

## DİJİTAL İMAJ: “KENDİ”NİN SIMULASYONU MU OLMAYANA ERGİ Mİ?

Zeynep GÜNGÖR

İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, İstanbul, Türkiye  
zeynep.gungor@kemerburgaz.edu.tr

### ABSTRACT

Apparel is the primary material that a person consulted while creating and identity which is not only who actually he is, but also who he wants to be. In his social life or working life, people dress for impressing others because of many effective reasons, or pretending someone else or just to get what he wants. Thus he tells something about himself and over these images the society relates the look with his life-style. Basically, fashion refreshes itself for this deceptions. Human being is able to cover himself in any surroundings even he is most visible in. So, he is influenced by what, in a virtual world where is the most available atmosphere to hide “self”? While he is creating his digital identity called avatar, does he follow his own example or draws a sample of the simulation of a person he wants to be? In this case, it’s studied that; what criterions the gamers take in their costume and image selections during the creation of their visual characters and also this consciousness or underconsciousness is being understood by other gamers in the digital games like The Sims, The Sims Social, Second Life by questing the gamers in several ages, occupations and genders. Finally, it’s been highlighted the importance of apparel in the process of creating a digital ID.

**Keywords:** Simulation, Digital image, Apparel, Avatar

### 1.GİRİŞ

Simulasyon kuramı, 20. yy sonlarında Jean Baudrillard tarafından ortaya atıldığında, muhtemelen hiç kimse, dijital çağın kültür endüstrisine bu denli entegre olacağını öngörememişti. Bir araç, bir makine, bir sistem veya bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi anlamına gelen simülasyon, günümüzde baş döndürücü bir hızla gelişen ve değişen teknoloji ile birlikte, insan yaşamının hemen hemen her alanında kendini hissettirmeye başladı.

Sadece Hillier ve Lieberman’ın (1980) örneklediği mühendislik uygulamalarında değil, çeşitli alanlardaki eğitim uygulamalarında (uçuş, dalış, yerçekimsiz ortam); politika, ekonomi ve işletme yönetimlerinde; adalet sistemleri (CJSSIM, 1992) uygulamalarında; sinema sanatında (Godard Sineması) ve hatta dini ibadetlerde (Pray-o-mat, Oliver Sturm) bile, simülasyonlardan faydalanılmaktadır. Elbette kendi dinamiklerini yaratan dijital dünyanın da bu modelleme olgusundan ayrı tutulması söz konusu edilemezdi.

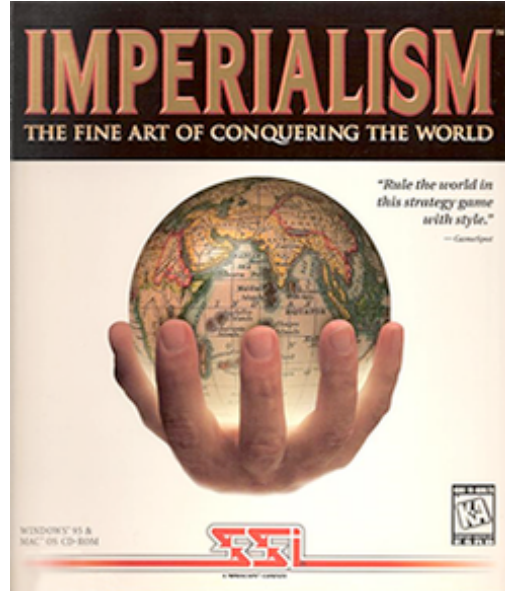
Günümüz dijital toplumunda simülatif evrenler yaratmaya olanak sağlayan dijital oyunlar, Adorno’nun “Kültür Endüstrisi” kavramını ortaya atmasına sebep olan, kültürün kendisinin bir endüstri ve kültür ürünlerinin de meta’lar haline geldiği iddiası ile ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda, çağın gereksinimleri doğrultusunda, kendi kültürünü yaratan dijital jenerasyonun, bir anlamda alt-benliklerini yaratarak bir meta haline getirdiği dijital ortamlar, “gerçek” tanımının sınırlarını da belirsizleştiriyor.

Baudrillard’a göre; *bundan böyle bir varlıkla çeşitli görünümüleri; gerçeğe gerçek kavramına özgü bir ayna/yansıma (metafizik) olamayacaktır. Bundan böyle gerçeğe gerçek kavramı arasında düşsel bir beraberlik de olmayacaktır. Çünkü genetik minyatürleştirme denilen şey, simülasyon evrenine özgü bir boyuttur. Günümüzde gerçek artık minyatürleştirilmiş hücreler, matrisler, bellekler ve komut modelleri tarafından üretilmektedir. Bu sayede gerçeğin sonsuz sayıda yeniden üretimi mümkün olmaktadır. Bundan böyle rasyonel bir gerçeğe ihtiyacımız olmayacaktır zira “gerçek” ideal ya da negatif süreçlerle başa çıkabilecek (boy ölçülebilecek) bir durumda değildir. Artık işlemsel bir gerçek vardır. Aslında gerçek bu değildir çünkü onu sarıp sarmalayan bir düşsellikten yoksundur. Bu*

*atmosferden yoksun bir hiperuzamda kombinatuvar modellere benzeyen, sentetik bir şekilde üretilmiş gerçek, diğer adıyla hipergerçektir.* (Baudrillard,2008)

### 1.1. Yaşam Simülasyonu Oyunlar

Hipergerçekliğin inkar edilemez en belirgin örneği olan dijital oyunlar, uzay ve galaksiler (Galaxy Game,1971; Spacewar!, 1971), gerçekdışı yaratıklar (Dungeons&Dragons, 1974), büyücüler (Wizardry, 1981), tesisatçılar (Mario Bros., 1983), spor müsabakaları (Arch Rivals, 1989), uygarlık tarihi (Sid Meier's Civilization, 1991) ve nihayetinde “dünyayı fethetme sanatı” olarak sunulan emperyalizm (Imperialism, 1997) simülakrlarından sonra, lafı dolandırmaktan vazgeçip, doğrudan insan yaşamını model almaya başladılar.



Görsel 1. PC oyunu Imperialism'in kapak resmi

The Sims 4 Şubat 2000 tarihinde, Electronic Arts, Inc. tarafından piyasaya sürüldüğünde, kimse, sıradan bir banliyö ortamında gelişen ve bir insan formunun günlük aktivitelerini planlamayı ve bu yolla karakterin kişisel hedeflerine ulaşmasını sağlayan, bitiminde her hangi bir ödül vaat etmeyen, hatta belirgin bir bitişi bile olmayan bu oyunun, tüm zamanların en başarılı video oyunları serisinin ilki olacağını tahmin etmemişti. Oyuncunun, daha başlamadan seçtiği karakteri istediği gibi yaratmasına ve oyunu sayısız olasılıklar arasından kendi istediği yönde şekillendirmesine olanak sağlayan The Sims, bu özellikleriyle, bir nevi “Tanrı olma fırsatı” yarattığı için heyecanla karşılandı.

Mayıs 2011 itibariyle dünya çapında 150 milyon kopyanın üzerinde satış yapan oyun serisi, bugün 3 farklı güncellenmiş versiyonu ve bunlar için tasarlanmış toplamda 20'nin üzerinde genişleme pakediyle, PC başta olmak üzere, PlayStation, Xbox, Wii, Game Boy Advance, Nintendo DS, PS Portable, iPhone ve The Sims Social adıyla Facebook üzerinden online olarak oynanmaktadır.

İnsan hayatını bir meta haline getiren oyunlar, The Sims ile sınırlı kalmadı. 2003 yılında piyasaya sürüldükten sonra birkaç yıl içinde bir fenomen haline gelen Second Life (Linden Lab), bir ailenin sıradan yaşamını konu alan, gerçek zamanlı Virtual Families (Last Day of Work, 2009), iki oyuncunun network üzerinden bağlanarak ortak bir bebeği yetiştirdikleri Eccky (Hyves,2009) insan anatomisine en uygun grafikleriyle dijital oyunlar tarihinde yerlerini aldılar.

## 2. DİJİTAL OYUNLARDA KİMLİK ARAYIŞI

Peki birey, bu hipergerçeklik düzlemlerinde, kontrolünü elinde tuttuğu sanal karakterini, yani avatarını yaratırken “kendi” olmayı ne kadar önemsiyor? Günlük yaşamda bile, “kendi”ni gizlemenin veya olduğundan farklı görünmenin bir yolunu bulan insan, hizmetine sunulan bu simülakrda, varlığını nasıl konumlandırıyor?

Yüzyıllar boyunca, toplum içerisinde bir yer edinme çabasında olan insan, bunu elde edebilmek için önce görünümünü kullandı. Zira giyim, tüketimin en görünür biçimlerinden biri olarak, kimliğin kurulmasında önemli bir rol oynar. Giyim tercihleri, insanların, hem belli bir zaman dilimine uygun görünümlere (diğer bir deyişle moda) ilişkin güçlü normları, hem de olağanüstü bir seçenek zenginliğini barındıran kültürün belirli bir biçimini kendi amaçları doğrultusunda nasıl yorumladıklarını incelemek için eşsiz bir alan sağlar. Toplumsal statünün ve cinsiyetin en belirgin göstergelerinden biri olan ve bu nedenle sembolik sınırların korunmasında ya da yıkılmasında etkili olan giyim, toplumsal yapılar içindeki konumların çağlarda nasıl algılandığını ve statü sınırlarının nasıl belirlendiğini gösterir. (Crane,2003)

Hiç şüphe yok ki günümüz dijital toplumlarında da durum değişmiyor. 21. yy'ın hızla değişen ve dönüşen dünyasında, moda, insanı tanımlayan veya istediği kişi olmasına olanak sağlayan en önemli araçlardan biri olmaya devam ediyor. “Ne giyiyorsan O’sun” mottosuyla hareket eden yüzyıl insanı, zamanının, enerjisinin ve kaynaklarının büyük bir kısmıyla, modanın bu baş döndürücü hızına yetişmeye çalışırken “insan”ın beslediği her alanda olduğu gibi, burada da güçlü olan kazanıyor.

Geçmiş yüzyıllarda, kamusal alanda kimliği ifade eden başlıca araç olan giysi, algının bulanıklaştığı dijital çağda artık kendi ikonlarını yaratıyor. İnsanlar, seçtikleriyle, giydikleriyle veya taktıklarıyla adeta kendi simülasyonlarını yaratarak toplum içine çıkıyorlar ve Oscar Wilde’ın “Dış görünüme göre karar vermeyenler, olsa olsa sığ insanlardır. Dünyanın gerçek gizemi, görünmeyende değil, görünür olandadır” sözü, görünür olanın ne kadar gerçek olduğu tartışılır bu çağda, anlamını yitiriyor. Herkes, olmak istediği kimliğin peşinde koşuyor.

Kuramsal olarak moda, toplumun bütün katmanlarındaki bireylere açıktır; hem kimliklerini ifade eden tarzlar yaratmalarına hem de giyim firmalarının yarattığı stilleri benimsemelerine olanak sağlar. (Crane,2003) Dijital ortamlarda giyim konusunun araştırıldığı bu bildiride, sözü edilen giyim firmalarını, oyun yazılım şirketleri ve onların kodladığı random avatarlar ile ilişkilendirebiliriz. Çağdaş toplumların sunduğu yaşam tarzı seçeneklerinin çeşitliliği bireyi gelenekten kurtarır ve seçim yaparak anlamlı bir özkimlik yaratmasını olanaklı kılar (Giddens, 1991). Geçmişte ve bugün, olanların ve yapılanların anlamının sürekli olarak yeniden değerlendirilmesiyle, benliğin kuruluşu ve sunumu başlıca düşünsel uğraşlardan biri haline gelmiştir. Birey geçmiş, bugün ve gelecek anlayışını kapsayan “kişisel anlatılar” yaratarak bir anlamda kimliğini kurar. (Crane,2003) Baudrillard’ın da belirttiği gibi, gerçeklik ilkesinin egemen olduğu bir dünyada gerçek, düşsel bir bahaneye sahipti. Simülasyon ilkesinin belirlediği günümüz dünyasındaysa gerçek, modelin kopyasından başka bir şey olamamaktadır. Paradoksal bir şekilde gerçek bizim için hakiki bir ütopyaya dönüşmüştür oysa bu ütopyanın gerçekleşme olasılığı sıfırdır. (Baudrillard,2008) Her ne kadar, Baudrillard’ın sözünü ettiği simülasyon ilkesi, genel kapsamıyla toplumsal, politik, kültürel ve ekonomik olanı kapsamakta olsa da, kuramın semantiğini çağın dinamiklerinden ayrı tutmak imkansız.

Örneğin, dünya genelinde milyonlarca dinleyiciye sahip bir müzik grubu elemanlarının, okyanusun dibinde köpekbalıklarıyla yüzerken, gökdelenleri yollara devrilen bir şehirden kaçmaya çalışırken veya bir köprünün ana kablosu üzerinde snowboard yaparken, aynı anda müziklerini icra etmesi, gerçeklik sınırlarını zorlayabilirdi. Oysa, hipergerçeklikte bu ütöpik durum hiç garipsenmemekle birlikte bir eğlence unsuru olarak karşımıza çıkıyor.



**Görsel 2.** Red Hot Chili Peppers müzik grubunun Californication isimli şarkıları için hazırladıkları videodan bir ekran görüntüsü

Dijital oyunlar evreninde de sistem aynı şekilde işliyor. The Sims, The Sims Social ve Second Life türevleri yaşam simülasyonu oyunlarda, oyuncu, karakterini giydirirken kendi gerçekliğini model alıyor. Bu gerçekliğin, diğer oyuncular tarafından onaylanıp onaylanmadığı, bireyin yarattığı hipergerçeklikte bir anlam ifade etmiyor. *Kendilik algısı teorisi, insanların tavır ve kanaatlerini, kendilerini üçüncü bir şahıs gibi gözlemleyerek ifade ettiklerini kanıtıyor* (Bem, 972:2-57) Yani birey, dijital imajını yaratırken seçtiği giysilerin ve oluşturduğu kimliğin, kendi algıladığı özkimliğinin topluluk içindeki yansıması olduğuna inanıyor. Yaşamı kontrol etme şansı veren simülasyon oyunlarında, birey dijital imajını kendi algısıyla ifade ediyor ve yaşama dair hedeflerini ve yapmak istediklerini, yarattığı hipergerçeklikte, bu avatar sayesinde gerçekleştirmeye çalışıyor. Fashion Institute of Technology’de Sanat Tarihi Öğretim Üyesi olan Dr. Beth Harris, Second Life avatari Max Newbold’u “*Beni en iyi şekilde temsil ediyor ve aynı zamanda benim hakkımda bazı derin gerçekler barındırıyor. En iyi kıyafetlere sahip. Cesur. Güzel. Onu ben yarattım. O, aynı anda hem ben hem de değil. Max, Second Life içindeki sanat eserlerine ulaştığında, ben de ulaşıyorum.* (Hubbell, 2009:46-51) sözleriyle tarif ediyor. Sosyal bir ağ üzerinden oynanan The Sims Social oyunu ile ilgili, 25 yaş üstü çeşitli meslek gruplarından (dış ticaret uzmanı, web tasarımcısı, akademisyen, blogger, aktris, vs) yeter sayıda oyuncu ile yapılan araştırmada, katılımcıların neredeyse tamamının dijital imajlarını, diğer oyuncuları kandırmaya yönelik değil, kendi gerçeklik algılarını kabullendirmeye dayalı bir giydirme anlayışı benimsedikleri görülmüştür. Buradan yola çıkarak, insanların, simülasyonlarını olmak istedikleri kişi üzerinden değil, olduklarına inandıkları kişi üzerinden yarattıkları söylenebilir.



**Görsel 3.** The Sims Social oyuncularını ve avaturlarını üzerine yapılan araştırmadan örnekler

### 3. SONUÇ

İnsanlar, diğerleri hakkındaki ilk izlenimlerini oldukça hızlı ve kolay şekillendiriyorlar. Yarım saniyeden kısa bir sürede gördükleri tek bir fotoğrafa dayalı olarak karmaşık yargılar oluşturabiliyorlar (Olivila & Todorov,2010)... Bu hızlı izlenimler, çekicilik, beğenilirlik, yeterlilik, saldırganlık gibi insanların sahip olduğu çeşitli özellikleri hakkında, tavırlarımıza yol gösterebilirler (Willis & Todorov, 2006). Yargılarımızı şekillendiren mevcut diğer destekleyici bilgiler, görsel etkinin gücüne aracılık etmekle beraber, bu izlenimlerin doğruluğu, zorlu zaman sınırlamalarında bile tahminlerin üzerindedir. (Olivila & Todorov,2010) (Howlett vd., 2010) Dolayısıyla birey, dijital dünyanın anonimliğinde, kendini güvende hissetmek ve karşısındaki karakteri etkilemek için, algıladığı özkimlikten yola çıkıyor. Tıpkı toplumsal yaşamda olduğu gibi, sanal topluluklarda da beğenilme içgüdüsüyle giyiniyor. *Rosa Mikael Martey ve Jennifer Stromer-Galley'in (2007) gönderme yaptıkları sosyal kimlik/kimlik belirsizliği etkileri kuramı (social identity/de-individuation effects - SIDE) ve toplumsal bilgi işleme modeli (social information processing – SIP), anonim kimliğin toplumsal normlara etkilerini olumlar.* (Doğu,2009) *Kullanıcılardan, avatarlarının görünümünden beklenen eğilimler hakkında çıkarsama yapmalarını ve sonradan, toplumsal tavır ve davranışlarını buna uydurmalarını bekleyebiliriz... Genel olarak bu fenomen Proteus Etkisi olarak anılır olmuştur.* (Yee vd, 2009:285-312)

Sonuç olarak bireyin, toplumsal yargılamalar olmaksızın, kendini ifade etme şansı bulması, özgüveninin gelişmesine yardımcı olur. Yargılanma kaygısı ortadan kaldırıldığında, kendisini algıladığı şekliyle simüle eden birey Proteus Etkisi ile, sanal olsun veya olmasın ortak toplumsal alanlarda kendinden daha emin hareket eder. Gerçekte, belki de varolmayan bir kimliği, varmış gibi algılayıp bu kimliğin simülakrını yaratarak, zamanla modelin kendisini simülasyonu ile eşgüdümlü geliştirir ve kimliğinin varlığını ispat eder. Bu da bizi, bireyin kendi simülasyonunu yaratmasının, bilinçdışı bir olmayana ergi olumlamasına dönüştüğü gerçeğine götürüyor. Ancak, bu da dahil olmak üzere, bütün simülatif evrenlerde sonsuz sayıda gerçek algısı yaratmak mümkün olduğundan neyin gerçek, neyin varsayım olduğu birbirine karışıyor. Netice de, Flint Schier'in 1983'te ortaya koyduğu sav, bütün bu karmaşanın arasından, en gerçek haliyle sıyrılıyor; "Seçtiğimiz giysilerle bir şeyler ifade ettiğimiz düşüncesinde bir hakikat vardır tabii; ama buna çok fazla bel bağlayarak her seçimde kodlanmış bir dizi kural arayıp durmayalım." (Schier,1983)

### KAYNAKLAR

- Baudrillard, J.(2008). *Simülasyon ve Simulakrlar*, (Çev: Adanır, O.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bem, D.(1972). Self-Perception Theory. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol-6: 2-57
- Crane, D.(2003). *Moda ve Gündemleri*, (Çev: Çelik, Ö). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hubbell, L.(2009). "Creating Self and Substance in a Virtual World". *Surface Design Journal*, 33(2): 46-51.
- Howlett, N. & Pine, K. J. & Fletcher, B. (2010). 'The Influence of Clothing on First Impressions'. University of Hertfordshire
- Doğu, B.(2009). *Dijital Oyun Rehberi*. İstanbul: Kalkedon Yayınları, Der: Binark, M. vd.
- Schier, F.(1983). *Speaking Through Our Clothes*. New York Times Book Review
- Yee, N. vd.(2009). 'The Proteus Effect: Implications of Transformed Digital Self-Representation on Online and Offline Behavior' *Communication Research* 36(2):285-312.