

Kimliğin Hiper Gerçek Boyutu ve Fotoğraf

Yard. Doç. Dr. Sadık Tümay

Varoluşun tanıdık olmayan cephelerine kimlik kazandırma, evrensel bilincin şeffaflaştırma takıntısı olarak zamanımızın en büyük dayatmalarından biridir, modadır. Bu anlamda kimlik için, öncelikle zihinlerde yaşanan çatışmaların realitede nesnelleşmesi, illizyon düzeyinde yaşanması ve yaşatılması, sonrasında ise bu buluşmanın pratikle iletişim içine girme yollarını arama gibi bir güzergah izlemekte ve bu zorlamaktadır.

Kimlikli olamama bir başka boyutta zamanımızda, aşına olamamanın yarattığı hayal kırıklıkları ve kaosa gerilimlere neden olmaktadır. Bu durumdan kurtulmak için, tartışmanın yaşamın her alanında tanımlanmaya yönelik arayışlarla ve girişimlerle umuda dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Umut kimliktir; öz'e ilişkin özgün niteliklerin saptanmasıdır. Bu arada kimliksizlik paranoyasının ortaya çıkardığı hezeyanların güçlü karakteri kendisini alternatif yansıtma biçimlerine müracaat ederek dışa vurmakta, varlığının izleri kendini aşarak öykünmeci, kitsch bir çizgide kültüre mal olan yeni bir sosyolojik nitelikle kimliklilik kazanmaktadır. Bu da başka türden kimlikleştirme hareketinin uygulama biçimidir. İçinde bulunduğu zamanımızda, evrensel kültürel mirası, bu boyutlarıyla kompakt nesnelere ve kimlikler haline getirmiştir. Bu üretimin ve tüketimin, görüntüler kanalıyla gerçekleştirilmesi en rasyonel uygulama biçimi şeklinde denmektedir. (Daha iyisi bulunana kadar!) Hiper gerçeğin görüntüler aracılığıyla yansımaları yeni bir uçuşkan kimlik algısının gelişimine sebebiyet vermiştir. Görsellik aracılığıyla yaratılan bu yeni kimlik, kitlesel anlamda kolay kavranabilir ve tüketilebilirlik özellikleri ile, her türlü kimliği, ihtiyaçlarına göre kapsama alanı içine alabilecek şekilde yaratılabilir. Düşünceyi görüntüye indirgeyen bu düzlemin felsefesi, son derece popülerdir. Meselenin ideolojik boyutunda kapitalizmin, görsel yeniden üretilebilirliği metalaştırarak, bu düzlemleri yaratmaktaki kıvraklığını göz ardı etmemek durumundayız.

Görsellekle, yorumlanmakta olan düşüncelerin, dönüşümleri sonucunda ortaya çıkan kimlik-

siz kimliğin total görüntüsü, aslında tanımlanamamanın içkinliğinin yarattığı gayri meşru bir sonuçtur. Bu süreçte ham madde, teknisyen, estetiysen sıkıntısı v.s yoktur. Kozmopolit evrensel kültür, ütopya mühendislerince değerlendirilip, teknolojik, estetik ve sosyolojik bir tasarım haline getirilir. Pazarlandığı yerlerde hiper gerçekliktir. Tasarımlanmış böyle bir kimliğin görüntüsü zamanımızda, bütünüyle şeffaflaştırma deneyiminin ürünü haline gelmiştir. Benzerlik üretici ve stereotipleştirmeye yönelik tasarım, homojen bir karakter taşımak zorundadır. Bu yönüyle yaygın bir kitsch estetiğin eşyanın tabiatından ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Sosyolojik niteliği ise, kitleselliği boyutunda analiz edilmelidir. Görsellik, bu durumun garantörüdür. Modern zamanların cazibesini kaybetmiş romantizminin, kimliği farklılaştırma anlamında görüntü kazandırma konusundaki mücadele ruhu, görüntünün kimliğini yaratarak devingenliğini rejenere etmekte, bu arada da standartlaştırmaktadır. Kimlik olarak kimliksizliğin tasarımı, yeni Olimpos Tanrıları! tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu tasarımlar çok taraflı bir işlevselliğe sahiptir. Örneğin; Toplumsal gerilimler bu tasarımlar üzerinden nötralize edilmekte, görüntünün kimliği üzerinden gerilimler dolayısıyla oluşan korkunç şiddet ve nefret pasifize edilmekte, içselleştirilmekte, ama aynı zamanda yaratıcılık adına yeni temaların oluşmasına sebebiyet vermektedir. Yaratıcılık, üslup sorunu boyutunda şiddet çeşitlemeleri, ifadenin biçimlenişinde, bu ruh halinin dönüştürülmüş tasarımları olarak görselleştirilmekte, sinema, televizyon ve fotoğraf gibi popüler dışavurum olanaklarıyla medya mimarisinde pazarlanarak kitlelerle buluşturulmaktadır. Görüntü kimliklerle, tanrısal bir

kuvvet ve kudreti estetik bir iletişim dili haline gelmektedir, getirilmektedir. Böylece, mesele farklı bir boyutuyla bir toplumun gustosu hakkında fikir verebilecek, tüketim alışkanlıklarına varıncaya kadar kültürel karakterine ait tahlillerin yapılabileceği modellerin ortaya çıkması olarak da düşünülmelidir.

Görüntüsünün kimliğinin hiper gerçek boyutu, toplumsal kimliksizliği biçimlendirerek kitleler üstünde standartını oluşturmakta, bunalımın ve hayranlığın bir arada yaşanmasını olanaklı hale getirecek kadar ironik bir sentez meydana çıkarmaktadır. İçinde yaşanan dönem ve sonrasında muhtemel sanal süreçlerinde, kimliğin görüntüsünün ve onun kategorilerinin değer ifade edebilmesi, kimliksizliğin, aynı gün, toplumsallaşmasıyla anlamlı hale gelecek bir gelişmedir ve görüntü toplumunun ortaya çıkması böyle bir sistemin ekonomi politikası adına da son derece önemlidir. Görüntüyle, simülatif labratuvar uygulamaları gerçekleştirilmekte, yeni tip evrensel kimlik inşasına ilişkin projeler hayatiyet bulmakta, pazar yaratılabilmekte, kitle iletişim araçlarının olanaklarıyla etkili biçimde değerlendirilebilmektedir. Dünya kimliği projesi uygulamaya geçirilirken, bu kimliğin patentlerinin çeşitli uluslararası markalar tarafından tescil edilmesi ekonomi politikası bu dönemdeki modasıdır. Hiper gerçek kimliğin milliyeti de farklıdır, tabii ki vardır. Geçmişten farklı olarak, kimliğin görüntüsünün milliyetçilik motivasyonunun türevlerinin yeni gelişmelerini ortaya çıkarması olasıdır. Bu arada dönüştürülmeye zorlandığını da belirtmemiz gerekmektedir. Kimliğin görselliği, tüm zamanlarda deneyimlenebilecek, yaratıcı bir farklılıkla kitlelerin ruhunu tutabilecek cinsten bir milliyetçilikle reklam ve halkla ilişkiler uzmanlarının pragmatik faaliyet alanları içinde kalmaktadır. Microsoft, United Colors Of Benetton, General Electric, Sony, Carl Zeiss Lens, Coca Cola, Goggle v.s. Dünya kimliği projesinin misyonerleridir ve eski kimliklerin yenileriyle değiştirilmesi yönünde çıkar ilişkisine dayalı yoğun bir kampanyayı yürütmeleri, kitle iletişim araçlarıyla hiper gerçek evrende devam etmektedir. Bu ise hali hazırda kimlik sahibi olanları rahatsız edici bir gelişmedir ama kaçınılmazdır da. Çünkü, sıkıntı kimliğin görüntüsünün kaybolmasından kaynaklanabilecek yok oluş telaşındır. Tereddütleri de beraberinde getirmesine rağmen, patentin, kimde olacağına, yaratacağı sıkıntıya bir de pazar ilişkileri eklendiğinde krizin düğümlendiği yer kendiliğinden ortaya çıkar. Medyanın, estetik standartlarını biçimlendiren görüntü kimlik; hiper kimlik, evrensel

ölçekte dünya kimliğinin tasarımında son derece önemli işlevlere ve sınırlar ötesi geçerliliğe sahiptir. Hiper kimlik radikal olma dahil, kimlik krizlerinin yol açabileceği travmaları kontrol edici bir strateji şeklinde kullanılmakta, evcilleştirmeye yönelik bir homojenlik yaratma konusunda olanaklar sağlayabilmektedirler. Ayrıca, sistemin denetlenmesi ve yönlendirilmesi, hazırlanması yönünde kamu tüzel kişiliği biçiminde işlevselliğe sahiptirler. Medya, evrensel dünya kimliğinin standartlarını ihraç etme konusunda, son derece stratejik konumdadır. Bütün olası ötekiler de, bu araçlar dolayısıyla tasarımın içinde bilinç ve bilinçaltının korelasyonlarının modellerine indirgenmektedir. Görüntü kimlik üzerinden, paronayaların eskizleri hayatiyet bulmaktadır.

W.Benjamin "Bir şey yok olma tehdidi altındayken, özü tüm hakikati içinde belirir" der¹. Günümüzde hakikatin belirginleştiği yer görüntü ve iletişim teknolojileriyle elde edilenlerdir. Bu imkanın ortaya çıkmasında ve gelişmesinde fotoğraf ve teknolojinin önemi inkar edilemez. Kimliğin görüntüsünün nesnelleşmesi, ideolojik konumu, sanatsal yaratıcılığı beslemesi ve ayrıca kapitalizmin ihtiyaçlarına cevap verme konusunda fotoğraf, bizim bağlamımızda öncelikle değerlendirilecek bir boyuta sahiptir. Kimliğin görüntüsünü statükocu bir içkinlikten alarak avangard bir aşkınlığa taşımaktadır. Çağdaş sanat içinde kimlik sorgulamalarının yapılabilmesine sağladığı olanaklar, modern toplumun ihtiyacı olan değerlendirmelerin yapılabileceği şartları bünyesinde bulundurmaktadır. Fotoğraf, kimliğin görüntüsünü uzun zamana yaymakta, teknolojiyle görüntünün kimliğinin belirginleştiği bir iktidar simülasyonunun yaşanmasını sağlayabilmektedir. Yok etmenin her türlü şifresini kullanan kapitalizm yeni dönemde klasik fotoğrafik teknolojileri aşan özelliğiyle, dijital teknolojilerle, yeni kimliksiz kimliğin, hiper kimliğin inşasını gerçekleştirmekte, böylece kapitalizmin zamana uygun dönüşümlerinden bir başkası gerçekleşmiş olmaktadır. Fotoğraflarda, görünüşten alınan hedonun toplumsal mesafeleri yaklaşıtrıcı illüzyonunun toplumsal retorikliği inşa edici etkisi vardır. Ayrıca kültürel ve estetik kimlik tahlillerine imkan sağlayan, öznenin, aslının tescilindeki naiflik dahil her türlü spekülasyonun kodlandığı bir anlam iletimi zemini yaratılmıştır. Kimliğin görüntüsüyle olan aidiyeti, disiplinlerarası bir sınıflandırmada ilişkilendirme biçimini hiç olmadığı kadar kolaylaştırıyorsa da, görüntü üstünden okunulan kimlik, psiko-dramatize süreçlerin etkisinde ontolojik

problematiklerin arenası gibi ortaya konmaktadır. Hiper gerçek kimlik üstünden yapılan spekülasyonlar; kimliği, zamanı, kültürü sorgulayıcı bir analiz boyutuna imkan sağlar. Fotoğrafik görüntü, bulunduğu andan itibaren modern insanın ve yaşamın dönüşümlerinin belgelendiği bağlam yaratmıştır. Ait olduğu zamanın kimliği, ait olduğu varsayılacak zamanın ise görüntüsüdür. Fotoğrafın ontolojik niteliği bu farklı iki konumda da etnotipik* sorgulamalara olanak sağlayabilir. Örneğin, August Sander'in fotoğraflarında tipolojiler öncelikle artık görüntü kimliklerdir. Alman halkına ilişkin bir tarihsel dönemin (Weimar Cumhuriyeti 1919-1933) detaylarını sağlayan güçlü kayıtlardır. Sonrasında ise yine bu fotoğraflar birer görüntü olmanın ötesinde ilgili kimliklerin (sanatçılar, zanaatkarlar, bürokratlar, işçiler, işsizler...) iktidarına ait öykülerdir. Kim oldukları önemli olmakla beraber, 1919-1933 döneminin kimlik kayıtlarındandırlar.

Fotoğraf anlamında, benzer kaygıları değişik coğrafyalarda, farklı zamanlarda üsluba ait sorgulamalarla çeşitlilik arz etmektedir. Örneğin, benzer bir yaklaşımla ülkemizde Ahmet Elhan'ın 1993 yılında stüdyo içinde Sander vari bir çalışma gerçekleştirmiş, yakın zamanlarda ise 1998-1999 yıllarında Süreyya Yılmaz Dernek ve Ergün Turan'ın ülkemizde gerçekleştirdikleri fotoğrafik projelerini de aynı anlayışın bir



Şekil 1 August Sander (Köy Bantosu)



Şekil 2 August Sander (Postacı)

devamı olarak düşünebiliriz. Her iki projede de doğal hallerinde Türk Toplumsal Yapısına ilişkin kimliklerin fotoğrafik gözlemleri yer almaktadır. Dernek ve Turan projelerini yorumlarken kendi ifadeleriyle "Fotoğrafta önemli olan insan, insanın duruşu ve kimliği" belirlemesini yapmaktadırlar. ² "Biz" ismiyle kitaplaştırdıkları çalışmaları yüzleşme ve yüzleştirmenin hümanist bir bilince ilişkin karakteristik özelliklerden yola çıkarak genelleştirilebilecek makro bir gözlemdir. Kimlikten yola çıkılmıştır ama aynı zamanda bir tarihsel dönemin, kültürün görüntülerinin kimliğidir. Artık hiper gerçekliğin kayıtlarıdır.

*etnotipik: Belirli insan grubunun davranışlarını anlamamızı sağlayan referans modelidir.



Şekil 3 S. Yılmaz Dernek E. Turan, "Biz"

Zamanımızda, görsel kitle iletişim araçlarının kimliğin profesyonelce, kurgusallaştırılmasını inşa etmeye yönelik stratejileri bulunmaktadır. Bunu da kabaca pazar ve çıkar ilişkileri belirlemektedir. Bu çerçevede, tasarımların estetiğini postmodern süreçlerin özellikleri, fazlasıyla belirlemektedir. Şoklar, bu anlamda postmodern espri içerisinde hiper gerçek kimliğin inşasının önemli malzemeleridir. Ayrıca hiper gerçek için önemli olan realitenin hissizleştirilmesi boyutunda, duyu yitimini gerçekleştirebilmekte muktadırlar. Bu profesyonel yaklaşımın ideolojisi için Dünya kimliğine ilişkin tasarımlarda, sosyal kategorinin genişletilmesi ve gerçekleştirilmesi için Tarih'le oynanarak Coğrafya'nın küçültülmesi, mesafenin daraltılması denemektedir. Görüntü kimlikte, farklılıkların törpülediği, asimile edildiği, simülatif bir kimliksiz kimliğin gerçekleşmesine uygun yeni kimlik düzlemi oluşturulmaktadır. Bu iş için hiper gerçek bir tasarım sonsuz olanaklıdır. Örneğin, tüm insanlık ailesi üzerine kurgulanan dünya kimliği projesinde özgürlük, soyut olan müstesna bir kavramdır. Burjuvazinin tekelden görüntü kimliklerle kurtarılmaya çalışılmakta, sıradanlaştırılmaktadır. Ancak, hiper gerçek kimlikle, enformatif bağlamda anlam, mülkiyetin tescilinin kimlikle yapıldığı, efsunlaştırıcı özelliğiyle sıradanlıktan kurtarılmış izlenimi yaratılarak, görüntü kimliğin ekonomi politikasının modelleri yaratılmaktadır. Kapitalizmin farksızlaştırma siyasasının, ama aynı zamanda içinde nüanslarının bulunduğu örneklemeler paradoksal olarak bu şekilde yürütülmektedir. Fotoğraflar aynı zamanda nesne iktidarına ilişkin yorumlardır da. Yürütülen reklam kampan-

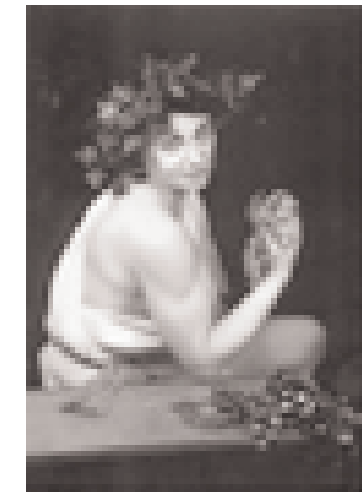
yalarına ilişkin fotoğrafik çalışmaların büyük bir çoğunluğunda, nesne, kimliği belirleyen iktidarı temsil eden ana motiftir. Görüntünün kimliği meseleyi bir imaj sorunu haline getirmekle kalmamakta, insanı nesnelere arasında herhangi bir nesne konumuna sokmaktadır. Ayrıca kimliğinin tescili kimliksizlik biçiminde bir kimlikle açıklanma durumuna gelmektedir.



Şekil 4 Coca Cola

Modernitenin, 19. yüzyılın yapılandırdığı yeni pratiklerinden olan fotoğrafın, teknolojik olarak elde edilmesi ve çoğaltılması, kendi nesnesinin eleştirisini yapabilecek olası ötekileri tasarım boyutuna indirgeyerek, kimliksiz bir kimlik yaratılmasında da etkin olarak kullanılabilir bir model olduğunu ortaya çıkarmıştır. Görüntülerle, zihnin bütün kısırtıcılığının temsili provaları yapılabilmektedir. Bunun sonucunda tabii ki kimliksizliğin nevrozu, sessizlik ve belirsizlik şeklinde karşılıklar bulabilir. "Özbilinç, başka bir özbilinç için varolduğunda ve varolduğundan dolayı kendinde ve kendi için var olur, yani ancak tanınan varlık olarak vardır." ³ Fotoğraf ilk bulunduğu dönemde yaşamsal realiteye kimlik kazandırmanın sertifikasıydı. Sonrasında ve zamanımızda ise kimliğe ilişkin düşüncenin sınırsız şekilde sorgulandığı ve yansıtılabileceği varyasyonlar üretmektedir. Örneğin Man Ray'ın yorumu, bu bağlamda 20. yüzyılın sonrasını da etkileyebilecek bir çalışmadır. Marcel Duchamp'ın "Rose Selavy" kimliğini yansıtan portresi bu anlamda değerlendirmelidir (1920-1921). Marcel Duchamp, Man Ray yaklaşımı ötekilerin hikayelerini zaman içinde, zihindeki hiper gerçeğin bütün varoşlarıyla beraber yorumlanmasını sağlayacak gelişmeleri fotoğrafçıların ilgi alanına yaratıcılık boyutuyla sokmuş-

tur. Konu, zaman içinde Cindy Sherman, Yasumasa Morimura, Heilman-C, Lyle Ashton Harris gibi sanatçılarda çeşitlendirilerek ve yoğunlaşarak tartışılmaya devam etmektedir. Sanatçı için artık tartışmanın merkezi kimliğin görüntüsünün yarattığı krizlerle dışa vurulmaktadır. Bunlardan Cindy Sherman'ın "Untitled Film Stills" (İsimsiz Film Kareleri 1977-1980) adlı serisi 69 adet siyah-beyazdan oluşmuş feminist görüntüye ilişkin bir kimlik arayışı veya sorgulamasıdır. Fotoğraflarda yer alanlar sadece cinsel kimlikleriyle vardırlar. Bunun dışında toplumda varlık olarak kimliklerinin hiçbir önemi yoktur. Yine Sherman'ın 1990'da tamamladığı "Tarih Serisi" ise, resim tarihinden seçtiği tabloları canlandırarak hazırlanan bir mizansenle yeniden yorumudur. Bunlardan Caravaggio'nun Bacchus'u (1595), Ingres'nin Odalique'si bu anlamda örnek verilebilecek çalışmalardır. Tarih, sanki kimliğin ipoteği altındadır. Kimliğin görüntüsünün, kültür endüstrisinin manipülasyonunda metalaştırılması eleştirel bakış açılarının gelişimine olanak sağlamıştır. "Düşünceler gelişirler. Kelimelerin anlamı gelişmeye katılır. Aşırı macilik zorunludur. İlerleme bunu gerektirir. Bir yazarın cümlesine sıkı sıkıya sarılır, onun ifadelerinden yararlanır, yanlış bir düşünce silinir ve yerine doğrusu konulur." ⁴



Şekil 5 Cindy Sherman Caravaggio'nun Bacchus'u

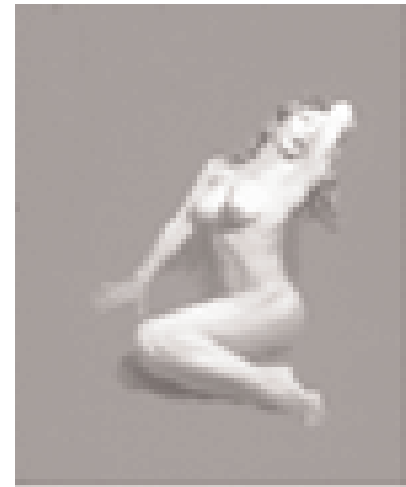
Yasumasa Morimura adlı fotoğraf sanatçısı ise üslubunu biçimlendirirken görüntü üzerinden kimlik tartışmalarına özellikle ünlü kişilerle özdeşleşip performanslarıyla onları yeniden canlandırarak fotoğraflar çekmiştir. "Doublonage 1988" serisinden Marilyn Monroe, Lisa Minelli, Marcel Duchamp, Nijinsky örneklerinin yanısıra, Rembrandt'ın "Gece



Şekil 6 Cindy Sherman, "Untitled Film Stills"

Bekçisi" adlı çalışmasının yeniden kurularak yorumlanması da bu bağlamda ifade edilebilir.

Bu çalışmalar çok kimlikliliğin ironisinin yapıldığı çağın tipik bir değerlendirmesidir. "Olumlayıcı kültür, yalnızca sonunda, şeyleşmeye yenilmek için, şeyleşmeye karşı ruhu bir protesto olarak kullanır".⁵ Bireysel protesto inisiyatifi coğrafi, tarihsel, siyasal sınırların önemini estetik kodlara çevirerek önemsizleştirir, ama aynı zamanda da evrenselleştirir.



Şekil 7 Yasumasa Morimura

Heilman-C fotoğraflarında otobiyografik bir disiplinle kimliğin gizli yüzündeki yabancıyı açığa çıkararak, tartışmacı; ancak idealize edilmiş boyutu yakalamaya çalışır. 20. yüzyıl sanatının içinden seçtiği örneklerle yorumunu ortaya koyar. Örneğin, Pablo Picasso'nun

Avignon'lu Kızlar'ı gibi. Sanat tarihi, zamanının eleştirisini yapabilecek sentezlerini sürekli ortaya çıkararak ve retorikliğini çok sağlam bir şekilde oluşturmaktadır. Yaratılan esprinin içindeki öz'ün biricikliği korunarak, kimliklerin konumu evrenselleşmektedir.



Şekil 8 Edouard Manet, Olympia



Şekil 9 Yasumato Morimura

Kimlik, fotoğraf biçiminde nesnelleşmekte, anlam boyutunda ise tüm zamanlara ait hümanistik diyalektiğin vazgeçilmezi haline gelmektedir. Görüntünün kimliğinin zihinsel fantezinin kitsch karakterdeki narsistliğiyle ablukaya alındığını açıklıkla görürüz. Kimliğin görüntüsü, görüntünün kimliğinin ritüeliyle algılam ilişkisi içinde izleyiciyi bırakır. Hiper gerçek kendi gerçekliğini fotoğraflarla inşa etmiş olur. Olympia ve benzerleri bu şekliyle insanlığın kültürel mirasının göstergeleri haline gelmektedir. Fotoğraf, bu diyalektiğin sürmesini sağlayan, kültürel mirasa sahip çıkmanın, zamanının çok önem-



Şekil 10 Victor Burgin, Olympia

li bir kayıdır. Bununla beraber, fotoğraf dışındaki görüntülü kitle iletişim araçları, değerlendirmesini yapmaya çalıştığımız hiper gerçeklikle ilgili bol miktarda değerlendirilmesi gereken kayıtlar vermektedir. Sinema, TV'ye ek olarak gelişen İnternet, konunun interaktif halde değerlendirilmesini sağlayacak yeni olanaklar vermesi dolayısıyla, ayrıca tartışılmalıdır.

Dipnotlar:

1. W.Benjamin, Akt:Jerome Binde, Le Monde Diplomatique "Zamanın Geleceği", Nisan2002, s:25
2. R.Akyüz - S.Darendeliler, Geniş Açık" Gel Biz'e Katıl Biz'e", Sayı:26, İstanbul, 2002, s:56
3. GuyDebord, Gösteri Toplumu, Çev: A.Ekmekçi O.Taşkent, AyrıntıYay. İstanbul, 1996, s:112
4. Guy Debord, a.g.e, s:110
5. Phil Slater, Frankfurt Okulu, Çev:A.Özden, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 1998, s:230