

JEAN BAUDRILLIARD'IN SIMÜLASYON KURAMINDA KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE TOPLUMSALIN SONU

M. Çağlar KURTDAŞ¹

Atıf/©: Kurtdaş, M., Ç. (2018). Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramında kitle iletişim araçları ve toplumsalın sonu. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 2012-2023. doi: 10.17218/hititsosbil.408137

Özet: Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve etkinliğinin artması, toplumsal yapıyı değiştirmekte ve yeni toplumsal örgütlenme ve ilişki biçimleri yaratmaktadır. Bu nedenle teknoloji ve kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkileri sıklıkla işlenen konuların başında gelmektedir. Bu konuda, J.Baudrillard'ın simülasyon kuramı bağlamında yapmış olduğu kitle iletişim araçlarına dair söylemleri oldukça dikkat çekicidir. J. Baudrillard'a göre Batı toplumlarının yaratmış olduğu modernizm çağının sonu gelmiştir. Batı artık yeni bir şey üretmediği için kendi kendini teknoloji ve kitle iletişim araçları ile tekrar ederek bu yok oluşu gizlemeye çalışmaktadır. J. Baudrillard'a göre teknoloji ve kitle iletişim araçları gerçekliği yok ederek, gerçek ile sanalın ayırımını yapılamadığı bir hipergerçeklik yaratmıştır. Bu evrende toplumsalın yerini ise kitleler almıştır. Bu evrende aynı zamanda değerler de yok olmuştur. Bu hipergerçeklik âleminde kitle iletişim araçları bu yok oluşu gizlemek için sanal gerçeklikler üreten araçlardır. Bu bağlamda çalışma, J. Baudrillard'ın simülasyon kuramında kitle iletişim araçlarının toplum ve birey üzerindeki yıkıcı etkilerini ortaya koymak amacıyla taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Kitle İletişim Araçları, Gerçeklik, Simülasyon, Değer, Kitle.*

The Simulation Theory of Jean Baudrillard Mass Communication Vehicles and the end of Society

Citation/©: Kurtdaş, M., Ç. (2018). The simulation theory of jean baudrillard mass communication vehicles and the end of society, *Hitit University Journal of Social Sciences Institute*, 11(3), 2012-2023. doi: 10.17218/hititsosbil.408137

Abstract: As mass media become more widespread, society has changed. Mass media are creating new forms of social organization and relationships. So the impact of mass media on society is often expressed in the literature. In this regard J. Baudrillard's views on simulation theory are striking. According to J. Baudrillard, the age of modernism has come to an end. The West cannot create any thing new, it repeatsit self and creates it self with technology and massmedia. Thus trying to hide the disappearance. According to J. Baudrillard, technology and mass media destroyed reality, creating a hyperreal that cannot be distinguished from reality. In this universe of simulation, reality is replaced by hyperreality and society is replaced by mass. In this society values have also disappeared. In this hyperrealism world mass media are the means of generating virtual realities to conceal this disappearance. In this context, the study aims to demonstrate the destructive effects of mass media on society and the individual in J. Baudrillard's simulation theory.

Keywords: *Massmedia, Reality, Simulation, Value, Mass.*

1. GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının toplum ve birey üzerindeki etkileri sıklıkla tartışılan konuların başında gelmektedir. Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile birlikte yaygınlığı ve etkinliği artan kitle iletişim araçlarının yaratmış olduğu yeni ilişki biçimleri ve ihtiyaçlar toplumları değiştirmektedir. Özellikle günümüz Batı dünyası için daha geçerli olan bu durum, Batı toplumlarında hızlı değişim ve dönüşümler yaratmaktadır. Bu bağlamda temelinde teknolojik gelişmelerin olduğu değişim, hem Batı toplumlarını diğer toplumlardan ayırmakta hem de teknoloji ve kitle iletişim araçlarının başat olduğu yeni bir toplum tipinin oluşmasına neden olmaktadır.

Bu yeni döneme ilişkin söylemlere sahip olan düşünürlerin başında gelen Jean Baudrillard, gerek modernizme dair eleştirileri, gerekse modernizm sonrası ortaya çıkan yeni toplum biçimine dair geliştirdiği kuram ve kavramlarla öne çıkmaktadır. Sıkı bir modernizm eleştirmeni olan Jean Baudrillard, söylemlerinde modernizmin dolayısıyla Batı toplumlarının, tüm değerleri ile birlikte çöktüğünü iddia etmektedir. Batı'nın gelişme olarak adlandırılan tarihsel sürecinin bir başarısızlık olduğunu ve kapitalizm sonrasında yeni bir toplum tipi oluşturduğunu iddia etmektedir. Tüketim toplumu olarak adlandırılan bu toplum, gerçek ihtiyaçlarla sahte ihtiyaçların ayrımının yapılamadığı yapay bir toplumdur. Tüketim toplumunda bireyler ihtiyaçları doğrultusunda değil, güdülenmiş ihtiyaçları bağlamında tüketim yapmaktadır. Kapitalizmin en üst aşaması olan bu evrede tüketim, doğal ihtiyaçların karşılanması değil, göstergeler sistemi olarak işlev görmektedir. Bu toplumda teknoloji önemli bir rol oynamakta ve gelişen kitle iletişim araçları sayesinde gerçek olmayan bir simülasyon evreni yaratılmaktadır. J. Baudrillard'a göre bu evrende gerçeklik ilkesi yok olmuş, yerine hipergerçeklik ilkesinin egemen olduğu bir düzen yaratılmıştır. Modernizmin sonuna gelinmiş ve artık Batı'nın yaratacağı ve ortaya koyabileceği başka bir şey kalmamıştır. Başka bir ifade ile Batı tükenmiştir. Ancak Batı bu tükenmişliği gizlemek adına var olan şeyleri tekrar tekrar üretmekte ve bir hipergerçeklik yaratmaktadır. Bu evrende gerçek ile sanal birbirine karışmış ve neyin gerçek neyin sanal olduğunun ayrımı artık yapılamaz hale gelmiştir.

Kitle iletişim ve araçlarının toplumsal yapı üzerindeki etkileri pek çok düşünürün üzerinde durduğu önemli bir problemdir. Bu düşünürlerden biri olan J. Baudrillard'ı bu noktada ayrıcalıklı kılan ise, alışlagelmiş eleştirilerin dışında oldukça orijinal fikirler ve çözümler ortaya koymasındır. J. Baudrillard, teknoloji ve kitle iletişimin etkilerini, gerçekliğin ve toplumsalın yok oluşunda oynadıkları rolden yola çıkarak ve kendine has bir üslup ve bakış açısıyla sunmaktadır. J. Baudrillard'a göre kitle iletişim araçları sayesinde artık gerçekliğin yok olduğu, kitlelerin ve kitle kültürünün hâkim olduğu sanal bir evren söz konusudur. Böylece J. Baudrillard, gerek probleme yaklaşım biçimi gerekse yaptığı çözümlerle bir fark yaratmaktadır. Bu bakımdan J. Baudrillard'ın kitle iletişim ve kitle iletişim araçları konusundaki yaklaşımı dikkatle ele alınması gereken bir konudur.

Bu makalenin amacı, J. Baudrillard'ın simülasyon kuramı çerçevesinde kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkilerini ele almak ve tartışmaktır. Bu amaçla öncelikle simülasyon kuramı ana hatlarıyla ele alınacak, ardından kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkileri, simülasyon kuramı bağlamında açıklanmaya çalışılacaktır.

2. JEAN BAUDRILLARD'IN SİMÜLASYON KURAMI

J. Baudrillard'ın simülasyon kuramının temelinde modern Batı toplumlarının eleştirisi yer almaktadır. J. Baudrillard'a göre Batı'nın "başarısı" aslında bir gelişme ve başarıdan ziyade bir başarısızlık durumudur. J. Baudrillard'a göre modernleşen her kültür özgünlüğünü yitirmekte ve

ölmektedir. Bu durum Batı toplumları tarafından asimile edilen kültürler için geçerli olduğu kadar Batı toplumları için de geçerlidir. Ancak diğerleri özgünlüklerinden ölmüşlerdir ki bu güzel bir ölümdür. Batı ise her türlü özgünlüğünü yitirdiğinden dolayı ölmektedir ki bu kötü bir ölümdür (Baudrillard, 2004c, ss. 119-120). Batı özgünlüğünü yitirirken sahip olduğu gelişme ve aşırı gelişme mantığı, değerler sistemine, ikizi sayılabilecek bir bilgi ve yeniden canlandırma sistemiyle, bir son vermektedir (Baudrillard, 2002a, ss. 9-10). Bu bağlamda J. Baudrillard, Batı toplumlarının ve kültürünün artık sona yaklaştığını ve farklı bir şey üretmedikleri için de kendi simülasyonunu yaratarak kendisini tekrar ürettiğini, ancak bunun Batı'nın sonu anlamına geldiğini ifade eder.

J. Baudrillard'ın kuramının temelinde yer alan simülark; bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm. Simüle etmek; gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak, göstermeye çalışmak. Simülasyon ise; bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterme ya da açıklama amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi (Baudrillard, 2005b, s. 7) anlamında gelmektedir. Rönesans'tan bu yana, değer yasasındaki değişmelere paralel olarak art arda ortaya çıkan üç simülakr düzeni vardır. Bunlar (Baudrillard, 2011, s. 87):

- Rönesans'tan sanayi devrimine "klasik" dönemi belirleyen biçim kopyalama,
- Sanayileşme dönemine egemen biçim üretim,
- Kodun belirlediği güncel evredeyse egemen biçim simülasyondur. Birinci basamaktaki simülakr doğal değer yasası, ikinci basamaktaki simülakr ticari değer yasası, üçüncü basamaktaki simülakr yapısal değer yasası tarafından belirlenmektedir

İlkel toplumlarda gerçek anlamda bir üretim söz konusu değildir. Her şey Tanrı'nın lütfu ya da bir armağan olarak görülmektedir. Rasyonel aklın olmadığı bu sistem, doğal değer yasası olarak adlandırılabilir. Kapitalizm ile birlikte ise ticari değer yasasına geçilmiştir. Bu aşamada üretim, ticari bir hal almış ve rasyonelleşmiştir (Baudrillard, 2011, ss. 17-18). Bu nedenle ilkel düzen ya da toplumlar, modern toplumların arzuladıkları halde sahip olamadıkları manevi değerlere sahiptir. Bu toplumlar, insani açıdan modern toplumlardan daha modern sayılabilecek değerlere sahiptir. Avrupa ikellikten kurtularak modern bir görünüme kavuşmuştur. Ancak kapitalizm, evrensel niteliklere sahip olan ve manevi anlamda temel ilkesi vermek-almak-çoğuyula iade etmek olan ilkel simgesel düzeni tersine çevirerek, verdiği daha çoğuyula geri almak üzerine kurulu yeni bir düzen yaratmıştır. İlkel toplumlarda üretim araçları, üretim ilişkileri, üretim biçimleri, mülkiyet ve sınıf yapıları gibi kavramlar anlamsızdır. Bu toplumlarda tüm yaşam, inançlar tarafından belirlenmektedir. Tüketim toplumu aşamasında ise ilkel toplumlara özgü yaşam kurallarının içeriği boşaltılmış ve tüketim, hiçbir manevi amaç gütmeyen, keyfi, gösteriş ve lüks adına yapılan biçimsel bir etkinliğe dönmüştür (Adanır, 2010, ss. 38-41). Böylece tüketim toplumunda yaşam, değerlerden yoksun bir hale gelerek bir anlamda metalar üzerine inşa edilmiş bir yaşama dönüşmüştür.

Sanayileşmiş kapitalist toplumlarda her türlü meta tamamen rasyonel koşullara ve kurallara uygun olarak üretilip fiyatlandırılmaktadır. Dolayısıyla burada değişim değeri/kullanım değeri ilkesi söz konusudur. Yani metalar sahip oldukları kullanım değerine uygun olarak bir değer kazanmaktadır. Ancak günümüz Batı toplumları artık yeni bir aşamaya geçmiştir. Tüketim toplumu olarak adlandırılan bu toplumlarda ticari değer yasası yerini "yapısal değer yasası" na bırakmıştır. Yapısal değer yasası, ilkel düzende hâkim olan simgesel değiş tokuş düzenine benzemektedir. İlkel düzende ve toplumlarda verilen çoğunlukla iade ilkesi hâkimdir ve metalar, akılcı değil simgesel bir işleve sahiptir. Tüketim toplumlarında da metaların değerini belirleyen

şey, kullanım değerinden ziyade değişim değeridir. Değişim değerini belirleyen şey ise, moda, reklam ve kitle iletişim araçları gibi kurumlar, akıl ötesi bir harcama güdüsüne sahip tüketiciler ve bunların sahip olduğu alım gücüdür. Bu anlamda tüketim toplumunun bireyleri bilinçsiz çocuklara benzemekte ve belirli bir alım gücüne sahip olanlar sınırsız bir şekilde tüketebilmektedir. Ancak onların çocuklardan farkı, satın aldıkları nesnelere toplumsal konum ve prestije sahip olmak amacıyla almalarıdır. Tüketim toplumunda hâkim olan yapısal değer yasası her toplumsal katmanı kapsamakta ve her katmana uygun nesnelere üretmektedir. Tüketim toplumu aşamasında “gereksinim” kavramı tamamıyla değişmiş ve klasik anlamını yitirmiştir. Gereksinim biyolojik ve fizyolojik bir kavramdan ziyade psikolojik bir kavrama dönüşmüş ve moda, reklam ve kitle iletişim araçları insanlara nelere ihtiyaç duyacakları ve neler almaları gerektiğini söyleyebilmektedir (Adanır, 2010, ss. 45-48). Ticari değer aşamasından, yapısal değer aşamasına geçiş sonucunda üretim denen toplumsal biçim buharlaşmıştır. Bu nedenle bu dönemde kapitalist bir düzenden söz etmek mümkün değildir (Baudrillard, 2011, s. 18). Modern kapitalist toplumların geçirdikleri mutasyon sayesinde başka bir aşamaya (similasyon aşaması) geçmiştir. Bu nedenle, ideolojik ve maddi amaçlarını yitiren kapitalizmin eleştirisi yerine, tüketim toplumu çözümlemesi ve eleştirisi yapmak gerekmektedir (Adanır, 2010, s. 49). Bu nedenle J. Baudrillard kuramını kapitalist sonrası toplum olarak gördüğü tüketim toplumunun özellikleri ve eleştirisi üzerine inşa etmiştir.

J. Baudrillard’a göre artık üretim çağı sona ermiştir (Baudrillard, 2011, s. 17). Günümüzde ihtiyaçlar üretimin bir sonucu olarak ortaya çıkmamaktadır (Baudrillard, 2004a, s. 86). Nesnelere, hizmetlerin, maddi malların çoğaltılmasıyla oluşturulmuş ve insan türünün ekolojisinde bir tür temel dönüşüm oluşturan akıl almaz bir tüketim ve bolluğun sanal gerçekliği vardır. Bolluk içindeki insanlar artık, tüm zamanlarda olduğu gibi başka insanlar tarafından değil, daha çok nesnelere tarafından kuşatılmış durumdadır. Dolayısıyla nesnelere nicel egemenliği çağında yaşanmaktadır. Bu nokta tüketimin tüm yaşamı kuşattığı, tüm etkinliklerin aynı birleştirici biçime uygun olarak zincir oluşturduğu, insanı ödüllendirme yollarının saat saat önceden ayarlandığı, çevrenin bir bütün oluşturduğu, bütünüyle düzenlendiği ve kültürleştirildiği noktadır (Baudrillard, 2004a, ss. 15-20). Modern toplumlar gelişme aşamasından sonra tüketim aşamasına geçmiştir. Akılcı bir sanayileşmiş kapitalizm döneminden sonra hiperakılcı bir neoliberalizme geçilmiştir. Bu aşamada toplumsal yaşamın tüm alanlarında sınırsız ve sonsuz bir tüketim düzeni benimsenmiştir. Bireyler artık kendi yaşamlarıyla birlikte, yaşamakta oldukları doğa, çevre ve dünyayı da tüketmeye programlanmış varlıklara benzemektedirler. Bu sistem içerisinde bireylerin toplumsal konumları karakter ve insani özelliklerine göre değil, sahip oldukları nesnelere belirlenmektedir. Çünkü yapısal değer yasası içinde nesnelere maddi değerlerinden bağımsız, kültürel-toplumsal kodlarla belirlenen değerlere sahiptir. Dolayısıyla bu evrende bildik anlamda bir ahlaki yapılanmadan bahsedilemez. Bu evrende ekonomi-politik belirleyicilik sona ermiş yerini kültürel göstergelerin hâkim olduğu göstergeler ekonomi-politiği almıştır. Üretim düzeni sona ererken, yerini tüketim düzeni almıştır. Gerçeklik evreni yerini bir simülasyon evrenine bırakmıştır (Adanır, 2010, ss. 48-53). Dolayısıyla J. Baudrillard’a göre modern Batı toplumları yolun sonuna gelmiş ve gerçeklik ilkesinin kaybolduğu ve hipergerçeklik ilkesinin egemen olduğu bir simülasyon evreninde yaşamaktadır.

J. Baudrillard, modern toplumların 1960’lı yılların sonlarından itibaren “ütopyalarını” tüketim toplumu vasıtasıyla bir şekilde gerçekleştirmiş olduklarını, dolayısıyla ortada gerçekleştirilebilecek bir ütopya kalmadığını ifade etmeye başlamıştır (Adanır, 2010, s. 37). J. Baudrillard’a göre Batı, “kusursuz” bir toplumsal yapıya sahip olmuş ya da kısa süre sonra olacaktır. Bütün düşler ve ütopyalar gerçekleşmiştir. Ancak bu durum kıyamet ötesi bir yaşam

biçimine ve çağına denk düşmektedir (Baudrillard, 2002b, s. 67). Temelde Batı uygarlığını temel alan simülasyon kuramı ve simülasyon evreni; simgesel (içerik, ideolojik, politik, felsefi, kültürel düzeyde bir model olma özelliği) anlamını yitiren Batı uygarlığının, maddi anlamda sahip olduklarını kaybetmemek için, bu tükenmişliğini yadsımaya daha doğrusu gizlemeye gayret ettiği evrenin kendisidir (Adanır, 2008, s. 13). J. Baudrillard'a göre içinde bulunulan güncel durum, modernliğin ve her alanda özgürlüğün patladığı andır. Modernlik bittiğine göre şimdi olan, simülasyon durumudur. Yani bütün senaryolar gerçek ya da sanal olarak gerçekleştiğine, önceden vukuu bulduğuna göre tüm bu senaryoları yeniden oynatmaktan başka bir şey yapılamaz. Ütopya gerçekleşmiştir; tüm ütopyalarda gerçekleştiği halde, sanki gerçekleşmemiş gibi yaşamayı sürdürmek gerekmektedir. Şimdi yapılabilecek tek şey, bitip tükenmez simülasyonlar içinde onları hiper-gerçekleştirmektir. Geride kalan ama kaçınılmaz şekilde yeniden üretilmesi gereken ideal, düş, görüntü ve hayaller sonsuz biçimde çoğaltılarak yaşam devam etmektedir (Baudrillard, 2004b, ss. 9-10). Dolayısıyla günümüzde Batı toplumları için yaşam, geçmişte kalan şeylerin tekrar ve tekrar üretilmesinden ibarettir. Bir anlamda teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının yardımıyla bildiğimiz anlamda gerçek olmayan, sanal bir yaşam sürdürülmektedir.

J. Baudrillard'a göre gerçeklik, metafizik yani düşünsel, zihinsel, bir süreçtir. Gerçeklik, modern toplumlarda son iki yüzyıl içinde ortaya çıkmıştır. Modern toplumlara özgü olan ve insanların gündelik yaşamdaki davranışlarını ve düşüncelerini belirleyen bu ilkenin, eski ideoloji terimine yakın bir anlama sahip olduğu ifade edilebilir. Gerçeklik ilkesi inançlaşmış-düşünce yapısıdır ve bu düşünce yapısı modern toplumlarda toplumsal, ekonomik, politik ve kültürel yaşamı yönlendirmektedir. İki yüzyıllık bir süre içerisinde ortaya çıkan ve oluşan bu ilke 1960'lı yıllardan itibaren içeriğini ve anlamını yitirmiş ve gündelik yaşamı belirleyemez hale gelmiştir. Bu süreçte insanlar bu ilkeye yabancılaşmış ve uzaklaşmıştır. J. Baudrillard, gerçeklik ilkesini yani bir anlamda amaçlarını, umutlarını, geleceğe yönelik düşlerini yitiren bir toplumun mevcut sistemi, düzeni ve yaşamı yeniden üretmekten başka bir seçeneğe sahip olamayacağını ve bunun olsa olsa simülasyon evreni olabileceğini ifade etmektedir (Adanır, 2010, ss. 51-52). Tarihsel anlamda var olan gerçeklik yok olmak üzeredir. Gerçekliği yok eden şey ise sistemin kendisidir. Sistem sahip olduğu gelişme ve aşırı gelişme mantığı çerçevesinde gerçekliği yeniden üreterek ona bir son vermektedir. Sistem teknoloji sayesinde hipergerçeklik yaratmıştır. Gerçeklik bu sayede sanallaşmakta (Baudrillard, 2002a, ss. 9-10) ve yok olmaktadır. Dünya kökten bir yanılısamadır. Bir simülasyondur. Gerçeklik ise simülasyonla üretilip çoğaltıldığı için her zaman fazlasıyla var olacaktır. Ancak gerçekliğin kendisi de bir simülasyon örneğinden başka bir şey değildir (Baudrillard, 2006b, ss. 30-31). Teknik başarılar sayesinde aşırı bir gerçeklik durumu yaratılmıştır. Sanal gerçekleştirme içinde gerçeğin ötesine geçilmiş bulunmaktadır. Dünya modernleşme sonucunda özgür bırakılmıştır. Böylece bugün dünya beklentilerin de ötesinde bir gerçekliğe (Baudrillard, 2006b, ss. 84-85) yani hipergerçekliğe kavuşmuştur.

J. Baudrillard'a göre artık bir hipergerçeklik yani simülasyon evreninde yaşanmaktadır. Bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun, gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçeklik yani simülasyon adı verilmektedir. Günümüzde gerçek artık minyatürleşmiş hücreler, matrisler, bellekler ve komut modelleri tarafından üretilmektedir. Bu sayede gerçeğin sonsuz sayıda yeniden üretimi mümkün olmaktadır. Bundan böyle rasyonel bir gerçekliğe ihtiyaç duyulmayacaktır. Farklı bir uzama yani hipergerçeklik aşamasına geçilmiştir. Her türlü gerçekliğin yerine işlemsel ikizinin konulduğu bu dönemde gerçek bir daha asla geri dönmeyecektir (Baudrillard, 2005b, ss. 13-15). Bu nedenle günümüzde sistem tamamen belirsiz bir ortama doğru sürüklenmekte ve tüm gerçeklik simülasyona özgü hipergerçeklik tarafından emilmektedir. Yaşamlar, artık gerçeklik

ilkesinin yerini alan simülasyon ilkesi tarafından belirlenmektedir (Baudrillard, 2011, s. 3). Çünkü gerçekle simüle edilmiş gerçek iç içe geçmiş ve aralarındaki ayırım yok olmuştur.

Gerçekliği yok eden şey, onu tekrar tekrar üretmeyi mümkün kılan sanallıktır. Sanal, gerçeğin peşinde koşan son avcı ve onu yakıp yıkan yağmacıdır. Sanal gerçeklik, gerçeklikle kedinin fareyle oynadığı gibi oynamaktadır. Bu, nesnel gerçekliğin soyutlanma sürecinde devreye sokulan ve “bütünsel gerçeklik” ile noktalanmış nihai aşamasıdır. Bu durumda nesnel gerçeklik aşamasından bir üst aşamaya, gerçeklik ve illüzyona son veren bir ultra-gerçeklik aşamasına geçilmiştir. J. Baudrillard bu duruma, bilgisayar aracılığıyla bestelenen müzik parçalarını örnek vermektedir. Seslerin kusursuz teknik bir restorasyon işleminden geçtiği ve doğal biçimlerini yitirdiği sanal müziğin hâlâ bir müzik olup olmadığını soran J. Baudrillard, ultra-gerçeklik aşamasında kusursuz bir teknik müdahalenin varlığından bahsetmektedir (Baudrillard, 2005a, s. 24-25). Dünyayı gerçeklikten kesin bir şekilde ayıran sanallık, aynı zamanda algılanması olanaksız bir şeffaflıktır. Bu durum bir sineğin pencere camına çarpması ve çarpınca, kendisini dış dünyadan ayıran şeyin ne olduğunu bilememesi kadar akla sığmayacak bir şeydir. Sineğin, kendisinin uzamına son veren şeyin ne olduğunu imgelememesi gibi günümüzde sanallığın son verdiği gerçeklik imgelememektir. Çünkü sanallık sadece gerçekliğe son vermemiştir, aynı zamanda gerçek olanın, siyasal olanın, toplumsal olanın imgelemesine de son vermiştir. Sonuç olarak bilimin sahneye çıkması tarihin akışını, yapay zekânın ortaya çıkması ise düşüncüyü bitirmiştir. Günümüzde halen sanal olanın gerçekliğine inanılmaktadır. Oysa sanallık düşüncenin izlerini çoktan sanal olarak bulandırmış durumdadır (Baudrillard, 2004c, s. 93).

J. Baudrillard gerçek dünyayı yok ettiğimizi ve geri kalana da göstergeler dünyası diyemeyeceğimizi söylemektedir. Çünkü gerçek dünya ile birlikte göstergeler dünyası da son bulmuştur. Bütünsel gerçekliğin önünü açan şey de budur: Göstergelerin katli. Genellikle gerçekliğin gösterge, imgeler ve simülakra boyun eğdiği ve değişikliğe uğradığı söylenir. Oysa bugün tersini, yani: mutlak gerçeklik uğruna göstergeyi de sahtesinin de yitirmiş olduğu ifade edilebilir (Baudrillard, 2005a, ss. 67-68). Örneğin Lascaux mağarası bunun güzel bir örneğidir. Orijinalini koruma bahanesiyle mağara ziyareti yasaklanmıştır. Ancak beş metre öteye aynı mağaranın tıpatıp benzeri inşa edilerek ziyarete açılmıştır. Görüldüğü gibi orijinaline benzeyen bir evrende yaşanılmaktadır. Şeyler harıl harıl kendi ikizlerini üretmeye çalışmaktadır. İnsanoğlunu bu türden bir dünyanın yani kopyası olduğunu anlayamayacağı kusursuz bir dünya kopyasının beklediği söylenebilir. Sorulması gereken soru; kopya gerçeğin yerini aldıysa, asıl dünyanın nereye gitmiş olduğudur (Baudrillard, 2005a, ss. 67-68; Baudrillard, 2005b, ss. 25-28).

J. Baudrillard’a göre simülakr gerçeği değil, gerçeğin yokluğunu gizlemektedir. Gerçek adlı boşluk sürekli bir şeylerle kapatıp, doldurulmaya çalışılmaktadır. Bu da hiç durmadan yeni simülakrlar üretmeye neden olmaktadır. Dolayısıyla giderek yapaylaşan bir gerçeklik ve teknoloji ürünü yapay bir dünya yaratılmaktadır (Baudrillard, 2005a, s. 31-32). Bu yapay simülasyon evreninin en belirgin özelliği, en önemsiz olguları bile kapsayan gerçeğin yerini almış modellerden oluşmasıdır (Baurillard, 2005b, s. 35) ve simülasyon her zaman gerçekten daha etkilidir (Baurillard, 2005b, s. 87). Simülasyon evreninin ortaya çıkmasında en önemli etken ise teknoloji ve onun yardımıyla gücü ve etkinliği artan kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları simülasyon evreninde gerçekliği yok ederek sanallığı üretmekte ve aynı zamanda toplumsalı yok ederek kitleler yaratmaktadır. Değerlerini ve dolayısıyla özünü kaybeden toplum ise farkında olmadan bir hipergerçeklik aşamasında yaşamaktadır.

3. SİMÜLASYON KURAMINDA KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE TOPLUMSALIN SONU

Gerçeklik ilkesini yok eden şey sanallıktır. Sanallık gerçekliği tekrar tekrar üretmekte ve böylece gerçek ile sanal olan arasındaki ayırım ortadan kalkmaktadır. Dolayısıyla gerçeklik evreni sona ermiş, yerini simülasyon evrenine bırakmıştır. Simülasyon evreninde gerçeklik yerini hipergerçekliğe bırakmıştır. Hipergerçekliğin oluşmasında kitle iletişim araçlarının çok büyük bir rolü vardır. J. Baudrillard'a göre günümüzde kitle iletişim araçları gerçeği yansıtan araçlar değildir. Bizzat gerçekliği oluştururlar. Ancak bu gerçeklik hipergerçekliktir. Kitle iletişim araçlarının verdiği mesajlar da hipergerçekliğe ait mesajlardır. Dolayısıyla simülasyon evreni gerçek ile sanal olanın iç içe geçtiği, gerçekliğin tekrar tekrar üretilerek yok olduğu bir evrendir.

Sanalın devreye girmesi ile gerçekliğin ölümünden söz edilebilir. Artık her şeyin sanalından bahsedilebilmektedir; politikanın, tarihin, tekniğin, sanatın, ekonominin. Gerçekliğe dair her ne varsa hepsinin zorla görsel gerçekliğe dönüştürülmeye çalışıldığı bu dünyada gerçekliği ele geçirip onu işlemselleştirmenin teknik bir yolu her zaman mümkün olmuştur (Baudrillard, 2005a, ss. 76-84). Gerçekliğin yok olmasında önemli bir rol üstlenen kitle iletişim araçları, gerçeği ortadan kaldırdığı gibi aynı zamanda bu kayboluşu da perdelemektedir (Baudrillard, 2006b, s. 18). Çünkü sistemin kendi gerçekliğini kanıtlayabilmesi için göstergelerin sürekli olarak yinelenmesi gerekmektedir. Olmayan varlığını imgeler yani göstergelere dönüştürerek yineleyen sistem bu sayede bir gerçeklik katsayısına sahip olur (Baudrillard, 2005b, s. 118). Dolayısıyla sistem göstergeler yoluyla kendini yinelerken gerçek ile sanal arasında var olan ayırım giderek ortadan kalkmakta ve hipergerçeklik evreninde neyin gerçek neyin sanal olduğu ayırt edilemez hale gelmektedir.

J. Baudrillard'a göre kitle iletişim araçları ve enformasyon çağındaki iletişim biçimleri arasındaki ayrımlar giderek azalmaktadır. Sinema, televizyon, bilgisayar gibi iletişim biçimleri hipergerçeklik düzenine aittir. Yani televizyon, sinema ve bilgisayar ekranları bir şekilde "gerçek" dünyada ayrı bir gerçekliği yansıtmakla kalmayıp, zamanla gerçeklik haline gelmektedir (Toffoletti, 2014, ss. 102-103). Örneğin gündelik hayatın içerisinde yerini almış olan sosyal medya; toplumsal ilişkilerden, ekonomiye, eğlenceye ve eğitim alanına kadar birçok alanda yaşantıları biçimlendirmekte, insanların değişen ihtiyaçlarına göre de farklı işlevler kazanarak şekillenmektedir. Bu gelişmelere paralel olarak günümüz dünyasında bireylerin, toplumların ve iktidarların sosyal medyanın etkilerinden bağımsız olduklarını söylemek imkânsız hale gelmiştir. Yalnızca sanal uzamda dolaylı bir gerçekliğe sahip olan ve ontolojisi sürekli tartışılan sosyal medya, sanal uzamdaki gerçekliğinin ötesine taşarak fiziksel ve sosyal dünyayı etkilemektedir (Metin ve Karakaya, 2017, s. 110). Dolayısıyla gerçekliği yansıtan bir araç olarak düşünülen kitle iletişim araçlarının günümüzdeki işlevi; dünyanın yaşanan, benzersiz ve olaysal karakterini nötr hale getirerek, yerine birbirine türdeş, birbirlerini anlamlandıran ve birbirlerine göndermeler yapan bir araçlar evreni oluşturmaktır. Böylece iletişim araçları karşılıklı olarak birbirlerinin içeriği haline gelmektedir (Baudrillard, 2004a, s. 155). Ortaya çıkan bu türdeşlik durumunda kitle iletişim araçları, gerçeği yansıtan bir araç olma durumundan çıkarak gerçekliğin kendisi haline gelir.

J. Baudrillard'a göre her yer interaktif süreçler tarafından kuşatılmış durumdadır. Birbirinden farklı şeylerin birbirine karıştığı bu dünyada artık hiçbir yerde mesafe bilinci diye bir şey kalmamıştır. Cinsiyetler, karşıt kutuplar, sahne ve salon, oyuncular, özne ve nesne, gerçek ve ikizi arasındaki mesafe ortadan kalkmıştır (Baudrillard, 2005a, s. 74). Mesafelerin ortadan kalktığı noktada kitle iletişiminin verdiği şey ise gerçeklik değil, gerçekliğin baş döndürücülüğüdür. Yani orada olmadan orada olma olgusu. Böylece göstergelere sığınarak ve gerçeğin yadsıması

içinde yaşanmakta, imge, gösterge ve ileti tüketilmektedir (Baudrillard, 2004a, ss. 26-27). Örneğin televizyon ve canlı yayınlar hayatın ve hayatın suretinin birbiriyle iç içe girişine neden olmaktadır. Artık ikisi arasında ne bir ayrılık, ne bir boşluk, ne de bir uzaklaşma söz konusudur. İnsanlar artık hiçbir engelle karşılaşmadan ekranın, sanal görüntünün içine girmektedir. Birinin hayatına girer gibi ekranın içine girilmektedir. Günümüzde izleyici artık başlı başına bir oyuncu haline gelmiştir (Baudrillard, 2004c, s. 130). Bu durum aynı zamanda olay ve gerçek zaman dilimi içinde yayınlanan görüntüleri arasında yok denecek kadar kısa zamansal mesafe, değerlendirme konusunda da bir kararsızlığa yol açmaktadır. Olayın tarihsel boyutunu elinden alarak ona bir sanallık yüklemekte ve böylece belleklerde yer etmesini engellemektedir (Baudrillard, 2005a, ss. 74-75). Bunun sonucunda olay ve anlam, medya denen ufkun semalarında yok olup gitmektedir (Baudrillard, 2002b, s. 81).Aslında televizyon, günlük yaşamın bir modeli, olup bitecekleri önceden haber veren, gerçek dünya ile olan bağlantıyı, dünya görüntüleri sunarak koparan bir şeydir (Baudrillard, 2005b, ss. 82-83). Televizyon, dünyadan söz etmek için vardır ama uzun zamandır, yerini olaya bırakmak yerine, kendisini olay yerine koymaktadır (Baudrillard, 2004c, s. 139).Böylece iletişim araçları kendisini gerçekliğin yerine koyarak onu yok etmekte ve gerçek ile sanal olanın iç içe geçerek farklarının ayırt edilemediği bir evren yaratmaktadır.

Gerçekliği yok eden kitle iletişim araçları, simülasyon evreni içinde kendileri de yok olmaktadır. Çünkü J. Baudrillard'a göre, McLuhan'ın "medium is message" (mesaj iletişim aracının kendisidir) formülü bağlamında, günümüzde tüm kutuplar birbirlerine karışarak kısır döngüsel bir sürece bürünmüşlerdir. Yalnızca mesaj iletişim aracı içinde eriyip gitmemekte, aynı devrim içinde iletişim aracı da gerçeğin içerisinde eriyip gitmektedir. Dolayısıyla iletişim aracı ve gerçek bir tür hipergerçek nebula içinde eriyip gitmektedir (Baudrillard, 2005b, s. 120).Çünkü gerçek ile görüntüsü iyiden iyiye birbirlerine karışmaya başlamıştır. Artık olayla yaşanan görüntüsü arasında bir boşluk, bir orada olmama durumu söz konusu değildir. Ekranı bakıldığı an sanal görüntü evreninin içine yerleşilmekte ve ekrandaki görüntünün içine sanki yaşamın içerisine girercesine dalınmaktadır. Böylece tüm sanal ekranlarda bir tür içine gömülme, dokunsal bir karşılıklı etkileşim süreci ortaya çıkmaktadır (Baudrillard, 2005a, s. 75). Bu karşılıklı etkileşimin yaratmış olduğu mesafe kaybı, değerlendirmeden yoksunluk ve tüm kutupların birbirine karışması sürecinin yarattığı kısır döngüsel sürecin yarattığı evren, simülasyon evrenidir ve bu hipergerçek evrende gerçeklik yok olmuştur. Kitle iletişim araçları ise tekrar tekrar yaratmış oldukları imgelerle bu yok oluşu gizlemektedir.

Kitle iletişim araçlarının yaratmış olduğu bir diğer etki ise kitleleşme ve değer kaybıdır. Kitle iletişim araçları sayesinde her geçen gün daha çok haber ve bilgiye karşın, giderek daha az anlamın üretildiği bir evrende yaşanılmaktadır. Haberin anlam ürettiği düşünülse de aslında günümüzde tam tersi olmaktadır. Haber kendi ürettiği içerikleri yok etmektedir. İletişimi ve toplumsalı yok etmektedir. Bunun iki nedeni vardır. Birincisi; haber iletişim kurmak yerine sahnelediği iletişim oyunu içinde kaynayıp gitmektedir. İkincisi ise; iletişimin anormal boyutlara ulaşan görüntüsü, iletişim araçları ve haber bombardımanının toplumsal yapıyı bozmasını engelleyememektedir. Dolayısıyla iletişim araçları toplumsallaşmayı sağlamaya yönelik araçlar değil, toplumsalın kitleler içinde için için kaynamasını/erimesini sağlayan araçlardır (Baudrillard, 2005b, ss. 115-119). Gerçeğin sanal olanla iç içe geçtiği ve ayrımının yapılamadığı bu simülasyon evreninde, toplumsal diye bir şey de artık yoktur. Toplumsalın yerini kitle almıştır. Kitle, toplumsalın içi boş ve kendinden geçmiş, anlamını yitirmiş biçimidir. Kitleyi ise kitle iletişim araçlarının dışında bir yerde aramak boşunadır. Bu nedenle artık her şey bir simülasyona dönüşmüştür (Baudrillard, 2006a, s. 33).

J. Baudrillard'a göre kitle iletişim araçları bir simülasyon evreni yaratmaktan başka bir işe yaramazlar. Bu nedenle tüm anlamı ve içeriği nötralize ederler. Örneğin televizyon ekranındaki görüntüler hangi içeriği ya da anlamı taşıyor görünürlerse görünsünler, gerçekte hiçbir anlam taşımamaktadır. Aynı duyarsızlıkla sunulan görüntüler nesne tarafından da aynı duyarsızlıkla algılanmaktadır. Her ikisi de birer tüketim nesnesinden başka bir şey değildir. Bu evrenin temel özelliklerinden biri tepkisizliktir (Adanır, 2008, ss. 16-17). Bu tepkisizlik ve anlam yitiminde doğrudan iletişim araçlarının etkisi vardır (Baudrillard, 2005b, s. 116). Böylece Batı'da değer ve kolektif değerler çekiciliğini yitirmiştir (Baurillard, 2005b, s. 72). Her yerde birbirine benzeyen simülakrlara ait bir düzenin varlığı örneğin; modada güzel ve çirkin, politikada sağ ve sol, tüm medya mesajlarına özgü doğru ve yanlış, nesnelere düzeyinde yararlı ve yararsız, tüm anlama düzeylerinde doğal ve kültürel birbirlerinin yerini alabildikleri/yerine geçebildikleri bir oluşum düzeni yaratmıştır. Bu düzende ahlaki, estetik ve pratik değerler uygarlığına ait büyük insani değer ölçütleri yok olup gitmişlerdir. Bu her yerde etkisiz kılma (nötralizasyon) ve duyarsızlık ilkesinin üzerine oturtulmuş egemen kodun belirgin bir sonucudur (Baudrillard, 2011, s. 16). Yani sistem bir yandan toplumsalı yok edip kitleler yaratırken; diğer yandan da insani değerleri yok etmiştir. Bu karşılıklı işleyen bir süreçtir. Yani değer kaybı kitleleşmeyi yaratırken, kitleleşme de değer kaybına neden olmaktadır.

Değerlerin yok olmasında mesafelerin birbirine karışmış olması ve mesafelerin ortadan kalkması önemli bir rol oynamaktadır. Kitle iletişim araçları sayesinde ortaya çıkan olayın ve olayın gerçek zamanlı yayınının fazlasıyla birbirine yakınlığı, bir karar verememezlik durumu yaratmaktadır. Bu durumun olduğu her yerde ise kitleleşme vardır. Bu aynı zamanda olası değer yargılarının da artık hiçbir yerde olmadığı anlamına gelmektedir. Ne sanatta, ne ahlakta ne de politikada. Artık her şey, üzerinde karar verilemez bir duruma bürünmektedir. (Baudrillard, 2004c, s. 129). Örneğin günümüzde özellikle realityshow tarzı programlar sayesinde izleyiciler izleme sürecinde yeni bir rol edinmişler, bir yargıç konumuna geçmişlerdir. Kimi medya analistleri TV izleyicilerinin tembel, tepkisiz ve ilgisiz tüketiciler değil, TV izleme ritüellerinin etkin katılımcıları olduğunu ileri sürmektedir. J. Baudrillard ise bir adım daha ileri giderek, izleyici ile ekran arasındaki artan etkileşimin aslında izleyicinin ahlaki bir yargıda bulunmasını mümkün kılacak mesafeyi azalttığını öne sürer. Etkileşim aracılığıyla izleyici ekranın dışında kalamayarak, olaya dâhil olmakta ve sonucun belirlenmesinde rol oynamaktadır (Toffoletti, 2014, ss. 105-106). Ancak izleyici karar verirken kitleleşmenin ve değer kaybının bir sonucu olarak ahlaki değer yargıları ile değil simülasyon evrenine ait kodlarla yönlendirilmekte ve karar vermektedir. Bu evrende geçerli olan hiçbir politik, ekonomik, toplumsal, kültürel ve ideolojik ahlak bulunmadığı için de, sistem kendi varlığını koruyabilmek için herkesin ahlaksızlaşmasına, müstehcenleşmesine çanak tutacaktır. Kitle iletişim aracı bunun için vardır. Sistem ahlaklı olamıyorsa kimse olmasın (Adanır, 2008, s. 15). Bunun sonucunda J. Baudrillard'a göre her şey kendisini estetikleştirir. Politika kendisini estetikleştirerek gösteriye, seks reklama ve pornografiye dönüşür (Toffoletti, 2014, s. 25). Simülasyon aşamasında her şey sıradanlaşmaktadır. Kitleler artık anlam yerine gösteri istemekte (Baudrillard, 2006a, s. 17) ve artık kendisi de giderek bu gösterinin bir parçası haline gelmektedir.

Simülasyon evreninde kitle iletişim araçları gerçekliğin olmadığını sakladığı gibi değerlerin de yok olduğunu gizlemekte ve gölgelemektedir. Kitle iletişim araçları toplumsalı yok ederek, tüketim adı altında bir yandan gerçek yok oluşları sağlarken, bir yandan da karikatürsü dirilişler yaratmaktadır. Örneğin aile çökerken, aile yüceltilmektedir. Çocuklar artık çocuk değil mi? Çocukluk kutsanmakta, yaşlılar yalnız ve devre dışı mı? Yaşlılığa acınmakta. Beden baskı altında mı? Bedenler yüceltilmektedir (Baudrillard, 2004a, s. 122). Dolayısıyla simülasyon evreninde

gerçeklik, toplumsal ve değerler yok edilirken, bir yandan da onların simülasyonları yaratılmaktadır. Artık olmayanın yerine teknikle yenisi konulmakta ya da kitle iletişim araçlarıyla yüceltilerek yok oluş gizlenmektedir.

Değerlerin yok olması ve toplumsalın yerini kitlelere bırakmasının birey üzerindeki etkileri de yıkıcıdır. Sanal gerçeklik, gerçek dünyanın yerine bir başkasını koyma girişimidir. Bireyler de artık bu dünyanın bilinçli üyeleridir. Dolayısıyla günümüzde somut ve algılanabilen sanal bir gerçeklik içinde yaşanmaktadır. Yaşamlar sanal bir betimleme haline gelmiştir (Baudrillard, 2002a, s. 11). J. Baudrillard'a göre gerçeklik ilkesini yitiren bir toplum mevcut sistemi üretmekten başka bir seçeneğe sahip değildir. Böyle bir dünya ise ancak ve ancak simülasyon evrenidir. Modern toplumlar hiperakılcı bir neoliberalizmle beraber tüketim aşamasına geçmişlerdir. Sınırsız ve sonsuz tüketim düzeni içinde bireyler bir yandan kendi yaşamlarını ve içinde yaşadıkları dünyayı tüketirken bir yandan da bu toplumsal yapıyı oluşturan kurumların varlığını sürdürmeye hizmet eden canlılara dönüşmektedir. Bireylerin bu toplumsal yaşam stilini kabul etmekten başka çareleri yoktur. Bireyler her gün robot gibi gerçekleştirmeleri gereken eylemleri yinelemekten başka bir şey yapmayan, içleri boşaltılmış, yalnızca biyolojik bir yaşantı süren maddi varlıklara benzemeye başlamışlardır. J. Baudrillard'a göre bu olsa olsa bir yaşam simülasyonudur, İnsanlar ise birer insan simülakrına dönüşmüştür. Gerçeklik ilkesinin yitiren bir toplumsal yaşam, sanal bir yaşama dönüşmektedir. Bu anlamda özünü, ruhunu, değerlerini yitiren ve robotu andıran basit bir biyolojik varlığa dönüşen insandan geriye kalan tek duygusal yan arzularıdır. Bu bağlamda tüketim toplumu bir arzu üretim ve paradoksal bir şekilde arzuları tatmin etme sisteminden başka bir şey değildir. Neoliberalizm bu uğurda teknolojiyi insanları giderek daha çok bilinçsizleştirdiği ve kendisine boyun eğmesini istediği bir şeye dönüştürmüştür (Adanır, 2010, ss. 52-54). İnsanın ve insan dışının sınırları gittikçe silinmektedir. Üst insanlığa ya da değerlerin dönüşümüne doğru değil, alt-insanlığa, insanlık ötesine, türün kendi simgesel niteliklerinin yok olmasına yönelmektedir bu süreç. Tıpkı Nietzsche'nin belirttiği gibi, kendi ellerine teslim edilmiş insan türü, kendini kopyalamakta ya da yok etmekten başka bir şey yapmamaktadır (Baudrillard, 2012, s. 39).

Bu noktada kitle iletişim araçlarının yaratmış olduğu etki sorgulanabilir. J. Baudrillard'a göre kitleleri büyüleyen şey, kitle iletişim araçları mıdır? Yoksa kitleler mi iletişim araçlarını bir gösteri aracı olmaya zorlamaktadır? Bu çözümü olanaksız bir ahlaki sorundur. Çünkü iletişim araçları bir yandan politik nedenlerle örneğin terörizm ve korku sömürüsü yapılmasını ahlaki açıdan mahkûm ettirmeye çalışırken, diğer yandan terörist eylemlerin sahip olduğu o hayvani çekiciliği sunarak, insanları büyülemeye çalışmışlar ve bu yüzden de birer teröriste benzemişlerdir. Dolayısıyla burada kısırdöngüsel bir süreç vardır (Baudrillard, 2005b, s. 122). Yani bir yandan kitle iletişim araçları kitleleri büyülerken, bir yandan da kitleler, kitle iletişim araçlarını yönlendirmekte ve istedikleri gösteri için zorlamaktadır. Dolayısıyla bu karşılıklı ve içi içe geçmiş bir süreçtir. Bu noktada bir ayırım yapabilmek mümkün görünmemektedir.

4. SONUÇ

Gelişen teknoloji ile birlikte her alanda hızlı değişim ve dönüşümlerin olduğu bir dönem yaşanılmaktadır. Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak kitle iletişim araçlarının artan etkisi, özellikle bireysel ve toplumsal düzlemde önemli değişimlere yol açmaktadır. Bu değişimlerden en önemlisi, kitle iletişim araçları ile birlikte ortaya çıkan yeni ilişki biçimleridir. Bu yeni toplumsal ilişkiler, toplumsal kurumların dolayısıyla toplumsal yapının değişmesine ve yeniden şekillenmesine neden olur. Teknoloji ve kitle iletişim araçlarının toplumsal yapı üzerindeki etkileri ise tartışmaya açık bir konudur. Bu konudaki söylemlerden birine sahip olan J. Baudrillard,

konuyu Batı toplumları bağlamında ele alarak, teknoloji ve kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerindeki etkilerinin yıkıcı olduğunu belirtmiştir.

Batı'nın tüm değerleri ile birlikte çöktüğünü, yeni bir şey üretmediğini ve bunu gizlemek için de simülasyon evreni yarattığını ifade eden J. Baudrillard, kitle iletişim araçlarının simülasyon evreni yaratmada ve sürdürmede en önemli rolü üstlendiğini belirtmektedir. Gerçekliğin yok olduğu Batı'da gerçeklik, yerini simülasyona bırakırken, değerlerin yok olmasıyla toplumsal da yerini kitlelere bırakmıştır. Dolayısıyla toplumsal yapı üzerinde yıkıcı bir etkisi olan bu değişim J. Baudrillard'a göre Batı'nın tükenmişliği ve yolun sonuna ulaştığı anlamına gelmektedir.

J. Baudrillard'ın bakış açısıyla ele alındığında, teknoloji ve kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerinde önemli oranda olumsuz etkiler yarattığı söylenebilir. Her şeyden önce teknoloji ve kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisi, yaşamın hemen hemen tüm alanlarında gözlemlenebilmektedir. Bu etkilerin başında ise kitleleşme gelmektedir. Medya duyarsız ve değerlerden arınmış kitleler yaratmaktadır. Medyanın yarattığı gösteri dünyası içinde kurgusal olayların yanında, hayatın kendisi de bir gösteri nesnesi haline gelmektedir. Gerçek hayatlar, yaşanmış olaylar ne kadar acı, hüznün, şiddet vb. taşısaya da eğlence kültürünün bir parçası olabilmektedir. Kitlelerin istediği şey; eğlenmek ve oyalanmaktır. Bu nedenle her şey bir gösteri olarak izlenmekte, tüketmekte ve kısa zamanda unutulmaktadır. Gerek bireysel gerekse toplumsal hafızada yer etmemektedir. Bu nedenle tıpkı 'kullan at!' eşyalar gibi, medyanın sunduğu göstergelerde izlenip unutulmakta, yani tüketilmektedir.

Kitle iletişim araçları sayesinde önceden bilinen dünyadan farklı bir dünya yaratılmıştır. Özellikle sosyal medyanın hayatın önemli bir parçası haline gelmesi ve giderek tüm yaşamı kapsamaması, gerçekliğe ilişkin algıları da değiştirmiştir. Bu yenedünyada zamanlarının çoğunu sosyal medyada geçiren bireyler, her geçen gün sanal ortamda yeni bir dünya kurmaktadır. Bireylerin gerçek dünyadaki performanslarının yanında bu yeni dünyada farklı performanslar ortaya çıkmaktadır. Sanal ortam, bireyin tüm değer, tutum ve davranışları için belirleyici olmaktadır. Günlük yaşamının önemli bir kısmını sanal ortamda geçiren bireyler, özellikle sosyal paylaşım ortamlarında yeni bir birey olarak kendini yeni baştan yaratmakta ve adeta dijital bir varlık haline gelmektedir. Bu aşamada bireyin sanal benliği ile gerçek benliği iç içe geçmiştir. Hatta çoğu zaman sanal dünyadaki gerçekliği, gerçek varlığının önüne geçebilmektedir. Sonuçta günümüzde sanal dünya bireylerin gerçekliklerini de yeni baştan inşa etmektedir.

Günümüzde özellikle sosyal medya günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Dolayısıyla bireylerin günlük yaşamlarına ilişkin pek çok davranış ve pratikleri de sosyal medyada kullandıkları platformlara bağlı olarak şekillenmekte ve yeniden üretilmektedir. Günümüzde sosyal medya, bireylere hem düşüncelerini aktarabilme hem de toplumsal olaylara katılabilme imkânı sunmaktadır. Bu bağlamda; sosyal medyada içerik katılımcılar tarafından belirlenebilmektedir. Sosyal medyanın günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi ile birlikte, günlük yaşam rutinleri de bu mecrada yeniden şekillenmekte ve yeni pratik ve performanslar ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya, kullanıcısının olayın içinde olduğu, olayı yönlendirdiği, hatta sorumlusu olduğu bir döngüye çekmektedir. Dolayısıyla sosyal medya, yeni bir tür gerçeklik ortamıdır. Ancak değerlerden yoksun olan bu ortamın yaratmış olduğu gerçekliğin, toplum ve birey üzerindeki etkilerinin sorgulanması gerekmektedir.

Kitle iletişim araçlarının toplum ve birey üzerinde yaratmış olduğu yıkıcı etkilerin izleri her yerde rahatlıkla gözlemlenebilmektedir. Günümüz küresel dünyasında kitle iletişim araçlarının etkisi yalnızca Batı toplumları için değil, kitle iletişim araçlarının mevcut olduğu hemen her toplum için

etkili olduğu ifade edilebilir. Ancak bu etkinin her toplum için aynı düzeyde olduğu söylenemez. J. Baudrillard'ın kuramının Batı toplumlarının bir analizi ve eleştirisi olduğu dikkate alındığında, Batı dışı toplumların tamamen aynı süreci yaşayacağını söylemek çok doğru bir değerlendirme olmayacaktır. Ancak küreselleşme süreci ile birlikte ve özellikle kitle iletişim araçları ile yayılan Batı değerlerinin diğer toplumları etkilediği ve dolayısıyla kitle iletişim araçlarının yaratmış olduğu etkilerin tüm toplumlar için bazı alanlarda benzerlik gösterdiği söylenebilir. Sonuçta kitle iletişim araçlarının yaratmış olduğu sanallık ve yeni bir tür gerçeklik algısı, toplumsal yapıyı etkilemekte ve değiştirmektedir. Bu etkinin toplum ve birey üzerinde oldukça yıkıcı olduğunu/olacağını söylemek yanlış bir değerlendirme olmayacaktır. Her şeyden önce etkinliği giderek artan sanal ortamlar ve kitle iletişim araçlarının yaratmış olduğu tüketime, eğlenceye ve gösteriye yönelik ortaya çıkan yeni değerlerin yarattığı kitleleşme toplumların geleceğine dair pek çok olumsuz düşünceyi de beraberinde getirmektedir. Gerek Batı toplumları gerekse de Batı dışı toplumlar için kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde yaratmış olduğu yıkıcı etkilerin önlenmesi ise özellikle toplumsal değerlerin korunmasından geçmektedir. Kitle iletişim araçlarının yaratmış olduğu özellikle tüketime yönelik bireyci, hazcı ve maddi değerlerin yerine toplumsal değerlerin ön plana çıkarılması kitle iletişim araçlarının yıkıcı etkilerinin azaltılmasında önemli bir rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

- Adanır, O. (2008). *Simülasyon kuramı üzerine notlar ve söyleşiler*. İstanbul: Hayal Et Kitap.
- Adanır, O. (2010). *Fikir mimarları dizisi – 22 Baudrillard*. İstanbul: Say Yayınları.
- Baudrillard, J. (2002a). İllüzyon, yitirilen illüzyon ve estetik. *Doğu Batı* 6(21).
- Baudrillard, J. (2002b). *Çaresiz stratejiler*. (O. Adanır, Çev). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2004a). *Tüketim toplumu*. (H. Deliceçaylı ve F. Keskin, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2004b). *Kötülüğün şeffaflığı aşırı fenomenler üzerine bir deneme*. (I. Ergüden, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2004c). *Tam ekran*. (Bahadır Gülmez, Çev). İstanbul: YKY.
- Baudrillard, J. (2005a). *Şeytana satılan ruh ya da kötülüğün egemenliği*. (O. Adanır, Çev). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2005b). *Simülakrlar ve simülasyon*. (O. Adanır, Çev). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2006a). *Sessiz yığınların gölgesinde toplumsalın sonu*. (O. Adanır, Çev). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2006b). *Kusursuz cinayet*. (N. Sevil, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Simgesel değiş tokuş ve ölüm*. (O. Adanır, Çev). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2012). *İmkânsız takas*. (A. Sönmezay, Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Metin, O. ve Karakaya Ş. (2017). Jean Baudrillard perspektifinden sosyal medya analizi denemesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 109-121.
- Toffoletti, K. (2014). *Yeni bir bakışla Baudrillard*. (Y. Başkavak, Çev)., İstanbul: Kolektif Kitap.
-