner, 'Televizyon en kötü korkularımızı harekete geçirir ve paranoyaklaştırıcı bir etkisi vardır.' demektedir. Çok fazla televizyon seyretmenin bir diğer sonucu, şiddetin normal ve problem çözmenin etkili bir yolu olduğu düşüncesini insanlara aşılmasıdır. Çok daha yaygın bir etkisi ise, televizyonun acıya ve kurban olma durumuna karşı duyarsızlaştırmasıdır. Şiddet eyleminin sonuçlarını anlama yeteneğini kaybetme, empati kurma, karşı koyma ve protesto davranışları göstermeme.” (Batuş, Alver, Arık, Çoban, Çığ, 2006:50-51)*

Şüphesiz ki Baudrillard'ın “*Körfez Savaşı Olmadı*” şeklindeki temel tezi, Gerbner'in 'acımasız dünya sendromu' için oldukça karakteristik bir örnektir. Zira 'sosyo-matrix'in inşacıları olan sosyal mühendisler; ellerinde bulundurdukları 'kitle iletişim araçları' yoluyla küredeki 'acı'nın ve 'kriz'in dozunu her türlü ayarlayabilmekte ve kitlelere istedikleri simülasyonu gerçek olarak servis edebilmektedirler. Bu noktada yine Baudrillard'ın, 'simülasyonun kitlelere kanıtlanması imkansız bir hakikat olarak sunulduğu'yla ilgili tespiti de oldukça önemlidir.

*'21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar - Kadife Karanlık I'* isimli çalışmada Zizek'in Matrix filmine ilişkin görüşlerini ifade eden şu pasaj ise, tabir yerindeyse suyun başını tutan sosyal mühendislerin kurguladığı 'sosyo-matrix'in bir diğer tanımıdır; “*Andy ve Larry Wachowski kardeşlerin 1999 yapımı Matrix filmi 'büyük öteki' kavramı içinde çözümleyen Zizek, 'matrix'i yabancılaşmış öznelerin kurgusu içinde şöyle okur; 'matrix, tek kelime ile Lacancı -büyük öteki-, sanal sembolik düzen, gerçekliği bizim için yapılandıran şebekedir. Bu 'büyük öteki' boyutu, sembolik düzende öznenin yapılandırıcı yabancılaştırılmasının boyutudur. 'Büyük öteki' ipleri elinde tutar, özne konuşmaz, sembolik yapı tarafından konuşturulur.* (Rigel, Batuş, Yücedoğan, Çoban, 2005:328)

Gerek Mora'nın 'kitle iletişim araçlarının kullanılış biçimi'ne yönelik söyledikleri, gerek Bodei'nin sahte bir konsensüs üzerinde şekillenen medya tanımı, gerek Gerbner'in 'acımasız dünya sendromu' kavramı, gerekse Zizek'in 'büyük öteki' benzetmesi; hep 'sosyo-matrix'in farklı arayüzleri, değişik örnekleridir.

Aynı şekilde Neil Postman'ın “*Televizyon: Öldüren Eğlence*” isimli çalışmasının 'Gösteri Çağı' bölümünde geçen şu cümleler de 'modern insan'ın saplanıp kaldığı 'sosyo-matrix' batağına örnektir;

*“Bizim kültürümüz işlerin, bilhassa önemli işlerin yürütülmesinde yeni bir yol izlemeye başlamıştır. Her geçen gün gösteri olan şeyler ile olmayan şeyleri birbirinden ayırmak zorlaştıkça kültürümüzün söyleminin niteliği de değişmektedir. Rahiplerimiz, başkanlarımız, cerrahlarımız, avukatlarımız, eğitimcilerimiz ve televizyon habercilerimiz, kendi disiplin alanlarının gerekliliklerini karşılamaktan ziyade iyi bir şovmenliğin gerektirdiği davranışlara kafa yormaktadırlar. Irving Berlin ünlü şarkısının başlığında bir sözcük değiştirmiş olsaydı, Aldous Huxley kadar kahin olurdu. Yalnızca, 'There's No Business But Show Business' (İş yok, gösteri var!) dese yeterdi.” (Postman, 2014:112)*

Dolayısıyla 'kamuoyu oluşturma gücü'nü elinde bulduran 'kitle iletişim araçları'nın benimsediği şova dayalı o ucuz dil ve yine aynı atmosferde şekillenen 'siyasal söylem biçimleri'; kitlelerin hayatına yön vermede son derece belirleyicidir. Yani küresel ölçekteki mevcut sosyo-kültürel ve



sosyo-politik simülasyona baktığımızda; hiper-gerçekliğin sosyal boyutunu oluşturan ayakların bunlar olduğunu çok açık bir biçimde görürüz.

Arsev Bektaş, *'Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi'* isimli çalışmasının *'İletişim ve Kamuoyunu Oluşturan Araçlar'* bölümünde; bu duruma 'siyasal reklamcılık' olgusu üzerinden somut bir örnek vermekte ve aslında 'siyasal lider' denilen ürünün 'siyasal reklam' paketi ile kamuoyuna sunulmasının altını çizmektedir. (Bektaş, 2013:98)

Levent Yaylagül ise *'Kitle İletişim Kuramları'* isimli temel çalışmasının *'Küreselleşme ve İletişim'* bölümünde, *'sosyo-matrix'*in asli inşacıları tarafından yapılan kavramsallaştırmaların nasıl bir 'meşrulaştırma aracı' olduğunu şu cümlelerle özetlemektedir; *"Küreselleşme; hem kapitalizmin gelişim sürecinde yeni olmayan bir aşamayı ifade eder, hem de bu aşamayı meşrulaştıracak ideolojik bir kavramsallaştırmadır. Aslında Marksist düşünürler tarafından 'emperyalizm' denilen aşamanın bir uzantısı olan bu süreç, 'küreselleşme' kavramsallaştırması ile 'emperyalizm' olgusunu gizleyen bir 'meşrulaştırma aracı'na dönüşmektedir.*

*'Küreselleşme', özü itibarıyla 'küresel çapta düzenlenmiş kapitalizm'dir. Küreselleşme ile pazarlar ulus aşırı tekellerin kontrolüne girmiştir. Küreselleşme tarihsel bir olgudur ve kapitalist üretim ilişkilerinin gelişiminde önemli bir aşamayı ifade eder. Küreselleşme döneminde üretim ve tüketim son derece artmıştır. Burada tüketilen ise yalnızca maddi mallar ve metaller değil, doğal kaynaklar ve insanlıktır."* (Yaylagül, 2016:193)

Dolayısıyla Levent Yaylagül, *'küreselleşme'* kavramı ile estetize edilip meşrulaştırılmaya çalışılan emperyalizme ve kapitalizme ışık tutmakta; 'çağın sosyal mühendisleri' tarafından üretilen türlü kavramların *'sosyo-matrix'*i kapatmak için kullanılan birer dolgu malzemesi olduğunu ifşa etmektedir.

Bu bağlamda gerek bireysel gerekse sosyal plandaki *'matrix'*in, *'teknolojik belirlenimcilik'* kapsamında bize çok daha güçlü bir etki ile dayatılmakta olan *'simülasyon çağı'*nın doğal bir çıktısı olduğunu söyleyebiliriz.

Bugün "yazılı, görsel ve dijital medyayı kapsayan 'kitle iletişim araçları' başta olmak üzere iletişim alanının tüm ayakları", "halkla ilişkiler sektörü" ve "siyasi mekanizmanın bu organlara gizli ya da açık biçimlerdeki hükmedici gücü"; göbeğinde yaşadığımız *'matrix'* boyutunun en somut yapıcılarıdır.

Bu güçlü ayaklar yoluyla hiç sonu gelmeyen bir kurgu zinciri *'gerçeklik'*in yerini almış ve Platon'un *'Mağara'* benzetmesindeki *'idealar'*, 'küresel ölçekli simülasyon ve oyunlar' aracılığıyla güncellenerek *'mağara içindeki ayakları demirlerle bağlı o modern köleleri'* çağın sessiz ve şuursuz gündemine oturtmuştur...

## **SONUÇ : 'SAHTE GERÇEKLIK', 'TÜKETİM ÇILGINLIĞI' VE 'ANLAM'IN EVRENSEL CENAZE TÖRENİ**

Çağın *'hız'* ve tehlikeli bir *'trend'* halini alan *'tüketim kültürü'* kulvarlarında, kendini koşar vaziyette bulan *'modern insan'*; bugün seçim şansını ve belki de hürriyetini kaybetmiş bir biçimde ilerlemektedir. *"Teknolojik belirlenimcilik kapsamında gerçekleşen bu zorunlu ilerleme, ne derece bir 'ilerleme'dir?"* şeklindeki temel soru gün be gün kendini hissettirirken; artık *'olan'* ile *'olması'* gereken, *'kurgu'* ile *'gerçeklik'* arasındaki uçurum da gitgide derinleşmiştir! Ve *'olan'* ile *'olması'* gereken (ideal) arasındaki mesafe açıldığı gibi; *'olan'ın 'ideal' olarak pompalanması ve bunun genel bir sahte kabulle karşılanması* da apayrı bir tehdit ve trajedi doğurmuştur.

Dr. Yusuf Kaplan'ın, *'hız ve haz çağı'* dediği o güçlü akıntı çerçevesinde temellenen *'semantik intihar'* kavramı; tam da bu noktada oldukça önemlidir! Zira *'kitle iletişim araçları'*nı elinde bulunduran ve alışıldık medya dilinde *'üst akıl'* olarak karşılık bulan alt bilinç; yürüttüğü sistemli

faaliyetlerle makro planda bir '*anlam yitimi*'ni projelendirmekte ve uygulamaktadır. Alev Alatlı'nın tıbbi değil sosyolojik bir paradigma ile kullandığı '*afazi*' (söz yitimi) kavramı da yine aynı bağlamdadır ve 'toplumsal plandaki bir bellek yitimi'ni, 'insani melekelerin kaybı'ni sembolize etmektedir.

Dolayısıyla teknolojik vitrinizasyon çerçevesinde estetize edilip makyajlanmış bir kavram olan '*sanal gerçeklik*'in, işlev gören holografik ürünlerin ötesindeki toplumsal ve kitlesel boyutu oldukça ürkütücüdür! Ve tam göbeğinde olduğumuz için büyük ölçüde kanıksadığımız bu hal; sürü mantığına dayanan, '*sosyo-matrix*' olarak tanımlayabileceğimiz kitlesel bir ilizyondur!

Dünya üzerindeki devletlerin yaşadığı yapısal değişimden sonra (ulus devletlerin bitişi), '*devlet-medya-sermaye üçgeni*' denilen ve ilk etapta birbirinden ayrı adreslermiş gibi düşünülen bloğun; 'küre üzerindeki etkin finansal aktörler'den başka bir yapı olmadığı görülmüştür. Bu anlamda teklerin dünyasına ait olan '*matrix*'in de (bireysel ilizyon), kitlelerin dünyasını kapsayan '*sosyo-matrix*'in de (sosyal ilizyon) aynı ellerce ve zihinlerce karıldığını söylemek yerinde olur.

Hitler'in propaganda bakanı olan Goebbels'in söylemlerini oldukça etkilemiş bir isim olan ve bugün 'halkla ilişkiler' sektörünün kurucu ismi olarak görülen Bernays; tam da bu noktada kitlelerin duygusal reflekslerini harekete geçirmenin karakteristik bir örneği, '*sosyo-matrix*'in mimarlarından biridir.

'*Bilinçaltı*'nın varlığını keşfeden Freud'un yeğeni olan ve amcasının psikanalizle ilgili eserlerini herkesten önce okuyan Bernays, insandaki duygu merkezine dokunarak nasıl bir toplumsal hareketlilik yaratılacağını görmüş ve bu riskli keşfi reklam-tanıtım alanında uygulamaya koyarak sonuç almıştır. Aldığı bu sonuç, Goebbels'in propaganda taktiklerini etkileyebilecek denli güçlü olmuş ve ortaya çıkan uygulamalar, kitle psikolojisinin en etkili örneklerinden birini teşkil etmiştir.

Sonuç olarak duyguların kitlesel yönetimi, insandaki etki-tepki mekanizmasının kontrol edilişi, '*teknolojik belirlenimcilik*' denilen küresel akıntının temel bir ayağı olan hız, Baudrillard'ın deyimiyile 'sahte gerçeklik anlamına gelen sanal gerçeklik' yönelimi ve '*Daha çok bilgi, daha az anlam!*' (Baudrillard, 2016:44) temasını içeren irtifa kaybı, amigdala merkezli reflektif bir yaşam ve bireyin kendi öz ritmini yitirerek sahte bir benlik algısının tuzağına düşüşü; içinde bulunduğumuz dev simülasyonu, çoğu zaman farkına varmadığımız '*matrix yaşantısı*'ni var eden ve besleyen ana kaynaklardır.

Huizinga'nın kültürün çok önemli bir aracı olduğunu düşündüğü '*oyun*' bile, bugün artık o kadim misyondan fersah fersah uzaktır. Zira artık o da gerçek bir deneyime değil, dijital bir dokunuşa dönüşmüş; insanı geliştiren yanı, simülatif yön tarafından yutulmuştur. Dolayısıyla burada '*oyun*' için şu bağlayıcı cümleyi kurmak mümkündür; "*Oyun, seni geliştiren bir araç olmalıdır. İçine düşeceğin bir öğütücü, seni yutacak bir kara delik ya da canavar değil!*" Yine bu anlamda, Baudrillard'ın hipergerçekliğin ürkütücü boyutlarına değindiği şu köklü cümlesi de bir o kadar önemlidir; "*Bugün modern insan, hiper-gerçekliği tanrılaştırarak en koyu nihilist süreçlere güle oynaya, şuursuzca ve bundan mutluluk duyarak koşmaktadır...*"

Medya ve siyaset arasındaki ilişkileri 'ortak yaşama ilişkisi' olarak tanımlayan Erkan Yüksel'in de altını çizdiği gibi; şüphesiz teklerin soluduğu bu '*matrix*' boyutunu büyüten ve besleyen, 'medya' ile 'siyaset' arasındaki ortak hayat alanıdır. (Yüksel, 2001:143) Etkin bir finansal güçle küre üzerindeki hakim dili oluşturan bu güçlü alan, Gad Saad'ın yaptığı '*homo consumericus*' (tüketen insan) tanımı üzerinde yükselerek gitgide daha vahşi bir aygıt dönüşmektedir. Saad'ın ifadeleri ile tüketim katedrallerine dönüşen modern alışveriş merkezleri, bugün çağın insanı için en fazla zaman geçirilen ve keyif veren adreslerdir. Kısacası bireyler; evrensel planda bir anlam yitiminin tam ortasında, sahte bir gerçekliğin göbeğinde sanal bir mutluluk oyunu oynarken gayet de 'normal' görünmektedirler. Tıpkı Baudrillard'ın şu vurucu tasvirinde olduğu gibi...

“İçin için kaynak olan anlam parçacığı, içeriğinden boşaltılıp medya adlı devasa boşlukta simüle edilir. Ve kitleler; iletişim araçlarına sarılarak modern bir kurban töreninin ritüellerini sözbirliği etmişçesine, mükemmelen yerine getirirler...”

#### KAYNAKÇA

- Adorno, Theodor. (2012). *Kültür Endüstrisi - Kültür Yönetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Baudrillard, Jean. (2016). *Simülarklar ve Simülasyon*. Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Batuş, Alver, Arık, Çoban, Çığ. (2006). *Kadife Karanlık II – 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*. Ankara: Su Yayınları
- Bektaş, Arsev. (2013). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayınları
- Çalış, Ayten. (2016). *Matrix'ten Çıkış*. İstanbul: Selis Yayınları
- Huizinga, Johan. (2015). *Homo Ludens / Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. İstanbul: Ayrıntı Yay.
- McLuhan, Marshall. (2014). *Gutenberg Galaksisi*. Ankara: Yapı Kredi Yayınları
- Mora, Necla. (2011). *Medya Çalışmaları, Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları
- Morresi, Enrico. (2003). *Haber Etiği*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Öztürk, Gürdal. (2015). *Matrix ve Farkındalık*. İstanbul: Odaklı Yayıncılık
- Postman, Neil. (2014). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Rigel, Batuş, Yücedoğan, Çoban. (2005). *Kadife Karanlık I – 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*. İstanbul: Su Yayınları
- Yaylagül, Levent. (2016). *Kitle İletişim Kuramları – Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları
- Yüksel, Erkan. (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Ankara: Çizgi Kitabevi Yayınları