

Siber Kültür ve Hiper Gerçeklikte Değişen Yaşam

Aysel DEMİR, Kırıkkale Üniversitesi, Felsefe Bölümü, Yardımcı Doçent, ayselmus1@hotmail.com

Öz

Bu çalışmanın amacı, kültürel yaşamın kitle iletişim araçlarıyla nasıl dönüşüme uğradığını göstermek, son teknolojik gelişmelerle Sosyal medya araçlarının yaşamımızda oynadığı rolü araştırmaktır. Araştırma yapılırken özellikle, dijital çağın insan üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olması varsayımından hareketle, siber kültür ve hiper gerçeklik arasındaki çatışmanın insanı benliğinde sorunlara yol açtığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bugün ulaşılan noktada, medyanın büyük oranda öznenin fikrini etkilediği; söylemler, imajlar ve semboller üzerinden bilgiyi manipüle ettiği ve istenilen biçimde popüler bir kültür yarattığı çok iyi bilinmektedir. Modern toplumlarda medya, insanların düşüncelerini biçimlendirir, yeniden yapılandırır ve özellikle bilginin kontrolü aracılığıyla sosyal bilinci yeniden üretir. Medya kültürü, tüketim kültürüyle bağlantılıdır. Buna göre çoğu insan, popüler kültürün birer tüketicisidir. Medya, demokraside dördüncü göz olarak bilinir ve gerçekleri özgür ve medyanın nesnel bir biçimde aktarması beklenir. Ortaya çıktığı günden beri de yaşamı değiştirmek için güçlü bir oryantasyon aracı olduğu bilinir. Bu anlamda medya, popüler kültürün gelişmesinde merkez bir role sahiptir. Dijital çağ sayesinde internet, popüler kültür üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahip olup, Sosyal medyanın kullanımı da siber kültürün oluşmasını destekler. Siber kültür kavramı internet teknolojileri üzerinden kültürün üretilmesine ve uygulanmasına işaret eder. Hızla ilerleyen bilgisayar teknolojileri, interneti bütün kültürel hayatın, iletişim ve sanatın temel referans noktası yapar. Dijital devrim, kültür ve sanatın dönüşümünü ortaya çıkarmaktadır. Bu dönüşüm sürecinde, siber alanda, herkes her şeyi 'bildiğini!' iddia etmeye ve kendilerini yaratıcı aktiviteye sahip birer 'sanatçı' olarak görmeye başlamıştır. Oysa gerçek yaşamda, kimse gerçeğin ne olduğunu bilmemekte, bu anlamda sanal gerçeklerin esiri olmakta ve bu noktada, sanat bağlamında da yaratıcı eylem değersizleştirilmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak özneler, kimliklerini kaybetme durumuna gelerek bir hiper gerçeklik ile karşı karşıya kalırlar. Bu hiper gerçeklikte, kimlikler plastikleşir ve bu kimliğe sahip olan özneler 'kendi benliklerini kıyafet değiştirir gibi duruma göre değiştiririm' düşüncesiyle hareket ederler. Fransız filozof Jean Baudrillard, Simülakrlar ve Simülasyon adlı eserinde; gerçeğe olan bakışımızı kaybettiğimizi, hiper gerçekliğin gerçek olarak sunulduğunu ileri sürer.

Anahtar kelimeler : Medya, Popüler Kültür, Siber kültür, Hiper gerçeklik, Simülasyon, Siyaset

Changing life on the Cyber Culture and Hyper Reality

Abstract

In this research the aim is to examine the transformation of cultural life and the running down of 'creative action' by the effect of media and searching how media play a role in our lives, with the latest technologies. In this context, I will focus on we analyse that using social media how create a "cyber culture "and how it affects our daily life. Today, at the point reached, it is well known that the media increasingly influences subject's opinion and manipulates information through discourses, images and symbols on visual media and creates a popular culture. The media as institutions that shape the others' think and reconstructing or reproducing social consciousness, as a mediator of values and beliefs, and as the major sources of information and means of information control within modern societies. The same time, media culture is associated with consumerism, and in this sense called alternatively 'consumer culture'. According to this, most people are consumers

of popular culture. Media, the fourth eye of democracy, is expected to objectively prepare a realm of liberation and has the power of an effective orientation to change life since the day it emerged. An important consideration in any discussion of media and culture is the concept of popular culture. In this sense, the media have always played a central role in the development of popular culture. Thanks to digital-age, the internet has had a dramatic impact on popular culture, even using social media to create a 'cyber culture'. The word 'cyber culture' is referring to certain cultural products and practices born of computer and Internet Technologies. Advancing speed of computers has made the internet the central point of reference for all forms of communication, cultural life and art. The digital revolution has created a transformation of culture and art. Within the cyber area, everyone knows everything, everyone has become an artist and everyone claims they have artistic and creative activity, however these claims actually have been running down of "creative action", whereas in real life, no one knows who anyone else really is. At the end of this situation, people may be losing their identities which create an 'Hyper reality'. In hyper reality, identity becomes plastic and thinks 'I can change myself as easily as I change my clothes.' In Simulacra and Simulation, the French philosopher Jean Baudrillard suggests that we lost sight of 'the real' and became more real than the real, creating a kind of hyper reality in which simulation replaces reproduction and representation. For Baudrillard the real is dead, it never existed, it was, and is, just a staging, a simulation.

Keywords : Media, Popular Culture, Cyber culture, Hyper reality, Simulation, Policy

Siber Kültür ve Hiper Gerçeklik

Dünya değişmektedir, dönüşmektedir. Doğal dünyayı sanallaştıran şey günümüzde tüketim endüstrisi ya da iletişim teknoloji olarak görülmekle birlikte asıl dönüştürücü unsur, bilişim teknolojileridir. Yeni medya, bilgisayar ağı yapıları arasında iletişim kurmaya yarayan yazılımlara dayanır ve erişilebilirlik olanaklarını yükseltip toplum içerisinde etkileşim kurma yeteneğini artıran bir araç olarak karşımıza gelir (Köseoğlu, 2012: 433-435). Dijital bir kodlama sistemine sahip ve hiper metinsellik özelliği taşıyan, bireylerin karşılıklı etkileşime olanak sağlayan ve aktif bir iletişim alanı olan yeni medya, enformasyon çağıının en temel aracıdır (Yengin, 2012: 128-132). Bu araç, gündelik yaşantımızı etkileyerek sosyal, ekonomik ve kültürel yaşantımızı biçimlendirmektedir. Bu yaşam şartlarına katılım yollarını çeşitlendiren bir kavram olarak yeni medya, bireylerin toplum hayatının her bir alanına kolaylıkla girmelerini sağlayacak önemli dijital olanaklar sağlayan bir araç olarak dikkat çekmektedir (Akca, 2014: 18- 20).

Bilişimde faydalandığımız araçları ve bu araçları oluşturan teknolojinin bize getirdiği olumlu yönler olduğu kadar olumsuz yönler de bulunmaktadır. Buna göre, bu çalışmanın amacı, bilişim teknolojileri temelinde, kültürel yaşamın kitle iletişim araçlarıyla nasıl dönüşüme uğradığını göstermek, son teknolojik gelişmelerle Sosyal medya araçlarının yaşamımızda oynadığı rolü araştırmaktır. Bu anlamda, medya ve özellikle Sosyal medya üzerinden nasıl bir siber kültür ve hiper gerçeklik yaratıldığı analiz edilerek, bu durumun günlük yaşamımızı nasıl kontrol altına aldığı gözler önüne serilmiştir. Dijital medyanın bizim için bir tüketim ortamı mı yoksa yeni bir yönlendirme aracı mı olduğu tartışılacaktır. Buna ek olarak, kitle iletişim araçlarının etkisi ile geleneksel anlamda sanatta yaratıcının kendini nasıl tükettiği konusunda bir değerlendirme yapılacaktır.

Medyanın ortaya çıktığı günden beri, nesnel bir biçimde özgürlük ortamı hazırlanmasına yardımcı olması beklenir ve demokrasinin dördüncü gözü olarak tanımlanır. Buna ek olarak, bireylerin yaşamlarını değiştirmede etkili bir oryantasyon gücüne sahiptir. Günümüz modern

dünyasında, kitle iletişim araçlarının etkisi her zamankinden daha fazla ve derindir. Medya, yaşamımızın doğasını değiştirme gücünü ve hakkını kendinde bulabilmektedir. Dijital medya araçları sadece dünyayı yansıtmakla kalmayıp, bunun yanında dünyanın gidişatına keskin bir biçimde de yön vermektedir. Medya, gün geçtikçe artan bir biçimde toplumu, devlet kurumları, dini söylemleri istediği gibi kendi çıkarına göre yönlendirebilmektedir.

Medya, yaydığı ideolojiyi halka kabul ettirebilme potansiyelini sahiptir. Bu anlamda, çoğunlukla da demokrasi ve özgürlüğün getirilmesine aracı olmak yerine, siyasi bir baskı aracı olarak kullanılmaktadır. Buna göre, teknoloji de modern öznenin kontrol altına alınmasına ortam hazırlamaktadır diyebiliriz. İnternet ve televizyon yoluyla medya, kendi iktidarını yaratarak kitleler üzerinde kendi görüşleri doğrultusunda hâkimiyet kurmaktadır. Böylece, popüler kültür dünyasında kitlelerin ne seçecekleri, ne tüketecekleri bireylerin kendi kontrolleri dışında belirlenmiş olur. Medya, aynı zamanda, kendine sözde değer ve inançları uzlaştırmacı görevini vererek, bireylerin düşüncelerini sistemin istediği biçimde yeniden yapılandırır, sosyal bilinci istenilen şekilde yeniden üretir. Bu durum da devlet içerisinde, demokrasinin dördüncü gücü olarak belirlenen medyanın mı iktidarı belirlediği, yoksa iktidarın mı medyayı belirlediği tartışmasını beraberinde getirir. Bununla birlikte, iktidar oyunlarında güç kimin elindeyse, toplumun kontrolü her zaman için onun elinde olacaktır.

Devlet yapılanmalarında medya, kapitalist sistem içinde ideolojilerin kitlelere aktarılıp benimsetilmesi konusunda çok etkin bir rol oynar. Özellikle, dijital medyanın getirdiği yeni düzen, 'dijital kapitalizm' kavramıyla açıklanmaktadır. Bu medyanın sahip olduğu ticari potansiyel, kültürel ve sosyal boyutunu da kapsayarak kapitalizmin dijital alana yayılmasını sağlamıştır. Dijital medya döneminde yaşanan değişimler, kültürel ürünlerin sayısallaştırılarak yapısal değişime uğramasını, tüketimin kolaylaştırılarak küresel boyutta genişlemesini getirmiştir. Kültür üretiminin ortaya çıkarılmasında ve bu üretilen kültürün bireylere birebir yansıtılmasında, iletişim araçları etkindir. Medya, popüler kültürün en önemli yayılım aracıdır denilebilir. Bugün ulaşılan noktada, özellikle görsel medyanın bireyleri nasıl etkilediği ve bilgiyi söylemler, imajlar, semboller üzerinden nasıl manipüle ettiği ve istenilen biçimde popüler bir kültür yarattığı çok iyi bilinmektedir. Popüler kültür, medya aracılığıyla varlığını gerçekleştirir ve birey bu süreçte birtakım eğilimlerin esiri olur. Böylece birey, popüler kültürün ortaya koyduğu yeni norm ve değerlerle benliğini biçimlendirmeye başlar. Popüler kültür, kitlelerin popüler beğeni tercihlerini ve kapitalist endüstri biçimini dayattığı için, sürekli tüketim doğrultusunda kitle kültürünün belirleyicisi ve gerçekleştiricisi konumundadır. Tüketilen şeyler ihtiyaç duyulan değil, arzu edilen şeylerdir.

Bireyin günlük yaşamında medyanın kritik bir rolü vardır ve iletişimde, doğrudan veya dolaylı bir biçimde akış durumunda bulunan mesajlar, bireyin bilgisini ve anlayışını yeniden biçimlendirir. Kimlikler, medya mesajlarına ve onların göz kamaştırıcı kodlarına önem verirler. Mesajları alıp ona göre kendilerini yapılandıran kimlikler, mücadele gücünü yitirerek kara deliğe sürüklenirler (Baudrillard 1991, 66). Her şeyin anlamsızlaştığı bir zamanda medya, modern toplumda kendini bilginin gerçek kaynağı olarak yansıtır. Bu bağlamda Baudrillard, iletişim teknolojilerinin toplumlarda merkezi bir rol oynamasıyla birlikte, çok fazla bilginin ama bununla birlikte, çok daha az anlamın bulunduğu bir evrende olduğumuzu ifade eder (Baudrillard 1991, 22).

“Teknoloji, görselleştirilmiş gerçeklik aracılığıyla bireyi gerçek olduğuna inandığı bir evrene yerleştirir. Çünkü birey, bu evreni görmektedir. Ama bu evren, bütünüyle kurgusal bir imajlar dünyasıdır. Görüntü temelli gerçekler üretilmekte ve tüketilmekte olduğu için kurgusaldır. Örneğin televizyon, var olan gerçekliği görüntüye yansıttığı durumuyla tek etkili gerçeklik yapmakta ve kendisine bakılmayı kaçınılmaz kılmaktadır (Bayrı 2011, 96)”.

Buna ek olarak televizyon, diğer iletişim araçlarından farklı olarak, her sınıftan kesime anında ulaşabilir. Bu da her kesimden insanın, gerçek ve kurgu belirsizliğine sürüklenmesi anlamını taşır. Bu konuda Baudrillard “yaşam ile televizyon birbirlerinden ayrılması imkânsız bir solüsyona benzemektedir” der (Baudrillard 2005a, 55)

Dijital teknoloji, zaman ve mekân kavramlarını önemsizleştirerek, dünyanın farklı coğrafi bölgelerinde yer alan diğer bireylerle her tür iletişimin kurulmasını mümkün kılmıştır. Aynı zamanda enformasyon depolama, sınıflandırma, işleme, iletme ve yeniden oluşturma gibi özelliklere sahip olan bu teknoloji, büyük miktarlarda bilgiye zahmetsiz ve hızlı şekilde ulaşma imkânını da sunmaktadır. Bu anlamda geleneksel medya, biçim değiştirmiştir (Dolgun 2005, 41). Zaman ve mekân sınırlarının ortadan kalkmasıyla internet yayıncılığı gelişmiş, geleneksel medyanın internet ortamına taşınması ile de yeni bir medya türü ortaya çıkmıştır. Bu medya türü aynı ortamda radyo, televizyon, gazete gibi farklı geleneksel mecraları aynı anda sunarak melez bir medya ürününün doğmasına yol açmıştır.

Kitle iletişim araçlarından biri olan internet, zaman ve mekânın yeniden yapılandırılmasına yol açar. Özellikle siber mekân, sürekli gelişim durumundadır. Bu anlamda internetin kendi teknik diliyle, ‘siber mekân henüz yapım aşamasındadır’ diyebiliriz. Bireyler, Sosyal medya aracılığı ile kültürler arası zaman ve mekân çerçevesinde diğer öznelerle etkileşmekte, fiziksel, toplumsal ve kültürel özelliğini, sesini, görüntüsünü dikkate alarak, sanal kimliklerini belirlemekte, hatta etkileşim sürecinde kendi kimliğini, cinsiyetini toplumsal rol ve statüsünü gizleyerek iletişimde bulunma hakkını kendinde görebilmektedir. Dijital medya ortamında kişiler arası iletişim, artık doğrudan değil, dolaylı ve görsel algılama üzerinde temellenir. Bu ortamda ‘ikinci bir ben’in üretilmesiyle iletişim, bedensiz bir şekilde gerçekleşir. Bedensiz iletişim, insanların arzulanmayan fiziksel özelliklerini gizlemelerine de olanak verir. Sanal alemde kurgulanmış kimlikler yaratan bireyler, bir anlamda yaşamlarını oyuna dönüştürerek başrolde oynamaktadırlar.

İnternet, kimliklerin aynı zamanda bilişsel, sosyal ve duygusal gereksinimlerini gidermektedir. Bireyler internet aracılığıyla, elektronik bir biçimde gerçek veya gerçek olmayan duygularını diğer bireylere aktararak kendilerini sanal anlamda var etmektedirler. Burada bireyler, günün modasına göre, neleri nasıl algılayıp algılayamayacağına, hangi rol elbiselerini giyip çıkaracağına, diğerlerinin kendi kimliğine yönelik algılarını nasıl yöneteceğine etkileşim macerasının akışına göre karar verirler. Sanal alemde kimliğini dilediği gibi seçebilen birey, gerçek yaşamda belki de ulaşılması imkansız olan alternatif kimliklerle ortaya çıkmakta ve istediği zaman da ortadan kaybolma hakkını kendinde bulabilmektedir. İnternet ortamında, kimlik sunum taktiklerini kullanarak, kendine ve diğerlerine ilişkin algıları kendi egosuna göre yönlendirebilmektedir. Diğer bir ifadeyle, sanal ortamda kimlik sunumları, görüngü, imaj, rol yapma suretiyle kurgusallaşmaktadır.

Günlük yaşamımızı derinden etkileyen internet, nasıl düşündüğümüzden nasıl yazacağımıza kadar her şeyi belirlemiştir. Dijital teknolojiyle birlikte, az bilgiyle çok işlem yapabilecek ara

yüzler üretilmektedir” (Yengin 2014.119). Dijital çağ sayesinde internet, popüler kültürün dönüştürücü temel aracı durumuna gelmiştir. Bu günün medyası, Facebook, Instagram, Twitter vb. gibi Sosyal medya olarak adlandırılan küresel network sistemlerinin bir birleşimidir. Sosyal medya sadece fotoğraf, video paylaşımı biçiminde değil, hem de bloglar, online sosyal forumlar, chat vb. iletişimi biçiminde de kendini var etmektedir. Bu bağlamda, Sosyal medya kullanıcıları, sanal alem üzerinde ne yaptıklarını, ne gördüklerini ve ne duyduklarını özgürce seçebiliyor hissine kapılmaktadırlar. Ancak bu durum ne yazık ki sadece bir yanılsamadan ibarettir, çünkü Sosyal medya, iktidar ve otoriter rejimlerin elinde, bir gözetleme ve baskı aracıdır. Özellikle Facebook ve Twitter gibi Sosyal medya araçları üzerinden gerçekleşen gözetleme, bizim her an ve herkes tarafından kolaylıkla görünebilir olmamızı sağlamıştır. Yaşam içinde devletlerin uyguladığı, George Orwell’ın 1984 adlı eserindeki gibi, kontrollü bir gözlemle işleyen ‘Big Brother’ senaryoları, kitleleri daha da apolitize etmiş, bu anlamda Sosyal medya, bir özgürlük yanılsaması olarak karşımıza çıkmıştır.

Dijital çağ sayesinde, internet mesafeleri yok ediyormuş gibi gözükmekte ve Sosyal medyanın kullanımıyla da yeni bir “siber kültür” dünyası yaratılmaktadır. Siber kültür kelimesi, internet teknolojileri üzerinden kültürün üretilmesine ve uygulanmasına işaret etmektedir. Dijital medyayla birlikte yeni kültürel biçimlerin ve ürünlerin ortaya çıkması, kültürün dönüşüme uğraması siber kültür alanının doğmasına sebep olmuştur. Giderek genişleyen bir kavram olarak siber kültür, birey ve dijital teknolojilerin nasıl etkileşime girdiğini, birlikte nasıl var olduğunu göstermektedir. Siber kültür, siber alandaki yaşam tarzları ya da siber alanın şekillendirdiği yaşam tarzları olarak görülebilmektedir. Bu bağlamda siber kültür, yeni teknolojilerin insan yaşamını ve yaşamındaki temsilleri, imajları, anlamları nasıl değiştirdiği üzerine düşünmeyi içermektedir (Bell 2007, 28). Siber kültür, sanal ortamda sürekli gelişim ve hızlı bir değişim içinde bulunan, bireyin kendisini takip etmesi gerektiği duygusu uyandıran, aksi takdirde yaşamdan geri kalacağını düşündüren bir yapıya sahiptir.

Toplumda, dijital teknoloji aracılığıyla yeni ‘hareketsiz toplumsallaşma’ biçimleri ortaya çıkmış, internete hızlı bir biçimde ulaşma imkânı ile de toplum içinde bütün siber iletişim biçimleri, kültürel yaşam ve sanat için bir referans noktası durumuna gelmiştir. Birer hareketsiz toplumsallaşma aracı olan yeni medya ortamlarının yeni toplumsal ilişkilere olanak sağlayarak yeni sosyal ilişkilerin kurulmasına imkan tanıdığı, ayrıca bireylere toplumsal ve siyasal olayları izleme, bu olaylara ilgi duyma, önemseme ve harekete geçme gibi toplumsallaşma alanlarında önemli işlevler üstlendiği görülmektedir (Çambay, 2015: 246).

Siber Kültür ve Hiper Gerçeklikte Sanat

Siber kültür, günlük yaşam kadar sanata ve yaratıcı düşünceye de biçim vermektedir. Bu anlamda eleştirel bir biçimde baktığımızda, teknoloji çağında, yaratıcılık ve sanatsal uygulamaların gücünü kaybettiğini görürüz. Yirmi birinci yüzyılda, özellikle kapitalist bir sistemin egemen olduğu dünyada, yaratıcılık ne yazık ki ekonominin bir nesnesi olmuş, bu da sanatsal değerın benliğini yitirmesine yol açmıştır. Medya, sanat ve sanatçı için yeni bir varoluş tarzı yaratmış, bu yeni varoluş tarzıyla onların bir nesne olarak sunulmasına yardım etmiştir. Sanat eserinin kendi özüne aykırı olan metalaşma süreci de teknoloji aracılığıyla doruk noktasına ulaşmıştır.

Günümüzde özellikle yaratıcı üretim, dijital sanat üretimiyle yer değiştirmekte, internetin sanat üretimi yaratıcılığa sekte vurmakta ve sanat sistemi içinde yabancılaşmaya neden

olmaktadır. Sanatın bir ekonomi nesnesi olarak görülmesi, yaratıcılığın saf dışı bırakılmasına yol açmaktadır. Bu süreçte sanatçılar, sanat eserlerini ortaya koyarken, popüler kültürün kendilerinden istediğini verebilmek ve popüler olabilmek adına yaratıcılıktan uzak, zorlama eserler çıkarmaktadır. Kuspit, *Sanatın Sonu* adlı eserinde, Post Modern sanatçıları sanatçı karikatürleri olarak gördüğünü belirtir. Ona göre sanatçı, Post Modernizm ile birlikte sıradan biri durumuna dönüşmüştür. Sanat, Post modern sanatçıların elinde, toplumsal açıdan gereksiz bir şey durumuna gelmiştir (Kuspit 2006, 72).

Sanat pazarında var olma çabasıyla sanatçı, ilgi çekici ve ayırt edici özelliklerini ön plana çıkarmaya çalışır. Ayrıca, simülasyonla birlikte, sanatçının eserini değerlendirmede ortaya çıkan temel ölçüt yok olmuş sayılır. Bu yüzden sanatçının kısa bir süreliğine de olsa var olabilmesi için sansasyon yaratabilecek haberlere ihtiyacı vardır. Böylece sanatçı, kendisinden söz ettirme kaygısıyla popüler kültürün bir parçası olur. Sanat, ne zorla eser vermeye çalışmak ne de sistemin sanatçıdan istediği fabrikasyon eserleri üretmektir. Sanat, doğal bir biçimde ortaya çıkan yaratıcılıkla anlam kazanır. Ne yazık ki modern çağda, dijital bağlamda sanat ve sanatçının durumu, sanatçının kendisine ve sanata yabancılaşmasıyla sonuçlanmıştır.

Popüler sanatçılar, tema ve metafor olarak genelde popüler kültür ve teknolojiye yönelmişlerdir. Her şeyin metaya dönüştüğü bir çevrede sanatçı, kendisine yön veren yaratıcı niteliklerini terk ederek, kendine ve topluma yabancılaşmıştır ki bu yabancılaşma, kapitalist toplumların üretimle ilişkili her etkinliğinde kaçınılmaz olarak yaşanmaktadır. Kapitalist toplumda sanat, her kesime hitap etme, popülerleşme eğiliminde bulunabilir ki bu da Kitsch ve Kitsch'in çoğalımı, yani simülasyon estetiğini yüceltir. Andy Warhol'un "Bir makine olmak istiyorum" sözünün ardında bu tespit yer almaktadır. Warhol, bu söylemiyle sanat ürünü olmayan üretimleri sanat ürünü gibi yansıtmış ve onların popüler sanat ürünü olmalarını sağlamıştır. Popüler sanat, popüler kitle kültürünün tema ve teknikleriyle karakterize edilmiştir. Pop sanatın öncü sanatçısı Warhol, popüler kültürün bir getirisi olan fotoğrafik imgeleri farklı bir şekilde kullanarak, sanata ekonomik bir anlam yüklemiştir. Warhol, 1975 yılında sanatın büyük bir başarıyla paraya dönüştürülebileceği düşüncesine açıklık getirmiştir: "Piyasa sanatı, Sanat'ın ardından gelen aşamadır. Ben bu işe ticari sanatçı olarak başladım ve piyasa sanatçısı olarak bitirmek istiyorum... Para kazanmak sanattır, çalışmak da sanattır, piyasada iyi iş yapmaksızın en iyi sanattır" (Warhol 1989, 459). Görüleceği üzere, Amerika'daki sanayileşme ve makineleşmenin yarattığı etki, dönemin sanatçısı üzerinde de etkisini göstermiştir. Warhol da kendisini bir makine olarak görerek, çalışmalarını sadece çoğaltmak ve kopyalamak biçiminde ortaya koymuştur. Popüler kültürün öne çıkardığı isimleri, serigrafi ve fotoğrafik imgelem tekniğiyle çalışmalarında kullanmış, sanatla ilgili görüşleri ve eserleri konusundaki düşünceleriyle geleneksel sanat çevrelerini şaşkına çevirmiştir.

Yirminci yüzyılda, kültür endüstrisi kapitalist üretimin baskın bir biçimi olurken, Yirmi birinci yüzyılda ise kültür endüstrisi popüler bir yaratıcı endüstri oldu. Bu da elbette yaratıcılığın sınırlarını beraberinde getirdi. Bu çağın sanatı, hem sermayecilerin sanat üzerinde yatırımı biçiminde hem de sanatçılar, galeriler ve müzeler üzerinden elde edilen sermaye biçiminde ortaya çıkmıştır. Çağımızda dijital devrim, sanat ve kültürün dönüşümüne aracılık ederek, yaratıcılığın anlamının 'girişimcilik' olarak anılmasına neden olmuştur. Böylece, kaçınılmaz olarak ekonomik güç sahipleri sanatın belirleyicisi konumuna yükselmiştir. Sanatın içeriği her türlü materyali içine almasıyla genişlemiş ve böylece sanat, ekonomik bir değişim aracı

olmuştur. Sanatın sadece ekonomik değer olarak algılandığı bir dünya bizi; sanat nedir ve gerçek sanatçı kimdir sorularıyla baş başa bırakır.

Aynı zamanda, siber alanda sanatçının ne olduğu ve niteliği kaybolmuş, her birey teknolojik araçları kullanarak ortaya koyduklarıyla kendini sanatçı olarak tanımla gücünü kendinde bulmuştur. Buna göre, bilgisayar teknolojilerinden anlayan hemen hemen herkes bu durumda 'sanatçı' olabilmektedir. Örneğin bireyler, dijital programlarla çektikleri fotoğraflar üzerinde renk ve tonlarda oynama yaparak veya bilgisayarlara yüklenen özel programla yapılan çizimlerle birebir sanat eseri ürettikleri sanısına kapılmışlardır. Bu sanılar, yaratıcı düşünce ve eylemin yok oluşunun bir sonucudur. Gerçek yaşamda bu bireyler, ne sanatçı ne de sanat üreticisidirler. Bu durum, bireylerin kendi benliklerini, kimliklerini bir hiper gerçeklik yaratarak yok ettikleri anlamını taşır.

Gerçeğin yitirilişi, popüler kültürün güç kaynaklarından biridir. Medya aracılığıyla tüketicilere arzularının gerçekleşeceği mesajının verilmesi, kitle iletişim araçlarının gerçek olmayan olayları gerçekmişçesine sunması, reklam imgelerinde 'ideal' mutlu birey görünümünün yer alması, aslında gerçeğin hiper gerçeklik boyutudur. Hiper gerçeklik, gerçek dünyadakinden daha çok imaj dizgelerinin yansımalarıyla ortaya çıkar. Kitle iletişim araçları, dünyayı hiper gerçeklik yoluyla tanımlar ve bu noktada kendi algılarımız gerçek değil, hiper gerçekliğin birebir kendisidir. Bu hiper gerçeklikte, kimlikler plastikleşmiştir ve bu kimliğe sahip olan bireyler, 'kendi kimliğimi kıyafet değiştirir gibi duruma göre değiştirebilirim' düşüncesiyle hareket ederler.

Simülakrlar ve Simülasyon adlı eserinde Baudrillard, orjinal ve kopyası ile gerçek ve sahtesi arasındaki bunalımı tanımlamak için bizi simülasyon düşüncesiyle baş başa bırakır. Burada, gerçekliğin yok oluşunu vurgular. *Sanat Komplosu* adlı eserinde ise şunları ifade eder: "Simülasyon, özgün olmayı özgün olmayan bir yolla yeniden üretti!" (Baudrillard 2005b, 16). Sanat özgünlüğünü, ayrıcalıklarını simülasyon evreninde tam anlamıyla yitirmiştir. Gerçekliğin bilgisinin bize aktarılması veya iletilmesinde problemler vardır ki bu problemler, bizi simülasyona, diğer bir ifade ile kopyanın kopyasına götürmektedir. Simülasyon, etkin olduğu post modern dönemin belirsizlik ilkesiyle uyumlu olarak, gerçekle sanal arasındaki ayrımı belirsizleştirerek varlık kazanır. Baudrillard, gerçekliğin simülasyona dönüşmesine kültür endüstrisinin neden olduğunu, yaşadığımız evrenin bir simülasyon evreni olduğunu açıkça belirtir ve iletişim teknolojilerinin doğal dünyayı teknolojik olarak yorumlayan bir hiper gerçekliğe dönüştürdüğünü söyler.

Günümüzde sistem tamamen belirsiz bir ortama doğru sürüklenmekte, tüm gerçeklik kod ve simülasyona özgü hiper gerçeklik tarafından emilmektedir. Artık yaşantımızı eski gerçeklik ilkesinin yerini alan bir simülasyon ilkesi belirlemektedir. Ereklerimizi yitirince modellerin belirlediği bir yeniden-üretim süreci içine girdik. (Baudrillard, 2008, 3)

Baudrillard'a göre yaşam, kurgusal anlamda yapay bir hale gelmiştir. Kurgusal siyasi, ekonomik ve dini gündemler, yapay savaşlar ve yapay yaşamlar gittikçe gerçeğin yerini almaktadır. böylece hiper gerçeklik oluşturularak bunlar, bireyler tarafından da gerçeğinden daha gerçek olarak algılanmaktadır. Baudrillard, hiper gerçeklik aracılığıyla bizim gerçekliği

kaybettiğimizi ve simülasyonun simge ve sembollerin yerini aldığını belirtir.¹ Baudrillard haklıdır. Gerçeklik, sadece bir simülasyondan ibarettir.

Sonuç

Tüm dünyayı elektronik ortamda birbirine bağlayan dijital teknoloji temelinde internet, günümüz toplumunda dönüştürücü bir rol oynamaktadır. Sürekli değişimle yeniden şekillenen siber kültür, aynı zamanda kontrol rejimlerini de baskın bir biçimde var etmiştir. Siber alanda özgürleştiğini düşünüp yeni kimliklerin peşinde koşan birey, kontrol mekanizması temelinde kimliksizleşme ile karşı karşıyadır.

Ayrıca siber alanda, hiper gerçeklikle tanışan bireyin yaşamındaki gerçeklik sıkıntılıdır ve bugünkü yaşamı sadece imgeden, yanılsamadan ya da simülasyondan ibarettir. Özellikle sanat alanında, sanat ve sanatçının sorun yaşamasına ortam hazırlayan siber kültür, hiper gerçeklik ile simülasyon yaşamda temel noktalar olmuştur. Geline son noktada, sanatın temel yapılarından olan nitelik, özgünlük, özerklik gibi kavramların yerini 'ne olsa gider!' (everything goes) sloganı almış, her alanda kendini gösteren manipülasyon sanatın yapılanmasını değiştirmiştir.

Kısaca, bilişim teknolojisinin ilerlemesiyle birlikte yaşam önemli bir biçimde değişime uğramış, söylemden sanata kadar her alanda dönüşüm başlamıştır.

Referanslar

1. Akca, E. B. (2014). *Demokratik Katılım Bağlamında Yeni Medya ve Dijital Yurttaşlık*. Yeni Medya, Pratikler, Olanaklar. Ed: Emel Baştürk Akca. Kocaeli: Umuttepe Yayınları
2. Baudrillard, Jean., *Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu*, Çev.: Oğuz Adanır, İstanbul: Ayrıntı Yay; 1991.
3. Baudrillard, Jean. *Simülakrlar ve Simülasyon*, çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları; 2005a.
4. Baudrillard, Jean. *Sanat Komplosu*, Çev. E. Cengiz, H. Gür, A. Nur, Ankara: İmge Kitapevi; 2005b.
5. Baudrillard, Jean, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları; 2008.
6. Bircan, Ufuk, Kierkegaard'dan Baudrillard'a Baştan Çıkarma, Dergi Karadeniz, 2016 bahar, sayı 29, s. 60-82.
7. Bayrı, Derya. Gözün Egemenliği Tarihin Sonu mu?, Özne: Baudrillard Sayısı, 14. Kitap; 2011.
8. Bell, David. *Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*, Oxford: Routledge; 2007.
9. Dolgun, Uğur. *Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna*, Bursa: Ekin kitapevi; 2005.

¹ Simgesel değiş tokuşlar, değerler sisteminin tam olarak gerçekliğin sahnesinde oynayan göstergeler tarafından değerlerin temsil edilmesidir (Bircan, 2016: 75).

-
10. Kuspit, Donald. Sanatın Sonu, Çev: Yasemin Tezgiden, Ankara: Metis Yayınları; 2006.
 11. Köseoğlu, Ö., *Halkla İlişkilerde Yeni Medyanın Kullanımı. Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi*, Araştır, Planla, Uygula, Deęerlendir. Der: A. Göztaş, F. Topsümer. Ankara: Seçkin Yay., 2012
 12. Warhol, Andy. A Retrospective, New York, Modern Sanat Müzesi; 1989.
 13. Yengin, Deniz., *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*, İstanbul: Derin Yayınları; 2014
 14. Yengin, D, *Yeni Medyaya Eleştirel Bakış*. Yeni Medya Ve< Ed: Deniz Yengin. Anahtar Kitaplar Yayınları, İstanbul; 2012
 15. Çambay, S. O., Bir Toplumsallaşma Aracı Olarak Yeni Medya: Kuramsal Bir Değerlendirme, Ege Üniv., İletişim Fak., İzmir, yıl 2015, cilt 5, sayı 2, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s. 237-247,s

