

## Baudrillard Açısından Tüketim Toplumunda Özgürlük Sorunsalı

İdris KILIÇ<sup>1</sup>

**Atıf/©:** Kılıç, İdris, Baudrillard Açısından Tüketim Toplumunda Özgürlük Sorunsalı, *Artuklu İnsan ve Toplum Bilim Dergisi*, 2019/4 (2), 39-52.

### Özet

İsteme süreci ve istemenin mahiyeti tarih boyunca hep özne ile ilişkilendirilmiş ve bu hak ona bahşedilmiştir. Baudrillard, öznenin iradesi ve arzuları üzerine kurulan bu isteme sürecine eleştirel bir şekilde yaklaşmış ve çağlar boyunca istemede araç görevi gören nesneyi işin içerisine katarak meseleye farklı bir pencereden yaklaşmıştır. Bu çalışmanın amacı Baudrillard açısından modernleşme süreci ile ortaya çıkan özgürlük sorununu ortaya koymaktır. Baudrillard'a göre klasik ve modern dönem düşünürlerin birçoğu bireyin doğası itibariyle genellikle özgür olduğunu kabul etmişlerdir. Oysaki ona göre, bireyin özgürlüğü, içinde bulunduğu koşullar göz önüne alınarak değerlendirilebilir. Koşulların moda, reklam, kitle iletişim araçları, makineler ve kitle tarafından belirlendiği bu dönemde insanın özgürlüğüne yer kalmamıştır. Çünkü özne, nesne karşısında edilgen bir konuma itilmiştir. Nesnenin etkin olduğu bu yeni süreçte zihinsel donanımı oluşturan hayal, arzu, irade ve akıl gibi hallerde değişime uğramıştır. İstemeyi oluşturan ve özgür seçimi sağlayan bu durumlar özne tarafından değil nesne tarafından şekillendirilmektedir.

**Keywords:** Baudrillard, Özgürlük, İsteme, Kitle, Toplumsal Koşullar.

## The Problematique of Freedom in the Consumerist Society: A Baudrillardian Perspective

39

**Atıf/©:** Kılıç, İdris, The Problematique of Freedom in the Consumerist Society: A Baudrillardian Perspective, *Artuklu Human and Social Science Journal*, 2019/4 (2), 39-52.

### Abstract

The process and the essence of willing have, throughout history, constantly been associated with the subject, and it has been granted the right to this act. Baudrillard has critically approached this process of willing, which is based on the will and desires of the subject and has looked at the issue from a different point of view by incorporating the object that has had served as a means of demanding for ages, into the process. The aim of this study is to reveal the problem of freedom that emerged as a consequence of modernization period as regards Baudrillard. According to Baudrillard, many of the classical and modern period thinkers have generally accepted the individual is inherently free. Yet, according to him, the freedom of a person can be evaluated by taking into consideration the circumstances. In this period when the conditions were determined by fashion, advertising, mass media, machines and crowds, there was no place for human freedom as the subject was pushed aside into a passive position against the object. In this new process in which the object is active, the state of mental equipment such as imagination, desire, will and reason has also changed. These situations, which constitute the willing and provide free choice, are shaped by the object, not by the subject.

**Anahtar Kelimeler:** Baudrillard, Freedom, Willing, Mass, Social Conditions.

<sup>1</sup> Öğretmen, MEB, Mardin Elifana Mehmet Konuş İlkokulu, ORCID: orcid.org/ 0000-0002-8480-035X.

**Geliş/Received:** 29.10.2019, **Kabul/Accepted:** 15.11.2019

## GİRİŞ

1950’li yıllardan sonra kitle iletişim araçları, moda, reklam gibi tüketimin işleyişini belirleyen temel faktörlerin önceki dönemlere nazaran daha yoğun ve etkili hale gelmesiyle birlikte tüketim alışkanlıklarımızda önemli bir değişim meydana gelmiştir. Bu değişimin başında nesnelerin sahip olduğu kullanım değerleri gelmektedir. Çünkü artık nesnelerin belirli bir kullanım değerinden söz etmek mümkün olmamaktadır. Bunu fark eden Baudrillard, (2014b; 2016d) eserlerinde yeni dönemdeki özne-nesne ilişkisini detaylı şekilde ele almış ve öznenin nesne karşısındaki konumunu betimlemeye çalışmıştır. Baudrillard açısından bireyin özgürlüğünü ele alan bu çalışmada isteme sürecini oluşturan hayal, arzu, akıl ve irade gibi zihinsel durumlar ile iradenin ortaya çıkmasını şekillendiren üretim ve tüketim koşulları ele alınmaktadır. Böylece yeni dönemdeki özne-nesne ilişkisiyle önceki dönemlerdeki insanın durumu karşılaştırılmaktadır. Nesnenin ön planda olduğu ve özneyi baştan çıkardığı bu ortamda Baudrillard (2016d) insanın seçim yapma özgürlüğünün elinden alındığını ve bireyin iradesiyle gerçekleşen bir seçim yapmanın mümkün olmadığını ortaya koymaktadır.

Antik Yunan’dan beri insanın doğası itibariyle özgür olup olmadığı tartışılmıştır. Nitekim hem Aristoteles’in hem de Müslüman ve Hristiyan düşünürlerin eserlerinde tercihe ve onu sağlayan zihinsel durumlara vurguda bulunulmuştur. Modern düşüncenin önde gelen düşünürü olarak kabul edilen Descartes’ta da bu yaklaşım değişmiş değildir. Hatta Descartes’ın klasik düşünürler kadar insanın özgür olduğunu vurgulu bir şekilde söylediğini görmekteyiz ( 2007: 50; 2006: 40). İnsanın özgürlüğünü koşullar açısından değil insanın doğası üzerinden temellendiren Descartes ile klasik dönem düşünürleri arasındaki en temel ortaklık sadece insanın özgür olup olmaması meselesi değildir. Bu düşünceye zemin hazırlayan ontolojik yaklaşım açısından da benzerlik görmek mümkündür. Çünkü hem Descartes hem de klasik dönem düşünürleri her nesnenin bir doğasının olduğunu, dolayısıyla özünün olduğunu genellikle kabul etmişlerdir. Nitekim Descartes’ın (2007) Kartezyen düşüncesinde bunu açıkça görmekteyiz. Buna göre insan zihin ve bedenden oluşmaktadır. Zihin, insanın özünü ifade etmekte ve eylemlerin asıl gerçekleştiricisi konumundadır. Nesnelerin değişmez doğasını kabul eden ve evrene özcü bir şekilde bakan bu yaklaşım 1940’lı yıllardan sonra ciddi bir şekilde eleştirilmeye başlanmıştır. Nitekim insanı beden ve ruh diye ayıran kartezyen düşünceyi ve bu düşüncenin dayandığı özcü bakış açısını temelden reddeden Foucault, Deleuze, Baudrillard ve Bourdieu insanın özgürlük sorununu insanın doğası temelinde değil tarihsel koşullar açısından ele almışlardır.

Sosyal, kültürel, siyasal ve ekonomik birçok bileşeni ele alan ve bunların oluşturduğu etkileşim ağının insanın tercihleri üzerindeki belirleyici etkisine yoğunlaşan Baudrillard’a göre, insanın kendisini bu ağdan kurtarması mümkün değildir. Çünkü artık nesnelere klasik dönemde olduğu gibi işlevleriyle değil, kitlenin belirlediği anlamsal yüklemelerle insanların yönelimlerini harekete geçirmektedir. Baudrillard bu ağın çözümlenmesini birtakım kavramlar üretmekle yapmaktadır. Baştan çıkarma, hiper-gerçeklik, simülasyon ve kalıntı kavramları bunların başında gelmektedir. Baudrillard, insanı tercih etmeye sevk eden arzunun öznenin değil nesnenin başladığını söylemekte ve bunu “baştan çıkarma” olarak ifade etmektedir (2014a:16). Ona göre bu süreçte zihinde farklı bir anlam kazanan gerçeklik, bir temsil olarak insanın yönelimlerini belirlemektedir. “Simülasyon”<sup>2</sup> olarak ifade edilen bu durum (2016b:12) gerçekten daha etkili bir şekilde insanı seçmeye yönlendirdiği için “hiper-gerçeklik” olarak da dile getirilmektedir (2011: 12; 2016b: 5). Bu düşüncede, gerçeklik bütünüyle yok olmaz. Bunun yerine modern sistemin

<sup>2</sup> Bir köken ya da gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla yeniden türetilmesine hiper-gerçek yani simülasyon denilmektedir. Simülasyondan kastedilen salt bir kurgu ve benzetim değil, ilişkili olduğu şeyin yokluğunu gizleyerek kendini gerçek ve hatta hiper-gerçek olarak konumlandırmadır. Çünkü simüle ettiği şeye ait izleri taşıyarak onun gerçekliğini ondan etkili olarak yerine getirmektedir (Baudrillard, 2016c).

oluşturduğu kitle iletişim ağının etkisiyle gerçekliğin bir hayalet olarak sürdüğü düşünülmekte olup gerçekliğin ortadan kalkmasından sonra oluşan bu temsil ya da hayalete “kalıntı” denilmektedir (1998: 20).

Baudrillard’ın eserlerine baktığımızda hemen hemen tüm çalışmalarının ve ele aldığı konuların insanın seçim yapma biçimi ve özgürlüğü ile ilişkisi olduğunu görürüz. Yine de Baudrillard’ın *Baştan Çıkarma, Kötülüğün Şeffaflığı, Nesnelere Sistemi, Çaresiz Stratejiler, Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm* isimli eserlerinde özgürlük ile ilgili meseleleri daha çok ele aldığını söyleyebiliriz. Çalışmamızda bu eserlerde geçen metinler özgürlük konusu ile ilişkili olarak ele alınacaktır. Baudrillard düşüncesi üzerine hatırı sayılır sayıda eserin hazırlandığını görmekle beraber yapılan çalışmalarda genelde toplumsal çözümlemelerin, medya ve mimarinin konu edinildiğini söylemek mümkündür (Yumrukuz, 2015; Uslu, 2011). Bununla birlikte onun felsefi düşüncesini ortaya çıkaran eserler de yok değildir. Nitekim Mehmet Güzel “Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard’ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları” (2015: 65-84) isimli çalışmada Baudrillard’ın simülasyon düşüncesini izah etmektedir. Ancak bu eserde, ele alınan konu gereği özgürlük konusu sınırlı olarak ele alınmaktadır. “Baudrillard’ın Simülasyon Kuramı ve Küresel (Evensel) İnsanın Çıkmazları” isimli makaleyi hazırlayan Ayşe Cengiz ise Batı kültürünün eseri olan tüketim toplumunu, medya ve kitle iletişim araçları üzerinden simülasyon ve hiper-gerçeklik kavramları ile açıklamaktadır (2005: 117-125). Bu eserde özgürlük, medya ve kitle iletişim araçları etrafında ele alınmakla beraber makineler, moda ve mimari kavramları çalışmaya konu edilmemiştir.

Biz bu çalışmamızda makinelerden ve kitle iletişim araçlarından örülü yaşam alanında insanın özgür olmadığını Baudrillard açısından ortaya koyacağız. Bunu yaparken insanın doğası itibarıyla özgür olup olmadığını tartışmayacağız. Çünkü bu çalışmaya zemin teşkil eden Baudrillard’ın eserlerinde, insanın doğası itibarıyla özgür olup olmadığı gündeme alınmamıştır. Bunun yerine mevcut modern sistem içerisinde yaşamını devam ettiren insanın kitle iletişim araçları, makineler, reklam ve moda karşısındaki özgürlüğü sorunsallaştırılmıştır. Yukarıda çizdiğimiz çerçeveye uygun olarak çalışmamız iki bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde Baudrillard açısından insanı tercih etmeye sevk eden hayal, arzu, akıl, irade, baştan çıkarma gibi zihinsel durumlar ele alınacaktır. İkinci bölümde ise Baudrillard açısından tercih etmenin modern sistemdeki toplumsal koşullar ele alınacaktır. Çalışmamız boyunca vardığımız neticeleri sonuç kısmında takdim edeceğiz.

### 1. Baudrillard Açısından İstemeyi Oluşturan Zihinsel Süreçler

Özgürlük meselesinin anlaşılabilmesi için isteme sürecini oluşturan zihinsel durumlar olarak hayal, arzu, akıl ve tercih etme (irade) edimlerini çözümlememiz ve bu durumlar arasındaki ilişkiyi Baudrillard açısından ele almamız gerekmektedir. Böyle yaptığımız takdirde hem Baudrillard’ın bu kavramlardan ne anladığını hem de onların birbirleri üzerindeki etkisini nasıl izah ettiğini anlamış oluruz. İsteme bir süreç olduğuna göre bu sürecin bir başlangıç aşamasının olması gerekmektedir. Görünen o ki Baudrillard klasik düşünceden farklı bir isteme sürecini saptamaktadır (2011: 145). Klasik dönemden beri insanın özgürlüğüne yapılan atıf modern dönemde de daha güçlü bir irade edimi ile kendisini devam ettirmiştir. Söz gelimi erken modern dönemde isteme süreci özne ile başlamakta, istemenin nesnesi olan eylem ise sonradan gündeme gelmektedir. Nitekim Descartes, öznenin nesneden yalıtılmış durumunu ve öznenin böyle bir anda bile düşünme etkinliğini tahayyül eder. Descartes’ın bedenden soyutlanmış bir özne için varsaydığı ve adeta felsefesinin temelini koyduğu “Düşünüyorum o halde varım” (2006: 44) mottosu onun nesnesiz bir özneyi kabul ettiğinin en açık göstergesidir. Ayrıca onun düşüncesinde isteme ve özgür seçim yetisi bireyin hâkimiyetinde, aklın alamayacağı kadar geniş ve büyük bir

yapıda bulunmaktaydı (2007: 53). Bu sebeple Descartes açısından, istemenin öznenin başladığını ve öznenin tümüyle etkin olduğu bir istemeyi savunduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.

Düşünce tarihi açısından bakıldığında genellikle öznenin dünyaya ve tarihe bir anlam kazandırmaya çalıştığı varsayılmıştır. İnsanlığın amacı olarak hep özneye ait bir dünya yaratılmaya çalışılmıştır. Arzulama konusunda önceliğin hep özneye olduğu tasavvur edilmiştir. Baudrillard açısından ise özneyi nesneden yalıtılabilmek mümkün olmadığı gibi süreci özneye başlatmak da doğru değildir. Buna göre devreye ayartma kavramının sokulması durumunda her şeyin tersine döneceğini, bu sayede arzulayan bir nesne yerine ayartan bir nesnenin ön plana çıkacağını ve artık her şeyin nesne ile başlayıp nesne ile biteceğini söylemektedir (2011:144). Bu durum öznenin geri planda olup nesnenin aktif olduğu, yönelimlerin kaynağının özneye olmadığı bir süreci ortaya çıkarmaktadır. Fakat bunu dile getirmedeki amacı sadece nesneye vurgu yapmak değildir. Zira içerisinde bulunduğumuz tüketim koşullarında özneye olma rolüne kimse talip olmamaktadır (Baudrillard, 2011: 146). Çünkü Baudrillard her şeyin herkesin gözü önünde olmaya başlaması ile beraber kimsenin özneye olma gibi bir gündemi olmadığını ima etmektedir (2011: 146). Belki de tüketim toplumunun koşulları kimsenin özneye olmasına müsaade etmemektedir. Dolayısıyla insan, özneye olma rolü peşinde olmadığı için toplumsal koşullarında etkisiyle daha edilgen olup nesne tarafından ayartıldığı bir isteme süreciyle karşı karşıya kalmıştır. Baudrillard klasik ve modern dönemdeki vurgulu özneye iradesinden farklı olarak nesne karşısında insanın edilgen olduğunu ve isteme sürecinin nesneden başladığını söylemektedir (2011: 147). Onun açısından nesneden başlayan bu isteme süreci, özneyi çeşitli şekillerde büyülemekte ve onu baştan çıkartarak nihayete ermektedir.

Söz konusu olan “baştan çıkarma” olayı bir takım mekanizmalarla gerçekleşmektedir. Bunların başında insanın buna hazır hale gelmesini sağlayan “hayal kurma” edimi gelmektedir (Baudrillard: 2015). Normalde imge görünümle ilişkilidir ve kendi başına gerçek ile ilişkili değildir. İmgenin insanı şaşırtma ve etkileme gücü her zaman var olan bir potansiyeldir (Baudrillard, 2015: 86). Yani imge bir zamanlar gerçeğe ait bir görünümken sahip olduğu gizem ve çekiciliği ile insanı etkileyebilmekteydi. İntitili olduğu gerçek ile öznenin dünyasında fırtınalar yaratabilmekteydi. Oysa günümüz koşullarında bu gizem çözülmüştür. Zira imge artık amaç için üretilen ve herhangi bir gerçekle ilişkili olmak zorunda kalmayan bir yapıya bürünmüştür. Dolayısıyla imge, artık imleyen değil imlenen bir hâle gelmiştir. Öyle ki imge, günümüz modern sisteminde gerçeğe dönüşmüştür (Baudrillard, 2015: 86). Gerçeğin gereklerini yerine getirip her yerde var olarak bunu sağlamıştır. Görsel bir ipucu olma işlevini yitirmiştir. Hatta Baudrillard'ın perspektifiyle imge, gerçekten de daha etkili olarak bir hiper-gerçek hâline dönüşmüştür (2015: 87). İmgenin bu hiper-gerçek olma süreci şüphesiz onun her yerde kullanılmasından ve işe yaramasından ileri gelmektedir. Çünkü her şeyin yüklenebildiği ve anında üretilebildiği imgeler, öznenin yönlendirilmesinde kullanışlı bir yere sahiptir. İmge moda, reklam ve haberlerde kendini göstermekte böylece kitlenin belirlenimlerinin bireye dayatılmasında kullanılabilir (Baudrillard, 2015: 87). Bu süreçteki üretimi ve kullanışlılığı ile imge, başka bir duruma evrilmiştir. Başlangıçta gerçek ile sihirli bir yapıda bulunan imge, artık özneye her yerde karşılaşan ve ona dayatımda bulunan bir illüzyona dönüşmüştür. Dolayısıyla imgenin kullanım alanlarının çoğalması ile birlikte imge parçalanmıştır.

İmgenin parçalanmasını Baudrillard Bizans dönemindeki ikonoklastlar üzerinden anlatmaktadır (2015; 2016c). Buna göre bu dönemdeki ikonoklastlar, Tanrı düşüncesini insanların zihinlerinden silip atmak için Tanrının ikonalarını her yere yerleştirerek ve insanların zihninden Tanrı imgesini silerek Tanrıyı temsil eden ikonaları egemen hale getirmişlerdir. İkonaları insanların zihninde parçalayıp yok etmeye çalıştıklarında aslında Tanrının var olmadığını ve simülasyonlar aracılığıyla var olabildiği düşüncesinin yaygınlaşacağını hesap edememişlerdir

(Baudrillard, 2016c: 18). İkonoklastlar kafalarındaki Tanrı imgesini insanların zihnine yerleştirmek için kendi oluşturdukları imgeleri insanlara dayatarak, onlarda var olan imgeleri değiştirmeyi amaç edinmişlerdir. Bu sayede kendi imgelerinin işler hale gelmesini ve insanların kendi düşündükleri gibi düşünmelerini sağlayacaklarını düşünmüşlerdir. Oysa her yere yerleştirdikleri ikonalar sayesinde Tanrının bir simülasyona dönüşmesini sağlamışlardır.

Günümüzde imgeye yapılanlar ise ikonoklastların yaptığından çok da farksız değildir. İmgeleri anlama boğarak, gerçeğe yakınlaştırmaya çalışarak onlardan daha fazla verim ve gelir elde edeceğimizi düşünerek onların yok olmasına neden olmaktadır. Öznenin istemesini kontrol altına almak ve ona tahakküm kurmak için her alanda kullanılmak üzere imgeler yaratılmaktadır. Baudrillard'a göre yaşadığımız çağda ise imgeler reklam, moda ve iletişim araçlarında kullanılarak sefaleti ve şiddeti insanlara sunmaktadır. Ona göre artık bir mankenin vücudu ve yüz hatları, bir Afrikalının iskeletini andıran görüntüsü kadar gerçektir (2015: 88). Afrikalının iskeleti andıran görüntüsü gerçek iken mankenin görüntüsü hiper-gerçektir. Burada imgenin moda alanında nasıl bir simülasyona uğradığını görmekteyiz. Zira gerçekten türeyip önümüze sunulan şey gerçeğin kendisinden daha etkili olmaktadır. Her ne kadar Afrikalının iskeleti bizde olumsuz duygular olan ölümü ve açlığı çağırırsa da bir mankenin bu zayıflığını moda olarak görmekte, bundan rahatsızlık duymamakla birlikte ona benzemeye çalışılmaktadır. İmge bu şekilde bir hiper-gerçek hâline dönüşerek özneyi etkilemekte ve onu baştan çıkartmaktadır. Söz gelimi pantolonu yırtık olan birisi ile moda ikonaları yoluyla eskitme yapılan pantolon aynı etkiyi yaratmamaktadır (Adanır, 2016: 49). Daha da ileri gidecek olursak moda yoluyla eskitilen pantolon, gerçekte yırtık olandan daha etkili olabilmektedir. Çünkü moda tarafından imgeler kullanılarak gösterilen pantolona göstergesel değer atfedilmektedir (Adanır, 2016: 48). Dolayısıyla moda ve reklam aracılığıyla Afrikalının gerçek olan görüntüsü ile mankenin zayıflığı aynı etkiyi yaratmakta hatta mankenin oluşturduğu algı daha etkili olmaktadır. Bu imgeler artık bize olması gerekeni değil, olmaması gerekeni göstermekle kalmaktadır ve sefaleti ticari ve estetik amaçla bize dayatmaktadır (Baudrillard, 2015: 88).

Başka amaçlarla kullanılan imge, artık imge olma özelliğini yitirmiştir. Baudrillard'a göre imgeyi yansıttığı gerçeğe yaklaştırmak için ona anlam, arzu gibi özellikler ekleyip simüle ederek ulaşmak istediğimiz sonucun tam tersini yapmış olmaktadır. Ona göre günümüzde teknikten yararlanılarak imge üzerinde yapılan çalışmalar ve ona yüklenen anlamların yoğunluğu onun gerçeğe ilişkisini ortadan kaldırmaktadır (2015: 92). Tıpkı Bizanslı ikonoklastların kafalarındaki Tanrı imgesini yaygınlaştırmak için kullandığı yöntemin amaçlarına hizmet etmemesi gibi bizim yaptığımız teknik çalışmalar da istediğimiz sonucu vermemektedir. İmgeye yüklenen ve ondan beklenen anlamlar sayesinde imge artık görüntü değil, simülasyon düzeninin bir parçasına dönüşmüştür (2015: 93). Nihayetinde modernleşme ile beraber imgeyi anlama ve düşüncelere boğmak suretiyle onun gerçeğe arasındaki mesafenin açılmasını sağlamış bulunmaktayız. Simülasyona uğrayarak gerçeğin görevini üstlenen imge, gerçekten de daha etkili hale gelmiştir.

Baştan çıkarma olayının gerçekleştiği zihinsel hâllerden arzu için Baudrillard, bugüne kadar nesnenin gücünün fark edilmediğini söylemektedir. Buna göre modern dönemde, arzu ile ilgili bütün önceliğin öznedeki olduğu çünkü sadece onun böyle bir hakka sahip olduğu düşünülmekteydi (2011: 144). Aynı zamanda arzu konusunda özneye bu değer biçilmesi onun bir tarihe sahip olmasından da ileri gelmiş olabilir. Başka bir ifadeyle özneye bu değer verilmesi onun irade sahibi bir varlık olarak varsayılmasından kaynaklanılmaktadır. Dahası da var. Bu düşüncenin hüküm sürmesi özneye bir irade evreni anlamı yüklediği için de insana huzur vermekteydi. Baudrillard ise arzuyu anlamaya çalıştığımızda önceliği özneye değil nesneye vermemiz gerektiğini söylemektedir. Arzulayan bir öznenin değil, ayartan bir nesnenin (2011: 145) söz edilmesinin daha doğru olacağı kanısındadır. Arzulamaktan başka bir şey yapmayan

öznenin aksine, arzulamanın nasıl olduğunu bilmeyen ve arzunun başladığı bir nesneyle karşı karşıyayız. Bugüne kadar öznenin her şeyi kontrol ettiğini düşünen kuramlara karşı nesnenin ayartma gücünün ortaya çıkması oyunu değiştirmiştir. Artık sadece özne ile başlayıp onda biten bir süreç yerine arzulattıran ve özneyi yönlendiren bir nesneden söz etmemiz daha doğru olacaktır.

Elindeki bu güçle nesnenin, öznenin duygularıyla oynayıp onu baştan ve çıkarttığını onunla adeta oyun oynadığını düşünen Baudrillard; arzu konusunda ötekinin kaderini belirleyen, hiçbir öznenin kaçamadığı ama her türlü öznelğin ötesinde olup özneyi bu durumda sorumluluktan kurtaran bir nesne kavramını gündemine almaktadır (2011: 145). Modern çağın özne iktidarı düşüncesine zıt olarak, özneyi kontrol eden, etkileyen ve ona yön veren nesnenin, özneyi sorumluluktan kurtardığını da söyleyebiliriz. Nesne artık özneye rol biçen, arzularını kontrol eden ve ortalıkta gezinmeyen ama her şeyin içine gizlenmiş olarak ön plandadır. Nesnenin öznenin yerini aldığı ve onu baştan çıkarttığı bu yeni süreçte Baudrillard'a göre zaten günümüzde tarih, bilgi ve iktidar öznesi rolünü üstlenebilecek kimse de yoktur. Buna göre günümüzde her şeyin şeffaflaşması ve ayan beyan olması sayesinde bu rolleri kimse istememektedir (Baudrillard, 2011:146). Bütün bu sürecin sonunda nesnenin özneyi nasıl ele geçirdiğini ve ona karşı tahakküm kurduğunu görüyoruz. Özneye oyunlar kuran, onu baştan çıkartan nesne artık özne olma rolünü eline geçirmiştir. Oluşan bu yeni durumla beraber ne istediğini bilmeyen özneye karşı, onu köşeye sıkıştıran ve etkileyip baştan çıkartan nesneyi görmekteyiz.

Arzu meselesinden sonra akıl olgusuna geldiğimizde ise Baudrillard'dan önce modern dönemdeki aklın konumunu izah etmekte fayda vardır. Modern dönemin ilk düşünürlerinden Descartes'a göre akıl, dünyanın en iyi paylaşılmış şeyidir. Ona göre bu eşit paylaşım sayesinde doğru ve yanlış ayırt etme gücü bütün insanlarda mevcuttur (2006: 19). Bütüncül bir yapıya sahip olan bu bilinç bir neden-sonuç ilişkisi içinde kesinlik arz etmektedir. Baudrillard'ın düşüncesinde ise akıl boşlukları tamamlayan bir yapıdadır. Her gösteren ve gösterilene bir anlam ve gerçeklik yüklediği zaman dünya sona erecektir. Buradan hareketle diyebiliriz ki her gösterenin bir gösterilene işaret etmesine lüzum yoktur. Böylece Baudrillard gösterilensiz gösterenin de olabileceğini düşünmektedir. Oysa klasik ve modern düşüncede bu mümkün değildir. 1950'li yıllardan önceki döneme denk gelen bu dönemde yaygın kanıya göre bir gösteren varsa onun işaret ettiği bir anlamın da olması zorunluluk teşkil etmekteydi. Bu dönemlerde aklın görevi ilişki kurmaktır. Modern düşüncenin aksine Baudrillard'a göre akıl, belirsizlik ve anlamsızlık üretme ve her şeyi bir bütüncül yapıda görmek yerine tam tersine birbiri ile ilişkili unsurları birbirinden ayırmakta, onları kendi hallerine bırakmaktadır. Buna göre akıl, kendi hallerine bırakılan ve serseri mayın gibi ortada kalan unsurlara bir varoluş gerekçesi uydurmaktadır. Bunun nihayetinde aklın görevi düzenli bir şekilde tekrarlanan görünümlere son vermektir (2011: 196). Görüldüğü gibi Baudrillard'ın düşüncesinde akıl, modern anlayışın aksine boşlukları tamamlayan bir yapıda bulunmaktadır. Modern düşüncenin neden-sonuç ve anlam üretme anlayışını bir kenara bırakan Baudrillard, aklın bütüncül yapıdan ziyade parçalara bölen ve var olan bağıntılarla anlam kazandırmaya çalışan bir durumda bulunduğunu dile getirmektedir. Belirsizlik üretmek üzerine kurulu olan akıl, bunun nihayetinde var olan bağıntılarla bir ilişki ve anlam kurma görevini üstlenmiştir.

Aklın hem Descartes hem de Baudrillard'daki anlamını söyledikten sonra aklın irade süreci için neden önemli bir aktör olduğunu izah edebiliriz. Kartezyen düşüncede akıl; ilişkileri kuran, hafızadaki öğeleri tekrar gündeme getiren ve bunlar hakkında karar veren ve nesnelere karşısında merkezi bir yerde duran bir erktir. Bu açıdan bu düşüncede akıl seçme etkinliğini bizatihi kendisini belirlemektedir. Ancak Baudrillard'a göre günümüzdeki nesnelere sistemini ve gösteren-gösterilen ilişkisini düşündüğümüzde anlamsal ilişkileri kuran bir akıldan söz etmemiz mümkün değildir.

Dolayısıyla akıl eylemler karşısındaki konumunu kaybettiği için irade sürecinin bir aktörü de değildir. Ya da en azından klasik anlamdaki aklın bu süreçte bir etkisi yoktur.

Baştan çıkarma sürecinin bir diğer ögesi olan irade edimini Descartes ve Baudrillard açısından ele alalım. Descartes, bireyin kendi deneyimleriyle doğruyu yanlıştan ayırma yetisini göz önünde bulundurarak, bireyin kendisinde bir yargıda bulunma ediminin bulunduğunu ve bunu Tanrıdan aldığını, bu yüzden de gerektiği gibi kullanıldığı takdirde hataya düşme ihtimalinin olmadığını söylemektedir (2007: 50). Bu düşüncede iradenin tanrısallığını ve mükemmelliğini görmekteyiz. Aynı zamanda iradeyi kullanan öznenin de doğru veya yanlış yapma konusunda belirleyici olduğunu görmekteyiz. Aynı şekilde Descartes'a göre irade ve özgür seçim yetisi, insan aklının alamayacağı kadar büyük ve geniş bir yapıda bulunmakta ve bir takım sınırlar içerisine kapatılma ihtimali olmayan bir durumdadır (2007: 53). Öznenin doğası gereği özgürlüğü ve iradesinin sınırlarının vurgulandığı bu cümlelerde, bu kavramların onun doğasında bulunduğu ve hatta tahayyül edilemeyecek büyüklükte olduğu da belirtilmiştir. Baudrillard ise iradenin kullanımı konusunda bu kadar iyimser değildir. Ona göre artık dışarıdan gelen belirlenimler önceliğimiz olmakta, kitlenin yaptıklarını yapmak ve bunu tekrarlamak önemli hale gelmekte, bireyin iradesi ise bir yanılısamadan öteye gitmemektedir (2016a: 167). Nitekim modern dönemde dile getirilen ve insanı kutsayan bir yapıda bulunan irade ediminin aksine; insanın elinde olan ve özgürce hükmettiği bir irade söz konusu değildir. Zira bir yanılısama şeklinde olan irade edimi, başkasının yaptığını tekrar etmekten ve kitlenin belirlenimlerini kopyalamaktan öteye geçememektedir. Bu durumda insanın ne derece irade sahibi olduğu tartışma konusudur. Kitlenin seçtiklerine göre seçen, kendisine dayatılan reklama göre hareket ettiği halde seçtiğini zanneden ve kitlenin belirlenimlerinin dışına çıkmamaya çalışan bireyin, iradesini ne derece kullanabildiği tartışma konusudur.

Modern düşüncede bireyin hayatından sorumlu olduğu ve onun davranışlarını kendi iradesiyle kontrol edecek güçte olduğu görüşü hâkimdir. Baudrillard'a göre kendi yaşam sorumluluğumuzun bize üstlendirilmesi, kültür tarafından dayatılan bir durumdur. Bu durum her ne kadar Hristiyan gelenekten alınmış olsa da günümüzde kitle ve kitle iletişim araçları tarafından desteklenmekte ve bizim de bu doğrultuda hareket etmemiz beklenmektedir. Baudrillard'a göre bu durum insanı kendi isteklerinin ve sorumluluğunun kölesi haline getireceği için temelsiz bir iddia olarak durmaktadır (2016a: 168). Ona göre bu duruma rıza göstermek ve kendi yaşamının sorumluluğunu almak her şeyin denetlenmesini sağlayacağı için bunun aynı zamanda görülmemiş bir köleliği de beraberinde getireceğini dile getirmektedir. Başka bir ifadeyle insan, sadece kendisinden beklenen köleliği yerine getireceği için irade artık söz konusu olmamaktadır.

Tüketim toplumundaki bireylere bakıldığı zaman artık bir şeye inanmadığını ve ne istediğini bilemediğini görmekteyiz. Baudrillard'a göre bilmek, istemek ve yapabilmek edimleri bir kenara bırakıldı. İnsanlar ne istediğini bilmese bile başkasının istediğini isteyebilmekte ve onu arzulamaktadır. Aynı şekilde başkasının yaşadığı arzular ona kendi arzularından daha gerçekçi gelmektedir. Buna göre başka mercilere bırakılan irade ediminin yerini videolar, haberler, röportajlar gibi kitle iletişim araçlarıyla sadece gösterilene gördüğümüz bir durum içerisinde bulunmaktayız. Karar verme süreçleri makinelere aktarıldığı için, birey sadece gösterilene görmekle yükümlü hale gelmiştir (Baudrillard, 2016a: 169). İçerisinde yaşadığımız tüketim düzeni, bireye nerede ne yapması ve nasıl davranmasını gerektiğini veya seçmesi gereken şeyi toplumsal koşulları da kullanarak yaptırabilmektedir. Oluşturulan sanal ortam ve medya düzenleriyle bireyden istenilen, gösterilen şeyi seçmesi ve onun sanki kendi iradesinin eseriymiş gibi sahiplenilmesidir. Oysa burada bir seçim söz konusu değildir. Bireye imgelerle çekici kılınan nesnenin aldırıldığı bir durumda, birey açısından karar vermenin söz konusu olduğunu söyleyemeyiz. Oluşturulan bu yeni düzende insan iradesinin kendi başına seçim yapabilmesi

Baudrillard açısından mümkün görünmemektedir. Zihinsel hâlleri etkileyen ve bireyi seçim iradesine gerek kalmayacak şekilde hayatın her alanında yer edinen toplumsal koşulları ele almak bu süreci bir nebze daha somutlaştırabilir. Baudrillard açısından insanın iradesinin neden bu hale geldiğini görmek için onun yönelimlerini belirleyen toplumsal koşullar olan moda, reklam, kitle iletişim araçları, makineler ve kitle unsurlarını ele almamız gerekmektedir.

## **2. İstemenin Modern Dönemdeki Toplumsal Koşulları**

İnsanı baştan çıkarma sürecine sevk eden zihinsel durumlar olduğu gibi Baudrillard açısından modern sistemde insanı tercih etmeye zorlayan toplumsal koşullar da bulunmaktadır. Bireyin edilgen olduğu bu süreçte iradesini devrettiği veya bu iradesine hükmeden moda, kitle iletişim, makineler, reklam ve kitle kavramları üzerinde durmak icap etmektedir. İnsanı tercih etmeye sevk eden süreçlerin başında moda gelmektedir. Baudrillard modernlikle beraber modanın kendine özgü tekrarlarından oluşan döngüsel bir zaman anlayışının ortaya çıktığını söylemektedir. Buna göre geleneksel olanda eski ve yeni kavramı mevcut değildi. Modernliğin özündeki ikililik sayesinde yeni ve eski kavramları ortaya çıkmış ve modanın temelini oluşturmuşlardır. Bu sayede moda ile beraber yeni, eskiyi ötelemiş ve yönelimleri belirleme gücüne erişmiştir (Baudrillard, 2016b: 157). Moda tekrarlarından oluşan döngüsü ile eski olanı yeniymiş gibi algılabilmekte ve modanın merkezine koyabilmektedir. Ayrıca ortaya koyduğu ve yeniden gözde hale getirdiği ürünü veya nesneyi ondan önceki ürün ve nesne karşısında üstün hale getirebilme gücünü taşıyabilmektedir. Modanın yaptığı bu eski-yeni değişimi modernliğin özünde olduğu için bu yer değiştirmeler bununla paralellik göstermektedir. Moda eski ve yeniyi, moda olan ve moda olmayan olarak göstermektedir. Moda olan ile kastedilen güncel olandır. Modernliğin taşıdığı ikililik düşüncesi hayatın hemen hemen her alanında kendine yer bulduğu için modanın bütün bu alanlarda söz sahibi olma durumu mevcuttur.

Modanın sınırları artık belirlenememektedir. Baudrillard bunu metastaz üzerinden izah etmektedir. Metastaz, ortaya çıkan bir durumun belirli bir alanla sınırlı kalmayıp mobilyadan tutun da ulaşım araçlarına, kitle iletişim araçlarına kısacası hayatın tüm boyutlarına taşınmasıdır (Baudrillard, 2016a). Ayrıca dikkat etmek gerekir ki bu şekildeki bir metastaz olayında yeni gibi ortaya çıkan bu durum farklılık içerisinde değil, döngüsellik içerisinde kendisini yeni gibi göstermektedir. Baudrillard'a göre moda, bir metastaz gibi hayatın her alanında faaliyet göstermektedir. Cinsellikten iletişim araçlarına, oradan da sanata kadar artık her yer bu mantığın sınırları dâhilindedir. Günümüzde artık bir gösteriye dönüşen modadaki değişimler estetik laf olsun diye yapılan bir eyleme dönüşmüştür (2016b: 158). Bu demektir ki moda bireyin kendini güncel tutmak için takip ettiği fakat kendi tercihiyle karar verdiği bir süreç değildir. Zira bireyin yaptığı, modanın kendisinden beklediği gibi onu takip etmek ve döngüsel bir şekilde yapılan tekrarları, gereklilik olarak yerine getirmektir. Böylece moda, bireyin hayatının her alanında kendini var ederek onu sarmalın içerisinde tutmakta ve gösteri aracının parçası haline getirmektedir.

Moda dayattığı şeyi imgelerle çekici hale getirerek onu bireyin toplumsallaşmasına bir katkı olarak sunmaktadır. Yani birey, tüketmeden veya modayı takip etmeden kendini var edememektedir. Söz gelimi modanın bu sınırsızlığını ve mantığını Baudrillard'ın alyans yüzük örneği üzerinden anlaşılır kılabiliriz. Buna göre moda, alyansı ABD'de çiftlerin her sene değiştirdiği bir tüketim nesnesine çevirmeye çalışmaktadır (Baudrillard, 2009: 60). Alyans yüzük evliliğin simgesi olarak yaşanan durumu ve evliliği simgeleyen bir nesne durumundaydı. Genellikle sade ve dayanıklı malzemeden üretilen evlilik boyunca takılan simgesel bir nesneydi. Yani uzun seneler kullanılması ve sembolik yapısı ile modanın denetiminden uzaktı. Baudrillard'a göre moda, nesneyi bağlamından kopartarak kendi denetimine almaya ve bir tüketim nesnesine çevirmeye çalışarak her sene moda ile değiştirilen bir şeye dönüştürmeye çalışmaktadır. Bu



demektir ki moda kapsamında değiştirilen alyans, artık nesne olan ya da evliliğin süresiyle orantılı simgesel bir şey değildir. Her yıl moda takip edilerek değiştirilmesi gereken bir tüketim nesnesine dönüşmüştür. Muhtemelen çiftler artık modadan geri kalmama ve onun gereklerini yerine getirme adına bu moda olan durumu takip etmek durumunda kalacaklardır. Peki, moda bunu nasıl yapmaktadır, yani nesnelere nasıl kendi bünyesine alıp onları devamlı kullanacağı bir forma dönüştürmektedir? Moda, kendi denetime almaya çalıştığı nesneyi önceden duygusal bağlamından kopartmakta sonra da ölümsüz bir forma dönüştürerek istediği zaman güncel kılacağı bir biçime sokmaktadır. Bu durum karşısında birey, sanki kendisi ve arzuları düşünülerek güncel olarak ortaya konulan tercih ederek sürekli bir biçimde bunu tekrarlamak durumunda kalmaktadır. Tıpkı modanın, mankenin iskeletimsi görüntüsünü, ölmek üzere olan Afrikalının bedeninden daha çekici ve hiper-gerçek kılmayı başarması gibi (Baudrillard, 2005: 88) birey de hayatının her alanında modanın peşinden gitmek durumunda kalmaktadır.

Bireyleri tercih etmeye sevk eden toplumsal süreçlerin ikincisi kitle iletişim araçlarıdır. Modernleşme ile beraber iletişim, kitlesel bir yapıya bürünerek anlam değişikliğine uğradı ve karşılıklı olma özelliğini kaybetmiş oldu. Baudrillard'a göre kitle iletişimi, kültürü ve bilgiyi dışlayan bir yapıdadır. Buna göre gerçek simgesel ve didaktik süreçler toplumsalın bu sürece katılımını tehlikeye atacağından artık söz konusu değildir. Bununla beraber iletişim artık anlam içeriği boşaltılmış biçimsel göstergeler koduyla gerçekleşmektedir (Baudrillard, 2016d: 128). Zira tüketim toplumundaki iletişim, klasik dönemdeki karşılıklı bir değiş tokuşun olduğu sürecin aksine göstergesel biçimlerle gerçekleşen ve karşılıklı durumu olmayan bir şekilde sürdürülmektedir. Kitle iletişimi olarak tabir edilen bu yeni süreçte iletişim artık bir koda dönüşmüştür ve içerik kaygısı taşımamaktadır. Bu içerikten yoksun olma durumu bir engel veya sorun teşkil etmemektedir. Çünkü bu durum da bizatihi iletişimin bir parçası haline gelmiştir. İletişimin bir koda dönüşmesiyle artık onun gerçekleşmesi için insana ihtiyaç duyulmamaktadır. Kendi kendine, kendini üretme potansiyeli taşımaktadır. Buna göre kitle iletişim araçları bir dağıtıcı konumuna erişmiş, artık içerik olarak değil sahip olduğu form ve yol açacağı sonuç olarak hizmet vermektedir (Baudrillard, 2016c: 114). Buradan hareketle kitle iletişim araçlarının bir içerik aktarmanın dışında belli bir misyonu topluma taşıma rolünü üstlenmiş bulunduğunu söyleyebiliriz. Bunu aynı zamanda kitlenin belirlenimlerinin topluma dayatılması ve yerine getirmesini sağlama aracı olarak da görebiliriz. Öyle ki birey, moda sayesinde seçtiğini zannettiği her şeyi bu kitle iletişimi ile yayarak var olduğunu kanıtlama durumunda kalmaktadır. Artık sadece bir şeyi yapması ya da yerine getirmesi yeterli görülmemektedir. Bunun yanında bireyden, yaptığı kitle iletişim araçlarını kullanarak adeta bir gösteri gibi kitleye yayması ve kitlenin belirlenimlerini yerine getirmesi beklenmektedir. Dolayısıyla kitle iletişimi bireyin kendini devamlı bir ağa bağlı olmak durumunda gördüğü ve güncelliğini ağda yaptığı paylaşım ile ispatladığı bir şekilde olmaktadır.

Kitle iletişim araçlarıyla beraber iletişimdeki değiş tokuşun ortadan kaldırılmasıyla iletişim bir simülasyona dönüşmüştür. Çünkü tarafları olan gerçek bir iletişim söz konusu değildir. Oluşan bu yeni süreçte bir yanıt verme artık söz konusu olmamakta, iletişim bir kısır döngü şeklinde varlığını sürdürmektedir. Bu simülasyonun içerisinde izin verilen yanıtlar da bu sürecin parçasını oluşturmakta, onlar da bir yanıt simülasyonu meydana getirmektedir (Baudrillard, 2016c: 116). Çünkü artık iletişim tek yönlü olarak devam etmekte ve bir değişikliği meydana getirememektedir. Baudrillard'ın bu düşüncesini internet üzerinden izah edebiliriz. Buna göre internet zihinsel özgürlük ve keşif alanını simüle etme dışında bir işe yaramamaktadır. Kullanıcıya önceden hazırlanmış bilgileri siteler ve belirlenmiş kodlar aracılığıyla göstermektedir. Soruların cevabı önceden bellidir. İnsan makineye soru sorarken aslında cevabını da otomatik olarak vermiş olmaktadır. Bu durumda insan kendi kendine bir terminal görevi görmektedir. Baudrillard düşüncesinde insanın kendinden geçmesine sebep olan iletişim süreci bu şekilde olmaktadır (2015:

77). Bu durumda insanın makineyle iletişimi söz konusu olmaktadır. Artık karşımızda iletişim kuracağımız ve etkileşimde bulunabileceğimiz bir yapı mevcut değildir. Belki de içerisinde bulunduğumuz tüketim toplumunda bireyden beklenen bu karşılıklılık yerine makine ile olan münasebetidir. Zira simülasyona dönüşen iletişimin yapısı içerisinde insanlar olarak bizim yaptığımız ise bu sürece bir durak olma görevi görmektedir.

Simülasyona uğrayan iletişim sürecine dâhil olmamız ve bunun parçası haline gelmemiz bizi rahatsız etmemektedir. Kitlesel şekilde gerçekleşen ama içeriği olmayan bu yapı ile beraber sanallaşma bizi mutlu etmektedir. Baudrillard'a (2016c) göre iletişim araçlarıyla gönderilen mesajlar ile ilgilenme düzeyi ve toplumsallaşma arasında doğru bir orantı söz konusudur. Buna göre, iletişim araçları ve gönderilen mesajlara ilgisiz kalanlar toplumsallaşamayan insan sınıfında değerlendirilmektedir. Dolayısıyla toplumsal bir varlık olmak isteyen birey, bu ağa girmek zorunda hissetmekte ve adeta iletişim araçları tarafından baştan çıkarılmaktadır (Baudrillard, 2016c: 115). Toplumsal olmanın bir aracı haline gelen bu kitle iletişiminin parçası olmak ve bunu sürdürmek zorunluluğunu kitlenin kendisi bize dayatmaktadır. Bunu kabullenmediğimiz takdirde bizi dışlamakta ve kitleye ait olmama ile cezalandırmaktadır. Bütün bunlarla beraber Baudrillard'a göre bilgisayar ve internet ağının insana karşı önceliği olması ve sanal olma durumu; oluşan sanal ortamda kimsenin ulaşamayacağı birine dönüşmeyi mümkün kılmaktadır. Bu sanallık aynı zamanda her türlü kimlik ve ötekilik sorununa karşı bir çözüm olarak kendini göstermektedir (Baudrillard, 2015: 78). Bu durumu göz önüne aldığımızda kitle iletişiminin bu kadar büyük boyutlara ulaşması ve insanları mutlu etmesinin altında, insanlara kimlik ile ilgili ve kaçmak istedikleri durumları gizleme olanağı tanındığını görmekteyiz. Bu gizlenme ile beraber insanlar eksik yönlerini simüle etme imkânına erişmiş olmaktadır. Bunun sonucunda sanal olanın ve makinelerin oluşturduğu bir düzene boyun eğmektedirler.

İletişiminin bu denli kitlesel hâle gelip sanallaştığı ve koda dönüştüğü toplumsal koşullardan bir diğeri olan makineler bölümüne geçebiliriz. Baudrillard'a göre insanlar kendi özgürlüklerinden ve yaratıcılıklarından umutlarını kestikleri veya vazgeçtikleri için üçüncü şahıs olarak makinelerden medet umar hale gelmişlerdir. Buna göre burada kendilerinde var olan ama kullanamadıkları aklı bu makinelere devretmektedirler. Çünkü makinelerin her eylemi bir düşüncenin göstergesi olarak görünmekte ve insanlar düşüncenin kendisinden çok düşüncenin göstergesine değer vermektedirler (Baudrillard, 2012: 116). Baudrillard'ın bu düşüncesini şu şekilde yorumlayabiliriz. Düşünme edimi, içinde birçok zihinsel durumu içeren bir süreçtir. Bu yüzden de düşünmeyi sadece varılan sonuç olarak ifade etmek yetersiz kalmaktadır. Oysa makineler söz konusu olduğunda sadece sonuç kararlarının verilmesinde etkili olmaktadır. Artık varılan kararı sağlayan süreç, makineler için söz konusu değildir. Makinelerin karar vermesi ile düşünmeyi karşılaştıran Baudrillard, makinelerin bu özelliğinden dolayı düşüncenin sadece göstergesinin işletim sistemlerinde yer aldığını söylemektedir. Geldiğimiz noktada insanlar düşünceden çok onun göstergesel değerine önem vermektedirler. Bunun sonucunda insanlar kendisine benzetip sorumluluklarını yüklediği bir yapıyı üretmekte ama buna karşın kendilerini içerisinde bulunduğu şartlar ve simülasyonlarla makinelere benzetmeye çalışmaktadır. Netice olarak insanlar kendilerini sorumluluk ve ödev altına sokan yapılarını makinelere devrederek; düşünmek zorunda kalmadıkları ve sorumlu tutulmadıkları bir yapıya dönüşmeyi istemektedirler.

Baudrillard'a göre gelecek nesiller artık düşünmek zorunda kalmayacaklardır. Tıpkı özgürlüklerini bıraktıkları gibi düşünmeyi de bırakacak ve robotik olarak yaşamlarına devam edeceklerdir. İşlerini ekranların karşısına oturarak halledecekler ve hareket kabiliyetlerini yitireceklerdir. Bütün bu eylemsizlikle birlikte bireyler, artık özürlü bir duruma gelecek ve düşünmeye sahip olamayan bir görünüme bürüneceklerdir (Baudrillard, 2012: 114). Bu durumda insan hayatın kendisine yüklediği ödev ve sorumluluklardan kaçan bir varlığa dönüşecektir. Bunun

sonucunda tıpkı iletişimde anlamın ve içeriğin önemli olmayıp koda dönüştüğü süreç gibi; insan da kendisinden bir şey beklenilmeyen, düşünmeyen ve bundan rahatsızlık duymayan bir yapının parçası haline gelecektir. Fakat bütün bu olası olumsuzluklara rağmen yine de insanı makinelerden, yapay zekâdan ayıran yönler de bulunmaktadır.

Baudrillard'a göre insanın işleyişini makinelerden ayıran en önemli ayırım zevk ilkesidir. Buna göre makinelerde insanın zevk almasına yardımcı olan protezler, kendi yerine zevk alacak bir protezi icat edemeyecektir. İnsanlar kendilerinden daha iyi çalışan protezler icat etse de kendi zevkini aktarabileceği bir makine yoktur. Zaten böyle bir durumun olması içinde aynı zamanda makinelerin de insanı icat edebilmesi gerekirdi. Bu şimdilik mümkün olmadığına göre makine olmanın dışına çıkamayacak ve bunu aşamayacaklardır (Baudrillard, 2012: 115). Bunun neticesinde zevkin insana ait bir içerim olduğunu ve makinelerin bundan mahrum olduğunu söyleyebiliriz. Zevk alması mümkün olmayan bir makinenin yapmaya çalışacağı şey de en iyi ihtimalle yine insana benzemeye çalışmak yani zevki taklit etmeye çalışmak olacaktır. Bundan dolayı zevk kavramının insanları, makinelere karşı hâlâ üstün tuttuğunu söyleyebiliriz. Çünkü tıpkı zevk gibi insanlara özgü olan düşünme edimini, onun göstergesel değeri pahasına makinelere aktarmaya çalıştık. Düşünme ediminin aktarıma izleri olarak da daha iyi hesap yapmaları, çalışmaları, sonucu hesaplamaları yönüyle bunun başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Bunun da teknik özellikler sayesinde makinelere kazandırıldığını söyleyebiliriz. Buna rağmen insanın zevk almasının teknik bir tarafı henüz mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla zevkin düşünmeyi oluşturan önemli bir unsur olduğunu dikkate alırsak zevk alması mümkün olmayan robotlara düşünme etkinliğini nispet etmek anlamsız olacaktır.

Düşünme ediminin ve zevkin insanın isteme sürecini belirlediği bir diğer toplumsal etken reklamdır. Reklamın ilkesel hedefi ürünü tanıtmak ve satış rakamlarını arttırmaktır (Baudrillard, 2014b: 201). Günümüzde ise reklamın bu hedefini değerlendirme imkânsız hale gelmiş çünkü reklam akıl almaz boyutlara ulaşmıştır. Ulaştığı bu boyutlar ne kadar ölçü dışına çıkmışsa çıksın reklam o denli işlevsel bir hale gelmiştir. Bu durumu dikkate alan Baudrillard reklamın artık nesneden bir olay yaratma sanatına dönüştüğünü ve nesneyi zorunlu bir ölçüye uyarladığı sonucuna varmaktadır (2014b: 201). Böylece reklamın klasik anlamıyla nesnenin bir tanıtımı olmadığını, nesneden anlam üreten ve nesnenin kendisini de inşa eden bir misyon üstlendiğini söyleyebiliriz. Reklam bütün bunları yaparken ahlaki veya toplumsal ilkelerle kendisini sınırlandırmamaktadır. İşe yarayıp istenilen sonucu vermesi yani amaca hizmet etmesi onun için tek önemli ilkedir.

Baudrillard modern sistemde nesnelerin artık bir kişilik edindiğini düşünmektedir. Buna göre nesne artık bireyin bir işine yarayan konumundan bireye katkı yapan ve onun sırdaşı olan bir konuma yükselmiştir. Nesne artık bireye ait olmaya, sevgisini kazanmaya çalışmakta ve ona olan sevgisini reklam aracılığıyla göstermektedir. Bunun neticesinde birey artık var olduğunu hissetmektedir. Bireyler reklam sayesinde kendileriyle ilgilenildiği toplumsal bir ortama katılmış oluyorlar. Aynı zamanda bireyin arzularının bireyin istediği şekilde dile getirilmesi ve onlarla ilgilenilmesi de söz konusu olmaktadır (Baudrillard, 2014b: 208). Eşya olan nesnenin konumu değişmiş ve kendisine yer edinmiştir. Bu yer edinme bireyle etkileşim içerisine girecek seviyeye yükselmiştir. Nesne bireyin kişisel, sosyal ve toplumsal hayatına katkı yapmaya, eksik alanları doldurmaya yarar hale gelmiştir. Bu etkileşim ortamının içerisinde reklam ise bu ilişkinin sağlam hale gelmesi rolünü üstlenmektedir.

Nesneleri bu şekilde kişiselleştiren ve reklam aracılığıyla birey ve nesne ilişkisini izah eden Baudrillard'a göre reklam bireyin arzularını yönlendirme işini de üstlenmiştir. Başka bir ifadeyle onun duygularını harekete geçirmeye muktedir hale gelmiştir. Ayrıca onu rahatlamaya veya daralmaya sevk edebilmektedir. Yani arzularını gerçekleştirmeye çalışırken bir yandan da onu

hayal kırıklığına uğratmaktadır. Reklam bireyi bir şeyler almaya sevk ederken aynı zamanda almamaya yönlendirmektedir. Bu şekilde insanın her şeyi arzuladığı bir düzen oluşmakta ama aslında arzunun bu şekilde özgürleşmesi mümkün olmamaktadır (Baudrillard, 2014b: 217). Reklam, bireye istediğini sandığı şeyi sunma veya ondan mahrum bırakma yoluyla duygularını, belirlenimlerini ve arzularını kontrol etmektedir. Bu sayede bireye satmak istediği ürünü, birey tarafından ihtiyacı varmış ve kendi özgür iradesiyle almış gibi göstermektedir. Aslında böyle bir durum söz konusu değildir. Kitle ve moda yoluyla bireylerin almasını istediği tüketim nesnelerini, onlara dayatma vardır. Arzuların kontrol edilmesi yoluyla satın alma reklam tarafından yönlendirilmekte ve birey satın almaya itilmektedir.

Baudrillard'a göre günümüzde tüm ürünler kendilerini zorla satın almaya uğraştırmaktadır. Artık her ürünün bir markası olmaktadır. Bu markanın birinci hedefi bir ürüne ait olmak, ikincisi ise bu ürüne duygusal yan anlamların yüklenmesini sağlamaktır. Buna göre artık bireyin özgür davranışları olan tüketim ve seçim işi kendiliğinden olan bir süreçle belirlenmekte ve bu durum insana haz vermektedir (Baudrillard, 2014b: 233). Marka sayesinde birey reklamlar aracılığıyla ürünü almaya teşvik edilmektedir. Bu sayede ürün ve marka arasında duygusal bir ilişki kurularak bireyin beğenisine sunulmaktadır. Birey ihtiyaç durumunu göz önüne almaksızın marka olan ve bir markaya ait olan ürünü almakta, bu sayede kendini mutlu hissetmektedir. Bu mutluluğun sebeplerinden birisi reklam sayesinde oluşan toplumsal gruplara ait olmanın verdiği hislerdir. Birey kendisine sunulandan mahrum kalmamak adına onu edinme ihtiyacı hissetmektedir. Bu durum bir anlamda tüketme döngüsüne dönüşüp tekrarlanmaktadır.

Baudrillard'a göre reklam aracılığıyla anlamını tükettiğimiz ürünü satın aldirmaya yönlendiren bu süreçle beraber artık bir tüketim toplumu içinde yaşamaktayız. Buna göre birey ihtiyacı yoksa bile bir tüketim çılgınlığına kapılmış durumdadır. Bir ürünün bir ihtiyacı veya eksigi gidermesi önemli değildir. Artık "en son modele" sahip olmak önem taşımaktadır. ABD'deki nüfusun yüzde 90'ı diğer insanların sahip olduklarına sahip olmaktan başka bir şey istememektedir. Artık bireyselin verdiği bir karar bireyselin içinde bulunduğu bir edim söz konusu değildir. Önemli olan kitle olarak hareket edip, aynı ürüne ve son çıkana sahip olmaktır. Bu artık hayatın bir göstergesel değeri durumundadır. Birey sahip olduğu ürün ile yaşam kalitesini ve kitlesini belirlemiş durumdadır. Bu yüzden artık normal bir tüketici sınıfı meydana gelmiş bulunmaktadır (Baudrillard, 2014b: 224). Birey, reklamlar sayesinde kendisine aldırılan, marka aracılığıyla ait olduğu sınıfın belirlenimlerini ve alımlarını takip ederek gereklerini yerine getirmeye çalışmaktadır. Bu sayede hem duygusal hem de toplumsal olarak kendini bir yere ait hissetmekte ve yaptığı harcamalar sayesinde bu ailenin parçası olarak kalmaya devam etmektedir.

Kitlenin beğenilerini takip etmek, onların en son modellerine sahip olmak ve bunu devam ettirmek için tüketmek zorundadır. Bunun nihayetinde tüketimi ve hatta göstergesel bir şekilde tüketmeyi birinci öncelik olarak gören bir toplum meydana gelmiş bulunmaktadır. Yönelimleri ve yapması gerekli olan durumların kitle tarafından belirlendiği, bu sayede toplumsal statü ve sınıfların belirlendiği bu yeni toplum düzeninde birey moda ve reklam yolunu takip ederek toplumsallığını devam ettirmektedir. Birey kitleyle beraber hareket ederken aynı zamanda reklamlar aracılığıyla özgür bir seçimde bulunduğunu düşünmekte ve bu algı devamlı canlı tutulmaktadır.

## **SONUÇ**

Bu makalede Baudrillard açısından bireyin içinde bulunduğu toplumsal koşullar itibariyle özgür olup olmadığını anlamaya çalıştık. İki bölüm halinde çalıştığımız makalenin birinci bölümünde, Baudrillard açısından bireyi tercih etmeye sevk eden süreçler olan hayal, arzu, akıl ve

istenç gibi istemeyi belirleyen zihinsel süreçleri ele aldık. Bireyin baştan çıkarılmasına aracılık eden bu süreçlerden sonra ikinci bölümde ise istemeyi belirleyen toplumsal koşulları ele aldık.

Modern dönemdeki bireyin doğası gereği özgürlüğüne yapılan güçlü yorumun aksine içerisinde bulunduğu koşullar itibarıyla özgür olmadığı Baudrillard'ın düşüncelerinden anlaşılmaktadır. Zira ona göre içerisinde bulunulan toplumsal koşullar bireyin iradesini ve seçim yapma özgürlüğünü kullanmasına izin vermemektedir. Toplumsal koşullar tarafından imge kullanılarak özne de arzular oluşturulmakta ve bunları gidermesi için tüketim yapmaya itilmektedir. Birey oluşturulan arzuyu ve eksikliği, giderme adına belirlenen seçenekler arasından tercihe zorlanmaktadır. Öyle ki bu belirlenmiş ve neredeyse seçtirilen tercihlerde, birey kendi kararlarıyla seçim yaptığını zannetmektedir. İsteme süreci, bireyin kendisinden başlamadığı için bu perspektiften bu durumu incelemek bizi yanılgıya sevk edebilir. Çünkü Baudrillard'a göre isteme süreci, öznenin etkinliği ile değil nesnenin ayartmasıyla başlamaktadır. Nitekim moda, reklam ve kitle iletişim gibi toplumsal koşullar tarafından nesne kullanılarak öznenin belirlenimleri ortaya konulmakta ve bunlar özneye aldırılmak suretiyle özneye dayatılmaktadır. Bireyin hâkimiyeti mevcut durumda olmadığı gibi öznenin kendisi de nesne tarafından tutsak edilmiş ve baştan çıkarılmış durumdadır.

İstemeyi oluşturan zihinsel süreçlere baktığımız zaman klasik ve modern dönemde bu süreçlerin hepsinin öznenin başlayıp onda bittiğini görmekteyiz. Oysa yaptığımız çalışmada görüldüğü üzere öznenin istemenin gerçekleşmesinde baştan çıkarıldığını görmekteyiz. Nesne, özneye arzulararak, gem vurarak, iradesini elinden alarak süreci kontrol etmektedir. Bu sayede isteme sürecinde söz sahibi olmakta ve özneyi bu süreçte geri plana itmektedir. Bu yeni süreçte istemenin öznenin başlamadığı bir etkinlikte, öznenin irade ve söz sahibi olduğunu vurgulamak veya bunu onun doğasına dayandırmak doğru olmayacaktır. Özne edilgen bir rolde, nesne tarafından yönlendirilmektedir.

Bireyin istemeyi belirleyemediği bu yeni sürecin toplumsal koşullarını incelediğimizde ise artık iradesinin söz konusu olmadığını ve üçüncü şahıslar olan makinelerle devredildiğini görmekteyiz. Baudrillard moda, reklam, kitle iletişim araçları ve makineler tarafından bireyin iradesinin kullanıldığını ve yönelimlerinin bizzat bu olgular tarafından belirlendiğini ısrarla dile getirmektedir. Bu olgular tarafından yönetilen ve belirlenen isteme sürecinde bireyin özgür olması mümkün değildir. Birey özgür seçimler yaptığını zannettiği bir simülasyon evreninde hayatını sürdürmeye çalışmaktadır. Yiyeceği yemekten giyeceği ayakkabıya, hatta oturacağı evin mimarisinden alacağı eşyalara kadar birçok şey birey düşünülerek onun dışında belirlenmekte ve sanki onun tercihleri göz önüne alınmış gibi bireye sunulmaktadır. Bu yeni psikolojik denetim sayesinde, birey ise kendi kararlarını kendisinin verdiğini zannetmektedir. Oysa o artık kendi başına bir birey olarak özgür bir şekilde seçim ve tercih sürecini başlatmamakta ve devam ettirmemektedir.

Reklam ve moda sayesinde yönlendirilen birey oluşturulan tüketim toplumu içerisinde satın aldığı ürün ve marka ile kendisini bir sosyal sınıfa ait hissetmektedir. Kitlenin belirlenimlerini takip etmek ve uygulamak zorunda kalan birey mevcut yerini kaybetmemek ve dışlanmamak için kendisi adına karar verileni, reklam aracılığıyla gösterileni talep etmektedir. Oluşturulan kitle ile beraber yönelimleri tayin edilmekte ve ondan beklenen bu yönelimlerin doğrultusunda hareket etmesini sağlamaktadır. Kitle ile beraber tüketim toplumunda yaşayan bireyin özgürlüğü söz konusu olmamaktadır. Çünkü kitle, her alanda var olarak bireyin etkin olacağı bir alana müsaade etmemektedir. Dahası, bireyin içinde bulunduğu tüketim döngüsünde onun bir ürünü edinmekten ziyade o ürüne biçilen anlamı ve göstergeli tükettiğini görmekteyiz. Netice olarak bireyin içinde bulunduğu bu süreci incelediğimiz zaman onun özgürlüğünün söz konusu olmadığı sonucuna varmaktayız.

**KAYNAKÇA**

- Adanır, O. (2016). *Baudrillard*. İstanbul: Say Yayınları.
- Baudrillard, J. (1998). *Üretimin Aynası*. Çev. Oğuz Adanır. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Baudrillard, J. (2009). *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*. Çev. Oğuz Adanır & Ali Bilgin. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Çaresiz Stratejiler*. Çev. Oğuz Adanır. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2012). *İmkânsız Takas*. Çev. Ayşegül Sönmezay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2014a). *Baştan Çıkarma Üzerine*. Çev. Ayşegül Sönmezay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2014b). *Nesneler Sistemi*. Çev. Oğuz Adanır. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2015). *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*. Çev. Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2016a). *Kötülüğün Şeffaflığı*. Çev. Işık Ergüden. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2016b). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*. Çev. Oğuz Adanır. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2016c). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Çev. Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2016d). *Tüketim Toplumu*. Çev. Hazal Deliceçaylı- Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Cengiz, A. (2005). Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı ve Küresel (Evrensel) İnsanın Çıkmazları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. Sayı. 21. 117-125.
- Descartes, R. (2006). *Yöntem Üzerine Konuşma*. Çev. Afşar Timuçin. İstanbul: Bulut Yayınları.
- Descartes, R. (2007). *Meditasyonlar*. Çev. İsmet Birkan. Ankara: BilgeSu Yayınları.
- Güzel, M. (2015). Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı. 15. 65-84.
- Uslu, İ. (2011). *Mimari İmgenin Eleştirisi Üzerine: Jean Nouvel Aracılığıyla Jean Baudrillard'ı Okumak*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yumrukuz, Ö. (2015). *Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Çerçevesinde Türkiye'de Medya İncelemesi (2010-2012)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.