

## ÜSTGERÇEKLİK VE TURİZMİN SONU<sup>1</sup>

**Yrd. Doç. Dr. Semra AKTAŞ POLAT**  
Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi,  
Turizm İşletmeciliği Bölümü

### ÖZ

Postmodern dönemde ortaya çıkan gelişmelerle birlikte kentlerin de yeniden inşası gündeme gelmiştir. Günümüzde kentler, artık sadece gündelik yaşamın sürdürüldüğü sıradan mekânlar değil, aynı zamanda bireylerin alışveriş, eğlence ve gezi gibi birçok ihtiyaç ve isteklerine de cevap verebilen, turistik cazibe merkezleri haline gelmiştir. Böylece turizm etkinlikleri, zamandan ve mekândan bağımsız bir şekilde her zaman ve her yerde gerçekleştirilebilen bir faaliyete dönüşmüştür. Bu çalışmanın amacı, postmodernizmin unsurlarından üstgerçekliğe ilişkin uygulamaların turizme yansımaları hakkında bir değerlendirmede bulunmaktadır. Bu bağlamda, üstgerçeklik uygulamalarının turizme yansımaları, “turizmin sonu” söylemi ile irdelenmiş ve bu söylemin teorik temelleri incelenmiştir. Üstgerçeklik uygulamalarının teorik temeller çerçevesinde tartışıldığı bu çalışmada sonuç olarak, genel kabul görmüş turizm tanımlarının sorgulanması gerekliliği kanısına varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Postmodernizm, Üstgerçeklik, Simülasyon, Turizm.

## HYPERREALITY AND THE END OF TOURISM

### ABSTRACT

The reconstruction of the cities has come out in the postmodern period in which a lot of changes emerged. Today, the cities are no longer just the ordinary places of everyday life, but also have become tourist attractions meeting the individuals' needs and desires, such as shopping, entertainment, sightseeing, etc. Thus, tourism activities have been transformed into the activities which can be carried out every time and everywhere regardless of time and space. The purpose of this study is to make assessments on the reflections of hyperreality applications in tourism. In this context, the reflections of hyper reality applications in tourism have been examined in the framework of the discourse "the end of tourism" and the theoretical basis of this discourse was also discussed. As a result, in this study discussing the applications of hyperreality in theoretical perspectives, it is emphasized that the generally accepted definitions of tourism should have been questioned.

**Keywords:** Postmodernism, Hyperreality, Simulation, Tourism.

<sup>1</sup> Makalenin geliş tarihi: 14.10.2014

Makalenin kabul tarihi: 12.01.2015

## I. GİRİŞ

Postmodernizm, bizlere bugünü öğütleyen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Anı yaşamanın ve yüzeyselliğin dönemi olan postmodern dönem kaosu hakim olduğu, hiyerarşinin altüst olup eşitliğin öne çıktığı bir dönemdir. Postmodernizmin unsurlarından olan üstgerçekliğin konu edinildiği bu çalışmanın amacı üstgerçekliğe ilişkin uygulamaların turizme yansımaları hakkında bir değerlendirmede bulunmaktır. Bu bağlamda üstgerçeklik uygulamalarının turizme yansımaları ilk olarak Lash ve Urry'nin (1994) "Economies of Signs and Space" adlı çalışmalarında birlikte tartıştıkları sonrasında ise Urry'nin (1995) "Consuming Places" adlı eserinde tüketim temelinde ele aldığı "turizmin sonu-the end of tourism" söylemi ile irdelenmiş ve bu söylemin teorik temelleri incelenmiştir. Bu değerlendirmeyi yaparken daha çok "medya teorisi" üzerine çalışmaları ile ünlü Baudrillard'ın (1981) "Simulacred et Simulation" adlı eserine konu olan simülasyon teorisinden yararlanılmıştır. Özetle bu çalışma Lash ve Urry (1994) tarafından ortaya atılan "turizmin sonu" kavramını postmodernizm, küreselleşme, tüketim kültürü ve Baudrillard'ın simülasyon kavramları ile yorumlayarak turizm olgusunu farklı bir yaklaşımla incelemektedir.

Baudrillard'a göre *medya günlük yaşamımızı ileri kapitalizmin teknolojik söylemleriyle öylesine doldurmuştu ki gerçekliğin kendisi yok olmuştu ve hepimiz bir imgeler evreni olarak tanımlanan üstgerçeklik tuzağına düşmüştük* (Baudrillard, 1983'den akt. Gottdiener, 2005: 42-43). Baudrillard'ın simülasyon teorisinin ardında yatan bu düşünce onun postmodernizmin sanatın, tarihin ve toplumsalın sonu olduğuna ilişkin yorumlarına ışık tutmuştur. Örneğin Baudrillard (2003) "Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu" adlı eserinde referandumlar gibi simülatif sisteme ait olan tertibatlar aracılığıyla varlığı artık toplumsal değil de istatistiksel olarak anlam kazanan sessiz çoğunluklardan bahsetmiştir. Baudrillard (2003) bu kitlelerin artık düşsel bir gönderen olmasının, onun var olmadığı anlamına gelmediğini sadece onun temsil edilemeyecek bir duruma geldiğini ifade etmiştir.

Modernizmden postmodernizme geçişte belirleyici unsur teknolojidir. Baudrillard (1992; 1996; 2003) tarihin sonu, sanatın sonu ve toplumsalın sonu şeklinde konularını işlerken, Jameson (2005) sanatın mı, tarihin mi sonu şeklinde bir söylemle çalışmasını şekillendirmiştir. Danto (1984-1996) ise Hegel'in görüşlerini postmodern dönemde dile getiren bir düşünür olarak "her şey gider" anlayışının hâkim olduğu bu dönemi sanatın sonu ile ilişkilendirmiştir. Lyatord (1979) bu dönemi "büyük anlatıların sonu (the end of grand narratives)" ifadesi ile tanımlamıştır. Teknolojik gelişmeler postmodernizmi bir şeylerin sonu olarak gören çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da sorumlu kabul edilmiştir.

Baudrillard dışında Ritzer'in de söylemlerine başvuru olan bu çalışmada özellikle Ritzer'in (2011a: 33) "tüketim katedralleri" olarak tanımladığı tüketim

merkezlerine odaklanılmıştır. Aytaç'ın (2006: 28) belirttiği gibi tüketim odaklı stratejiler yaşamın her alanına müdahale etmektedir. Ritzer (2011a: 65) yeni tüketim araçlarının tek bir çatı ya da tek bir ortamda isteyebileceğimiz her şeyi sunar gibi görünerek alışveriş ve tatil deneyiminin niteliğini daha verimli hale getirip değiştirdiğinden bahsetmektedir. Urry (1999) yaşam tarzlarında meydana gelen bu değişme ile birlikte öznenin dönüşümü ve tüketim alışkanlıklarının değişimi bağlamında konuyu ele alarak bu durumu yeni ulaşım teknolojileri, toplumsal olarak örgütlenen seyahatin yeni biçimleri, tüketimin doğasındaki değişimler ve turizmin sonuyla ilişkili olarak yorumlamıştır. Urry'nin bu yorumundan yola çıkılarak kaleme alınan bu çalışmada ele alınan "turizmin sonu" söylemi, turizm faaliyetlerinin artık gerçekleşmediği ve gittikçe gerilediği anlamına gelmemektedir. Aksine Dünya Turizm Örgütü (2014) verilerine göre 2013 yılında 1 milyar 87 milyon kişi turizm etkinliklerine katılmış (UNWTO, 2014) ve son beş yıl içinde dünya genelinde turizm etkinliklerine katılanların sayısı 2009<sup>2</sup> yılı hariç her yıl bir önceki yıla oranla artış göstermiştir.

Bu çalışma postmodernizm ile birlikte kent tasarımlarının da dönüştüğüne dikkatleri çekmekte ve özellikle Baudrillard'ın ele aldığı simülasyon (simulation) kavramından yola çıkarak gündelik yaşam alanlarının hem yerel halk hem de turistler açısından çekici merkezler haline gelmesi ve simülakrlar (simulacres) ile birlikte turistik mekanın kendisinin yerine, kopyasının arzulanması ve tercih edilmesine odaklanmıştır. Simülakr, Fransızca Sözlükte (2014) "simulacre" sözcüğünün çevirisi olarak verilmiş olup simulacre kelimesi; görüntü hayalet; göstermelik, taslak şeklinde tanımlanmaktadır. Simülakr kelimesine karşılık olarak verilen taklit, hayal ve gösterge gibi tanımlamalara karşın Baudrillard (2011: 15) eserinde simülakrlardan bahsederken *burada bir taklit, sûret ya da parodiden değil aslı yerine göstergeleri konulmuş bir gerçek, bir başka deyişle her türlü gerçek süreç yerine işlemsel ikizini koyan bir caydırma olayından söz ediyoruz* şeklinde bir ifade kullanmıştır. Dolayısı ile bu çalışmada Baudrillard'ın "simülacres" kavramı Adanır'ın (2011) Baudrillard'ın (1981) "Simulacres et Simulation" isimli eserinin Türkçe çevirisinde kullandığı "*simülakr*" kavramı ile ifade edilmiştir.

Üstgerçeklik ile birlikte turizmin sonuna ilişkin bir değerlendirmenin yapıldığı bu çalışmanın ikinci bölümünde postmodernizme ilişkin tanımlamalara yer verilmiş, üçüncü bölümünde postmodernizmi bir şeylerin sonu olarak gören çalışmalara yer verilmiş, dördüncü bölümünde üstgerçeklik konusuna değinilmiş ve beşinci bölümünde üstgerçeklik ve turizmin sonuna ilişkin bir değerlendirme yapılarak çalışma sonlandırılmıştır.

---

<sup>2</sup> 2012 yılında 1 milyar 35 milyon, 2011 yılında 995 milyon, 2010 yılında 949 milyon, 2009 yılında 891 milyon, 2008 yılında ise 927 milyon kişi turizm etkinliklerine katılmıştır. 2030 yılında dünya genelinde turizm hareketlerine katılanların oranının 1 milyar 800 milyona ulaşacağı öngörülmektedir. Dünya Turizm Örgütü 2009 yılındaki bu düşüşü ekonomik kriz ile açıklamıştır (UNWTO, 2014).

## II. POSTMODERNİZM

Geçmişten günümüze hâla modernizmi, modernizmin etkilerini tartışırken bir taraftan da postmodern denilen başka bir olguyu tartışmaktayız. Harvey (1993), postmodernizm ile nitelenen bugünün dünyasının; (1) dünya üzerinde üretilen ürünlere ve farklı mekânlara erişebilirliğimizdeki hızlı değişim, (2) kitle turizminin yaygınlaşması, (3) uzaklık engelinin kalmaması, (4) zaman ve mekân içinde başkalarıyla olan ilişkiler gibi temel önemdeki konularda derin bir belirsizlik ve kişisel güvensizlik yarattığını düşünmektedir.

Harvey'in (1989) "zaman ve mekân sıkışması (time-space compression)" kavramı bize konu gereği önemli bir çıkış noktası sağlayacaktır. Harvey (1989), telekomünikasyonun oluşturduğu "küresel köy"e değinmiş ve "zaman-mekân sıkışması" olgusunu *zorlu, heyecan verici, stresli, bazen derinden rahatsız edici, bazen harekete geçirme yeteneğine sahip bu nedenle de kültürel, siyasi ve sosyal tepkilerin bir çeşitliliği* şeklinde tanımlamıştır (Harvey, 1989: 240). Benzer bir biçimde McLuhan'ın görüşünde de "küresel köy" tanımlaması ile karşılaşmaktayız. McLuhan (1962: 31), elektronik bağımsızlığın dünyada küresel köy imajını oluşturduğuna değinmektedir.

Harvey ve McLuhan açısından bakıldığında iletişim ve ulaşım teknolojisindeki değişimlerin bizleri duygusal açıdan etkilediği ve bu değişimlerin gerçekte üstgerçeklik arasındaki farkın ayırdına varmamızı etkilediği yorumuna ulaşabiliriz.

Postmodern teoride toplumsal değişim farklı açılardan ele alınmıştır. Bunlardan birisi Eco'nun "yitik masumiyet çağı- an age of lost innocence" (Eco, 1986: 67'den akt. Finnegan, 2007: 110) yaklaşımıdır. Eco'nun (1986) "Gülün Adı Üzerine Dönüşümler" isimli ünlü eserinde postmodern davranışı tanımlarken kullandığı bu kavram aslında pek çok şeyin çok daha önceden başkaları tarafından üretilip tüketildiğini anlatmaktadır. Zamanın başka bir şekle büründüğünü ve zamanın artık uzamı yapılandırmadığını ifade eden Bauman (2000:125) *postmodern dönemde sorunun bir kimliğin nasıl keşfedileceği ve inşa edileceği değil, asıl sorunun kimliğin çok sıkı olmasının ve bünyeye çok çabuk yapışmasının nasıl engelleneceği konusu* olduğunu ifade eder. Bauman'a (2000: 125) göre *postmodern yaşam stratejisinin özü, kimliğin kararlı hale getirilmesi değil, sabitlikten kaçınmaktır. Bu kaçınmayı kendisinde somutlayan şey turist figürüdür.* Bauman'ın bu ifadesine göre kaçış motivasyonu ile hareket eden turistin günlük rutinlerin dışına çıkarak kimliğini de bir anlamda belirsizleştirdiği söylenebilir.

Postmodernizme yönelik diğer bir açıklama ise Lipovetsky (1989) tarafından yapılmış olan "boşluk çağı (L'ère du vide/The era of emptiness)" tanımlamasıdır. Lipovetsky (1989), "boşluk çağı" tanımlamasında, *yaşam için değer ifade eden büyük hedeflerin ve büyük faaliyetlerin günümüzde kaybolduğunun sinyallerini* vermektedir (Lipovetsky 1989'dan akt. Wesemael, 2005: 85). Wesemael (2005: 85) boşluk çağı ile birlikte devrimci umudun kaybolduğunu ve devrimci çağın sona ermesiyle geriye kalanın ego tatmini,

beden ve cinsellik saplantısı olduğunu belirterek bu dönemde davranışların özgülleştiği ve boşluk hissi kazandığı yorumunu yapmaktadır.

Lipotevsky'nin "boşluk çağı" açıklamasına benzer bir tanımlamayı Bell ve Kellner'in açıklamalarında da görmekteyiz. Bell'e (1980) göre *arzu, içgüdü ve zevk arayışı zincirlerinden boşalınca toplumun yapısal gerilimleri artar ve alanların birbirlerinden kopması kızıdır, modernizmin mantığı en uca taşınmış olur* (Bell, 1980'den akt. Featherstone, 2005: 29). Kellner (2001: 190) ise, postmodern kültürde öznenin aşırı mutluluk ve coşku yoğunluklarının oynaklığına kapılarak çözülüp parçalandığını, bağlantısızlaştığını ve merkezlesizleştiğini ifade etmiştir.

Konu ile ilgili bir başka olgu ise örgütsüz (disorganised capitalism) kapitalizmdir. Postmodern kültür tüketimin üretim karşısında ayrıcalıklı hale geldiği bir kültürdür (Dağtaş ve Dağtaş, 2006: 14). Dolayısıyla postmodernizmin örgütsüz kapitalizm ile eşdeğer olduğu görüşünün baskın olduğunu ifade edebiliriz.

Örgütsüz kapitalizm, insan hayatını şekillendiren sosyal yapıların yerine geçen tüketici toplum yapısıyla iletişim ve bilginin sağlandığı alan ve ekonomik kültürel işaretlerin artması ile ifade edilir (Demirkaya, 2003: 104). Özcan (2007: 87), bu dönemi yaşamın adımlarının oldukça hızlandığı ve yaşamın belirsiz bir hal aldığı bir dönem olarak tanımlayarak televizyon, mobil telefon ve internetin bireyler arasındaki ilişkileri dönüştürdüğüne, zaman ve mekânın birbirinden kopmasına yol açtığına değinmiştir.

**Tablo 1: Kapitalizm, Turizm ve Seyahat**

<i>Toplum Biçimi</i>	<i>Seyahat Biçimi</i>
Kapitalizm öncesi	Örgütlü keşif
Liberal kapitalizm	Zenginlerin bireysel seyahatleri
Örgütlü kapitalizm	Örgütlü kitle turizmi
Örgütsüzleşmiş kapitalizm	Turizmin sonu

**Kaynak:** Lash ve Urry, 1994'den uyarlayan Urry, 1999: 201

Lash ve Urry (1994) kapitalizmi turizm ve seyahat biçimleri ile karşılaştırmışlar ve örgütsüzleşmiş kapitalizmi turizmin sonu ile ilişkilendirmişlerdir (Urry, 1999: 201). Lash ve Urry'nin (1994: 271) ifadesine göre sosyal yaşam bütün yönleri ile estetikleştirilmiştir. Bunun anlamı ise görsel tüketimin alışveriş, yeme-içme, spor, eğlence, eğitim, kültür vb. gibi farklı bağlamlarda ortaya çıkabilecek olmasıdır. Bu bağlamda örgütsüzleşmiş kapitalizmin turizmin sonunu işaretlediği ve örgütsüzleşmiş kapitalizm ile birlikte insanların bütün yönleri ile estetikleştirilen [simüle edilmiş] bir zamanı deneyimleyen turistler olduğu ifade edilebilir.

### III. POSTMODERNİZM VE “SON” DÜŞÜNCESİ

Postmodernizme ilişkin literatür incelendiğinde postmodernizmin başta modernizm olmak üzere pek çok olguya son verdiğine ilişkin çeşitli düşüncelere rastlanılmaktadır. Örneğin Toynbee, 1939’ da yazdığı "Bir Tarih İncelemesi" adlı kitabında modern dönemin Birinci Dünya Savaşı ile son bulduğunu bundan sonraki dönemin post-modern dönem olduğunu dile getirmiştir (Toynbee, 1939’dan akt. Erinç, 1994: 31). Toynbee’nin bu ifadesi postmodernizmle birlikte modernizmin sonuna işaret etmektedir. Jameson (2005: 101) kendisi de dâhil birçok kişi tarafından postmodernitenin çoğu zaman bir şeyin sonu olarak nitelendirildiğine değinmiştir. Jameson “sanatın sonu mu yoksa tarihin sonu mu” başlıklı yazısında postmodernizmi modernizmin ulaştığı en yüksek nokta olarak sunmuş ve postmodernizmle birlikte gelinen noktayı sanatın mı yoksa tarihin mi sonu? ifadesiyle açıklamaya çalışmıştır. Jameson’un (2005: 82) ifadesine göre “tarihin sonu” ve “sanatın sonu“ tartışmalarının her ikisi de Hegel’den türetilmektedir. *Hegel’in de sıklıkla belirttiği gibi tarihin gerçek ve son amacı özgürleşmedir* (Bayar Bravo, 2006: 40). Ritzer’in (2011b: 148) ifadesine göre *Hegel’in gözünde tarihin sonunu getiren şey 1806 yılında Napolyon’un Prusya karşısında kazandığı zaferdir. Çünkü bu zafer, özgürlük ve eşitlik gibi Fransız Devrimi düşüncelerinin ve bu düşünceleri benimseyen devletin zaferi anlamına gelir.* Neo-liberalizmi tarihin ulaşabileceği son nokta olarak değerlendiren Fukuyama (1989: 3-18; 1992’den akt. Ritzer, 2011b: 148) “Tarihin Sonu” fikri ile oldukça tartışılmıştır. Fukuyama liberalizm ve neo liberalizm ile ilgili olarak yaptığı açıklamada komünizmin ve faşizmin yok olmasıyla birlikte artık tarihin sonuna gelinmiş olduğunu ilkeler ve kuruluşlar bakımından daha fazla bir ilerlemenin olmayacağını vurgulamıştır. Bu düşüncenin ardında yatan neden ise büyük sorunların hakikaten çözülmüş olmasıdır (Fukuyama, 1992: xii’den akt. Ritzer, 2011b: 148).

Benzer bir biçimde *Baudrillard’ın postmodern teorisinin büyük kısmı üretimin, gerçeğin, toplumsalın, tarihin ve modernliğin diğer önemli görünümünün sona erişinin ya da gözden yitişinin kavramsallaştırılmasını içerir* (Baudrillard, 1987a; 1987b’den akt. Best ve Kellner, 1998: 166). Baudrillard, tarihin sonu düşüncesi ile birlikte tarihin getirdiği devrim, sosyalizm, ilerleme ve refah gibi olguların da gözden yittiğini düşünmektedir (Baudrillard, 1987a’dan akt. Best ve Kellner, 1998: 166). Ancak *Baudrillard, tarihin bir simülasyon halinde bir dizi özel etki ya da bir oyuncak olarak (güçbela) canlı tutulduğunu iddia eder* (Baudrillard, 1987a: 68-134’den akt. Best ve Kellner, 1998: 166). Turan (2007: 91) tarihin sona erdiği, geleceğin iptal edildiği ve göstergelerin giderek kendileri dışında gerçek bir dünyaya değil bizatihi kendi gerçekliklerine gönderme yaparak kendilerine ait bir yaşam edindikleri bu caydırma evrenini “*Baudrillard’cı evren*” ile yorumlamıştır.

Modernizmin sona erdiğini söyleyen yazarlarla çelişebilecek bir görüşle Berman (2010: 11) “Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor. Modernite Deneyimi” adlı eserinde modernizmi, *modern insanların modernleşmenin nesnelere oldukları*

*kadar öznelere de olmak, modern dünyada sıkıca tutunabilecekleri bir yer bulmak ve kendilerini bu dünyada evde hissetmek için giriştikleri çabalar olarak tanımlamıştır. Berman (2010: 18), modernitenin ufkunun kapandığını, enerjisinin tükendiğini söyleyen postmodernistlere göre modernitenin geçip gittiğini söylemekte ve modernizm ile postmodernizm yönündeki açıklamalarını “katı olan her şeyin buharlaştığı” tezi ile yorumlamaktadır. Kısacası Berman (2010: 460), modern olmayı katı olan her şeyin ergiyip havaya karıştığı bir evrenin parçaları olmak şeklinde tanımlamıştır.*

#### IV. ÜSTGERÇEKLİK

Üstgerçeklik konusunda semiotik (göstergebilim) uzmanı Eco ve Fransız sosyolog Baudrillard önde gelen isimlerdendir. Eco ve Baudrillard “hyper” ekini öne çıkaran kitle iletişim araçlarının ve teknolojinin baskın hale gelmesi sonucu “gerçeğin kaybolması” arasındaki bağlantıyı açıklamaya çalışan isimlerdir (Odabaşı, 2004: 45). Konu ile ilgili yapılan literatür taramasından hareketle “gerçeğin kaybolması” şeklindeki bir ifadenin üstgerçeklik için temel bir söylem olduğu söylenebilir. Bu söylemin ardında yatan ise gelişen teknoloji ile birlikte gerçeğe gerçek olmayanın birbirinden ayırt edilemez hale gelmesidir.

Tüketim kültürüne ilişkin postmodern açıklamaların temelinde göstergeler dünyasını kapsayan tüketici deneyimleri aracılığıyla gerçeğin kayboluşuna ilişkin düşünceler yer almaktadır (Yanıklar, 2006: 197). Postmodern medya ortamında, enformasyon ve eğlence, imaj ve politika arasındaki sınırlar infilak edip içe çöker (Best ve Kellner, 1998: 150). Tüketim toplumlarında tüketimin sınırlarının tamamen erimesiyle, mekânların, aynı zamanda bizzat insanların görsel olarak tüketilmesine ve “yüzlerinin silinmesine” aracılık edilir (Adugit, 2013: 16). Postmodern yapı söz konusu sınırları sembolik hale getirmekte, Ritzer’in (2011b: 22) katı-sıvı ve gaz<sup>3</sup> metaforik anlatımında olduğu gibi katı halden sıvı ya da daha da ileri giderek gaz haline dönüştürerek bu sınırların aşılmasını kolaylaştırmaktadır.

İlgili literatürde üstgerçeklik konusunda en önemli isimlerden Baudrillard’ın simülasyon ve simülakr tanımlamalarından yararlanılmaktadır. Baudrillard (2011: 7) simülakr kavramını; “bir gerçeklik olarak algılanmak istenen görünüm”, simülasyon kavramını ise; “bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi” şeklinde tanımlamıştır. Baudrillard’ın simülasyon ile

<sup>3</sup> Ritzer (2011b), küreselleşmeyi katılardan sıvılara ve gazlara doğru evrim metaforu ile yorumlamıştır. Ritzer’e (2011b: 22) göre katılık; “zaman içinde sertleşen ve kısıtlı bir hareketliliğe sahip olan insanları, eşyaları ve bilgiyi ifade etmektedir”. Ancak Ritzer (2011b: 23) ulaşım, iletişim, internet vb. konulardaki kapsamlı teknolojik gelişmelerle katıların sıvılaşarak dünyanın her tarafında rahatça dolaşabildiğini ve süreç devam ettikçe sıvıların gaz haline dönüşerek çok daha kolay hareket edebildiklerini vurgulamıştır.

anlatmaya çalıştığı şey gerçek olanın simüle edilmesi durumudur. Fakat burada simüle etmek ile ilgili olarak ince bir ayrıntıdan bahsetmek yerinde olacaktır. Baudrillard'ın ifadesine göre simüle etmek “-miş” gibi yapmak değildir. “Hastaymış gibi yapan kişi yatağa uzanıp bizi hasta olduğuna inandırmaya çalışır. Bir hastalığı simüle eden kişi ise kendinde bu hastalığa ait semptomlar görülen kişidir” (Baudrillard 2011: 16). Kısacası simüle etmekle gerçeğin tıpatıp yansımaları ve/veya aynılaştırılması durumundan bahsedilmektedir. Simülakr; orijinali, gerçekliği, ilk örneği olmayan bir şeyin kopyası olarak düşünülebilir (Odabaşı, 2004: 45). Baudrillard, simülakruları üç grupta incelemiştir; Birinci gruptaki simülakrular doğal simülakrular olup, ideal doğanın tıpkını oluşturma ile ilgili, ikinci gruptakiler üretici özelliğe sahip üretken simülakrular, üçüncü gruptaki simülakrular ise bilgi, model ve sibernetik oyunlardan oluşan simülasyon simülakrularıdır (Baudrillard, 2011: 168).

Bu açıklamalardan yola çıkarak postmodern dönemin simülakruların çokça görüldüğü bir dönem olduğu söylenebilir. Postmodern simülasyonlar çağı, modeller, kodlar ve sibernetik tarafından yönetilen bir enformasyon ve göstergeler çağıdır (Best ve Kellner, 1998: 148). Modern endüstri toplumunun anahtarı üretimken, postmodern toplumda gerçeği önceleyen modeller olarak taklitler; toplumsal düzene egemen olmaya ve toplumu hipergerçeklik olarak oluşturmaya başlar (Baudrillard, 1983'ten akt. Kellner, 1994: 231). Baudrillard (2011: 15) günümüzde gerçeğin artık minyatürleştirilmiş hücreler, matrisler, bellekler ve komut modelleri tarafından üretildiğini ve bu sayede gerçeğin sonsuz sayıda yeniden üretiminin mümkün olduğunu vurgulamaktadır.

Baudrillard'ın (1995) “orji sonrası hali” tanımlaması günümüze en iyi anlatan tanımlamalardandır. Baudrillard'ın (1995) ifadesine göre “orji” modernliğin patladığı andır. Bu ifadeye göre postmodernizm modernizmin sonunu ifade etmektedir. Baudrillard söz konusu patlamayı özgürlük ile ifade etmeye çalışmıştır. Politik özgürleşme, cinsel özgürleşme, üretici güçlerin özgürleşmesi, yıkıcı güçlerin özgürleşmesi, sanatın özgürleşmesi (Baudrillard, 1995: 9) gibi özgürlükler bir anlamda postmodernizmin göstergelerindedir. Baudrillard'ın “orjinin bitmesi” dediği şey de bu özgürlüklerden gelmektedir. O'na göre şimdi her şey özgür, bütün kartlar açık ve asıl sorun bu, yani “orjinin bitmesi” durumudur. İşte bu noktada bütün senaryolar gerçekleşti ve artık bu senaryoları tekrar tekrar oynamaktan başka çare yok (Baudrillard, 1995: 9-10). Baudrillard burada çözümünü “hipergerçeklik” de bulmaktadır. Baudrillard'ın “hyperreality” olarak tanımladığı kavramın, bazı kaynaklarda hipergerçeklik, bazı kaynaklarda ise üstgerçeklik şeklinde ifade edildiği görülmüştür. Bu çalışmada bu kavram “üstgerçeklik” kavramı ile ifade edilmiştir.

Vattimo'ya (1992) göre sürekli medya aracılığı ile yapılandırılan bir dünyada yaşıyoruz ve anlık deneyimler gerçek oluyor. Bu tarz bir oluşumun inşası ve yoğunlaşması ise üstgerçekliği oluşturuyor (Vattimo 1992'den akt. Fırat ve Venkatesh, 1995: 252). Dolayısıyla üstgerçeklik gerçek olanın yerini



almaya başlamıştır. Bununla ilgili olarak özellikle kültürel tüketimi içine alan turizm endüstrisinden örnekler verilmektedir.

Urry (1999: 37) postmodern peyzajlardan örnekler vererek bütün bu yerlerin tüketim için simüle edilmiş yerler olduğuna vurgu yapmıştır. Urry (1999) ayrıca simüle edilmiş bu mekanların toplumsal kimlik duygusu sunmayan yerler olduğunu düşünmektedir. Benzer bir şekilde Sennett (1999) “Gözün Vicdanı Kentin Tasarımı ve Toplumsal Yaşam” adlı eserinde *çağımızın modern batı kentinin insanlarla dolu mekânlarının ya tüketimi ya da turizmi sahneye koyan yerlerden ibaret olduğuna* değinmiştir. Sennett (1999: 60) bu eserinde nötr mekan anlayışından bahsetmiş ve bunu Hıristiyanlıkla bağdaştırmıştır. Sennett (1999: 60) Hıristiyanlığın manevi yolculuğundaki iç çalkantının, iman açılına ve dünyadaki yaşamın daha sınırsız ve daha belirsiz hale gelmesine yol açtığını belirtmiştir. Bu olayın sonucunda ise bu mutsuz enerji kaynağının dünyevi toplumda hiç olmadık bir mekan- nötr mekan-anlayışının belirmesine yol açtığını ifade etmektedir. Sennett (1999) kitap tanıtım bülteninde bu konuyu şu satırlarla özetlemiştir;

*“Hıristiyanlık, Batı uygarlığında, öznel “iç” yaşamla fiziksel “dış” yaşam arasındaki ayrıma neden olmuş; içine dönen, bir sığınak arayışına giren insan aradığı bu sığınığın evi de olamayacağını fark edince, bu ayrımı görmezden gelmeyi yeğleyip “nötr” kentler inşa ederek sorundan adeta kaçmıştır.”*

Burada bahsedilen nötr kentler esasında tüketimin ve turizm etkinliklerinin sürdürüldüğü kentlerdir. Ritzer (2011a: 29-42) benzer bir söylemle tüketimi sahneye koyan nötr kentlerden ve alışveriş merkezlerinden *“tüketim katedralleri”* olarak bahsetmiştir.

Yapılan yazın taramasından hareketle üstgerçeklik uygulamalarının, esasında uzak mesafelerin eritilerek, daha doğrusu sembolik hale getirilerek tüketici ile nesnenin (mekânın) buluşmasını sağlayan, tüketiciye eğlence, alışveriş, sosyalleşme, yeme-içme vb. deneyimleri yaşama gibi çoklu seçenekler sunan uygulamalar olduğu ifade edilebilir.

## V. ÜSTGERÇEKLIK VE TURİZMİN SONU

*“Baba, işyerinde kredi kartı borçlarının faizlerini ödemek için çalışırken anne evde televizyon karşısına geçmiş alışveriş kanalını izlemektedir. Evin oğlu, arka odada, sanal üniversitede günün derslerini bitirmiş, sanal alışveriş sitelerinde sörf yapmaktadır. “Hafta sonu tatilimizi nerede geçireceğiz anne?” diye seslenir. “Şehir dışındaki büyük alışveriş merkezine gideriz. Sen spor mağazasında yapay kaya tırmanışı yaparken biz de babanla dükkânlara girip çıkar, akvaryum bölümünü gezeriz; sonra da yağmur ormanları konulu restoranda buluşup bir şeyler atıştırırız,” cevabıyla tatmin olarak, yeni çıkan CD’yi sanal alışveriş listesine ekler” (Ritzer, 2011a).*

Ritzer’in (2011a: 146-149) ifade ettiği gibi *hiper tüketim ve simülasyon çağında yaşıyoruz*. Baudrillard (2011: 16) simülasyonun *“gerçekle” “sahte” ve “gerçekle” “düşsel” arasındaki farkı yok etmeye çalıştığına* değinmiştir.

Gerçeğin yerine geçip gerçeği simüle eden bu mekânlara konulu parklar ve alışveriş merkezleri gibi mekânlar örnek verilebilir. Bu mekânlar; *fantastik ortamlarıyla tüketmeye olanak sağlayan, hatta bir anlamda insanları tüketime zorlayan yerlerdir* (Batı, 2007: 9). Kent mimarisinin bu anlamda bir tasarımından bahsederken Baudrillard'ın (2003: 120'den akt. Batı, 2007:9) simülasyon teorisinde değindiği *her şey bir kopyanın kopyasının kopyasıdır* ifadesi akla gelmektedir. *Görselliğin önem kazanması ve baskın olması, içerik değerinin kaybolmasına görüntü ve görünüşün önemli olmasına neden olmaktadır. Bu durum bir anlamda yüzeyselliğin kabulüdür* (Odabaşı, 2004: 50). Kent mimarisinde ortaya çıkan görselliğe verilen önem ve içerik değerinin önemini yitirmesine ilişkin Urry'nin (1999: 37), *postmodern dönemde hız kazandırılmış olan zaman ve mekânın, her türlü kimlik duygusunu bütünüyle erittiğini* belirtmesi konuya farklı bir açıdan bakmamıza olanak vermektedir.

Adugit'in (2013: 16) bir değerlendirmesinde *turist, aylak mekânın bizzat kendisini tüketir ama kendisi de bulunduğu mekânların sakinleri tarafından görsel tüketim nesnesi, mekân tüketimi karşılığında görsel ve ekonomik bağlamda tüketilen nesnelere dönüşür*. Bocoock'a (2009: 87) göre postmodernizmde eğlence, heyecan, işten ve sıkıntıdan kaçma gibi konular en önemli yaşam kaygıları haline geliyor ve bu kaygılar tüketim kalıplarını etkiliyor. Bu tarz kaygılarla birlikte eğlence ve heyecan gibi arzularla yönelinen seyahat ve turizm modern ve postmodern özneyi dönüştürmektedir. Bu durum, yeni ulaşım teknolojileri, toplumsal olarak örgütlenen seyahatin yeni biçimleri, tüketimin doğasındaki değişimler ve turizmin sonucuyla ilişkili olarak gösterilmiştir (Urry, 1999: 206). Burada Urry'nin asıl ifade etmek istediği Baudrillard tarafından ortaya atılan üstgerçekliğe ilişkin oluşumların seyahatlerin de yapısında değişimlere neden olduğu ve böylece turizm endüstrisinin de bu doğrultuda yeniden şekillendiğidir. İletişim teknolojilerinde son dönemlerde yaşanan gelişim, özellikle de bilgisayar teknolojileri bu dönüşümü çabuklaştırmaktadır.

Ritzer'in (2011b: 345-346) ifadesine göre *turizm ideal şekliyle tamamen mekânların oluşturulması ve buralara gidilmesi olayıdır. Ancak turistler artık daha fazla yok-yerlerde vakit geçiriyorlar*. Ritzer'in (2011b: 285) alışveriş merkezleri ve mağaza zincirlerini örnek olarak gösterdiği yok-yer (non places) diye tanımladığı mekânlar *ayırt edici içerikten büyük ölçüde yoksun yerlerdir*. Urry'nin (1999: 206) dile getirdiği gibi *çağdaş özne kaçınılmaz zamanının çoğunu turist pratikleri ile geçirir. Postmodernitede toplumsal ve kültürel yaşamın çoğu alanı ayımsızlaştırılır. Turizm hiçbir yerdedir, yine de her yerdedir*. Bu çerçeveden bakıldığında turizm "farksızlaşmakta" daha yalın bir ifade ile gündelik yaşam pratiklerinin içinde gerçekleştirilen bir etkinliğe dönüşmektedir. Urry'nin "turizmin sonu" kavramsallaştırması "farksızlaştırma" argümanına dayanmaktadır (Gale, 2009; Altés Arlandis, 2012) .

Gottdiener (2005) günlük yaşamın metropol yaşamın ayrımları tarafından yapılandırıldığını ifade etmiştir. Bu değişimi alışveriş merkezleri ile

açıklayan Gottdiener (2005: 124) toplumsal yaşam yerlerinin “alışveriş merkezi” olarak bilinen tümüyle kapalı, klimalı alışveriş alanları içinde bulunduğunu ifade etmiştir. Bayhan (2011: 242) ise benzer bir şekilde zaman açısından gerçekleştirilmesi çok zor olan tüketim ve eğlence gereksinimlerinin, ortalama bir semtteki mağaza toplamına sahip herhangi bir alışveriş merkezine gidildiğinde kısa sürede giderilebildiğinden bahsetmiştir. Ritzer (2011a: 26) alışveriş merkezlerinin “tüketim katedrallerini” andırdığına değinmiş ve alışveriş merkezlerinin kutsalmışçasına ziyaret edildiklerine vurgu yapmıştır. Amerika, Dubai ve Çin gibi ülkelerde yer alan büyük alışveriş merkezleri bu anlamda müşterilerine farklı deneyimler yaşatan ve yıllık ziyaretçi sayıları itibarıyla bölgenin önemli turistik destinasyonlarından birisi haline gelen merkezlerdir. Bu mekânlar özellikle turistler için son zamanlarda ilgi çekici hale gelmiştir. Bu ilginin nedeni ise bu mekânların insanlara çoklu ve cazip seçenekleri sunmalarından kaynaklanmaktadır. Bu örnekler dâhilinde postmodern tüketicinin simülasyonları gerçeğin yerine koyarak, simülasyonlara yönelik deneyimlere arzu duymaya başladığı söylenebilir.

Postmodern kent kültürünün ayırt edici özelliklerine, özellikle kent kültürü bağlamında bakıldığında, gerçeğin yerini alan simülakr ile birlikte “gerçeğin” kaybolduğu söylenebilir. Babacan ve Onat (2002: 17) konu ile ilgili olarak diğer yazarlarla benzer şekilde tematik parkları, alışveriş mekânlarını, tematik toplulukları, perakendecileri, restoranları ve hatta tematik kasabaları örnek olarak sunmuştur. Fırat ve Shultz (1997: 189) ise, konu ile ilgili olarak dünyaca ünlü mağaza ve restoranların bulunduğu cadde ve alışveriş merkezlerine değinerek bu mekânların yerli ve yabancı çok sayıda kişiye hitap ettiklerini ifade etmiştir. Fırat ve Shultz’a (1997: 189) göre bu mekânlar turistler ve yerli halk için hem alışveriş yapabilecekleri, hem de yiyecek-içecek ihtiyaçlarını karşılayacakları, yürüyüş yapabilecekleri, eğlenebilecekleri mekânlardan oluşan büyük yapılardır.

Urry (2009: 279) günlük etkinlik mekânlarının, turiste uygun tarzda yeniden tasarımı olduğuna değinmiş, Ulu ve Karakoç (2004: 63) ise bu durumu modernleşmeye ayak uydurmak şeklinde yorumlamış ve bunun sonucunda söz konusu mekânların insanlara yabancılaştığına değinmiştir. Ritzer (2011b: 254) ise tüketicilerin genellikle turist sıfatıyla dünyanın dört bir yanında hareket halinde olduklarına değinmiştir. Bu ifadelere göre turistlerin her zaman her yerde olabileceğini ve gündelik yaşam alanlarının turistler için turistik mekân olarak algılandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu durum Debord’un (2010: 35) yorumu ile *yaşamın somut tersyüz edilişi olarak, canlı olmayanın özerk devrimi* şeklinde tanımladığı “gösteri” kavramı üzerinden Disneyleşen kentler ile ilgili olarak kaleme alınan şu satırlarla daha güzel anlaşılabilir; *Kentler, gösteri toplumunun arzularına uygun turistik zevklere göre yapılandırılmış birer ziyaret ve görüntü mekânına dönüştürülerek müzeleştirilmekte ya da giderek Walt Disney’in tema parkları misali Disneyleşmekte* (Uzunçarşılı Baysal, 2012: 92).

Üstgerçeklik gerçeğin kopyasını ve/veya kopyanın da kopyasını gündeme taşıyan bir konudur. Bu kapsamda turizm işletmeleri de kendilerini yenilemektedirler. Ancak gerçek şudur ki günümüzde internet ve bilişim teknolojileri sayesinde insanlar artık evlerinde, işyerlerinde, kafelerde ve okullarda oturdukları yerlerden sanal gezinti yapan bireyler yani “sanal turistler” haline gelmiştir.

Günümüz seyahat kültürü, geçmiş yüzyılların seyyahlık anlayışından oldukça farklı bir noktadadır. Eskinin “kadim seyyah”larının yerini bugünün çağdaş turistleri hatta “sanal seyyah”ları almıştır (Ölçer Özünel, 2011: 256). Çağdaş turistleri sanal seyyahlar olarak tanımlayan Özünel (2011: 256) bu yeni seyahat algısının ürünlerinin ise “internet Explorer”, “web surfing”, “navigation” gibi kavramlardan oluştuğuna ve bu dönemde seyahat etmenin başat unsuru olan coğrafya ve mekân olgusunun bile zayıflayıp, gereksizleştiğine değinmiştir. Bununla birlikte bazı mekânlarda üç boyutlu uygulamalarla gerçekleştirilen sanal gerçeklik uygulamaları ile karşılaşmaktayız. Söz konusu mekânlarda bu deneyimleri yaşayan insanların da sayısı hızla artmaktadır. Günümüzde başta büyükşehirler olmak üzere kentlerin büyük bir çoğunluğunda otellerin, alışveriş merkezlerinin, iş merkezlerinin ve konutların birbirlerinden kopuk yapılandığı kentleşme yerine tüm bu unsurları bünyesinde barındıran komplekslere sıklıkla rastlanmaktadır. Dünyada sahip oldukları özel niteliklerinden dolayı öne çıkan birçok şehir, kent planlayıcılarına esin kaynağı olmakta ve kent planlayıcıları bu yerlere ait özellikleri taşıyan projeler geliştirmektedir. Böylece ziyaretçilere söz konusu turizm destinasyonuna gitmeden o duyu ve deneyimi yaşama fırsatı sunulmaktadır.

## VI. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Postmodernizm günümüzde oldukça konuşulmakta ve bu dönemin üretim, tüketim, mimari, edebiyat, sanat, tarih vb. pek çok alana etkileri tartışılmaktadır. Postmodernizm ile ilgili olarak bazı önemli ifadeleri kısaca tekrarlayacak olursak; Harvey’in ifadelerine göre artık uzaklıklar kayboldu, zaman ve mekân belirsizleşti, Lyatord’a göre de zaman bambaşka bir hal aldı. Bauman ise kimliklerin sabitlikten sıyrılmasının peşindedir. Lipovetsky, yaşantıların özgürleştiğini ve bu özgürlüğün insanlardaki boşluk duygusunu artırdığını söylerken; Kellner, öznenin aşırı mutlu ve heyecan verici aktivitelere yönelirken parçalandığından bahsetmektedir. Bu yorumlara bakıldığında postmodernizmin üretimden tüketime, eğitimden sanata kadar insan hayatındaki birçok şeye daha doğrusu yaşam tarzına etki ettiği görülmektedir. Baudrilard ve Eco’nun “hyper” ekini öne çıkararak kitle iletişim araçlarının ve teknolojinin baskın hale gelmesi sonucu “gerçeğin “kaybolmasına ilişkin görüşleri de bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada turizmin sonu olarak nitelenen durum gelişen teknoloji ile birlikte kentsel dokuda meydana gelen dönüşümlerin neticesinde gündelik yaşam alanlarının turistik çekicilik alanları haline dönüşmesi ile ilgilidir. Urry (1999) bu söylemi tüketim alışkanlıklarındaki değişimlerle yorumlayarak günümüz seyahat ve turizm alışkanlıklarındaki

dönüşümle ifade etmiştir. Bu söylem turizm faaliyetlerinin durduğu ya da yakın gelecekte duracağı anlamına gelmemekte aksine turizm faaliyetlerinin zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde her zaman ve her yerde gündelik yaşam faaliyetleri içinde de gerçekleşebileceği ile ilgilidir. Turizm faaliyetlerinin her zaman ve her yerde yapılabilir olması turizm işletmelerinin farklı uygulamalara kapılarını aralamalarına neden olmuştur. Örneğin Ritzer (2011a: 157) Mısır Kraliçesi Nefertiti'nin mezarına şimdiden sanal turlar olduğuna değinmiş ve *burada görülecek tek şey simülasyonlar olduktan sonra evden çıkma zahmetine katlanmaya ne gerek var* demiştir.

Turizm çok genel bir tanımla insanların kazanç sağlama ve sürekli yerleşme amacı olmaksızın sürekli olarak yaşadıkları yerlerden gezmek, görmek, eğlenmek, dinlenmek vb. nedenlerle uzaklaşarak gittikleri yerlerde en az bir gece konaklamaları sonucunda ortaya çıkan ilişkiler bütünüdür. İlk başlarda insanlar bireysel olarak hareket ederken, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle turizm etkinlikleri bireysel hareketlerden kitlesel hareketlere dönüşmüştür. Teknolojik gelişmelerle birlikte günümüzde tüketim alışkanlıkları değişerek farklı bir boyut kazanmıştır. Bu değişim seyahat ve turizm alışkanlıklarında da kendisini hissettirmiş ve hissettirmeye de devam etmektedir. Bu noktada Urry'nin ifade ettiği gibi seyahat ve turizm alışkanlıklarında yaşanan bu değişim turizm etkinliklerinin gerçekleştirilme zamanını ve mekânını da dönüştürmüştür.

Turizm artık sahil kenarında güneşlenme ve kültür amaçlı yolculukların daha ötesine geçerek simülakrlar ile daha farklı bir yapıya dönüşmektedir. Turizm bugün üç ve dört boyutlu uygulamaların içine dâhil edilmiş, gerçek yapıların kopyalarının gündemde olduğu etkinlikler bütünü haline gelmiştir. Özetle geline bu noktada turizm olayına ilişkin genel kabul görmüş tanımlamaların bile tartışılabileceği bir dönemde olduğumuz ifade edilebilir. Bugün turist olmak için ikamet ettiğimiz yerlerin dışına çıkmamız gerekmemektedir. İnsanlar gündelik yaşam alanlarında dizayn edilen turistik çekiciliğe sahip mekânlarda gün boyu vakit geçirerek tekrar kendi evlerine geri dönebilmektedir. Ayrıca bu insanlar gittikleri yerlerde konaklama ihtiyacı da hissetmemektedirler. Bu nedenle seyahat ve turizm olgusu da zamana ayak uydurarak değişmektedir.

Bu çalışmada ele alınan anlamıyla “turizmin sonu” gerek küreselleşme gerekse postmodernizmin bir sonucu olarak üstgerçeklik uygulamalarının kitle turizmi, kültür turizmi vb. turizm türlerine bir alternatif olabileceği gibi turizm etkinliklerinin gündelik yaşam pratiklerinin arasında sıradan bir etkinlik olarak yaşanmışlıkların arasına alınması da söz konusu olabilecektir. Lash ve Urry'nin ele aldığı biçimiyle “turizmin sonu” kapsamında yorumlandığında örgütsüz kapitalizm olarak tanımlanan kapitalizmin bir anlamda toplumların sosyal sermayesinin azalması noktasında bir etkiye neden olduğu, tüketim temelli, bireyselliğin, benmerkezciliğin söz konusu olduğu postmoderne içkin özellikleri kapsadığı ifade edilebilir. Böyle bir inceleme ile “turizmin sonu”nun” tüm

toplum yapıları için geçerli olup olamayacağı tartışılabilir bir konu olurken, bu “son”un giderek yaygınlaştığı ifade edilebilir. Özellikle tüketimin bir meta haline geldiği tüketim temelli toplumlarda bir pazarlama stratejisi olarak karşımıza çıkan üstgerçekliğe ilişkin düzenlemelerin gittikçe arttığı görülmektedir. Bu durumun konvansiyonel turizmin yönünü değiştirdiği/değiştireceği görülmektedir. Turizm işletmelerinin bu değişim karşısında pasif kalmayarak bu değişime ayak uydurmaları ise kaçınılmaz olacaktır.

Elbette bu noktada şehir ve aile hayatına ilişkin değerlerin de gün gelip yok olacağına ilişkin şüpheler gündeme gelmektedir. Baudrillard’ın Körfez Savaşı öncesi ve sonrası ifadeleri bu konuda önemli bir gösterge olacaktır. Baudrillard (2008), Körfez Savaşı’ndan önce gerçekte savaş olmayacağı kehanetinde bulunmuş, savaşın ardından da haklı çıktığını iddia etmişti. İnsanların bir amaç uğruna çarpışarak öldükleri savaşın gerçekliğinin yerini, aslında savaşın olmadığı bir dünya televizyon ekranlarından bütün dünyaya gösterilen bir “kopya” savaş almıştı” şeklindeki ifadesi bizlere geldiğimiz konumun farklı sonuçlarını da vermektedir. Günümüzün sanal toplumlarının Baudrillard’ın örneğindeki gibi günümüzde insanların savaşa, ölüme, eğlenceye, bayramlara, düğünlere hatta birbirlerine verdikleri değer ile geçmişte aynı olaylara verdikleri değer arasında büyük farklılıklar olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla günlük yaşam alanlarının söz konusu dönüşümü yaşam tarzı üzerinde de etkili olmakta alışveriş merkezleri, tema parklar vb. yerlerde gerçekleştirilen faaliyetler kapalı mekânlara sıkışmakta ve geleneksel yapıdan uzaklaşmaktadır.

Başka bir açıdan fiziki uzaklıkların yolculuklara engel olmadığı günümüzde uzaklıkların teknoloji ile bizlere bu kadar yakınlaşması ve kolay ulaşılır olması bu mekânlarının değerini de azaltacak mıdır? sorusunu da akla getirmektedir.

Son olarak insanların teknoloji ile birlikte farklı destinasyonlara fiziksel seyahatlerin dışında zihnen de yolculuk yaptıkları fikrinden yola çıkarak hem günlük rutinler arasında kalan, hem de rutin dışı gerçekleştirilen etkinlikler olmak üzere tabakalı/katmanlı bir turizm etkinliğinden bahsedilebilir. Böylece turist nitelikleri arasında sayılan “yabancı” olma konusu da bir anlamda sembolik hale gelmekte ötekilik duygusu başka bir boyuta taşınmaktadır. Bununla birlikte günlük rutinlerin arasında gerçekleştirilen turizm etkinlikleri ile bireylerin sosyal kimlikleri ve turist kimlikleri hatta zihinsel seyahatlerle bireysel kimliklerinin de iç içe geçtiği ifade edilebilir. Daha yalın bir ifadeyle kimliklerin iç içe geçtiği belirsizlik ortamında postmodern kimliklerin oluştuğu söylenebilir. Her şeyin bir oyunmuş gibi algılandığı söylenmemiş, yaşanmamış, görülmemiş hiçbir şeyin kalmadığı böylesi bir dönemde simülakların yaşama etkisi kaçınılmaz olacaktır.

### KAYNAKLAR

ADUGİT, Yavuz (2013), "Görelî Mekânlarda Ahlâki Kayıtsızlık", *FLSF-Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, Bahar/ 15: 1-24.

ALTÉS ARLANDÍS, Alberto (2012), "Towards The End of Tourism: Global Architecture, Fantasy and Void in The Age of Withdrawal". A: *Conference of the International Forum on Urbanism. "6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM*. Barcelona, 25-27 gener". Barcelona: IFoU, 2012: 1-9.

AYTAÇ, Ömer (2006), "Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 /1: 27-53

BABACAN, Muazzez ve ONAT, Ferah (2002), "Postmodern Pazarlama Perspektifi", *Ege Akademik Bakış*, 1/2: 12-20

BATI, Uğur (2007), "Kentin Postmodernitesi: "Postmodern Tüketim Kültürü Işığında Hedonik Bir Biçim Olarak Kent Tasarımı", *İstanbul Kültür Üniversitesi Güncesi*, 5/4:31-54.

BAUDRILLARD, Jean (1981), *Simulacres et Simulation*. çev. Oğuz Adanır. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*, 6. Basım, Doğu Batı Yayınları, Ankara.

BAUDRILLARD, Jean (1983), *Simulations*. Translated by. Paul Foss, Paul Patton, and Philip Beitchman. New York: Semiotext[e].

BAUDRILLARD, Jean (1987a), *Forget Foucault*. New York: Semiotext[e]. akt. BEST, Steven ve Kellner, Douglas (1998), *Postmodern Teori Eleştirel Soruşturmalar*, (çev. Mehmet Küçük), 1. Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUDRILLARD, Jean (1987b), *When Bataille Attacked the Metaphysical Principle of Economy*. Canadian Journal of Political and Social Theory. 11/3: 57-62. akt. BEST, Steven ve Kellner, Douglas (1998), *Postmodern Teori Eleştirel Soruşturmalar*, (çev. Mehmet Küçük), 1. Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUDRILLARD, Jean (1992), "L'Illusion de la fin: ou La greve des evenements, Galilee: Paris", Translated by Charles Dudas, *Reversion of History*, York University, Canada.

BAUDRILLARD, Jean (1995), *Kötülüğün Şeffaflığı Aşırı Fenomenler Üzerine Bir İnceleme*, (çev. Emel Abora ve Işık Ergüden), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUDRILLARD, Jean (1996), "The Conspiracy of Art". Chicago: University of Chicago Press, (çev. Elçin Gen ve Işık Ergüden-2010), *Sanat Komplosu*, 1. Basım, İletişim Yayınevi, İstanbul.

BAUDRILLARD, Jean (2003), *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*, (çev. Oğuz Adanır), 3. Baskı, Doğu Batı Yayınları, Ankara.

BAUDRILLARD, Jean (2008), *Tüketim Toplumu*, (çev. Hazal Deliçaylı-Ferda Keskin), 3. Baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUDRILLARD, Jean (2011), *Simülakrlar ve Simülasyon*, (çev. Oğuz Adanır), 6. Basım, Doğu Batı Yayınları, Ankara.

BAUMAN, Zygmunt (2000), *Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları*, (çev. İsmail Türkmen), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAYAR BRAVO, Işıl (2006), “Tarihin Sonuna İlişkin Fikirler: G.W.F. Hegel, K. Marks, F. Fukuyama”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7/1: 37-58

BAYHAN, Vehbi (2011), “Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu : “Tüketiyorum Öyleyse Varım”, *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 43/Özel Sayı 1: 221-248.

BELL, Daniel (1980), “Beyond Modernism, Beyond Self”, *Sociological Journeys*, Londra: Heinemann.akt. Featherstone, Mike, (2005), *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (çev. Mehmet Küçük), 2. Baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BERMAN, Marshall (2010), *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*, (çev. Ümit Altuğ ve Bülent Peker), 13. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.

BEST, Steven ve Kellner, Douglas (1998), *Postmodern Teori Eleştirel Soruşturmalar*, çev. Mehmet Küçük, 1. Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BOCOCK, Robert (2009), *Tüketim*, (çev. İrem Kutluk), 3. Baskı, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

DAĞTAŞ, Erdal ve DAĞTAŞ, Banu (2006), “Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması”, *Eğitim Bilim ve Toplum Dergisi*. 4/14: 4-31.

DANTO, Arthur Coleman (1984), *The End of Art. In The Death of Art*, (Ed). Berel Lang, NY: Haven Publishers.

DANTO, Arthur Coleman (1996), *After the End of Art Contemporary Art And The Pale of History*, Princeton University Press.

DEBORD, Guy (2010), *Gösteri Toplumu*, (çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent), 3. Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

DEMİRKAYA, Hilmi (2003), “Eleştirel Düşünme Kuramının Lise Coğrafya Programı Üzerindeki Etkileri”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 36/1-2: 97-106.

ECO, Umberto (1986) *Reflections on The Name of the Rose*. London: Martin Secker & Warburg Limited. akt. FINNEGAN, Nuala. (2007). *Ambivalence, Modernity, Power. Women and Writing in Mexico Since 1980*. Peter Lang AG, International Academic Publishers, 1.Edition. Bern.

ERİNÇ, Sıtkı M. (1994), “Postmodernizmin Tanımı”, *Anadolu Sanat*, Aralık/2: 31-45

FEATHERSTONE, Mike (2005), *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (çev. Mehmet Küçük), 2. Baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

FIRAT, A. Fuat ve SHULTZ, Clifford J. (1997), “From Segmentation to Fragmentation Markets and Marketing Strategy in The Postmodern Era”, *European Journal of Marketing*, 31/3-4:183-207.



Fransızca Sözlük (2014), Simulacre Sözcük Anlamı, (Çevrimiçi):  
<http://www.fransizcasozluk.gen.tr/sozluk.php?word=Simulacre>. (28.02.2014).

FUKUYAMA, Francis (1989), *The End of History?*, The National Interest 16 (Yaz). [Tarihin Sonu Mu?. Fukuyama – Marx- Modernite, (Der. Christopher Bertram, Andrew Chitty). (çev. Kamili Kurtul), İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 2006]. akt. RITZER, George (2011b), *Küresel Dünya*, çev. Melih Pekdemir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

FUKUYAMA, Francis (1992), *The End of History and The Last Man*. New York, Free Press [Tarihin Sonu ve Son İnsan, (çev. Zülfü Dicleli), Profil Yayıncılık, 2. Basım İstanbul, 2011]. akt. RITZER, George (2011b), *Küresel Dünya*, çev. Melih Pekdemir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

GALE, Tim (2009), “Urban Beaches, Virtual Worlds and ’The End of Tourism’”. *Mobilities*. 4/1: 119-138.

GOTTDIENER, Mark (2005), *Postmodern Göstergeler. Maddi Kültür ve Postmodern Yaşam Biçimleri*, (çev. Erdal Cengiz ve Arhan Nur), İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

HARVEY, David (1989), *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Blackwell Cambridge MA & Oxford UK.

HARVEY, David (1993), “Postmodernizme Bakış”, *Birikim Dergisi*. Mayıs/49: 55-59. (Çevrimiçi):

<http://www.birikimdergisi.com/Birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=47&dyid=1474&yazi=Postmodernizme%20Bir%20Bak%FD%FE>. (21.03.2014).

JAMESON, Fredric (2005), *Kültürel Dönemeç*, çev. Kemal İnal. Birinci Baskı, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

KELLNER, Douglas (2001), “Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası”, (çev. Gülcan Seçkin), *Doğu Batı Üç Aylık Düşünce Dergisi*, 4/15:187-219.

KELLNER, Douglas (1994), “Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar”, içinde, *Modernite Versus Postmodernite*, çev. Mehmet Küçük, 2. Baskı, Vadi Yayınları, Ankara, s.227-258.

LASH, Scott ve URRY, John (1994), *Economies of Signs and Space*, Sage Publication. London.

LIPOVETSKY, Gilles (1989), *L’ère du vide. Essais sur l’individualisme contemporain*. Paris: Folio. akt. van WESEMAEL, Sabine. (2005). “L’ère du vide”. *Ri.L.Un.E. (Revue des Littératures de l’Union Européenne)* 1: 85-97.

LYATORD, Jean-François (1979), *The Postmodern Condition*. Manchester University Press. (1984) Minneapolis. University of Minnesota Press. akt. Kellner, Douglas (1994), “Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar” içinde. *Modernite Versus Postmodernite*, çev. Mehmet Küçük, 2. Baskı, Vadi Yayınları, Ankara, s.227-258.

McLUHAN, Marshall (1962), *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Universty of Toronto Press.

- ODABAŞI, Yavuz (2004), *Postmodern Pazarlama*, MediaCat, İstanbul.
- ÖLÇER ÖZÜNEL, Evrim (2011), “Kültür Turizminde “Yöresel” ve “Otantik” Olanı Sorgulamak ve Tüketilmiş Mekânları Yeniden Üretmek Üzerine”, *Turkish Studies*, 6/4: 255-262
- ÖZCAN, Burcu (2007), “Tüketim, Risk ve Bireyselliğin Modern Dönemde Artan Önemi”. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 36: 83-98.
- RITZER, George (2011a), *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, (çev. Şen Süer Kaya), 2. Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- RITZER, George (2011b), *Küresel Dünya*, (çev. Melih Pekdemir), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- SENNETT, Richard (1999), *Gözün Vicdanı Kentin Tasarımı ve Toplumsal Yaşam*, (çev. Süha Sertabiboğlu ve Can Kurultay), 1. Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- TURAN, Müslüm (2007), “Nihilizm ve Jean Baudrillard”, *Erzican Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi (EÜHFD)*, XI/1-2: 87-103.
- ULU, Ali ve KARAKOÇ, İlknur (2004), “Kentsel Değişimin Kent Kimliğine Etkisi”, *Planlama. TMMOB Şehir Plancıları Odası Yayını*, 3/29: 59-67.
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization) (2014), “2013 International Tourism Results and Prospects for 2014”, (Çevrimiçi): [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_fitur\\_2014\\_hq\\_jk\\_1pp\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2014_hq_jk_1pp_0.pdf) (26.02.2014).
- URRY, John (1995), *Consuming Places*, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York.
- URRY, John (1999), *Mekânları Tüketmek*, (çev. Rahmi. G. Ögdül), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- URRY, John (2009), *Turist Bakışı*, (çev. Enis Tataroğlu ve İbrahim Yıldız), Bilge Su Yayıncılık, Ankara.
- UZUNÇARŞILI BAYSAL, Cihan (2012), “Disneyleşen İstanbul: Kentin Ruhu Ölürken”, *Mimar ve Mühendis*, 65/ Mart-Nisan: 92-95.
- VATTIMO, Gianni (1992), *The Transparent Society*, trans. David Webb. Baltimore: Johns Hopkins University Press. akt. FIRAT, A. Fuat ve Venkatesh, Alladi (1995), “Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption”, *The Journal of Consumer Research*, 22/3: 239-267.
- WESEMAEL, Sabine van. (2005), “L’ère du vide”. *Ri.L.Un.E. (Revue des Littératures de l’Union Européenne)* 1: 85-97.
- YANIKLAR, Cengiz (2006), *Tüketimin Sosyolojisi*, Birey Yayıncılık, İstanbul.