

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

YENİBİR
BAKIŞLA

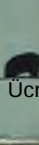
BAUDRILLARD

Kim Toffoletti

Yetkin Başkavak çevirisiyle



YEMLIBIRBAKISLA
BACUDRILARDA
[Kıym Tofojecci]



Kim Toffoletti Deakin Üniversitesi'nde Sosyoloji ve Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları bölümlerinde dersler vermektedir. Uzmanlığı cinsiyetçi kimlikler üzerine olmakla birlikte, bilhassa onların medya metinlerine, popüler kültüre ve boş zaman meşgalelerine eklemlenme pratikleri üzerine araştırmalarını sürdürmektedir. Kadın taraftarlar, Baudrillard yazıları ve *posthuman* bedenler üzerine yazdığı çok sayıda makale ve kitapla söz konusu literatüre önemli katkılarda bulunmuştur. *Sport and Its Female Fans* (2012, Routledge, P. Mewett ile birlikte), *Cyborgs and Barbie Dolls: Feminism, Popular Culture and the Posthuman Body* (2007, I.B. Tauris) diğer kitaplarıdır.

Kolektif Kitap -47

Çağdaş Düşünörlere Yeni Bir Bakış -5

Yeni Bir Bakışla, Baudrillard

Özgün Adı: *Baudrillard Reframed:*

Interpreting Key Thinkers for the Arts

© Kim Toffoletti, 2011

© Türkçesi: Yetkin Başkavak, 2014

© Kolektif Kitap, 2014

ISBN: 978-605-5029-19-7

Yayına Hazırlayan: Eda Çaç

Kapak Tasarımı: Deniz Akkol

Sayfa Düzeni: Kolektif Tasarım

1. Baskı, Mayıs 2014, İstanbul

Sertifika No: 25574

Baskı ve Cilt: Berdan Matbaacılık

Güven Sanayi Sitesi C Blok No: 239

Topkapı, İstanbul | 0212 613 11 12

Sertifika No: 12491



Kolektif Kitap Bilişim ve Tasarım Ltd. Şti.

Caferağa Mah. Ressam Şeref Akdik Sok.

No: 10 Kadıköy, İstanbul

www.kolektifkitap.com | info@kolektifkitap.com

T: 0216 337 05 18 | F: 0216 337 03 18

Bu kitabın hakları I. B. Tauris & Co Ltd. ve Akcalı Telif

Hakları Ajansı aracılığı ile alınmıştır. Yayıncının izni

olmaksızın elektronik ya da mekanik herhangi bir yolla

çoğaltılamaz ve iletilemez Ücretsiz PDF Kitap Arsivi - <https://rantey.org>

YENİ BİR
BAKIŞLA

BAUDRILLARD





BAUDRILLARD

Kim Toffoletti

Yetkin Başkavak çevirisiyle

İçindekiler

Teşekkür	9
Giriş	11
1. İmaj	21
2. Sanat	43
3. Tüketim	71
4. Ekranlar	101
Okuma Önerileri	121
Kaynakça	123
Türkçe Çevirileri	129

Teşekkür

Bu projeye ilgi gösteren, metnin taslaklarını okuyup yorum yapan Victoria Grace'e minnettarım. Baudrillard'ın yazdıklarına dair yaptığımız tartışmalarla fikirlerimi geliştirmeme ve rafine bir hale getirmeme paha biçilmez katkıda bulundu, kitabı müthiş zenginleştirdi. Okurun karşılaşılabileceği her türden hata elbette bana aittir.

Canterbury Üniversitesi'nin (Yeni Zelanda) Sosyoloji ve Antropoloji Fakültesine, bu kitabı yazarken beni konuk ettikleri için teşekkür etmek isterim. Fakülte kadrosunun gösterdiği meslektaş dayanışması ve dostluk sayesinde, zevkli ve verimli bir misafirlik geçirdim. Deakin Üniversitesi'nin maddi desteği sayesinde uzun süreli izin alabildim, bunun için de müteşekkirim. Ayrıca Susan Lawson'a ve I.B. Tauris'e beni bu proje de görevlendirdikleri için, Philippa Brewster ve Liza Thompson'a ise kitap bitene dek verdikleri yardımlardan ötürü teşekkürler.

Christchurch'te iken Magda ve Grant evimden uzakta bana yeni bir yuva sundular. Harikulade yemekleri, mükemmel sohbetleri ve rugby davetleri sayesinde burada geçirdiğim zamanı unutmayacağım. Memleketimdeki arkadaşlarım ve ailemle yazışmak bana motivasyon sağladı. E-postaları, telefonları, ziyaretleri, mektupları ve resimleri için Eddy, Liz L., Pat, Lizzie T., Denny, Lisa, Caitlyn, Zac, Pamela ve Brian'a özellikle teşekkürler.

Dan'ın bu kitaba büyük katkısı oldu. Her zamanki gibi faydalı önerileri ve öğütleri, bilhassa pop kültür olaylarına ve oluşumlarına dair yazdıklarımın daha keskin, daha güncel ve hedefe yönelik olmasını sağladı. Onun bana ve çalışmama bağlılığı olmasaydı, başaramazdım.

Bu kitap beni her zaman desteklemiş olan anne ve babam Guido ve Loretta Toffoletti'ye ithaf edilmiştir.

Andy Warhol'un yaptığı, Hugh Grant'ın mülkiyetindeki bir Elizabeth Taylor portresi, Kasım 2007'de New York'ta bir mezatta 23,7 milyon dolara satıldı. 1963 tarihli, Liz adlı portreyi 2001'de satın alan aktör bu satıştan 7 milyon dolardan fazla kazandı (BBC News 2007). Günümüz sanat piyasasının abartılı halini göstermenin yanı sıra, şöhret ve imajın bu şekilde kesişmesi, sanatın medya gösterisine dönüşümüne dair de bir şeyler söylemekte. Olayı haber haline getiren, söz konusu kişilerin kimliği, sanat eserinin meziyetleri ise nerdeyse hiç mevzu bahis edilmedi. Kimileri bu durumu yüzeyselliğin ve yüzeyde görünenin zaferi olarak görüp alay edecekti. Jean Baudrillard'ın dikkatini ise, şöhret, imaj ve kültür halkaları üzerinden simülasyon oyunu oynayan bu melun üçlü -bir pop art ikonu, bir beyaz perde yıldızı ve züppe bir İngiliz hödügü- çekerek sanıyorum. Sonuçta, daha seksenlerde imajın her şey olduğunu, işaretlerin hükmettiğini söyleyen o değil miydi? Ayrıca dünyaya Körfez Savaşı'nın gerçekleşmediğini, en azından bizim onu tahayyül ettiğimiz şekilde olmadığını söylemesiyle de meşhurdur Baudrillard. Popüler zihin dünyasında Baudrillard'ın fikirler bütünü genellikle bu iki gözleme indirgenmiştir. Oysa dünyanın halini bizi çevreleyen görsellik ortamı aracılığıyla değerlendirmek söz konusu olduğunda bize sunabileceği çok daha fazlası var. Kariyeri boyunca yazdıklarıyla görsel kültürün pek çok boyutunu ele aldı, imaja dayalı bir toplumda ortaya çıkan meseleleri işledi.

Fransa'nın Remis kasabasında doğan Jean Baudrillard (1929-2007) akademik rütbelerini Henri Lefebvre'nin yanında çalışarak kazandı. 1960'ların Fransız entelektüellerinin arasında, Jacques Derrida, Gilles Deleuze ve Michel Foucault gibi isimlerin yanında tanındı. Sonraki yıllarda AIDS, reality şov, "deli dana" hastalığı, savaş ya da pornografi gibi her türden güncel mesele hakkında yazdıklarıyla bir yorumcu ve eleştirmen olarak yaygın beğeni kazandı. Fikirleriyle gerçeklik, sanallık, iletişim teknolojileri, tüketim toplumu, medya ve daha başka şeyler hakkında düşünüş şeklimizi etkiledi. Bu nedenle, modern ve post-modern imaj toplumuna dair bir incelemede yazdıklarına başvurulması kaçınılmazdır.

Bu kitap, Baudrillard'ın fikirlerinin görsel sanatlar ve kültür arenası üzerindeki etkisini araştırmayı hedefliyor. Görsellik çalışmalarına katkısının ne olduğunu, teorilerinin imajların incelenmesi açısından önemini ve uygulanabilirliğini değerlendiriyor. Bunun için iki yol izliyor. Birincisi, görsel metinlerin analizi sürecinde Baudrillard'ın kilit önemdeki fikirlerini ve yaklaşımlarını ortaya seriyor. *Yeni Bir Bakışla Baudrillard* içinde tartışılan imajlar görsel sanatlar ve popüler kültür alanlarını kapsıyor, televizyon, sanat, sinema ve reklamcılıktan örnekler veriyor. İkinci olarak, Baudrillard'ın işaretler ve imajlardan oluşan görsel dünyamıza dair yazdıklarını değerlendiriyor. Etkili olmuş simülasyon teorisini ve televizyonla aktarılan savaş görüntüleri, moda sistemi, reality şovlar, reklamcılık ve çağdaş sanat hakkında düşüncelerini içeren bu türden çok sayıda eseri mevcuttur.

Hem okuyucuya Baudrillard'ın değişen görsellik dünyası hakkında yazdıklarını tanıtarak hem de onun kilit kavramlarını bir dizi örneğe uygulayarak, elinizdeki kitap Baudrillard'ın fikirlerine yönelik yeni bir bakış açısı sunuyor. Baudrillard'ın temsilin doğasını keşfetmek için derin bir çaba içinde olduğunu gösteriyor ve görsel dünyanın nasıl işlediğini anlamak açısından katkılarının önemini vurguluyor. İmaj toplumunun nasıl işlediğine dair farklı bir bakış açısı sunarken Baudrillard kendisinin de görsel açıdan farkında olduğunu ifşa eder. Tıpkı bir resme takılan yeni bir çerçevenin resme bakışımızı değiştirmesi gibi, bu seride tanınmış düşünörlere farklı bir açıdan yaklaşıyor; böylece onları yeni bir gözle ve muhtemelen yenilenmiş bir takdirle görebilir oluyoruz. Ancak Baudrillard'ı okumuş herkesin bileceğı üzere, onun fikir-

leri dosdoğru ya da kolayca anlaşılır yorumlama ve analize pek izin vermez. Baudrillard'ı “çerçevelemeye” -onu tespit etmeye, yerleştirmeye ya da yakalamaya- çalışmak nafile bir çabadır. Neden? Çünkü okuyucunun, mevcut kültürel koordinatlar ya da bilindik bir değerler ve anlamlar kümesinden hareketle Baudrillard'ın eserini bütünüyle anlaması asla mümkün olmaz. Baudrillard alışıldık referans noktalarının, çerçevelerin dışında yer alır.

Bunun en aşikar olduğu yer, son dönem yazdıklarında tartıştığı şeyleri yorumlamaktan, eleştirmekten ve yargılamaktan kaçınmasıdır - Batılı eleştirel analiz geleneğini şaşkına çeviren bir strateji. Sorun çözme, çözüm bulmaya veya imajlar hakkında hakikatler ifşa etmeye ya da buna benzer herhangi başka bir şeye kalkışmaz. Onun düşünce süreci, dünyayı anlamlandırmakta başvurduğumuz bilindik kategorilerden kasıtlı şekilde uzak durma eylemidir. Özünde, yazdıkları kendisini içinde bulduğu koşullara bir tepki olarak nitelendirilebilir. “Gerçekliğimiz” olarak bildiğimiz simülasyon dünyası onun temel çıkış noktasıdır. İçinde olduğu ortamın kışkırtmasıyla, ötekiyle yüzleşme peşindedir, karşılığında da hep bir tepki almaya çabalar. Bu süreçte Baudrillard açısından önemli olan, gerçeklikle bildiğimiz ve gördüğümüzün ötesinde bir bağlantı noktası üretiyor olmasıdır. Onun için, “olduğu haliyle” dünya yeterli değildir - bizi sarsarak hazır yorumlama ve anlamlandırma biçimlerinden uzaklaştıracak oyun ve görünümlere, paradokslara ve belirsizliklere ihtiyaç vardır. Bu özgün yaklaşımıyla kuşağının diğer eleştirel düşünürlerinden ayrı bir yere yerleşir. Onun yazdıklarının içerdiği olasılıkların, onlardaki meydan okuma, baştan çıkarma, öfkelenendirme, kışkırtma ve baştan çıkarma gücünün açığa çıkması da bizim Baudrillard'la olan karşılaşmalarımız sürecinde olur.

Tıpkı Baudrillard'ın teorik yaklaşımının temelini karşılaştırmaya veya geniş tokuş eyleminde olması gibi, bu stratejisi yazma tarzında da kendini gösterir. Kendine özgü tarzı nedeniyle kafa karıştırıcı, ampirik temelden yoksun, rahatsız edici, kaprisli ve duyuma dayalı olmakla eleştirilmiştir (Rojek ve Turner 1993, Giriş). Oysa Baudrillard'ın retoriklerinin daha çok oyun ve/veya simgesellik alanına ait olduğunu, bu sayede sayfa üstündeki kelimelerle felsefesini somutlaştırabildiğini veya dışı vurabildiğini fark edenler de olmuştur. Pek çok kişinin hemfikir olduğu nokta ise, Baudrillard'ın yazma stratejisinin tek başına durdu-

ğudur, zira karşılaştığımız görüntüleri yorumlamaya veya onlara bir cevap geliştirmeye girişmez; daha ziyade bizi dünya ve gerçeklik hakkında farklı şekilde düşünmeye sevk eder. Bu nedenle Baudrillard'ın fikirlerini tartışırken onun yazdıklarını doğrudan alıntılarla karşılaştırmamız. Baudrillard'ın ne söylediğini açıklayan ve fikirlerini bağlam içine yerleştiren benim açıklamalarımla yan yana yer alıyorlar. Bu stratejinin amacı okuyucunun Baudrillard'ın özgün yorum tarzıyla ilişki kurmasını kolaylaştırmak, onun metinlerini daha fazla okumaya ve onlarla ilişkiye girmeye teşvik etmektir.

İmajlara Baudrillardvari bir tarzda yaklaşmak ne demektir? *Yeni Bir Bakışla Baudrillard*, imajların eleştirel analizinden kaçınarak Baudrillard'ın ruhuna sadık kalmaya çalışıyor; bunun yerine okuyucuyu onun açıklamaya çalıştığı paradoksları tarihsel ve çağdaş görsellik dünyası içinde belirledikleri şekilde yakalayan olayları, çıkış noktalarını, geri dönüş anlarını aramaya yönlendiriyor. “Baudrillard'ın görüşlerini, okur bunların ister doğru ister yanlış olduğuna inansın, kullanıma sokmak veya doğru bir biçimde uygulamak zordur” tespitini yapan Paul Hegarty ile aynı fikirdeyim (Hegarty 2004, s. 2). Görselliğe Baudrillardvari şekilde yaklaşmak, onun fikirlerini imajları anlamlandırmak amacıyla doğrudan uygulanabilecek analiz araçları şeklinde kullanmaktan kaçınmayı şart koşar. Baudrillard'ın felsefesinden çıkarabileceğimiz bir ders varsa, o da görsellikle karşılaşmalarımızda yerleşik bilgi ve anlam kategorilerinin dışına çıkmaya uğraşmamız gerektiğidir.

Baudrillard'ın kavramsal olarak nereden geldiğine dair bir fikir edindiğimize göre, artık “Baudrillard bugün görsel sanatlar ve kültür alanında nasıl bir yer işgal ediyor?” sorusunun sırası geldi. Pek çokları, Baudrillard'ın görsellik hakkındaki teorilere en önemli katkısını simülasyon kavramı olarak değerlendirir. Popüler kültür hakkındaki lisans derslerinin pek çoğunda Baudrillard'ın yazıları okutulur; postmodern bir çağda işaretlerin işleyişini anlamada bir referans noktası sağlar. Günümüz toplumuna dair teorilerinin etkileri bir dizi sanat eserinde ve sanat akımında, özellikle 1980'ler boyunca gözlenir. Jenny Holzer ve Barbara Kruger gibi sanatçılar, hipergerçeklik çağında işaret değiş tokuşu süreçlerine dair bir ilgiyi ifade eden imajlar ürettiler, simülasyon-

nist [benzetimci] sanatçılar ise Baudrillard'ın fikirlerini kendi pratiklerinde somutlaştırmaya çalıştılar. Baudrillard'ın simülasyon teorisi *Matrix* üçlemesi gibi filmler biçiminde ve siberpunk sahnesi aracılığıyla anaakımı da işgal etti. Baudrillard'ın Jean-François Lyotard ve Frederic Jameson gibi postmodernizm yandaşlarıyla yan yana görülmesi yaygındır. Bu isimler dünyayı düzenlemek ve anlamak için başvurulacak tutarlı kategorilerin ve modernist büyük anlatıların kesinliğinden uzaklaşmanın yolunu gösterirler. Bunların yerine ikame ettikleri, tarzların çoğulculuğu, estetik değerlerin ve hiyerarşilerin çöküşü ve "temsil" ile "gerçeklik" arasındaki ayrımın sorgulanmasıdır. Bu kültürel dönemecin ışığındadır ki, simülasyon ve hipergerçeklik kavramları Baudrillard ve görsellik hakkındaki akademik çalışmalarda, özellikle kültürel üretim ve sanat eleştirisi alanlarında bugüne dek köşe taşları olmuştur. Üstelik Baudrillard'ın ısrarla "postmodernizmle bir ilgisi olmadığını" söylemesine rağmen böyle olmuştur (Baudrillard'dan aktaran Zurbrugg 1994, s. 227).

Baudrillard'ın düşüncesinin işaretlerin ve imajların kavramsallaştırılmasında, özellikle de postmodern hipergerçeklik çağı ve dijital çağda etkisine rağmen, Baudrillard'ın fikirlerini görselliğin tüm renkleriyle etkileşimi içinde izlemeye hasredilmiş, kitap boyutunda bir çalışma yoktur. Baudrillard'ın görsel ürünler ve iletişim tarzları hakkında yıllar boyunca yazdığı çok sayıda metin düşünüldüğünde, bu önemli bir eksikliktir. Yine de Baudrillard'ın teorilerinin çeşitli görsel tarzları ve görüntüleme teknolojilerini analiz etmek için kullanıldığı durumlar da olmuştur. Bunların arasında sinema¹, fotoğraf², TV programları³, tıbbi görüntüleme teknolojileri (Grace, 2003) ve çağdaş sanat⁴ üze-

1- Sinema çalışmaları için bkz. Arthur W. Frank (1992) "Twin nightmares of the medical simulacrum"; Diane Rubenstein (1992) "The anxiety of affluence: Baudrillard and sci-fi movies of the Reagan era"; Alan Cholodenko (2004) "The borders of our lives": Frederick Wiseman, Jean Baudrillard, and the question of the documentary".

2- Fotoğraf ve Baudrillard üzerine çalışmalarda Rex Butler'ın yazdıkları öne çıkar: Rex Butler (2003) "Jean Baudrillard: photographing ethics"; Rex Butler (2005) "Baudrillard's light writing of photographic thought".

3- Baudrillard'ın yaklaşımını kullanarak televizyonu analiz eden çalışmalara örnek olarak bkz. Kevin Glynn (2003) "Tele-visions of the otherworldly: the seductions of media culture"; Kathleen Dixon ve Daniela Koleva (2007) "Baudrillard and history and the hyperreal on television, or some women of the global village".

4- Örnek olarak bkz. Timothy W. Luke (1994) "Aesthetic production and cultural politics: Baudrillard and contemporary art"; Kim Toffoletti (2003) "Imaging and the posthuman: Patricia Piccinini and the art of simulation".

rine çalışmalar ve başkaları yer alır. Görselliğe dair çalışmalar açısından Baudrillard'ın önemini daha iyi kavramak için sizleri bunları ve Baudrillard'dan esinlenen başka metinleri aramaya davet ediyorum.

Bu kitapta görselliğe yapılan vurgu, Baudrillard'ın üretimi hakkında yazılmış, bazılarını "Okuma önerileri" bölümünde sıraladığım diğer incelemelerden farklı şekilde yapılanmasını gerektirdi. Baudrillard araştırmacıları analizlerini genellikle kronolojik sıra içinde yaparlar - Baudrillard'ın ilk yayınlarından başlayıp en güncel fikirlerine kadar değerlendirirler. Bu yaklaşım birkaç nedenden ötürü etkili olmuştur. Okuyucuya Baudrillard'm görüşlerinin zaman içindeki değişimini izleme, fikirlerinin evrimini sistemli şekilde değerlendirme, iddialarını yazdıkları tarihsel, sosyal-politik bağlamın içinde yorumlama ve yine onun görüşlerini diğer başat teorik oyuncular ve düşünce okullarıyla hizalama imkanı verir.

Bu çalışmanın amaçları açısından ise, farklı bir yaklaşım tercih edilecek. Her bir bölüm başlığı onun yazılarındaki başlıca odak noktalarından birine denk gelecek şekilde, Baudrillard'ı temalar üzerinden tartışmayı tercih ettim. Bu temalar -imaj, sanat, tüketim ve ekranlar- Baudrillard'ın külliyatında öne çıkan bazı fikirlerle görsel analizin yaygın alanlarından bazılarını yan yana getirmeyi mümkün kılacak şekilde geliştirildi. Kitabı bu şekilde tasarlamak bana da Baudrillard'ın belirli bir konudaki yazılarını tek bir bölüm başlığı altında bir araya getirme olanağı veriyor. Örneğin Baudrillard'ın tüketim toplumuna dair gözlemleri on yıllar içinde çeşitli kitaplarda, makalelerde ve söyleşilerde yayımlandı. Tüketim hakkında yazdıklarını tek bir bölümde toplayarak analiz ettiğimizde, onun moda ve reklamcılık alanlarında sürekli yaşanan kaymalara ve yönelimlere tepkilerini izleyebiliriz. Bu süreçte bulduğumuz, Baudrillard'ın tepkilerinin de şeylerin değişimiyle birlikte değiştiğidir. Bunu Baudrillard açısından bir tutarsızlık işareti olarak almayın - fikrini değiştirmiş değil. Aksine, belirli bağlamlarda, koşullarda ve zamanlarda imajlarla anlamlı bir karşılaşmanın önceden var olanın ötesinde bir şeyler üretmesi gerektiği şeklindeki felsefesini sergiler. Eğer bu gerçekleşmezse bunun nedenini sormamız gerekir. Çoğu durumda Baudrillard'ın yazdıkları dünyanın nereye gitmekte olduğunu haber verir. Geleceği düşünür ve o zaten gerçekleşmiştir bile. Geriye dönük okunduğunda, keşiflerinin çoğunun doğru çıkması sinir

bozucu olmakla kalmaz, kışkırtmak, bizi yerleşik düşünce paradigmalarının ötesinde düşünmeye sevk etmek amacıyla spekülasyona giriştiğini de gösterir. Tematik bir yaklaşım –mesela tüketim toplumu- benimsenmesinin bir diğer nedeni de, Baudrillard’ın görüşlerini yine tüketim toplumunun etkisini ve sonuçlarını incelemeye çalışan ortak bir görsel dağarcıkla bir arada incelemeyi mümkün kılmasıdır. Onun görüşlerini görsel örnekler bağlamına yerleştirdiğimizde bu görüşlerin görsel alan için anlamını ve önemini daha iyi anlayabiliriz, aynı şekilde görsel alanın onun görüşleri için anlam ve önemini de.

Bu çalışmanın soybilimsel olmaya yöneldiğini söyleyebiliriz. Foucault’dan esinlenen (Foucault 1984) soybilimsel bir analiz tarzı zaman içinde Baudrillard’ın yazıları arasında yeni bağlantılar kurmaya olanak sağlıyor. Entelektüel katkısını fikirlerin doğrusal bir gelişimi şeklinde göstermekten ziyade, onun düşünceler bütünü içinde yakınlıklar tespit etmeye çalışıyorum. Baudrillard’ın yazılarının her aşamasını kronolojik sırayla ele almanın avantajlarının farkında olsam da, tematik bir yaklaşımın bize onun görüşlerini sorgulamak ve görsel sanatlarla ilişkisine ışık tutmak için alternatif bir yöntem sunduğunu düşünüyorum. Ayrıca Baudrillard’ın görüşlerinin imajların ve işaretlerin analizinde geleneksel yaklaşımlardan nerede ayrıldığını da daha açık görmemizi sağlıyor. Sonuçta, imajın kendisinin biçimsel özelliklerinden ziyade imajlarla olan karşılaşmalarımıza yaptığı vurgunun, görsel analizin metodolojik ve teorik sınırlarını zorladığını görürüz.

1. Bölüm okuyuculara Baudrillard’ın işaretler ve imajlara dair yazılarındaki temel kavramları tanıtmak ve bu görüşleri bağlam içinde yerleştirmek üzere tasarlandı. Kültürün “trans-estetik” hale geldiği iddiasını değerlendirecek, bu süreçte Baudrillard’ın düşüncesinin görsel dünyamızı anlamak açısından ilişkili ve etkili olduğunu savunacağım. Rönesans resminden dijital imaj-yapımına, simülakranın dört dönemine dair bir açıklama sunan bu bölümde görüntülerin rol ve işlevinin zaman içinde nasıl değiştiği de tarif edilecek.

2. Bölüm’ün amacı Baudrillard’ın sanata ve sanat dünyasının işleyişine yaklaşımını eleştirel bir gözle değerlendirmek. Bir fotoğrafçı ve bir kamusal entelektüel olarak Baudrillard’ın sanatın rolü ve işlevine dair söyleyeceğine var? Bu konuda yazdıklarının tanımlamak ve de-

ğerlendirmek yoluyla, görüşlerinin sanat icracıları, öğrencileri, tüketicileri ve eleştirmenleri açısından önemi ölçülebilir. Baudrillard'ın çağdaş sanatın “hükümsüz” olduğu ve sanat dünyasının kurduğu bir “komplo”nun ortasında olduğumuz iddiaları ışığında Britanyalı üç çağdaş sanatçı -Tracey Emin, Merlin Carpenter ve Banksy- analiz ediliyor. Bu bölümün iddiası Baudrillard'ın sanat hakkındaki yorumlarının görsel kültürü daha geniş anlamamız için gerekli olduğudur, çünkü bizi imajları anlamada alışıldık yolları sorgulamaya zorlarken, temsil ve gerçeklik hakkında sanki sorunsuz tabirlermiş gibi konuşmamızın ne ölçüde mümkün olduğunu yeniden sorgulatır.

3. Bölüm'de Baudrillard'ın tüketim kültürü ve yaşam tarzı ile olan uzun meşguliyeti, moda ve reklamcılığa dair bir inceleme üzerinden araştırılacak. Burada Baudrillard'ın çağdaş tüketim kültürüne dair temel görüşlerini açıklamaya yardımcı olmak ve kimliklerin ve yaşam tarzlarının oluşumunda imajların etkisini değerlendirmek amacıyla dikkatimi Chanel ve Louis Vuitton gibi moda evlerinin reklam kampanyalarına yoğunlaştırıyorum. Tüketim eğilimleri, örneğin Burberry ekosesi, “çöplük karıştırma” ve reklam yerleştirme de Baudrillardvari bir gözle inceleniyor.

4. Bölüm, Baudrillard'ın kitle medyası ve iletişim teknolojileri hakkındaki yazılarına dönüyor. Baudrillard sinema, televizyon ve internette imajların rolünü nasıl görüyor? İzleyen aynı zamanda hem “seyirci” hem de “katılımcı” olduğunda ekran arayüzünde ne olduğunu araştırmak için Baudrillard'ın reality şov dizisi olan *Big Brother* [Biri Bizi Gözetliyor] hakkındaki gözlemlerine yakından bakmak gerekir. Burada Baudrillard'ın görsel ve “bütünsel” gerçeklik hakkındaki yorumlarının uzam, yer ve zamanın radikal bir dönüşüme uğradığı dijitalleşmiş bir dünyaya ilişkin anlayışımızı nasıl etkilediğini gösteriyorum. Baudrillard'ın belki de en tartışmalı ve güncel yazıları postmodern savaş ve onun kitle medyasındaki temsiline dair olanlardır. Bu bölüm, onun savaş, terörizm ve küreselleşme üzerine yazdıklarını Irak Savaşı'na dair Hollywood filmlerinin gözünden analiz ederek sonuçlanıyor.

Baudrillard'ın sanat dünyasının, tüketim toplumunun ve kitle medyasının görsel dünyası ile ilişkisini belgelediğimizde ortaya çıkan,

Baudrillard'ın mirasına dair yeni bir bakış açısıdır: görselliği onun tabirleriyle (ölümcül, ikili, tekil) kuramsallaştırmanın içerdiği karmaşıklıkları açığa çıkaran ve hiçbir temsilin mümkün olmadığını iddia ettiği bir dünyada imajların olabilirliğine ışık tutan bir bakış açısı. Bu incelemeyi hazırlama süreci, Baudrillard'ın radikal düşüncesine her zamankinden daha çok ve acilen ihtiyaç duyduğumuza olan inancımı daha da güçlendirdi. Bu entelektüel katkı, onun külliyatını gözden geçirme, fikirlerinin etkisini değerlendirme ve görsel alanın işleyişine dair güncel tartışmaları ve olayların teorisini geliştirmede uygulanabilirliğini ölçme fırsatı sunmaktadır.

1. Bölüm

İmaj

Giriş

Uluslararası üne sahip bir sanatçının fotoğraf sergisi polis tarafından basılınca Avustralya sanat dünyası karıştı. Çocuk pornografisi içerdikleri iddiasıyla el konulan tartışmalı sanat eserleri küçük yaşta erkek ve kız çocuklarını çıplak halde resmediyordu. Söz konusu çocukların, ebeveynlerinin de onayıyla bu fotoğraf sergisine modellik yapmaya onay verdikleri anlaşıyor (Wilson ve Trad, 2008). Henson'un fotoğraflarına aşina olmayanlar için belirtmeli, fotoğraflarında çoğunlukla onlu yaşlarda çocukları giysisiz veya yarı çıplak halde, kasvetli sahneler içinde resmeder. Şimdiye dek onun eserlerini unutulmaz kılan konusundan ziyade, ikili bir güzellik ve huzursuzluk etkisi yaratmak amacıyla *chiaroscuro*⁵ –birbirine zıt aydınlık ve karanlık unsurlar– kullanmasıdır. Henson 25 yıldan uzun bir süredir yetişkinliğe geçişin karanlık veçhelerini incelemiş, tam çocuk gibi olmayan ama tam yetişkin de olmayan özneyi unutmaması zor, bir dizi büyük ölçekli çalışma içinde kullanmıştır. 49. Venedik Bienalinde sergilediği ergenlik çağındaki, kimi zaman androjen bedenler eleştirmenlerden alkış alırken, belirgin bir toplumsal öfkeye yol açtığı gözlenmemiştir. Bu olayın öncesinde kimse onun eserlerinden şikayetçi olmuş görünmüyor, nitekim eserleri hem Avustralya'nın hem de başka ülkelerin önde gelen galerilerinin elinde bulunuyordu.

Mayıs 2008'de Sidney galerisinde yirmi sanat eserine el konulmasının ardından, Henson'un resimleri Avustralya Başbakanı ve başkaları tarafından kınandı. Şüphesiz Henson, çocukları ve genç yetişkinleri cinselleştirmekle suçlanan ilk sanatçı değil. Amerikalı fotoğrafçılar Sally Mann ve Tierney Gearon da seksenlerde, doksanlarda ve sonrasında kendi çocuklarının çıplak resimlerini sergileyerek tartışma yaratmıştı. Jock Sturges ve David Hamilton'un genç kadınları çıplak sergileyen fotoğrafları çocuk pornografisi suçlamasıyla karşılaşmıştı. Henson olayıyla birlikte ulusal medyada kopan tartışmada, bazı yorumcular çocukların çıplak temsiliinin uzun zamandır Batı sanat geleneğinin parçası olduğuna dikkat çektiler. Bu görüşü paylaşan önde gelen feministlerden Germaine Greer şöyle diyordu:

Rönesans resimleri, en çekici halleriyle sergilenen bebeklerin çıplak bedenleriyle bezelidir; küçük çıplak oğlanlar tapınakların merdivenlerinde, kirişlerin ya da ağaç dallarının üzerinde bacaklarını açarak oturur. Onları görenlerin arasında sübyancılar ve pedofiller de vardır, ancak kimse bunu söz konusu resimleri göstermemek için bir neden olarak görmemiştir. Çocuk İsa annesinin dizlerinde bacaklarını ayırarak oturur, mükemmel cinsel organlarını sergiler. Aşağılık bazı yaşlı rahipler bunlara bakarken gizli bir haz almış olsalar bile, geri kalanımızın onları görmesi hâlâ serbest. Dişi figürler söz konusu olduğunda daha ketum davranılıyor; bunun nedeni de büyük ölçüde kadın model bulmanın zorluğudur, fakat ilk resmedilen gerçekten çıplak kadınlar genellikle ergenlik çağında veya ergenlik öncesindeydi. Cranach ve Baldung'un Venüs'leri örneğin, 13 yaşındaki bir kızın gelişmemiş kalçalarına, küçük, sert, dik memelerine ve tam çıkmamış meme uçlarına sahiptir. Botticelli'nin Venüs'ü de daha büyük sayılmaz. Greuze'nin kızları ise, sıyrılmış elbiselerinden görünen göğüsleri ve yaşlı gözleriyle sadece çok genç değil, bir de üstelik tecavüze uğramışlardır. Bouguereau'nun *Cupidon* (1875) ve *Child at Bath* [Banyodaki Çocuk] (1886) tabloları Henson'unakilere kıyasla savunmasız toyluğun çok daha rahatsız edici imajlarını içerir, ama resim fotoğrafın yapamayacağı şeyleri yapabilir. Henson genç modellerini resmetmiş olsaydı, polisin soruşturmasını gerektiren bir durum olmayacaktı. (Greer, 2008)

Bu son nokta bence önemli. Henson'un temalarının kabul edilebilir olduğu bir dönem olmuş olsa da, bu imajların üretiliş şekli -fotoğraflar- bu tartışmaya karmaşıklık yaratacak başka bir katman eklemektedir.

Genellikle fotoğrafları olgusal olarak -“gerçek” dünyayla belirli bir ilişkiyi kurmak için- düşünmeye meyilliyiz. Bu bağlantı sorgulanabilir olsa da, fotoğraf ve resim ortamlarını ayırt etmek için kullanılır. Resim bir ölçüde sanatçının imgelemi, yaratıcılığı ve özgünlüğü alanlarıyla ilişkisi vesilesiyle gerçeklikten daha uzak ve hayali kabul edilir. Dolayısıyla Henson’un ürettiği imajların yol açtığı kaygının bir kısmı fotoğraf olmalarından kaynaklanır, zira fotoğraf kolayca kopyalanabilir ve dağıtılabilir olmanın yanı sıra kimi insanların zihninde gerçekliğin “kanıtı” olarak görülür.

Bu imajların tüketildiği mekanlar da önemlidir. Ayrıca, Henson’unki gibi sanat eserlerini görmek için bir galeriyi ziyaret etmeniz gerekmez, internette kolayca erişilebilir, üstelik ticari tüketim için ya da daha beteri cinsel tatmin için üretilmiş başka pek çok çocuk imajıyla birlikte. Değişen dağıtım ve alım-lama tarzları da, bu nedenle sanatın başka görsel biçimlerle olduğu gibi pornografiyle de karışmasına katkıda bulunur. Henson’un fotoğraflarına gösterilen tepkiyi çocukların cinsel tacizine yönelik artan farkındalık ve popüler ve ticari kültürde çocukların cinselleştirilmesinden duyulan kaygının artışı ışığında da düşünmemiz gerekir. Hatırlayalım, Henson bu türden fotoğrafları yıllardır hiç tartışma olmaksızın çekiyordu, ancak toplumun çocukluğa dair görüşleri değişmeye başladıkça bazı gruplar tarafından kabul edilmez bulunmaya başlandı.

Bu örnekte gördüğümüz, toplumsal, kültürel, siyasal ve teknolojik değişimlerin hem imajların üretilme biçimini hem de nasıl dolaşıma gireceklerini ve bizim onları nasıl anlamlandıracağımızı değiştirmiş olmasıdır. Bu durumda, neyin sanat olduğunun yanı sıra imaj yapımının etik ve yasal boyutları hakkında da önemli noktalar gündeme gelmektedir. Bunun gibi vakalar bizleri imajın günümüz dünyasındaki konumuyla yüzleşmeye zorluyor. İmajlar hangi işleve hizmet etmektedir? İmajların -fotoğrafların, karikatürlerin, bilgisayarda üretilmiş imajların (*computer-generated images* - CGI), resimlerin, filmlerin ve benzerlerinin- rolünü ve dolaşımını nasıl anlıyoruz? Farklı imaj türlerini nasıl ayırt edebiliriz? Bu mümkün mü? İstenir bir şey mi? Sanatla kitle kültürü arasındaki çizgiler belirsizleştğinde meseleleri nasıl çözümleyeceğiz? Bu bölümün hedefi okuyucuyu imajların değişen doğasıyla tanıştırmak, böylece görsel sanatlarda yaşanan bu türden tartış-

maları ve daha genel anlamda imaj kültürü alanını anlamamızı sağlamak. Baudrillard'ın yazdıkları, özellikle de simülakr, hipergerçeklik ve trans-estetik kavramları imajların tarihsel olarak nasıl işledikleri hakkında ipuçları verebilir. Yine bu kavramlar, bugün kendimizi bulduğumuz simülasyon ve sanallıkla belirlenen dünyaya bizi taşıyan “temsil” ve “gerçeklik” arasındaki değişen ilişki hakkında da yardımcı olabilir.

Trans-estetik

Henson vakası ve benzer örnekler hakkında düşünürken başvurabileceğimiz yollardan biri Baudrillard'ın trans-estetik adını verdiği kavram aracılığıyla olabilir. Baudrillard tarafından “modernliğin patladığı an” (Baudrillard 2012a⁶, s. 9) şeklinde tarif edilen trans-estetiğe atfedilen belirli nitelikler vardır. İlk olarak “tüm kültürlerin ve üslupların kaynaşmasıyla” belirginleşir (Baudrillard 2012a, s. 20). Baudrillard çağdaş kültürde sanat ile diğer görsel biçimleri tam olarak ayırt etmenin giderek zorlaştığını söyler, bunun nedeni de şeyleri birbirinden ayıran kategorilerin çökmeye başlamasıdır. Örneğin Henson'un fotoğrafları vakasında, yalnızca sanat olarak yorumlanmazlar, çünkü içerikleri - çıplak beden- onları pornografiyle de ilişkilendirir. Başka bir deyişle, Henson'un imajları kuşe kağıda basılı dergi reklamlarına benzer, her ikisi de imajlarını oluşturmak için araç olarak fotoğrafı kullanır. Resmettiği modellerin yarı saydam tenleri, siyah fonun önünde biçimli, bir deri bir kemik modellerden çok da farklı olmayan bir tarzda ışıldar. Nitekim Henson'un genç kızları kullanımına yönelik eleştiri bunun moda endüstrisinin yaptığıyla aynı olduğudur. Onun resimleri film karelerine benzetilir, dergilerde ve internette sıkça yer alır ki, bu da sanatla ticari kültür arasındaki ayrımı daha da karmaşık hale getirir. Onun gece ile gündüz, kadın ile erkek, kötü ile baştan çıkarıcı, yetişkin ile çocuk arasındaki bölgeyi yakalayan fotoğraflarının kolayca sınıflandırılması da mümkün olmaz.

Henson'un fotoğrafları Baudrillard'ın trans-estetik momentte her şe-

6- Baudrillard'dan yapılan alıntılarda çoğunlukla varolan Türkçe çevirilerine sadık kalındı, değişiklik yapıldığı durumda dipnot düğüldü. Çevrilmemiş bir esere gönderme yapıldıysa ya da varolan çeviri kullanılmadıysa, yazarın esas aldığı kaynaktan çeviri yapıldı. Kaynakların detaylarına, kitabın sonundaki Kaynakça ve Türkçe Çevirileri bölümünden ulaşabilirsiniz. -yhn Ücretsiz PDF Kitap Arsivi - <https://rantey.org>

yin estetikleştiği, yani tüketilecek bir işaret olarak imal edildiği iddiasını da destekler. Bu iddiasını örneklemek için Baudrillard, siyasetin görüntü içerisine çevrilmesine işaret eder. Amerika'da Demokrat Parti'nin başkan aday adayları olarak Hillary Clinton ile Barack Obama'nın karşı karşıya geldiği 2008 önseçimlerinde olduğu gibi, siyaset önerileri ve ilkeler görünümlere odaklanarak kaybolur, öyle ki bakışlar güvenilirlik, dürüstlük ve liyakat işaretine dönüşür. Baudrillard'dan alıntılırsak:

Her şey kendisini estetikleştirir: politika kendisini estetikleştirerek gösteriye; seks reklama ve pornografiye dönüşür, baştan sona her şey kültür adı verilen, sanattan tümüyle farklı bir şeye dönüşür; bu kültür her şeyi işgal eden semiyotikleştirici bir reklam ve medya sürecidir. (Baudrillard 1992, s. 10)

Baudrillard bu şekilde tüm nesnelerin ve biçimlerin estetikleşmesine "kültürün Xerox derecesi" adının verir (Baudrillard 1992, s. 10). Henson'un fotoğrafları örneğine dönersek, genç yetişkinliğin, androjenliğin, hatta sanatın kendisinin diğer simgeler ve temsiller geçidinin yanı sıra tüketilecek bir işarete çevrildiğini öne sürebiliriz. Bu sanat işlerini sinema, pornografi, moda reklamcılığı ve Batı sanatının tarihi gibi diğer görsel alanlardan aşına olduğumuz imajlarla bağlantılı olarak yorumluyoruz. Henson'un fotoğraflarının üretildiği ve alımlandığı bu karmaşık kültürel uzam, yüksek sanatla düşük veya kitlel kültür arasındaki ayrımın postmodern çöküşünü yansıtır, geç kapitalizmin kültürel durumunun tanımlayıcı niteliklerindendir (Jameson 1991, s. 112).

Henson'un fotoğraflarının konusu kategorileri birbirine katmakla kalmaz, dolaşıma soktuğu uzamlar konumlarını daha da karmaşıklaştırır. Tüm türlerin ve üslupların birbirini işgal etmesinin yanı sıra, internet gibi anlık, çok boyutlu kitle iletişim teknolojileri sayesinde imajların çeşitli uzamlarda ve uzak mesafelerde dolaşımı da trans-estetigi destekler. Bir galeriye gidilerek sanat eserlerine bakıldığı zamanların aksine küresel medya, sanatı çok daha fazla erişilebilir ve kopyalanabilir hale getirdi. Artık belirli bir yerle sınırlı ya da onun içinde sınırlanmış değil, hiç olmadığı kadar çok mekanda çok daha fazla insana ulaşabilir. Madalyonun öteki yüzündeyseniz, izleyici kitlesi galeri bağlamı tarafından tanımlanmadığında baktıkları şeyin sanat olduğundan nasıl emin olacak? Dahası, tam anlamıyla kendi ismini kendi yap tarzında

yeni teknolojilerin etkileşim niteliği hemen herkesin “sanat” yaratmasını ve yaymasını mümkün kılıyor (Poster 2006, 11. Bölüm). İmajların yapılışı, yorumlanması, dolaşıma sokuluşu ve tüketilişindeki bu değişimlerin sonucunda imajların hangi işlevleri, kimin için ve hangi bağlamda yerine getirdiği giderek daha belirsiz hale geliyor. Bu da bizi şunu sormaya yöneltiyor: “Neye sanat denir?”

Baudrillard’ın bu trans-estetik ortama dair ileri sürdüğü önemli bir nokta, biçimler ve türler arasındaki ayrımın giderek daha az tanımlanır olmasıyla, neyin iyi neyin kötü, neyin güzel neyin çirkin, neyin zevkli neyin kaba olduğu hakkında estetik yargıda bulunmanın da zorlaştığıdır. Tutarlı bir kategori anlamında “ortadan kalktığında” sanat hakkında anlamlı konuşmamızın nasıl mümkün olacağı bir sorun olarak belirirken, bizi eski analiz tarzlarının bu durumda işe yarayıp yaramayacağını sormaya sevk eder. Bu ikilemi bir sonraki bölümde daha geniş bir çerçevede tartışıyorum.

Küreselleşme ve enformasyon teknolojileri çağında imajların üretimini ve dolaşımını değerlendirmek faydalı olsa da, imajlar hakkında her zaman bu terimlerle düşünmediğimizi hatırlamak da aynı ölçüde gerekli. Görsel kültür ve performans sanatları bağlamında belki de en ünlü kitabında –*Simulakrlar ve Simülasyon*– Baudrillard imajların tarih boyunca farklı işlevler gördüğünü gösterir. İmajların işlevi gerçekliği yansıtmaktan, gerçekliği gizlemeye, gerçekliğin yokluğunu gizlemeye, nihayet gerçeklikle hiçbir ilişkisi olmamaya doğru değişmiştir (Baudrillard 2013a, s. 19). Aslında bu safhaları izlemeden önce bile Baudrillard, *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm* kitabında imajın değişen konumunu tespit etmiş, imajların üretiliş, dolaşıma sokuluş ve kullanılışı ile bizim onlarla ilişkimizi açıklamak için üç simülakr (“görünüm” veya “benzerlik” anlamında) düzeni önermişti. Sonradan bunlara dördüncü bir düzen daha eklendi. Bu bölümün geri kalan kısmında Baudrillard’ın simülakrlar için önerdiği dört sınıflama düzenini ele alacağım. Toplumda imajların amacı –ve önemli bir nokta, değeri– üzerinde kafa yoran Baudrillard’ın simülakrlar kuramı, görsel sanat savunucularına imajların gerçekliğini ve onun temsillerinin algılanışım şekillendirmede oynadıkları rolü anlamalarında yardımcı olur.

Birinci simülakr düzeni

Baudrillard birinci simulakra düzeninden bahsettiğinde, Rönesans'tan Sanayi Devrimi'ne kadar olan dönemi kastetmektedir. Elbette imajlar bunun öncesinde de vardı, ancak Baudrillard'a göre "simgesel değiş-tokuş" ile şekillenmiş, modernlik öncesi bir toplumsal ilişkiler çağında bulunuyorlardı, yani nesnelerin bugün alışık olduğumuz anlamda ekonomik veya estetik değer biriktirmelerinden önceki dönemde. Baudrillard, dolaşımı kutsal işlevleriyle kısıtlanmış Bizans ikonaları örneğindeki türden imajların ritüellerde rol oynayıp oynamadığını açıklar (Baudrillard 2009b, s. 87). Ritüeller ve törenler aracılığıyla kolektif bağların teşvikinde her bir ikonun belirli bir hedefi ve kendine has bir yeri vardı. Baudrillard'ın savına göre toplumsal ilişkilerin sürdürülmesi olan işaretin toplumsal işlevinin, evrensel veya genelleşmiş değer sistemlerine dayalı bir dünyada artık işaretlerin bir rolü olamayacağı gerçeğinin gizlenmesi halini alması Klasik dönemde olmuştur. Basitçe ifade edilirse, imajların ayinsel olmaktan çıkıp estetik hale geçtiğini söyler.

Bu ayrımı daha iyi kavramak için, bu dönemdeki Batı mimarisinden bilinen bir örneğe, 1658-79 arasında Roma'da inşa edilen Cizvit kilisesi *Sant'Andrea al Quirinale*'e bakalım. Bu yapının Gian Lorenzo Bernini tarafından tasarlanan iç mekanları Barok mimarinin damgasını taşır. Oval bir zemin planına dayalıdır, merkezinde tepedeki muhteşem bir kubbeden süzülen sarı ışığın aydınlattığı yüksek bir mihrap bulunur. Yapı kırmızı mermer, altın detaylar, karmaşık heykeller ve özenle döşenmiş zeminlerle zengin bir şekilde süslenmiştir. Gösterişli kemer ve pervazlarıyla kubbeli çatısı yapıya heykel niteliği kazandırır ve böylesi anlamsız süslemelerin sadece görüntüsü bile bir ihtişam, huşu hissi yaratır. Bir süsleme cümbüşüyle bütün duyuları ele geçiren *Sant'Andrea al Quirinale* özünde simgesel bir kayıp olduğu gerçeğini gizler. Baudrillard'a göre, birinci simülakr düzeninde işaret veya imaj yalnızca kutsal ve özgül rolünden kaynaklanan "simgesel yükümlülüğü" ya da bir zamanlar sahip olduğu kıymeti simüle edebilir, yani imajlar artık ritüel ilişkileri desteklemez, onun yerine statüye delalet eder – artık "pasifleştirilmiş toplumu" denetlemek ve Kilisenin iktidarını pekiştirmek amacıyla dinsel bağlılığı yaymaya çalışmaktadır (Baudrillard 2009b, s. 92).

Sant'Andrea al Quirinale'nin Barok asırlığın ve teatralitesi imajın, bir za-

manlar kısıtlı ve sınırlı dolaşımda olan bir şey olmaktan çıkıp kamusal sergileme yoluyla giderek daha erişilebilir bir şeye dönüşmesinin de bir örneğidir. Kiliseyi ve çevresindeki dua odalarını kaplayan resimler, freskler ve heykeller bolluğu, Baudrillard'ın gözlemlediği imajların kitleler için kolayca ulaşılabilir hale gelmesi eğiliminin bir örneğini oluşturur. Baudrillard'a göre bu imajlar patlaması doğrudan, ayinsel ve feodal toplumları niteleyen simgesel değişimin kaybı ve sonrasında imajların ve işaretlerin doğal dünyanın tekil, rastgele ve özgün veçhelerini düzenleyip türdeşleştirme işlevi gördüğü bir semiyotik değer düzeninin ortaya çıkışıyla bağlantılıdır. İşaretler doğadan göndergelerle birleştirilir - dünyaya dair yorumlardır; böylece gösteren ile gösterilen arasında keyfi bir ilişki tesis edilmesini mümkün kılar.

Baudrillard'a göre imaj antropolojik statüsünü kaybedip estetikleştirmede farklı bir şekilde değer biriktirebilmelidir, bunu da "dünyaya bağlı olduğu görünümünü vererek" yapar (Baudrillard 1993a, s. 51). Bu simülasyon evresinde Baudrillard, temsillerin bir taklit biçiminde doğayı yeniden üretmeyi hedeflediklerini fark eder. Bunu, Barok dekorun tanımlayıcı unsurlarından biri, nesneleri üç boyutlu yapmayı sağlayan bir tür alçı tezyinat olan *stucco* (yalancı mermer) örneğinde görebiliriz. *Sant'Andrea al Quirinale*'nin kubbesini meyve ve çiçekler arasında birbirine sokulmuş *stucco putti* ya da melekler [çıplak çocuk ya da aşk tanrısı figürleri] sarmalamıştır. Ayrıca kilisenin iç mekanındaki nesneler, mesela melek çocuklar ya da dekoratif çiçekler "doğal" görünmeseler de dünyayı yeniden yaratarak veya taklit ederek evrensel bir düzen, ahenk ve ustalık duygusu verme işlevini üstlenirler. Baudrillard'a göre bu imaj-nesneler kopyalardır veya Gary Genosko'nun söylediğini yineleyecek olursak, kopyalamaya çalıştıkları nesneden bariz şekilde farklı olan yozlaşmış simgelerdir (Genosko 1994, s. 42). *Sant'Andrea al Quirinale*'de kullanılan yalancı mermer unsurlarının gerçekçi durmaması önemli değildir. Aslında bu süslemenin -asıl nesnenin kendisi değil de- bir kopya konumunu iddia edebilmesini, böylece temsille oynayabilmesini sağlayan da bu kadar aleni ve cüretkar olmasıdır. Bu bakımdan kopya ve orijinal benzeş, imajla onun göndergesi arasındaki fark izleyen açısından barizdir.

İkinci simülakr düzeni

Baudrillard'ın tanımladığı ikinci simülakr düzeni Sanayi Devrimi'yle başlar. Kitlesel üretim tekniklerinin başlayışıyla birlikte nesnelerin ve imajların yapılış şekli değişir, bununla birlikte değerleri ve işlevleri de. Ticari kültürün ve tüketim kültürünün yükselişinde olduğu gibi sanatın yaratılış tarzında da bu değişime tanıklık ederiz. Bu dönemin büyük sanat eserlerinin pek çoğu, mekanik yöntemlerle yaratılmış olmasalar bile ait oldukları işaretler düzeni, seri üretim sistemine dayalı olarak kurulmuş, kapitalist değer değiş tokuşu ekonomisine bağlı olarak anlam üreten bir düzendir. Yukarıda tartıştığımız klasik döneme ait, nesneye görünümlemlerle oynanarak şekil verildiği imaj ve nesnelerin aksine, Baudrillard endüstriyel ölçekte yeniden üretimin, imaj ile resmettiği dünya arasındaki bu ilişkiyi aşındırmaya başladığını tespit eder. İkinci düzende, bizim imajlarla ilişkimizin zeminini teşkil eden bir güç olarak oyunun yerini üretim almıştır, bunun sonucunda imajlar artık bir şeylere benzemeyi hedeflemez. Artık nesneler ve imajlar resmettiği şeylerle denklikler kurmak için yapılır ve birbirleriyle ilişki içinde anlaşılırlar.

Andy Warhol'un 1960'lardaki *Campbell's Soup Cans* başlıklı eseri Baudrillard'ın tanımladığı bu ikinci safhanın niteliklerini göstermekte yardımcı olabilir. Bu sanat çalışmaları Batı sanat tarihi içinde öylesine ikonlaştırıldılar ki tarif edilmelerine bile gerek yok. *Campbell's* çorbalarını hiç tatmamış olanlarımızın bile, bu markayı Warhol'un serigrafıyla işlediği küçük sarı mühürlü kırmızı ve beyaz etiketle bağdaştırması mümkündür. Warhol'un 1962 tarihli *Campbell's Soup Cans* eserini -her biri yaklaşık 50'ye 40 cm boyutlarında 32 kanvastan oluşan bir eser- bulacağınız yer New York'taki Modern Sanat Müzesi'dir (MoMA). Her bir kanvas tek bir kutuyu resmeder ve kutu bütün çerçeveyi doldurur. Neden 32 diye sorabilirsiniz. Anlaşılan Warhol eserini üretirken *Campbell's* çorbasını 32 farklı tatta satıyordu. Bu nedenle her bir kutu birbiriyle aynı olsa da, farklı şekilde etiketleniyordu, mesela "Bean", "Clam Chowder", "Split Pea", "Tomato", "Chicken" vs.

Eserlerinin konusu olarak sıradan tüketim nesnelerini resmetmekle Warhol, zihninin kültürün metalaşması ve kitleselleşmesiyle meşgul olduğunu göstermektedir. Hem içerik hem de biçim açısından *Campbell's Soup Cans* metanın seri üretimini, yani ikinci düzen safha-

sını yansıtmaktadır. Bu kanvasların asılış şekli bir türdeşlik ve tekdüze denklik hissi yaratır. Her bir kutu seri halinde –art arda ve üst üste gelecek şekilde– sergilenir, bu da kutuların süpermarket rafında durduğu ya da üretim hattından yeni çıktıkları izlenimi verir. Tıpkı markette satılan Campbell’s firmasının tavuk çorbası kutusunun yanındakiyle tıpatıp aynı olduğu gibi, Warhol’un kutuları da özdeş işaretlerdir, her bir kanvas bir diğeriyle yer değiştirebilir. Her bir ürün bir diğerrinin yerini alabileceğinden birbirlerine denk oldukları düşünülür. Burada gördüğümüz şey “üstünlüğün makinede olduğu, makine ile [insan arasında] *denkliğin* tesis edildiği teknik bir ilkedir” (Baudrillard 1993a, s. 53).

Warhol’un kendi eserlerini yaratırken endüstriyel üretim biçimlerine başvurması da bu denklik hissini uyandırır. Stüdyosunun ismi bile –Fabrika– onun otomatikleştirilmiş, mekanik süreçlere ilgisinin delilidir. Her bir çorba kutusu imajı, ipek bir baskı şablonu ile basılır, böylece aynı şablondan çıkan bütün kutular birbiriyle tıpatıp aynıdır. Bu da demektir ki, nesnelerin birini diğerrinden ayırt etmek mümkün olmadığı gibi, diğerrlerinin kopyalandığı tek bir “özgün” kutu da yoktur. Baudrillard’a göre, işte bu “iki veya n sayıda özdeş nesnenin imkanının” gerçekleştirilebildiği andır:

Seri olayında nesneler birbirlerinin sonsuz sayıdaki simülakrasına benzerler. Nesnelerle birlikte doğal olarak onları üreten insanlar da birbirlerinin simülakrasına dönüşmektedirler. Genel bir eşdeğerlikler yasası ancak özgün referansın sönüp gitmesi, yani üretilebilme olasılığıyla mümkün olabilmektedir. (Baudrillard 2009b, s. 96)

Bu alıntıda Baudrillard bizi imajların nasıl ve kimin tarafından üretildiğine bakmaya sevk eder. Andy Warhol örneğinde, kullandığı mekanik kopyalama teknikleri bir sanat eserinin üretiminde eşsiz bir figür olarak sanatçı düşüncesini karmaşıklaştırır. İpek baskı bir şablona boya uygulama işini herkes yapabilir, zaten Warhol’un kendi ismiyle üretilen resimlerin hepsine el sürmediği de bilinir. Bu da bizi sanat eserinin özgünlüğü konusunda şüpheyse sevk eder, sanatçının rolünü sorgulamamıza yol açar. Warhol bu resimlerin temelini oluşturan çorba kutusunu kendisi çizmiş olabilir, yine de tasarımı özgün değildir, yani tanınmış bir ticari markanın kopyasıdır. Bu manevralar önemlidir, çünkü özgün bir referans noktası fikrini altüst eder, yüksek sanat ve tüke-

tim kültürü arasındaki ayrımı sorgulamaya sevk ederler. Sıradan, gündelik ürünlerin Warhol'un sanatında kullanımı, dikkatimizi temsil edenden (eşsiz veya yeni sayılamayacak ölçüde bize aşına olandan) uzaklaştırıp, onun nasıl temsil edildiğine (mekanik araçlarla tekrarın kullanımına) yöneltir.

Sanat eserinin özgün ve eşsiz olduğu düşüncesini sarsan başka bir nokta da Warhol'un çorba kutularının seri imajlarını çok sayıda farklı versiyon üretmek için kullanmaya devam etmesidir, örneğin *100 Campbell's Soup Cans* (1962) ve *200 Campbell's Soup Cans* (1962). Aynı şablon ve teknikle türetilmiş bir motifi resmettiklerine göre, bu sanat eserlerinden hangisinin "özgün" veya nihai versiyon olduğunu belirlemek de zorlaşır.

Özetlersek, Baudrillard'a göre meta aşamasının tanımlayıcı niteliği değişim değeridir. Nesneler *ilanihaye* seri olarak üretilebilir olduğundan, birinin diğeriyle değiş tokuşu veya ikamesi mümkün olur. Bir pazarda nesne-işaretler olarak değer kazanırlar, 2. Bölüm'de sanat müzayedelerini tartışırken ve 3. Bölüm'de tüketim toplumunda işaretleri incelerken bu düşüncüyü ele alacağım. Birinci ve ikinci düzenler arasındaki farka baktığımızda, birinci aşamada asıl ile sahte arasında bir benzerlik yaratıldığını (imaj dünyaya dair bir yorumdur), ikinci düzende ise ikisinin denk olduğunu (imaj resmettiği şeyle denk olmaya çabalar) görürüz. Her iki durumda da gerçekliğin hâlâ imajdan bir şekilde farklı olduğu düşüncesi varlığını korur - gerçek meyveyle karşılaştırıldığında yalancı mermerden yapılmış meyve sahtedir; öte yandan gerçek çorba kutuları, temsili versiyonun kendi değerini türettiği önceden var olan standardı teşkil eder. Oysa üçüncü safhada bu değişir. Artık gerçek nesne de tıpkı sahte olan gibi bir simülasyon olarak anlaşılır (Grace 2000, s. 107).

Üçüncü simülakr düzeni

Çoğu insanın Baudrillard'ın düşünüşüyle bağlantılı olduğunu düşündüğü üçüncü düzendir. Okurların muhtemelen aşına oldukları hipergerçeklik ve simülasyona dair popüler anlayışımızın kaynağı da burasıdır. İmajlar ile gerçeklik arasında ayırt edilebilir bir farklılığın bütünüyle çökmeye başlaması bu üçüncü şemadadır. İmajların işlevindeki bu kaymanın yolunu açan neydi? Kapitalizm ve tüketim kültürü, kit-

lesel medya ve iletişim teknolojileri, imajların daha önce hiç görülmedik ölçüde çoğalmasına ve yayılmasına yardımcı oldu. Görsel ufkumuz sonu gelmez görünen bir imajlar, markalar, sloganlar, işaretler, grafikler ve etiketler akımıyla tıka basa doldurulmakta. Baudrillard'a göre, dünyaya dair bilgi ve anlayışımızın birincil kaynağının, gerçekliğin yerini almış olan işaretler olduğu hipergerçeklik noktasındayız (Baudrillard 2013a, s. 13). Bu koşullar altında, imajlar “gerçek dünyadaki” herhangi bir nesneyle somut bir bağlantı olmaksızın serbestçe dolaşır, dolayısıyla yalnızca birbirleriyle ilişki içinde anlam üretebilirler. Bölümün geri kalan kısmında bu fikirleri açıklığa kavuşturacağım, bir yandan da bu fikirleri kitap boyunca moda, sanat, televizyon ve sinema alanlarından seçilmiş bir dizi popüler imaja uygulayacağım.

Şimdi, imajların üçüncü safhada nasıl işlediklerini sergilemek için “CSI etkisi” diye bilinen olguya bakabiliriz. CSI etkisi, *CSI: Crime Scene Investigation* [Olay Yeri İnceleme] gibi TV dizileri ve çeşitli adli tıp programlarının, insanların suçların çözülüş sürecini algılama biçimini etkileme yolunu açıklamak için kullanılan bir tabirdir. Bu programları izleyerek suçlular “suç mahallinde ne bırakmamaları gerektiğini öğrendikleri” gibi (Borger 2006), jüri üyeleri de duruşmalarda adli tıp kanıtlarının rolüne dair, çoğunlukla gerçekçi olmayan beklentiler geliştirirler. “Gerçek hayatın” nasıl olması gerektiğine dair bu algılar TV imajlarından üretilir. *CSI* (ve ondan türeyen *CSI New York* ve *CSI Miami*) gibi dizilerde suçlar yeniden canlandırıldığında, tüm aksiyon 60 dakikalık bir bölüme sıkıştırılır, öyle ki bir adli tıp soruşturmasının unsurları gerçek yaşamdakinden daha göz alıcı, heyecan verici, dolaysız ve sorgulayıcı bir hale bürünür.

Suç mahallinde uzmanlar kan lekelerinin dağılımını yorumlar, etkileyici görünümlü kızılötesi cihazlar kullanarak görünmeyen kan lekelerini tespit ederler. Laboratuvara döndüklerinde, mühim görünümlü birtakım insanlar kanıtlardan DNA örnekleri alır, en gelişmiş teknolojileri kullanarak bir dizi test yapar ve birkaç dakika içinde “bir eşleşme yakaladıklarını” ilan ederler. Kanıtların toplanması, analizi ve değerlendirilmesi sürecinin her aşaması, bizi hakikate daha yaklaştırmak çabasıyla görsel olarak belgelenir. Bazı sahneler izleyiciyi o kadar yakına çekmeye çalışır ki, kurbanın bedeninin içine girer. Bu sahneler CSI ekibinin belli bir kişinin ölüm sebebi hakkında fikir yürütmeleri bağ-

lamında gerçekleşir. Soruşturmayı yürütenlerin yaptığı tariflere kanlı görüntüler eşlik eder, bunlarda örneğin bir merminin kurbanın vücuduna girip iç organlarını parçalarken izlediği hat gösterilir. Yırtılan yumuşak dokuların yırtılışını duyarız. Bedenin içine giren mermi gibi biz de imajın içine gireriz. İzleyicinin beden/imaj içine sokulduğu bu ayrıntı düzeyi, adli tıbbın bizi bir hipergerçeklik (güncel hayatı deneyimlemenin gerçekliğin kendisinden daha gerçek bir şekli) içine daldırmasının ölçüsünü gösterir, öyle ki bunu karşılaştırmak için başvurulacak bir asıl mevcut değildir (Baudrillard 2013a, s. 13).

CSI gerçeklik yanılsamasını sürdürürken, bizi TV ekranının ötesindeki dünyanın bir şekilde “daha gerçek” olduğunu düşünmeye teşvik etmek çabasıyla kendisini kurgu olarak sunar. Yüksek yapım maliyetleri, parlatılmış kurgular, çekici yıldızlar ve etkileyici özel efektlerle büyük bütçeli yapımların tüm ayırıcı özelliklerini taşır. Sonuçta burada bir Jerry Bruckheimer yapıtından bahsediyoruz. *Crime Scene Investigation* kararlı bir gerçekçilik ya da belgesel tarzı peşinde değildir, kendisini hem TV’deki suç dizilerinin daha seksi, daha parlak bir örneği hem de gerçek hayatın daha heyecan verici bir versiyonu olarak sunar. Ancak izleyenlerin –ki aralarında savcılar ve polis memurları da vardır– görevlerini nasıl yürütmeleri gerektiğine dair düşüncelerini şekillendiren bir model oluşturacak ölçüde diziden etkilenmeleri halinde gerçeklikle yanılsama arasındaki bu çizgi belirsizleşir. Paul Rincon’a göre, CSI ve benzeri dizilerin etkisiyle daha fazla kanıt adli tıp laboratuvarlarına gönderiliyor, bu da ciddi bir iş yoğunluğuna neden oluyor (Rincon 2005). Savcılar duruşmada sunmak için DNA delilleri istiyor, çünkü bunlar olmaksızın jürilerin suçlu hükmü verme ihtimallerinin düşük olduğunu gözlemliyorlar. Bu suç dizilerini izlemiş jüri üyeleri nesnel, bilimsel DNA kanıtları bekliyorlar. Bu türden kanıtlar bir an önce ya da hiç mümkün olmadığında ise huzursuz oluyorlar. Kurbanların aileleri de mahkemelerde adli tıp delillerinin toplanması ve işlenmesi için uzun süreler beklemekten memnun olmadıklarını dile getiriyorlar. Televizyonun etkisiyle, onların zihninde kanıtlar süratle toplanabilir ve sonuçlar anında elde edilebilir. Buradaki asıl mesele, CSI etkisinin artan miktarda kanıt toplanıyor olmasında etkili bir faktör olup olmadığı değildir. Öyle olsaydı bunu tespit etmek imkansız değilse bile çok zor olurdu. Aksine, mesele bizim gerçekliğimizi inşa edenin CSI etkisi olduğu algısıdır.

Burada olup biteni Baudrillard *“simülakranın devinimi”* diye niteliyor; simülasyonun üçüncü safhasının nasıl işlediğini anlamak için kilit öne- me sahip bir kavram bu (Baudrillard 2013a, s. 12). Adli tıp delillerinin gerçekliğinin referans noktası, işbaşındaki olay yeri inceleme ekiple- rinin televizyondaki tasvirlerinden türetilmiş bir modeldir. Çoğu du- rumda insanlar, hatta savcılar, jüri üyeleri, kurbanların avukatları ve polis, gerçek adli tıp delillerinin anında hazır ve kesin olduğuna inanır. Böylelikle sanığın suçluluğu veya masumiyeti konusunda şüpheye hiç yer kalmaz. CSI dizisindeki kıdemli adli tıp uzmanı Gil Grissom, delil- lerin yalan söylemediğini tekrarlamaktan keyif alır. Ancak ne tuhaftır ki, dizinin sunduğu adli tıp modelinin kendisi izleyici tercihlerine ve izlenme oranlarına göre şekillenir ki bunlar da Baudrillard’ın “kamu- oyu görüşü simülakrı” olarak nitelediği şeye denk düşer (Baudrillard 2009b, s. 114). CSI popüler televizyon izlencesinin kurallarını izler, buna göre izleyicilere takip etmesi kolay, görsel açıdan çekici ve aşına oldukları senaryolar sunar. Suç dizileri sıklıkla gerçek hayattan ödünç alır, gerçek hayat da onlardan (Jermyn 2007, s. 173). Bazı bölümlerde hikaye geçmişte işlenmiş, ardından başka öldürme vakalarında taklit edilmiş cinayetlere dayanır. Başka bölümlerde “gerçek hayatta” ger- çekleşmesi mümkün görünmeyen, yine de gerçekleşen olaylar olur. Hatta “gerçek cinayet” programları şeklinde CSI’ m taklitçileri de türe- di, bu programlarda da geçmişteki polisiye vakaları yeniden canlandır- mak amacıyla dram türünün kullandığı tekniklerin benzerleri kullanı- lır. CSI benzeri polisiye dizilerin popülerliğinden beslenen bu “gerçek- çi” programlar, vakaları açığa çıkarırken izleyicilere adli tıp uzmanlığı ve teşhis teknikleri sunar, böylece programın sonunda vakanın titizlik- le çözümlenmesi sağlanır. Baudrillard’a göre, gerçeklik ile ekran böy- lesine tuhaf bir şekilde çakışır, çünkü simülasyon durumunda “he- pimiz bütün senaryoları tam da zaten gerçekten veya potansiyel ola- rak gerçekleştirmiş oldukları için yeniden oynamak zorundayız” (Baud- rillard 1993a, s. 4). Önceden imajlar eşsiz, yaratıcı ve yeni olma bece- rileriyle bir güce sahipken, Baudrillard artık bunun nadiren yaşandığı- nı söyler. Bunun yerine, “Bu aşamada, işaretler ve onların rasyonel he- defleri, onların ‘gerçek’ ve ‘düşsel’i, bastırılmaları, saptırılmaları, sus- turduklarına ilişkin oluşturdıkları yanılsamalar ya da paralel anlamları gibi sorular silinir gider” (Baudrillard 1993a, s. 57).

Nesneyi ve onun temsilini ayrı şeyler olarak gören birinci ve ikinci dü-

zenlerle karşılaştırıldığında, üçüncü düzen dünyayı bu şekilde görmeyi zorlaştırır. Çünkü imajlar artık gerçeklikten farklı değildir, çerçevenin dışında olan şeylerin gerçek şeyler olduğunu düşünmemizi sağlayarak bizim gerçeklik duygumuzu üretirler. Bu stratejinin amacı hakiki veya sahici bir gerçeklik olmadığı, sadece gerçekliğin simülasyonunun olduğunu gizlemektir. Baudrillard'dan alıntılacak olursak, “*simülakr dediğimiz hakikati gizleyen değil, hakikatin yokluğunu gizleyen-dir*” (Baudrillard 2005c, s. 32). Bu bakımdan, simülasyon sistemi her şeyi kapsayıcıdır. Üçüncü simülakr düzeninde imajlar bizim gerçekliğimiz, kodlar ise imaj üretiminin “yeni işlemsel düzenleniş biçimi”dir (Baudrillard 2009b, s. 100). Ancak bu kavramı maddi nesnelerin, insanların ve duyguların artık var olmadığı şeklinde anlamaktan kaçınmamız gerekir. Baudrillard'ın pozisyonu bu değildir. Söz konusu olan simülasyonun gerçekliğin ne olduğuna dair düşüncemizde bir kaymaya yol açmasıdır. CSI etkisinin de gösterdiği üzere, bizim adli tıbbi algılayışımız diğer işaretlerin yanı sıra televizüel imajlar tarafından üretilir, bunlar da polisiye meraklısı TV izleyicisinin beklenti ve isteklerine dair önceden edinilmiş fikirlerden etkilenir. TV ekranında simüle edilen cinayetlerin gayet gerçek ve hissedilir etkileriyle döngü tamamlanır - suçlular izlerini kapatmak için daha fazla dikkat gösterirler, jüri üyelerinin adli tıbbın sunacağı delillere dair beklentileri yükselir. Böylelikle TV ekranındaki imajların, mesela CSI dizilerinin bizim gerçekliğe dair algı ve deneyimimizi nasıl ürettiğini görebiliriz.

Dördüncü simülakr düzeni

Üç simülakr düzenini tanımladıktan sonraki dönemde Baudrillard dördüncü bir düzen daha tanımladı. Bu, üçüncü düzenin tamamen aşıldığı anlamına gelmiyor. Baudrillard'a göre, yeni bir simülakr düzeni “öncekinin yerine geçmez: Varsayımsal bir dizi içinde art arda gelir ve birbirlerine eklenir” (Baudrillard 2012a, s. 11). Başlangıçta fraktal veya virüse benzetilen dördüncü düzen, “bütünsel gerçeklik” safhasıdır. Baudrillard 2005'te yazarken bu momentini “hem gerçekliğe hem de yanılasmaya son veren bir tür ultra gerçeklik” şeklinde tarif eder (Baudrillard 2005e, s. 2). Halen içinde yaşadığımız bu safhada, imaj özgün işlevinden o kadar uzaklaşmıştır ki, artık bir imaj olarak işlemesi de mümkün değildir. Baudrillard günümüz kültürünün her seviye görünür, şeffaf, bi-

linebilir ve doğrudan erişilebilir kılmayı takıntı yapmadıysa bile buna kapıldığına işaret eder. Canlı haber akışını, etkileşimli sanatı, gen haritalarını, *Second Life* türünden sanal dünyaları, gözetleme teknolojilerini, dijital iletişimi ve benzerlerini hatırlayın. Dolaysız, kuşatıcı ve her yerdeler, bizi imajın içine girmek zorunda bırakıyorlar. Baudrillard'a göre o kadar yakınız (iç içeyiz) ki, bu her yerde hazır ve nazır teknolojilerin ve işaretlerin dışında var olmaya imkan verecek bir eleştirel mesafe mümkün değil. Bu şekilde “görselin içinde boğulmuş” olduğumuzdan, Baudrillard'a göre artık temsillerden sanki dünyanın bir yansıması ya da ona verilmiş bir tepki olarak bahsedemeyiz (Baudrillard 2001, s. 45). Dünya onlardan ibarettir.

Baudrillard, Irak'taki Abu Ghraib hapishanesinde çekilmiş fotoğraflardan dördüncü simulakr düzeni bağlamında bahsetti, bence de kavramı size kısaca tanıtmak açısından iyi bir örnek teşkil ediyorlar. “Kısaca” diyorum zira 4. Bölüm bütünüyle “bütünsel gerçeklik” kavramını ve bunun televizyon, bilgisayar ve sinema ekranlarında nasıl tezahür ettiğini tartışıyor. O bölümde size rehberlik edecek ilave görsel örnekler de bulacaksınız. Şimdilik 2004'te basında beliren ve Amerikan askerleri Iraklı tutuklulara işkence ederken ve aşağılarken gösteren fotoğraflara dönelim. Bu fotoğrafların birinde, yerde yatan bir adam var, bedeninin bir kısmı kadrajın dışında, böylece çıplak gövdesini ve boynuna bağlanmış bir tasmayı görüyoruz. Fotoğrafta bir de kadın asker var, ayakta duruyor, kafasını aşağı çevirmiş, bir ucunu sol elinde tuttuğu tasmanın diğer ucundaki tutukluya bakıyor. Başka bir fotoğrafta, birbirine bağlanmış bir grup çıplak erkek bir koridorun zemininde kıvranır halde. Diğer tutuklular hücrelerin kapısından izlerken üç asker bu et yığınının tepesinde duruyor. Birisi aşağıya uzanmış, belli ki kafalarını ya da yüzlerini tutmaya çalışıyor. Tutukluların –kimileri ölü- aşağılayıcı şekillerde, Amerikalı askerlerin ise genellikle sırtıırken ve elleriyle başarı işareti yaparken görüntülediği daha pek çok benzer fotoğraf var. Yine çoğunda işkenceciler ve işkence edilenler aynı karede görüntüleniyorlar.

Bu görüntüleri gören çoğumuz gibi Baudrillard da bunları aşağılayıcı ve grotesk bulsa da, bunlarda banal bir taraf olduğunu da seziyor. Baudrillard'ın burada önemsemez veya üstünkörü davrandığını düşünmeyin, aksine, Baudrillard'ın bakış açısından bu imajların medya

üzerinden biteviye yayılışı, savaşın vahşetini başka bir alana taşıyor – imajlar savaşı resmetmiyor, savaşın içine batmış veya “kesinlikle savaşın parçası olmuş” durumdalar (Baudrillard 2005f, s. 207). Bu demektir ki, bu fotoğraflar Amerika’nın Iraklı tutuklularına nasıl muamele ettiğine dair bir tür belgesel kanıt olarak görülemezler. Baudrillard’ın savına göre bu imajların “doğru” ya da “yanlış” tasvirler olduğunu tartışmak anlamsızdır, çünkü bunlar savaşı “tasvir” etmiyor, aksine savaş stratejisinin içinde yer alıyor, ötekinin aşağılanması üzerinden Amerikan gücünün bir simülasyonunu sunuyor. Önceden görülmemiş bu savaş eylemleri bütün aşırı görünürlükleri içinde,

şiddetin parodisine, savaşın kendisinin parodisine dönüşüyor, pornografi sadece savaş olarak kalamayan, sadece öldürmekten ibaret olamayan, bunun yerine çaresiz bir güç simülakrı içinde kendini grotesk ve çocukça bir şova çeviren savaşın sefilliğinin nihai biçimi haline geliyor. (Baudrillard 2005f, s. 206)

Baudrillard’ın bu fotoğrafları hem pornografiye hem de TV şovlarına benzetmesi ilginç. Ona göre bunlar dördüncü simülakr düzenine özgü bir takım özellikleri paylaşıyor. Bu türden imajlar her şeyi görünür kılar. Resmettikleri olay ve eylemlerin tümü bir ayrım gözetmeksizin sergilenmektedir adeta; bu ister güneşlenmekte olan bir reality şov yarışmacısı olsun isterse düşmana işkence uygulayan bir asker. Her şey ama her şey görüntüde yer alır. Hiçbir şey gizli kalmaz. Bu her şeyi ifşa etme, imaj üzerinden bir tür hakikate veya derin bilgiye ulaşma dürtüsü her zaman iyi bir şey değildir. Baudrillard açısından, bu aslında imajın bir tür istismarı anlamına gelir. Önceden imaj “dünyanın iki boyutlu bir soyutlaması” (Zurbrugg 1997, s. 9) iken, artık imajlar giderek görselleşmektedir; enformasyon, iletişim, promosyon veya belgeleme amacıyla kullanılırlar. Ve imaja bir anlam yüklemek için zorlama çabamızda aslında ona tecavüz ederiz, yani o kadar fazla anlamlandırmaya çalışırız ki sonunda görünür kılınan yegane şey onu diğer her şeyden farklı kılacak hiçbir şeyin olmadığıdır, der Baudrillard. Bir anlamda, gerçekliği güçlendirmek adına imajın bu şekilde rehin alınması, imajın farklı bir boyutta, “gerçek zamanın” dışında işleyebilecek bir nesne olarak otonomisini kaybetmesi demektir. Baudrillard’ın sözleriyle,

imajların bu şekilde yayılmasına dünyanın ekranlar vesilesiyle imajlaşma-

sına, evrenin imajlaşmasına, her şeyin imaja dönüştürülmesine razı olmaya zorlanıyoruz. Ancak her şeyin imaj olduğu yerde, artık imaj yoktur. (Baudrillard 2001, s. 67)

Öyle görünüyor ki, işler değişmekte. Önceden, imajlar bize orada, bizim dışımızda bir şeyler olduğunu hatırlatırdı. Gerçeklik hakkında fikir yürütmeye, yanılısma üzerine kafa yormaya ve dünyayı farklı bir ışık altında düşünmeye sevk eden bir rol oynardı. Hem temsil ile gerçeklik arasında hem de izleyen ile imaj arasında yaşanması gereken bir yüzleşme söz konusuydu, bu yüzleşme de belli ölçüde düşünüm ve hayret için uzam sağlıyordu. Baudrillard bu değişimden şu şekilde bahsediyor:

İmajların bizi doğrudan, temsilin çok öncesinde, daha alt düzeyde, en azından sezgi veya algı düzeyinde etkilediğini düşünüyorum. Bu anlamda, bir imaj her zaman mutlak anlamda şaşırtıcı olacaktır ya da en azından öyle olmalıdır. Ne yazık ki, tam da bu nedenle imajların nadir bulunduğunu söyleyebiliriz. İmajların gücü çoğu zaman bizim onlardan söylemelerini istediğimiz her şey tarafından kesilir, saptırılır, durdurulur. (Baudrillard 2005c, s. 13)

Eğer Baudrillard'ın iddia ettiği gibi yanılısma gerçeklikle oynuyorsa, gerçekliğin simülakra şeklinde üretimi imajı yanılısma gücünden yoksun bırakır. Elimizde kalan ise, Baudrillard'a göre, bir ultra gerçekliktir, her şeyi kapsayan ve dolaysız, imajlara ve olaylara tepkimizi önceden belirleyen ve imajın bir zamanlar sahip olduğu her türden sürpriz veya özgünlük unsurunu yok eden bir aşırı gerçeklik biçimidir.

Büyülü simülasyon

Her şeyin zaten önceden planlandığı ve dünyanın bize anında görünür kılındığı simüle edilmiş bir gerçeklik ortamında, belirli imajların bize çekici gelmesini nasıl açıklarız? Paul Heggarty'ye göre, "Baudrillard'ın görüntüler dünyasını ve onun bizi büyüleyişini açıklamasını sağlayan kavram baştan çıkarmadır" (Hegarty 2004, s. 68). Baştan çıkarma temsil edilebilir bir şey değildir; en iyi şekilde, yanılısamalar üretme gücü olan bir kuvvet olarak anlaşılabilir. Baudrillard bundan şu şekilde bahseder:

Baştan çıkarma basit bir görünüşten ya da mutlak bir yokluktan ibaret değildir, bir varlığın tutulumudur. Tek stratejisi orada olmak/orada olmamak, böylece bir tür yanıp sönmek, bir hipnoz düzeneği üreterek dikkati anlam arayışının tümüyle dışında billurlaştırmaktır. (Baudrillard 1990b, s. 85)

Görünümlerle oynamaya odaklanan baştan çıkarma, yukarıda özetlenen düzenlerde gösterildiği gibi gerçeklik üretme gücüne sahip olan ve her şeyi görünür ve bilinebilir kılma çabasıyla bunu aşırı derecede gerçekleştiren simülasyonun karşıtıdır. Baudrillard baştan çıkarmanın yanıltıcı gücünü açıklamak için *trompe l'oeil* örneğine başvurur. Birebir anlamı “göz aldanımı”⁷ olan bu tabir görsel sanatlarda duvar resmi, fresk veya kanvas gibi iki boyutlu bir imajda üç boyutluluk algısı yaratan bir boyama tekniğini anlatır. Baudrillard’ın bu tekniği kullanan bir resme baktığında gördüğü şey, düz yüzeyden fırlayan nesnelerin Rönesans sanatına özgü derin perspektif uzamına aykırı şekilde “ileri merkezsizleştirme etkisi” yaratmasıdır (Baudrillard 2011a, s. 81). Örnek olarak Amerikalı ressam John Haberle’nin *A Bachelor’s Drawer* (1890-4) eserini alırsak, ahşap bir masa üstünde duran rastgele nesnelerin (madeni paralar, bir tarak, pullar, oyun kağıtları, bir pipo) özenle yağlı boyayla resmedilişi için Baudrillard, ahenkli ve düzenli bir gerçeklik temsili üreten Rönesans perspektifinin aksine *trompe l’oeil* tekniğinin çok daha etkileyici olduğunu savunacaktır.

Baudrillard bu nesnelerin resmin içine doğru değil de ileri doğru çıkarılışında bir gerçeküstülük unsuru görür. İmajın iki boyutlu uzamının ötesine gitmekle Haberle’nin çekmecesindeki nesneler bizim gerçeklik duyumuza saldırırlar. Sergilenen nesnelerin kesinliğinde, cezbedici ama bir yandan da tuhaf bir şey vardır. Gerçekliğe öylesine eksiksiz bir biçimde benzerler ki, aynı zamanda son derece “gerçekdışı” görünürler. Masa üzerindeki nesnelerin bize aniden göründüğü algısıyla da birleşince, bizi “dünyanın görünüşteki gerçekliği” ya da onun ötesinde ne olabileceği üzerine düşünmeye sevk eder bu durum. Onu “büyülü bir simülasyon” yapan, *trompe l’oeil* tekniğinin yarattığı merak duygusudur. Baştan çıkarmanın, simülasyonun, yanılsamayla ilişkilendiril-

7- Yıllar evvel Sinan Fişek bu kavramı açıklamak için bana şu örneği vermişti: “‘*Trompe l’oeil*’ göz aldanmasından çok göz aldanımı, ya da gözü yanıltma amacıyla yapılmış şey. Örneğe, bir yapının duvarına, yapı olmasaydı arkasında görülecek manzaranın resmini yapmak gibi...”

len o büyüleme ve mistifikasyon unsurlarının öteki yüzü olması da bu bakımdandır. Gerçek olanı hükümsüz kılan simülasyonun aksine baştan çıkarma gerçek olana yönelik bir meydan okuma, gerçekliğin her yere sirayet etmesine karşı çıkma girişimidir. Baştan çıkarmanın imaj yoluyla hakikatin üretimine meydan okuyarak, yanılsamayı geri getirdiğini söyleyebiliriz:

Trompe l'oeil kendisini gerçeğe karıştırmayı amaçlamaz. Oyun ve hüner yoluyla bilinçli olarak üretilmiş halde kendisini bir simülakr olarak sunar. Üçüncü boyutu taklit ederek bu boyutun gerçekliğini sorgular, gerçeğin etkilerini taklit ederek ve aşarak gerçeklik ilkesini radikal bir sorgulamaya tabi tutar. (Baudrillard 1990b, s. 63)

Baudrillard'ın sözleri bize baştan çıkarmanın, simüle edilmiş dünyamızın “dışında” bir şey olmadığını hatırlatır. Aksine, her ne kadar simülasyonun mantığı dışlanmasını dayatsa da, nihayetinde dışlanması mümkün değildir. Yanılsama bir gerçeklik duygusu ya da “olduğu haliyle” bir dünya inşa etmenin gerekli bir parçasıdır. Dolayısıyla yanılsamanın kaybı akıl ermez bir olasılıktır, çünkü gerçekliğimizi kavramlaştırmak ve onun hakkında konuşabilmek için yanılsamaya ihtiyaç duyarız. Gerçekliği bizim için “gerçek” kılar. Ancak “gerçek” olduğunu düşündüğümüz aslında başka tür bir yanılsamadan ibarettir, bu her ne kadar Baudrillard'ın işleyen bir toplum için kritik önemde olduğunu söylediği “yaşamsal önemde bir yanılsama” olsa da. Burada dikkat etmemiz gereken husus, baştan çıkarma ve yanılsamanın gerçeğe meydan okumasının aynı anlamlandırma sistemi içinden çıkmasıdır.

Yine de bu fikirlerin bütünsel gerçeklik bağlamında ne anlama geldiğini düşünmek gerekir, özellikle de *Baştan Çıkarma Üzerine*'nin çok önce, 1979'da yayımlandığı düşünülürse.⁸ Örneğin, “büyülü simülasyon”un bütünsel gerçeklik döneminde “büyüsünün bozulduğunu”, hatta bunun mümkün olup olmadığını nasıl belirleyebiliriz? Ancak, dünya değiştikçe Baudrillard'ın düşüncesinin de değiştiğini söylemek gerekir. Dolayısıyla, baştan çıkarma, ölümcül, kötülük, yanılsama ve imkansız değiş tokuş gibi “simülasyondan farklı” addedilen bu güçlerin rolüne

8- Bkz. Baudrillard, *de la Seduction*, Editions Galilee, 1979. Türkçe çevirisi *Baştan Çıkarma Üzerine* adıyla Ayrıntı Yayınları tarafından 2001'de yayımlanmıştır, çev. Ayşegül Sönmezay. -yhn

dair düşüncelerini zaman içinde geliştirdi. Yazılarında tekil biçimler, yani anlamlandırma sistemini birbirine katan veya bozan, hakikat ve gerçeklik düzenlerini sekteye uğratan imajlar, olaylar ve eylemler arayışını sürdürdü. Özellikle fotoğraf Baudrillard'ın anlam ve anlama sistemlerinin kendi sınırlarının ötesine ne ölçüde zorlanabileceğini sınıadığı bir alan olarak belirdi. Fotoğraf konusuna bir sonraki bölümde gireceğiz.

Simülasyon bağlamında bu alternatif güçleri değerlendirdiğimize, Baudrillard'ın anladığı şekliyle imajın gelişimindeki farklı safhaları gözden geçirdiğimize göre, artık onun kilit kavramlarının görsel kültür dünyasıyla ilişkisine bakma sırası geldi. İlerleyen bölümlerde Baudrillard'ın bakışıyla imajlara dair anlayışımızı geliştirmek istiyorum. Sanat (2. Bölüm), moda ve reklamcılık (3. Bölüm), sinema, televizyon ve sanal gerçeklik (3. Bölüm) alanlarına bakarak, Baudrillard'ın teorilerinin görsel olguları çözümlemede kullanılabilirliğini göstermeye devam edeceğim.

2. Bölüm

Sanat

Giriş

Birkaç yıl önce, Yeni Zelanda'nın güney batısında bir Alman turist, antik bir buzul oluşumunun üzerine spreyle boyayla grafiti yaparken yakalanmıştı. Aotearoa'nın⁹ bakir topraklarının orta yerinde, şehrin keşme-keşinden bir parçayı kopyalamaya kalkışmıştı. Bekleneceği üzere ci-vardaki turistler tarafından görüntülenmiş ve sonunda sorun yaratan yazıyı silmek zorunda kalmıştı (*Stuff*, 2008). Olay yaratması muhtemel şeyleri kaçırmayan *Trend Hunter* dergisi anında bu eyleme “buzul grafitisi” adını verdi. Yeni Zelandalı tüm çağdaş sanatçıların uğruna katil olabileceği türden bir pozdu bu. Söz konusu Alman'ın derdi neydi, bilmiyorum. Bu olayın yaratıcı bir dışavurum mu yoksa bir vandallık örneği mi olduğunu da söyleyemem. Ancak bu olay ülke çapında tartışma konusu oldu. Aynı günlerde spreyle boyayla duvarlara yazı yazan bir gencin ölümüyle tartışma daha da alevlendi. Bu talihsiz genç, üstüne bir şeyler çiziktirdiği çitlerin sahibi tarafından öldürülmüştü (Ruscoe, 2008).

Buzul olayından birkaç gün sonra *New York Times*'in internet sayfasında Berlin'deki grafitileri sergileyen bir kayda denk geldim. Belli ki Almanya'nın başkenti, Avrupa'nın dört bir yanındaki grafiticiler tarafından bir cennet gibi görülüyor, çok sayıda farklı tarz ve ekole ev sahipliği yapıyor. Berlin'in yerleşik grafiti kültürü düşünüldüğünde bel-

9- Yeni Zelanda'nın *Maori* dilinde *Aotearoa* anlamına gelir. <https://rantey.org>

ki de bu tipik Alman da becerilerini Yeni Zelanda sahillerinde sınarken daha sempatik bir tepki bekliyordu. Görünüşte birbirinden bağımsız bu olaylar bir önem arz ediyor mu? Bu olaylar giderek daha fazla küreselleşen bir dünyada şeyler arasındaki bağlantıları ve örtüşmeleri sergilediği gibi, sanatın doğası ve dolaşımı ile etkileri hakkında da kimi soruları gündeme getiriyor.

Bir önceki bölümde günümüzün medya ile kapanmış ortamında işaretlerin ve imajların işleyişini anlamamız açısından Baudrillard'ın simülasyon kavramının ne denli önemli olduğunun altını çizmiştik. Rönesans'tan dijital çağa dört simülakr düzenini birbiri ardına ve sistematik olarak elden geçirdiğimizde, günümüzdeki "trans-estetik" halin içinde işaretler ile gerçeklik arasındaki ayrıcalıklı ilişkinin geri dönüşü olmayacak şekilde koptuğu aşikar hale gelmektedir. Baudrillard'ın ifadesiyle içinde olduğumuz durum "bir temsil sisteminin bitişidir" (Baudrillard 2005a, s. 51). İmajların dolaşımı ve işleyişi hakkında onların neyi temsil ettiklerinden hareketle bahsetmemiz artık mümkün veya anlamlı değilse, bu durumda sanat nerede ayrılır? Her şeye -hatta dünyanın bir köşesindeki bir buzulun üzerindeki spreyci boyaya bile- "sanat" etiketinin verilebildiği bir çağda sanatın ayırt edilebilir ve benzersiz bir pratik olarak algılanması nasıl mümkün olur?

İşaretler ve imajlara dair çalışmalarında sanata özel yer ayıran Baudrillard da bu sorular üzerine kafa yormuştu. En dikkat çekici olan da *Sanat Komplosu*¹⁰ başlıklı kitabıdır. Bu kitapta büyük ölçüde konu hakkında doksanlarda ve sonrasında çıkan yazı ve mülakatları derlenmiştir. Bu bölümde geliştirilen fikirlerin çoğunun temelini bu beyanlar teşkil ediyor. Baudrillard açısından, sanatı diğer temsil türlerinin üstünde ve ötesinde özel bir çözümleme konusu yapmak gerekir, çünkü sanat kendisini benzersiz bir estetik duyarlılığa sahip olarak kurar, öyle ki "sıradanlıktan en uzakta olduğu, belirli bir yücelik ve aşkın değere tek başına sahip olduğu iddiasındadır" (Baudrillard 2005a, s. 61-2). Ancak şunu vurgulamak gerekir, sanatın ayrıcalıklılığı Baudrillard'ın korumak istediği bir şey değildir. Aksine, kitle kültürü içinde dolaşımda olan diğer türden imajlar karşısında sanatın istisnai bir statüye sahip olduğu

10- Baudrillard, *Le complot de l'art: Illusion et desillusion esthétiques*, Sens & Tonka, 2005. Türkçe çevirisi için bkz. Baudrillard, *Sanat Komplosu - Yeni Sanat Düzeni ve Çağdaş Estetik 1*, çev. Elçin Gen, Işık Ergüden, İletişim Yayınları, 2010. <https://rantey.org>

iddiasına şiddetle itiraz eder, eleştirisinin temelinde bu sav yatar. Bu konudan, “Buna gerçekten karşıyım. Başka her şeye olduğu gibi sanatta aynı eleştiriyi uygulayabilir olmalısınız diyorum” şeklinde bahseder (Baudrillard 2005a, s. 62). Baudrillard’ın tasvir ettiği haliyle sanat, reklam, müzik videosu veya TV programları gibi diğer görsel biçimlerden daha özel değildir. Üstelik çağdaş sanatın bu alanlara ve geçmiş sanat hareketlerine ait motifleri yeniden kullanmasını da eleştirir. Hipergerçeklik çağında tüm imajların denk olduğunda ısrar etse de, görsel işaretler kakofonisi içinde nasıl olup da kendi ayrıksı statüsünü koruduğunu anlamak için sanat konusuna eğilir.

Öyleyse, bu bölümün amacı Baudrillard’ın sanatı ve sanat dünyasının işleyişini nasıl ele aldığını eleştirel bir gözle değerlendirmektir. Bu amaçla Baudrillard’ın sanatın rolü ve işlevine dair yazdıklarını tespit ediyor ve değerlendiriyorum, fikirlerinin sanat uygulayıcıları, öğrencileri, tüketicileri ve eleştirmenleri açısından önemini tartıyorum. Bunu başarabilmek içinse asıl olarak, eserlerinde Baudrillard’ın sanatın “hükümsüz” olduğuna dair radikal görüşünü etkin şekilde sergileyen, sanatın bir “komplo” şeklinde işleyişinin örneklerini sunan üç çağdaş Britanyalı sanatçıya (Tracey Emin, Merlin Carpenter ve Banksy) odaklanıyorum. Daha önceden tespit edildiği üzere, Baudrillard’ın postmodern durum hakkında kilit önemde bir yorumcu olarak statüsü –özellikle de simülasyon teorisi– sanatsal ve diğer imajları kavramlaştırma ve ele alma biçimimiz üzerinde derinden bir etki yaptı. Buradaki niyetim, Baudrillard’ın sanata dair yorumlarının bizim daha geniş anlamda görsel kültürü anlamamız açısından değeri üzerine düşünmek. Benim savım Baudrillard’ın bizi imajları anlamlandırmada kabul edilmiş yolları yeniden incelemeye zorladığı ve bu sırada temsil ve gerçeklik hakkında ne ölçüde sorunsuz kavramlarmış gibi konuşabileceğimize dair yeni sorular gündeme getirdiğidir.

Baudrillard’ın erken dönem yazıları

Baudrillard’ın sanat hakkındaki ilk yorumlarını tüketim toplumuna dair tartışmalarında buluruz. Kültürün giderek metalaştığı iddiasının örneği olarak, kültürün metalaşmasını simgelediğini düşündüğü pop-art hareketini tartışırken Jasper Johns, Robert Rauschenberg ve Andy

Warhol'u zikreder (Baudrillard 1998, s. 115-17). İşaretler bizim dünyayı anlamlandırmak için başvurduğumuz dili oluşturuyorsa, kültürün bir anlamı olabilmesi için onun da bir işaret sisteminin parçası olması ve anlamını tüm diğer işaretlerle ilişki içinde türetmesi gerekir. Bir zamanlar sanat tüketim pratikleri ve süreçlerinden ayrı görülüyorsa da, önceki bölümde tartıştığımız Warhol'un *Campbell's Soup Cans* örneğinde olduğu gibi pop-art bu ayrımı sorunsallaştırır. Bu sanat eserinde, kitlesel üretim teknikleri, dizisellik ve ticari markaların ve gıda ürünlerinin taklidi yüksek kültürün (sanat) "sahiciliği" ile düşük ya da kitle kültürünün (tüketim nesneleri) "sahteliği" arasındaki ayrımı ortadan kaldırır. Böylece pop-art sanatı başka her nevi meta işaretiyle değiştirilebilir kılar. Sanat artık nadir veya benzersiz değildir. *Tüketim Toplumu*¹¹ başlıklı kitabında Baudrillard şu tespiti yapar: "kitlesel ölçekte üretilmiş' nesneler olarak bu şekilde üretilen eserler 'çorap ya da bahçe sandalyesi ile' aynı türden nesneler haline gelir, bu şeylerle ilişki içinde anlam kazanırlar" (Baudrillard 1998, s. 107). Sonuçta sanatın dünyaya dair daha büyük bir hakikat veya anlam ortaya çıkarabilen bir temsil tarzı olarak sahip olduğu varsayılan ayrıcalıklı konumu zayıflar.

İlginçtir ki, genel olarak sanat hakkında olumsuz bir tavır takınan Baudrillard, Andy Warhol ve Marcel Duchamp'ın çalışmalarını ayrı bir yere koyarak över. Özellikle 1980'lerde New York'ta ortaya çıkan, simülasyonist adı verilen sanatçıları eleştirir, onların eserlerinin simülasyonun işleyişine dair derinlikli bir bakış sunmakta başarısız olduklarını düşünür. Baudrillard'a göre sanat dünyası simülasyona temsil edilebilir bir şey muamelesi yapmakla simülasyonun esasını tümüyle ıskalamıştır. Bunun aksine Baudrillard sanatı anlam üretmeyen bir imaj konumuna indirgelediği için Warhol'u alkışlar. Endüstriyel üretim tarzlarını ve tüketim nesnelerini türdeşleşmiş, dizisel şekilde resmeden ilk eserlerinde kültürün metalaşmasını ve kitleselleşmesini zekice sergiler. Bu anın öncesindeki çağdaş sanat (hatta Warhol'un 1980'lerde tedarıkladığı *Brillo Boxes* bile) böylesi bir eleştiri sunmayı başaramaz, çünkü sadece cin fikirli bir parodi olarak, yani Warhol'un tüketim ürünleriyle yaptığı ilk serigrafik baskılarda yakaladığı boş parodinin bir simü-

11- Baudrillard, *La Societe de Consommation*, Gallimard, 1996. Türkçe çevirisi için bkz. Baudrillard, *Tüketim Toplumu* (Söylenceleri, Yapıları), çev. Ferda Keskin, Hazal Deliceçaylı, Ayrıntı Yayınları, 5.baskım 2012, s. 115-17. PDF Kitap Arsivi - <https://rantey.org>

lasyonu olarak işleyebilir. Bu nedenle çağdaş sanat Baudrillard'ın pop art'a yakıştırdığı "çocuksu bir merak, nahif bir keşif coşkusu"ndan yoksundur (Baudrillard 2008, s. 150).

Benzer şekilde, Duchamp da Baudrillard tarafından gerçek bir avant-gart olarak kutlanır, çünkü onun *readymade*'leri geleneksel sanat estetiğinden kopuşun başlangıcını temsil eder. Bir galeriye pisuar koyarak (*Fountain* ismiyle bilinen çalışma), Duchamp sanat kategorisini ve ona iliştirilen estetik değeri sorgulamıştır. Daha da önemlisi, Baudrillard için anlamlı olan bu hareketteki oyuncaklı ironidir. Pisuarı -sanata dair yerleşik düşünüşten böylesine uzak bir nesneyi- en beklenmedik yere yerleştiren Duchamp ona farklı bir anlam yüklemiştir. Yani pisuar artık işlevsel bir nesne olmaktan çıkmış, estetik bir nesne haline gelmiştir. Dahası, Duchamp'ın ortaya koyduğu sürpriz, izleyiciyi de sanat hakkında farklı şekilde düşünmeye tahrik eder. Bizi bir pisuara sanat gözüyle bakmaya davet ederek, "artık herkesin içinde olduğu bir süreci harekete geçirir", bu süreçte kitle kültürü sanata, sanat da kitle kültürüne dönüşür (Baudrillard 2005a, s. 62). Ancak günümüzün sanat ikliminde bu hareketin şaşırtıcı hiçbir yanı olmayacaktır. Artık sıradan, gündelik ve çirkin bütün galerilerin başlıca geçim kaynağı; gerçekten de sanatseverlerin görmeyi beklediği şey bu. Tuvaletler bile geleniğin parçası haline geldi, nitekim İngiltere'de, Stoke-on-Trent'te tümüyle sıhhi cihazlara ayrılmış bir galeri var. Bu türden kültürel kurumların rolü Baudrillard'ın gözünden kaçmaz, nitekim Paris'teki Pompidou Merkezi'nin (ya da Beauborg) seyirliğe dönüştürülmüş bir kültür simgesi olması hakkında da yazmıştır.

*Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*¹² (2009) başlıklı kitabında Baudrillard sanatla ilgilenmeyi sürdürür, sanat piyasasını ve sanatçının imzasında somutlaşan modernist sahicilik takıntısını inceler. Modern tüketim toplumunda ekonomik değiş tokuş, göstergelelerin değiş tokuşuna bağlıdır, öyle ki maddi nesnenin değerini belirlemede nesnenin işlevi işaretler arasındaki ilişkiye kıyasla daha önemsizdir. Baudrillard'a göre sanat ekonomisinde, bir müzayedede satın alınan ve tüketilen şey, özgünlüğü ile değişim değeri arasında bağıntı olan bir sa-

12- Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, 1977. Türkçe çevirisi için bkz. Baudrillard, *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, çev. Ali Bilginer, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009.

nat nesnesi olmaktan çıkar. Önceden sanatçının imzası bir sahiçilik işareti ve sanat eserinin değerini ölçmenin aracı olarak işlev görürken, Baudrillard bunun artık geçerli olmadığını iddia eder. Değer bir şekilde işin kalitesine (ki bunun kanıtı da imzadır) bağlı olmaktan çıkmış, artık açık arttırmanın sadece müzayede sürecinin kendisi aracılığıyla ortaya çıkan değere bağlı görüldüğü bir göstergeler dolaşımından ibaret hale gelerek özgürleşmiştir. Sanatçının imzasından ve resmin sahiçiliğinden bu şekilde bir uzaklaşma sanatın değişen statüsü ve dünyayla ilişkisi açısından önemli bir dönemeçtir. Bir resmin değeri çılgın bir açık artırma sürecinde belirlenir olduğunda, sanat eserine artık (nesneye değerini verenin ayinsel bir değiş tokuş süreci olduğu) simgesel işlevi ya da seçeresi (veya kimin imzaladığı ve kimin sahip olduğu) üzerinden yaklaşmayı bırakırız. Onun yerine, Hugh Grant tarafından satışı çıkarılan Andy Warhol'un 1963 tarihli eseri *Liz* örneğinde olduğu gibi, sanat eseri kendi değişim değerini piyasa içinde bulan bir göstergeye dönüştürür.

Kitle-medya kültüründe işaretlerin değiş tokuşunun işleyişini belirtirken Baudrillard tüketim toplumuna dair bir teori geliştirmekle kalmaz, bir sanat teorisi de öne sürer. Sanat üzerine kafa yorarken metalaşma, yeniden üretim, sahiçilik ve müstakil estetik alanlarının çöküşüne dair yaptığı tespitlerin pek çoğu ikinci ve üçüncü simülakr düzenine ilişkin açıklamalarında pekişir. Baudrillard'ın 1970'ler ve 1980'lerde geliştirdiği bu düşünceler *Sanat Komplosu*'nda öne sürdüğü kavramların oluşumunu şekillendirir. Külliyyatının bu boyutları kitabın ilk bölümünde tafsilatlı şekilde tartışıldığından, bu tartışmalara burada yeniden girmiyorum. Ancak Baudrillard'ın düşünüşünün gelişiminde görsel sanatların etkili olduğunu öne sürmek için hatırlatıyorum. Ayrıca "gerçeklik" ve "temsil"e dair değişen kültürel kavrayışlar açısından işaret değiş tokuşunun önemini kavramak için de yine bunları vurgulamak gerekli, ki bence bu Baudrillard'ın sanata yaklaşımını anlamak için elzemdir.

Sanat ve temsil üzerine yazma sürecinde Baudrillard fotoğrafı ele alır; bu da onun sanata dair kuramsal ilgisinin kendi pratiğinden beslendiğinin bir göstergesidir. Konu hakkında yazmasıyla fotoğraf çekmeye ilgisi arasında bir ilişki görmeyen Baudrillard'ın kendisi ise bu varsayıma itiraz eder. Warhol ve benzeri sanatçıların işaretler ve tüketim hak-

kındaki görüşlerinin gelişimindeki teorik etkisine rağmen, ne yazık ki Baudrillard tek tek sanatçılar hakkında ayrıntılı incelemelere girişmez, sanat akımlarına ilişkin kapsamlı çalışmalar üretmez. Öyle görünmektedir ki, sanat kendi başına uzun süreli bir analiz alanı olmaktan ziyade, işaretler ve kültürün işleyişine dair daha genel savlarını geliştirmeye hizmet eder. Modern öncesi ve postmodern sanat arasındaki farkları incelerken Warhol ve Duchamp'a başvurur (Baudrillard 1996a, s. 75-84), Edward Hopper'ın resimlerini fotoğrafın ışık özellikleri ile karşılaştırır (Baudrillard 2000), Mark Rothko'nun resimlerine değinir (Baudrillard 1994a, s. 210); ama yine de çalışmaları sınırlıdır, zira Baudrillard bu sanatçıların sanatsal üretimini derinlemesine incelemeyi önemsemez ya da biyografik seyirleri hakkında kapsamlı eleştirel çözümlemeler sunmaz. Eleştirisini şekillendirirken farklı sanat biçimleri arasında ayırım da yapmaz. Video, heykel, resim, yeni medya ve performans sanatı, hepsi saldırıya hedef olur. Ancak hem fotoğrafa ilişkin kendi hevesleri hem de nesne, kayboluş ve yanılsama hakkındaki yazıları bakımından fotoğrafa belirgin bir ilgi gösterir. Bu yaratıcı faaliyete ilgisi fotoğrafı görsel ya da sanatsal bir araç olarak değerlendirmeyi amaçlamaz; fotoğrafa dair incelemelerinde asıl ilgilendiği, dünyayı film üzerine aktarmakta fotoğrafın oynayabileceği rolden ziyade nesneleri ve öznelere gösterme ve gizleme gücüdür. Ve ben Baudrillard'ı güncel sanata yeterince ilgi göstermediği için eleştirsem de, fotoğraf üzerine yazılarında Sophie Calle'nin çalışmalarının kapsamlı bir değerlendirmesine girişir, bunlara bir baştan çıkarma tarzı olarak yaklaşır. Baudrillard'ın diğer tüm kültürel üretim çeşitlerinin ötesinde fotoğrafa duyduğu hayranlık nedeniyle, bu bölümün ileriki kısımlarında fotoğraf başlığı altında bu düşüncelere yeniden dönülecek ve geliştirilecek.

Baudrillard ve sanat teorisi

Bu noktada faydalı olacak bir soruyu *Jean Baudrillard: Art and artefact* başlıklı kitabın editörü Nicholas Zurbrugg sormuş: "Baudrillard'ın fikirlerini bu kadar farklı, bu kadar çekici kılan nedir?" (Zurbrugg 1997, s. 1). İngiliz pop sanatına aşina olanlar Zurbrugg'un sorusunun, Richard Hamilton'un 1956 tarihli *Just What is it that Makes Today's Homes so Different, so Appealing?* [Bugünün Evlerini Bu Kadar Farklı, Bu Kadar Çekici Yapan Nedir?] isimli eserine gönderme yaptığını he-

men anlayacaktır. Zurbrugg'un Hamilton ile Baudrillard arasında kurduğu bağlantı yerinde, nitekim hem Hamilton'un resimlerinde hem de Baudrillard'ın yazılarında gözlenen oyun ve ironi merakının Marcel Duchamp'a yönelik ortak hayranlıklarından etkilendiğine şüphe yok. Baudrillard çoğunlukla sanat dünyasını olumsuzlasa ve tam anlamıyla bir sanat kuramcısı olmasa da, düşünceleri sanatçılar ve sanat yorumcuları nezdinde etkili olmuştur. Kendi sorusunu cevaplarken Zurbrugg'un Baudrillard'ın fikirlerinin bu kadar farklı ve çekici olmasının kaynağında bulduğu şey "genel anlamda şeyler hakkında alternatif düşünme biçimleri önermesi, hem geçmiş kültürü hem de bugünden geleceğe süregiden kültürel pratikleri yeniden değerlendirmek için özgün yollar geliştirmesidir" (Zurbrugg 1997, s. 2). Zurbrugg'un tespit ettiği bu alternatif ve yenilikçi düşünme biçimini Baudrillard'ın sanat eleştirisinin ve teorisinin alışıldık pratiklerinden gayet farklı sanat anlayışında buluruz.

Sanat üzerine geleneksel yazma biçimi bir yorumlama egzersizi olarak anlaşılır genellikle. Şu türden sorularla meşguldür: sanatı nasıl "okumalı", nasıl yargılamalı, nasıl takdir etmeli? Bir sanat eserine değer biçmemizde ve onu anlamamızda sanatçı ne kadar önemlidir? Sanata kim bakar, ondan türettiğimiz anlamları bu nasıl şekillendirir veya etkiler? Sanat nesnesini anlamlandırmak için, genellikle esere içkin nitelikler (biçim ve kompozisyon unsurları) ile eserin dışında yer alan etmenler (üretim tarzları ve kültürel algı) mercek altına alınır.

Sanat tarihi, görsel kültür ve film çalışmaları derslerinde öğretilen popüler bir görsel çözümleme tarzı olan feminist sanat eleştirisi de bu hatlar üzerinden işler. Sanatın üretildiği ve tüketildiği toplumsal ve tarihsel bağlamın incelenmesi aracılığıyla imajlara, bize toplumsal cinsiyet kategorilerinin inşası ve sürdürülmesine dair bir şeyler anlatacak anlam taşıyıcıları gözüyle bakar (Bal 1996). İmaja dair önerdiği özgün yorum veya "okuma" ile toplumda işlemekte olan daha genel toplumsal cinsiyet ve diğer iktidar ilişkilerini açığa çıkarır. Bunun bir örneği Lynn Nead'in Viktorya dönemi yüksek sanatına ilişkin çözümlemesidir. George Elgar Hicks'in *Woman's Mission* (1863) isimli üçlü tablosunu inceler. Bu tablo bir kadını anne, eş ve kız çocuğu rollerinde resmeder. Nead resmin ev içine dayalı bir kadınlık idealini inşa ettiğini ve bağımlılık, itaat ve erdeme dayalı kadınlık normlarını pekiştirdiğini öne sürer:

Bu üç imaj aynı kadını üç farklı erkekle resmeder –oğlu, kocası ve babası. Başka bir deyişle, kadın bu erkeklerle ilişkileri aracılığıyla tanımlanır. Dahası, kadın her üç imajda da yaşamının aynı döneminde –genç bir anne, görevine sadık bir eş ve ilgili bir kız çocuğu rollerinin üçünü birden oynayabileceği ideal bir yaşta– sabitlenirken, erkeğin olgunlaşması ve yaşlanması gösterilir. Üçlü tablonun anlatısını şekillendiren ve kadının eviçi rollerini ve görevlerini tanımlayan *erkeğin* çocukluktan yaşlılığa doğru ilerleyen yaşam döngüsüdür. Hem *biçim* hem de *içerik* aracılığıyla *Woman's Mission* Kraliyet Akademisi izleyicisine Viktorya dönemi ev hayatının gerçekçi bir imajını sunar. (Nead 1987, s. 79)

Bu imajların biçim ve içeriğini deşifre eden Nead, toplumsal cinsiyetler arasındaki iktidar ilişkilerini sorgular. Feminist sanat eleştirisi geleneği içinde temsillerde resmedileni çözümler ve toplumsal cinsiyete dair önyargıların işlemlerini sağlayan toplumsal yapıları, kültürel pratikleri, ideolojik ve söylemsel sistemleri değerlendirir. Bu çözümleme genellikle semiyotik ve psikanalitik tekniklere dayanır, bunların arasında bir metindeki işaretler ve motifler yoluyla ifade edilen “derin” ve gizli anlamların açığa çıkarılmasının yanı sıra izleyicilerin bu mesajları nasıl yorumlayacağına dair değerlendirme de yer alır (Pollock 1988). Ne var ki, sanatı feminist bir bakış açısından yorumlamak kadınların nasıl temsil edildiğini çözümlemenin ötesinde, hem kadınsı olanın sanat tayfının tümünde nasıl değerlendirildiğine hem de kadınların sanatçı, eleştirmen, patron ve izleyiciler olarak failliği meselesine dair daha geniş bir incelemeyi gerektirir (Broude ve Garrard 2005).

Bu türden yorumlayıcı yaklaşımların aksine Baudrillard iyi sanatı kötü sanattan ayırmakla veya sanatın sahip olabileceği estetik, ekonomik, siyasal veya toplumsal değer veya etki hakkında yargıda bulunmakla ilgilenmez. Kendi ifadesiyle, “Benim ‘bu kötüdür, bu değildir’ demek gibi bir durumum yok” (Baudrillard 2005a, s. 62). İmajın gerisinde açığa çıkarılmayı bekleyen herhangi bir “anlam” veya “hakikat” olduğuna da inanmaz:

İmajlar artık gerçekliğin aynası değil, gerçekliğin kalbini kuşattılar ve onu hipergerçekliğe dönüştürdüler, burada ekrandan ekrana imajın yegane amacı imajdır. İmaj artık gerçekliği tahayyül edemez, çünkü gerçek odur; artık gerçekliği aşamaz, dönüştüremez, hayal edemez zira imajlar sanal

gerçekliktir. Sanal gerçeklikte sanki şeyler aynalarını yutmuş gibidir. (Baudrillard 2005a, s. 120)

Baudrillard'ın beyanlarının sanat tartışmalarında dikkat çekici bir müdahale teşkil etmesinin nedeni, geleneksel sanat eleştirisi tarzlarını bilinçli şekilde reddetmesidir. Radikal iddiaları aracılığıyla okuyucuyu çoğunlukla sorgulanma ve itiraz konusu olmayan varsayımları, yani sanatın kendi içinde değer ve ideolojik ağırlık ihtiva eden benzersiz bir temsil biçimi olduğu kabulünü yeniden düşünmeye teşvik eder. Sanatı, önceden bir temsil sistemi olarak anlaşılan şeyin tutarlı bir gerçeklikten koparıldığı ve böylece anlamın da işaretler arasındaki ilişkilerin dolayısıyla tesis edildiği belirli bir kültürel momentte, yani hipergerçeklik çağında değerlendirmekle ilgilenir. Bir sanat eserinin anlamını açığa çıkarmakla ya da nasıl yorumlanacağını veya yargılanacağını belirlemekle uğraşmak yerine, Baudrillard sanatı değerlendirmede eleştirel bir mantığın artık anlamlı olmadığından yakındır. Bunu yaparken güncel sanat dünyasında hükümsüzlük yönünde bir eğilimi tespit ve tarif eder.

Hükümsüz sanat

Baudrillard çağdaş sanatın sıradanlığın peşinde olduğu iddiasını öne sürer - kasıtlı olarak güzel sanatlar geleneğinden uzak dururken eski tarzları sahiplenmeyi ve kitle kültüründen alıntı yapmayı tercih eder. Postmodern ve post-yapısalcı düşünürlerle birlikte Baurillard da büyük anlatıların çöküşü ile "her şeyin bir alıntı olduğu; her şeyin geçmişte metinselleştiği, her şeyin daha önceden zaten var olmuş olduğuna" dair bir farkındalık oluştuğunu kabul etse de, yeniden temellük etmenin söz konusu olduğu diğer alanlardan sanatı ayırt etmek için büyük çaba harcar (Baudrillard 2005a, s. 55-6). Sanatın farklı olduğunda ısrar eder, çünkü "artık bu değere inanmayan bir kültürün fosilleşmiş ironisi üzerinde oynar ... sanatsal dünya artık sanatın yazgısına derinden inanmaz" (Baudrillard 2005a, s. 56). Başka bir deyişle, sanatı hükümsüz ya da sıradan yapan sadece kendisini simüle etmeye çalıştığını biliyor olmasıdır. Artık aşkınlık veya daha yüce bir amaca hizmet etme peşinde koşamaz.

Bu eğilimi görebileceğimiz sanatçılardan biri Tracey Emin'dir, onun sa-

natının temelinde bilhassa önemsiz malzemelerin ve mevzuların kullanımı yatar. Örneğin 1999'da *My Bed* isimli çalışmasını kurgularken kitle kültürünü ve gündelik malzemeleri kullanmak yoluyla büyük sanat ve (erkek) ustalar geleneğine dair düşüncelerini reddeder. Buruşuk çarşaf ve yatağın ayakucundaki kişisel eşyalar yığını mahremiyet işaretleri taşır, bedensel faaliyetlerden -içki içme, seks, sigara içme- geriye kalanlar aracılığıyla mahremiyet ve insan varlığına işaret eder. Belki de şilte hâlâ sıcaktır, az önce orada yatmış bedenin izini korumaktadır. Mahrem bir uzamı gösterir ve kadınsılığa, ev içine, bedene, gündelik olana, genellikle kamudan saklanana dair çağrışımlar yapar. Onun lekeli iç çamaşırları ve sigara izmaritleri kimisi için rahatsız edici gelecektir. Gerçekten de izleyici rahatsız olur, sanki sırlarının, alışkanlıklarının ve kusurlarının herkesin gözü önüne serildiğinden habersiz bir yabancının kişisel hayatına aniden dalmış gibidir.

My Bed kimi açılardan fazlasıyla kişisel görünürken, öte yandan anlamsızdır. Sergilediği, evlilik yükümlülüğünün ve kadınlara atfedilen iffet ve temizlik erdemlerinin kısıtlamalarından özgürleşmiş, “yeni” kadın tipinin bir mekanı olarak, herhangi bir insanın odası olabilir. Sanat eseri sanatçının kullandığı gerçek bir yatak olarak sunulsa da, gerçek bir insanla hiçbir ilişkisi olmayan eşyalardan oluşmuş, ama hayattan sahici ve mahrem bir enstantane olduğunu varsaydığımız bir sahne kurgulamak amacıyla toplanmış ve sergilenmiş rastgele bir derleme de olabilir. Böylesine şahsi bir sahneyi sergileme süreci izleyiciyi şeffaflık, itiraf kültürü ve medya tecavüzü çağında kamusal/özel ayrımının kaybolması üzerine kafa yormaya teşvik eder.

Ancak Baudrillard'ın mantığını izleyecek olursak, bu sanat eserinde derinlikli hiçbir yön yoktur. Konusu ve kompozisyonu aracılığıyla kendisinin özel olmadığını, sıradan ve sıkıcı olduğunu, sadece gündelik hayattan ibaret olduğunu ilan ediyor olması tam da Baudrillard'ın günümüzde sanatın hükümsüzlük için çabaladığı savına örnek teşkil etmektedir. Sylvère Lotringer'in (Lotringer 2005) işaret ettiği gibi, Baudrillard'ın sanatın hükümsüz olduğunu beyan etmekle yaptığı estetik bir yargı öne sürmek değil, “sanatın başka herhangi bir şeyden farkı kalmadı” dediği bir durumu tespit etmektir (Baudrillard 2005a, s. 18). Yüksek kültürle kitle kültürü arasındaki erozyonu desteklemekle sanat sanatsal olmayanın (*vernacular*) dışında kalmak bir yana,

onun parçası olur. Emin'in çalışması da *her şeyi* görünür kılması -kırısmış çarşaf, tamponlar, boş içki şişeleri- nedeniyle hükümsüzdür, çünkü önceden kişisel ve mahrem olan fazlasıyla görünür ve teşhir edilmiş olur. Sanat, geçmişten gelen "bakış" ve yaratıcı yöntemleri yeniden kullanıma soktuğu gibi istenmeyen çöp ve artıkları bünyesine katarak kendi kendisini yeniden kullanıma sokar. Önceki sanat akımlarının yanı sıra, gündelik yaşamdan alınmış işaretler ve simgelerle de referanslar yoluyla dans eden sanat, estetik eşsizlik sayesinde güç elde etme imkanından vazgeçerek kendisini hükümsüzleştirir. Aynı şekilde, Emin'in sanatının kendisi de aşırı teşhir edilir; moda dergileri, meşhurların dedikodularıyla dolu gazete bozuntuları, TV programları ve moda hakkında etkili kitaplar vesilesiyle galeri duvarlarının ötesine geçerek anaakımda da dolaşıma girer. Kendisini her yerde mevcut ilan ederken herhangi bir yerde konumlandırılabilir olmaktan çıkar. "Sıradanlığı, artıkları ve vasatlığı değer ve ideoloji olarak kamulaştırarak" haykırır sanat: "'Hükümsüzüm! Hükümsüzüm!' -ve *hakikaten hükümsüzdür*" (Baudrillard 2005a, s. 27).

Sanat önceden toplumsal değerlerin ve estetik geleneklerin sınırlarını zorlarken, Baudrillard'a göre modern sanat akımlarında gözlenebilen sürrealizm gibi avangart eğilimlerin yerini "geriye yönelik ütopyalar" almıştır. Günümüz sanatının önceki tarzlar ve fikirlere saplanıp kaldığını düşünerek, şunları söyler:

Sanat adeta kendi tarihinde bir çeşit gezintiye çıkmış, geçmişteki tüm biçimlerini şu veya bu ölçüde sahici veya yapay bir şekilde diriltmeye girişmiştir. Kendi tarihi içinde gezinebilir ve onu yeniden işleyebilir, bunu tam olarak yeni alanları keşfederek değil, -sonuçta belki de estetik dünya tıpkı fiziksel evren gibi sonludur- şeylerin nihai ve zorunlu kıvrımı boyunca hareket ederek yapar. (Baudrillard 2005a, s. 50)

Emin'in yatağının da bu şekilde, yani Duchamp'ın bir galerinin içinde konumlandığı için gündelik ve sıradışının sanat haline gelmesini sağlayan *readymade*¹³ kavramına başvurarak incelenebileceğine şüphe yok-

13- Marcel Duchamp ortaya attığı bu terimi, hem seri üretim nesnelerini hem de sanat galerilerinde sergilenen endüstriyel ürünleri tanımlamak için kullanır. Kavram Paul Eluard ve Andre Breton'un hazırladığı *Dictionnaire abrégé du Surréalisme*'de şu şekilde geçer: "sanatçının tercihiyle bir sanat eseri konumuna yükseltilebilir sıradan bir nesne". -yhn

tur. Başlangıçta sarsıcı ve yıkıcı bir nitelik taşıyan *readymade* giderek sanat dünyasında yaygın bir tekniğe dönüştü. *My Bed* de içerdiği otobi-yografik unsurlar ve toplumsal cinsiyet yüklü bedeninin izlerinin görülebileceği nesneler kullanması nedeniyle feminist sanat pratiği gelene-ğiyle ilişkilendirilebilir.

İngiliz sanatçı Merlin Carpenter'in çalışmaları da çağdaş sanatın eski biçimleri diriltme merakını değerlendirmek için uygun bir zemin su-nuyor. Viyana'daki Secession galerisinin ana salonunda sergilenen *As a Painter I Call Myself the Estate of* (2000) başlıklı sergisinde, moda fotoğ-rafları türünden görsel kültürün bilindik veçhelerine öykünen bir dizi resme yer vermişti. Revaçta olan imajları olanca parlak mükemmellik-leri içinde yeniden üretmeyi tercih ederken, resmettiği kadın modeller bariz fırça darbeleri ve damlalardan oluşur, ayrıca otomobiller gibi kitle kültürüne göndermeler içeren dışavurumcu, sanatsal dekorların önün-de konumlandırılırlar. Bu imajlar moda dergilerindeki resimli reklam-lardan türetilmiş olsalar da, sanatçı onları kasıtlı olarak beceriksizce görünecek şekilde yeniden yaratmayı hedefler. Geçmişi ima etmek için başvurduğu başka bir yol da, 1980'lerin Julian Schnabel ve benzeri fi-güratif ressamlarının eserlerini andıran bir resim tarzı kullanmasıdır. Galerî mekanında, resimlerinin arasına gerçek boyutlu bir sürat moto-ru yerleştirmesiyle de, sanat nesnesiyle tüketim ürünü arasındaki ay-rımların kararlılığını bozmak üzere kitlesel üretimin tekniklerini ve imajlarını kullanan pop sanat türü akımlara olan merakını sergiler.

Bu çeşitli yollarla Carpenter, Baudrillard'ın "resimdeki tüm hareket geçmişe yönelik oldu. Öyle görünüyor ki çağdaş sanat, alıntılama, simü-lasyon, yeniden temellük etme yoluyla uzak ya da yakın geçmişin tüm biçimlerini veya eserlerini, biraz oyunbaz biraz *kitsch* bir tarzda yeniden temellük etmek üzeredir" (Baudrillard 1997b, s. 7) iddiasına bir örnek oluşturur. Sanatçının bilerek ve kasıtlı şekilde sanat geleneği üzerinde oynaması sonucunda sanat kaybolur. Günümüzün sinema, reklamcı-lık ve pop kültür dünyasının işaret ve simgeleriyle düşünceli bir oyuna daldığında sanat artık sadece bir simülasyon olarak var olabilir. İşte bu noktada sanat kendini hükümsüz kılar. Artık asla özgün olamayacaktır.

Sanatçı ile Isabelle Graw arasındaki mülakattan yaptığım alıntıda görülebileceği üzere, Carpenter sanatın işleyişinin gayet farkındadır, resim-

lerinin biçim ve konularıyla çalışmasında anlam olasılığına direnmeye çalışır ya da Baudrillard'ın tabiriyle hükümsüzlük peşindedir.

IG: Resimlere baktığımızda pek çoğu, onlara kadınların temsili gözüyle bakmamamız gerektiğini bize ima ediyor. Örneğin girişteki ilk mekanda yer alan bir resim var, bir erkekle bir kadın görüyorsunuz ve kadın Kate Moss'a benziyor. Kadının eteği apaçık bir resim alanı ve ilk duvar da farklı resmedilmiş olasılıkların sergisi gibi. Sanıyorum resimlerin kendileri, kadınların temsil edildiğinden bahsetmenin anlamsız olduğunu ortaya koyuyor. Öte yandan, siz bu imajları kullanıyorsunuz. Sanırım daha önce, Nagel'de gösterinizin sunumunda, bu türden kadın ve ayrıca otomobil imajları gibi bütününü aşırı belirlenmiş imajları kullanmayı sevdiğinizi söylemiştiniz. Tümünüyle tesadüfi değil ve bence gayet sistematik ve son derece tutarlı. Ana salonda, içinde otomobile rastlamadığımız bir resim hemen hiç yok ve bir noktada bunu görmek istiyorsunuz. Belki bu aşırı belirlenmiş motiflere neden bu kadar ilgi duyduğunuzu konuşabiliriz.

MC: Anlamalı bir imaj üretme düşüncesinden uzaklaşmaya çalışıyorum. Bir tür klişe olmuş şeyleri kullanmak zorundasınız, zira zaten bilinen bir imajın hiçbir anlam içermemesini sağlamanın tek yolu bu. Çok zor bir soru bu, bence cevaplanamaz bile.

IG: Belki bilinçdışıdır.

MC: Yok, hayır. Böyle söylemezdim, ama bu çalışma şekliniz haline geliyor. Kullandığım imajların ve malzemelerin bazıları dolaylı olarak sadece moda dergileri değil, 1984'ten de inanılmaz izler taşıyor. Bir resim olarak ne olduğundan daha çok 1984'le ilişkisiyle ilgileniyorum. Dergilerin ve moda fotoğraflarının şimdi nasıl olduğuyla, gittikçe daha fazla erotikleşmeleri, bu sürecin giderek hızlanması ve bir klişe olmasıyla ilgili. Bu türden çalışmaları, moda fotoğraflarını ve ayrıca sanat yönetimi, makyaj ve derginin kendisi gibi diğer ilişkili alanlarını da son derece ilginç buluyorum. Demek istediğim ürün olarak dergilerle ilgileniyorum, yoksa bunun ormandaki bir kız olmasıyla ya da başka bir şeyle değil. Otomobiller de aynı şekilde dolaylı izler taşır mı bilmiyorum, kesinlikle bir görünüşleri var ve benim ilgilenmediğim bu görünüş.

IG: Ama hep otomobiller ve kadınlar, yani birçok otomobil reklamı kadınları kullanıyor mesela.

MC: Benim resimlerimin otomobil reklamlarına veya başka reklamlara benzediğini düşünmüyorum. Aslında resme benziyorlar. Dolaylı olarak aşırı belirlenmiş imajlardan bahsettiğimizde, resimler de otomobillerle aynı şekilde dolayımıdır. Otomobiller kadar aptal ve dolayımılar. Özellikle soyut bir resim aynı türden bir klişedir.

IG: Belki bu türden aşırı belirlenmiş ve son derece dolaylı imajlar sizin boşluk ya da düzlük diye tanımladığınız etkiyi yaratmak için iyi bir yoldur.

MC: Evet, ama bu zaten aşıkâr. Bunda ilginç olanın ne olduğunu söylemek zor; biraz sıkıcı geliyor kulağa. Seksenlerin sanat yaklaşımına ilgi duyuyorum: büyük bir nesne yapmak, bunu boş işaretlerle doldurmak ve ne olacağına bakmak. Ancak zamanın bu noktasında, bu ancak seksenlerden bir alıntı olur, seksenlerin kendisi değil. Dolayısıyla bunu yapmanın o zaman yapılsaydı olacak olandan farklı bir anlamı olduğunu düşünüyorum, ama bunun ne olduğundan tam olarak emin değilim. Şimdi bunun bağlamla ilgili olduğunu biliyorum, seksenlerin ortasındaki, resimle neo-geo arasındaki sanatın o aşırı türden tuhaf özgürlüğünü ve mahcubiyetini bir miktar kullanmaya çalışıyor. Bir şekilde sevdiğim bir dönemdi, ama yaptığım şey onu yeniden üretmeye çalışmak değil. Bence durum o kadar farklı ki, onu tekrar yapamazsın. Artık patlamış bir alan bu, bunu patlamış bir sanat bağlamında tekrar yapmak da farklı türden bir proje olur, daha açık, deneysel, hatta belki o zamankinden daha deneysel. (Graw ve Carpenter 2000)

Bu söyleşiden böyle uzun bir alıntı yaptım, çünkü Baudrillard'ın tarif ettiği gidişatı yansıtıyor. Carpenter'in kendi çalışmalarında anlam bulmanın imkansızlığını tartışırken işaretin işleyişi hakkında sergilediği farkındalık tam da Baudrillard'ın sanatın nesnesini sildiğini ısrarla belirttiği türden bir söylem. Sanatçıların kendilerinin sanatın hükümsüzlüğünü ilan etmesiyle sanat hükümsüzleşir. Bu örnekte olduğu gibi sanatçılar kendi resimlerini yorumlamaya yönelik girişimleri reddeder. Üstelik, tıpkı Carpenter'in resimlerinde gönderme yaptığı kitlesel olarak üretilmiş otomobiller ve moda reklamları gibi sanatın da bir meta olarak dolaşımı hakkındaki ortak farkındalık yoluyla olur bu.

Sanatın hükmünü yitirdiğinin bir başka işareti, kültürdeki yaygınlıkları sonucu bütünüyle anlamsız hale gelmiş motiflerin, yani "aşırı belirlenmiş imajların" hesaplı kullanımıdır. Baudrillard ısrarla çağdaş sanatın sıradanlığa ilelebet mahkum olduğunu, çünkü ancak diğer işaret-

lerle ilişki içinde dolaşımda olabileceğini savunur. Sonuç olarak sanat hiçbir anlam üretemez, “Onun tek gerçekliği gerçek zamanda işleyişi ve bu gerçeklikle karışmasıdır” (Baudrillard 2005a, s. 89). Her türden gizem veya aura olasılığını yok eden, Baudrillard’ın da sanatın bir daha asla avangart olamayacağından yakınmasına neden olan, sanatın işleyiş şekillerine dair bu bilgidir.

Burada sunulan çözümlemede de öne sürüldüğü üzere çağdaş sanat pratiği, Clement Greenberg’in avangart sanatçıların “yüksek” ya da yerleşik kültürel gelenekleri sorunsallaştırırken, bir yandan da kitle kültürü ürünlerini küçümsedikleri gözleminin ötesine geçti (Greenberg 1939/1961). Artık, Carpenter’ın ve daha nicelerinin çalışmalarında görüldüğü gibi, sanatın çoğunlukla temellük etme, ironi, parodi ve benzeri yollarla geleneksel biçimsel yapı ve konuların yanı sıra kitle kültürünü de kucaklaması (hem konu hem de üretim tarzları bakımından) yaygın bir durum. Bu nedenle, modernizmden sonra sanatın eğilimi Baudrillard’ın ve başkalarının tespit ettiği şekilde (Buchloh 2000; Burger 1984) halihazırda mevcut görsel yapıntıların çeşitli unsurlarını temellük etmek ve yeniden kullanıma sokmak ise, sonuçta karşımıza çıkan avangart, hakikaten özgün, ileriye bakan ve anaakım pratiklerle, değer ve inançlara karşı olmaktan çıkmış bir sanattır.

Ancak Baudrillard bu durumda bir sorun görmez. Sonuçta, 1. Bölümde de uzun uzadıya tartışıldığı gibi, anaakım ile marjinal, yüksek ile düşük ya da gerçeklik ile temsil arasındaki ayrımların artık geçerli olmadığı simülasyon çağında eşsizlik ve özgünlük gibi nitelikler karmaşıklaşır. Baudrillard’ın mesele ettiği nokta ise, sanatsal girişimlere dair avangart algısını sürdürmenin zorunluluğudur. Başka bir deyişle, sanatta bilinçli olarak temellük, simülasyon ve yeniden kullanıma sokma yönündeki eğilime rağmen, sanatın diğer görsel biçimlerden ayrı ve özel olduğu düşüncesini koruyoruz. Yukarıda alıntılanan söyleşinin ortaya çıkardığı gibi sanat hakkında konuşma, ona tepki verme ve onu algılama biçimlerimizde bu görülebiliyor. Burada ikircikli bir durum söz konusu. Röportajı yapanın kullandığı motifleri anlamlandırma çabaları karşısında Carpenter’ın ısrarla “boş işaretler” çağında kendi sanatının anlamsızlığını vurgulamasında sanatın hükümsüz olmaya çabalamasının bir örneğini görüyoruz. Aynı zamanda bu sıradanlık kutlanıyor, yüceltiliyor, önemli addediliyor. Üstelik hem sanatçının hem de

soruları soranın pekala farkında olduğu üzere, sanatı diğer temsil tarzlarından farklı olarak tanımlayan değer hiyerarşilerinin saldırı altında olmasına rağmen oluyor bu. Sonuçta Baudrillard'ın burada anlattığı hepimizin müdahil olduğu bir komploya dayanıyor.

Sanat komplosu

Çağdaş sanat artık sadece kendini simüle edebileceği bir noktaya erişmiş olmasına rağmen, buna müteakip “sanat” kategorisinin silinişini veya ölümünü deneyimliyor gibi değiliz. Şaşırtıcı olan, sanatın hükümsüzlüğü ters yönde bir etki yapmış gibi görünüyor. Çelişkili bir şekilde sanat başka şeylerden ayırt edilemez hale geldikçe, daha da yaygınlaşıyor. Sanat her yerde ve hemen her şey sanat olarak tanımlanabilir. Bunu, neyin sanat olduğunu neyin olmadığını belirlemek zorlaştıkça sanat düşüncesine daha sıkı tutunmanın bir yolu olarak açıklamak mümkün. Parametrelerini neyin tanımladığını veya oluşturduğunu kesin olarak bilemesek de, sanat kategorisini yitirmekten korkuyoruz. Burada bahsedilen “biz”, Baudrillard'ın sanat komplosunun başrol oyuncularını olarak tanımladığı sanatçılar ve izleyiciler:

Sadece kendi kendine ve sanat düşüncesine gönderme yapan tuhaf, tanımlanamaz nesneleri inceleyen yaratıcıların ve tüketicilerin sessiz bir birlik içinde paylaştığı utanç verici bir suç ortaklığı söz konusu. Gerçek komplo ise sanatın kendi kendisiyle suç ortaklığı yapmasında, gerçeklikle danişıklı dövüşünde... (Baudrillard 2005a, s. 89)

Bu “yaratıcılar ve tüketiciler” kendi rollerini simüle eder, bu rolleri taklidin ötesine geçen bir şekilde oynarlar. Sanatçıların ve tüketicilerin hareket şeklini o kadar yakından ve tutarlı şekilde temellük ederler ki, sanatın nasıl yapıldığı ve izlendiğine dair gerçekliğimiz haline gelir. Sanatı tüketmek, bir ayın havasında sanat eserinin önünde dikilmeyi, ne olduğuna dair bir fikrimiz olmasa bile kafa sallayarak takdir etmeyi içerir. İzleyiciler sanat oyununda komploya ortaktır, kuralları bilirler ve oynamaya isteklidirler. Bakma eyleminin keyif vermesi gerekirken (ya da daha doğrusu keyifsizlik), estetik tepkinin niteliği asıl plan açısından pek de önemli değildir, zira asıl önemli olan sanatsever rolünün oynanması sürecidir. Sanatçı için de aynı mantık geçerlidir. Baudrillard sanatçının rolünü şöyle açıklar:

"Yaratıcı" eylem bile kendisini kopyalayarak kendi işleyişinin işaretinden farksız hale gelir – bir ressamın gerçek konusu artık ne resmettiği değil, resmediyor olmasının kendisidir. Ressam resim yaptığı gerçeğini resmeder. Böylece en azından sanat düşüncesi korunmuş olur. (Baudrillard 2005a, s. 91)

Sanat komplosunda izleyicinin rolü hakkındaysa şunları söyler:

İzleyici kelimenin tam anlamıyla, anlamadığı gerçeğini ve bütünleyici kültür devresine mensubiyetin getirdiği kültürel zorunluluğun dışında, bunun gerekli de olmadığı gerçeğini tüketir... tüketici eserlerden keyif almayışını senaryoya uygun şekilde yaşar. (Baudrillard 2005a, s. 91)

Sanat düşüncesinin devamını sağlayan bu komplocuların yanı sıra Baudrillard'ın tanımladığı komplonun dayanağı "gerçeklik ilkesi"dir: sanatın kendi yok oluşunun bir sonucu haline gelmesi. Daha eski yazılarında bu olguyu tanımlamak için Disneyland örneğine başvurur. Hipergerçeklik çağında "sahici" Amerika'yı konumlandırmanın imkansız olduğunu, ancak Disneyland ve benzeri fantastik temalı parkların bir simülasyon düzeni içinde, aralarında hiçbir fark olmadığı gerçeğini gizlemek suretiyle Amerika "gerçekliğini" ürettiklerini öne sürer (Baudrillard 1994b, s. 12). Sanat söz konusu olduğunda da Baudrillard benzer şekilde, sanatın işlevinin aslında toplumsal yaşamın bütün diğer alanlarını (reklamcılık, moda, siyaset vs.) baştan sona ve başarıyla işgal ettiği gerçeğini gizlemek haline geldiğini söylemektedir. Öyle ki, artık onu diğer estetik biçimlerden ayırt etmek mümkün değildir. Gerçeklikle beraber tezgah çeviren sanat yıkıcı gücünü kaybeder. "Gerçeklik" denilen tutarlı bir kategorinin ve "sanat" adı verilen bilinebilir bir varlığın olduğu düşüncesini ayakta tutup bir zamanlar avangart sanatın yaptığı gibi bu kavramların bizatihi kendisine itiraz etmeyerek aslında parçası olduğu statükoyu devam ettirmiş olur.

Tracey Emin gibi bir sanatçı *The Perfect Place to Grow* (2001) ve *One Secret is to Save Everything* (2007) türünden, sanat ile diğer temsil biçimleri arasındaki ayrımı belirsizleştiren çalışmalar ürettikçe, eleştirmen ve izleyiciler de her ne kadar tutarsız ve elastik olsa da bir sanat düşüncesine sahip çıkabilmek için bu eserlerin varlığını desteklerler. *My Bed*'in 1999 Turner Ödülüne aday gösterilmesi bu eğilimin bir örneğidir. Sanatın ne olması gerektiğine dair "sıradışı" örnekleri seçme

ve tanımlama yoluyla bu prestijli yarışma belirsizleşmiş sanat kategorisini güvence altına alma ve onu diğer kitle kültürü ve görsel biçimlerden ayırt etme işlevini yerine getirir. *My Bed*'in neden olduğu tartışmanın kendisi de (ki her yıl adaylıkların çoğu için söz konusudur) aslında yok olduğu gerçekliğini gizleyerek sanat görünümünü sürdürmeye yarar. Baudrillard yutturmacanın ötesinde “hakiki” veya “sahici” bir sanatın olamayacağını düşünür. Sanat ödülllerinin –ya da gişe rekorları kıran sergiler düzenleyen galerilerin veya rekor fiyata satışlar yapan müzayede salonlarının- sanatı meta kültürü alanına çekerek “hakiki” doğasını ve amacını gizledikleri iddia edilebilse de, Baudrillard tam tersinin yaşanmakta olduğunu savunur; sanatın eşsiz, önemli ve anlamlı kalmasını sağlayan tam da bu ticari pratiklerdir. Hem bu türden kurumlar hem de izleyicinin ve sanatçının oynadığı roller aracılığıyla sanat hükümsüzlüğünü gizlemek üzere kendi önemini kendisi yaratır.

Şeylerin anlamının belirsiz olduğu bir postmodern çağda, Sanat dünyasının insanlardan bir yandan estetik yargılarını saklı tutmalarını ya da bir sanat eserini anlamlandırmaktan kaçınmalarını beklerken, öte yandan onların sanat fikrine bağlı kalmalarını istemesinde ironik bir taraf var. Sanat piyasası bunun iyi bir göstergesi, zira tüketim toplumunda sanatın değer kazanmasının iki farklı tarzı (estetik ve ekonomik) artık fazla anlam ifade etmiyor. Figüratif sanat kadar soyutlama da saygı görüyor, grafiti portreyle aynı ölçüde beğeniliyor. Ve alıcılar bunlara muazzam paralar ödemeye hazır. Yakınlarda gördüğümüz bir örnek, sokak sanatçısı Banksy'nin şablonunun (*stencil*) müzayedeye çıkmasıdır. Haberlerde verilen bilgiye göre, “Bonham'daki müzayedede salonunda dün akşam dünyada ilk defa bir şehir sanatı örneği, Banksy'nin Andy Warhol'un Marilyn Monroe portresinin bir pastışı olarak yaptığı Kate Moss serigrafik baskısı, öngörülenin üç katı fiyatla 69 bin sterline satıldı” (Brown 2008).

Her ne kadar kimliğini gizli tutarak sanatçı olmanın getirdiği tanınmışlığı reddetse ve hatta sanatını üretirken kullandığı stratejiler (canlı hayvanlar ve binaların üzerine şablon boyama) ile ticari galeri mekanlarında sergilenmekten kaçındığını gösterse de, Banksy'nin sanatı da büyük ölçüde metalaştı. Şişmiş eser fiyatları sanatın bir ultra-meta haline geldiğine işaret ediyor. Küresel sanat piyasasında bir sanat eserinin maliyetiyle değişim ya da estetik değeri arasında bir bağıntı olması ge-

rekmiyor, çünkü bu göstergelerin yerini kendi başına değer üreten sanat müzayedesini çıkınlığı aldı.

Bu bölümde konu edilen diğer sanatçılar gibi Banksy'nin sanatı da çoğunlukla kitle kültürünün diğer işaret ve nesnelerinden farklı değildir. Sanata “çaresizlik niteliği” veren de işte bu sanatla dünya arasındaki ayrımın yokluğudur. Sanat müzayedeleri bunu aşıkır kılar. Binaların cephelelerini, trenleri ve köprüleri kaplayan grafiti ve spreya boya resimler etiketlenen nesnelerin kendisinden daha değerli hale geldi. Bunun sonucunda da şehir mekanlarındaki grafitilerin korunması bir ikilem olarak gündeme geliyor. Örneğin Melbourne'deki vakada, Banksy'nin bir sokaktaki şablon boyamasının korunup korunmayacağına dair tartışma çıkmıştı, zira “Banksy'nin eserlerinin fırlayan değeri, Avustralya'nın en büyük galerilerinin duvarlarında yaldızlı çerçeveler içinde asılı tabloların bazılarında daha değerli hale gelmesi demek” (Jinman 2008). Nihayetinde, “sanat eserini” vandalizmden korumak adına, bir paltoya sarınmış, dalgıç başlıklı küçük bir figürün şablon boyamasının şeffaf plastikle kaplanmasına karar verildi. Ancak bu hareket, şablonun “sanat” statüsü kazandığını aydınlatan bir ışık işlevi gördü. Vandallar plastik kaplamanın arkasına boya püskürterek imajı tahrip ettiler. Failler tahrip edilmiş yüzeye “Banksy woz here” [Banks burdaydı] yazarak imza attılar. Sokak ise hep olduğu gibi pis ve farelerle dolu olmaya devam etti.

Fotoğraf

Baudrillard'ın fotoğraf üzerine yazdıkları, sanatı çözümlemede buraya kadar ele aldığımız eleştiriden son derece farklı bir boyut önerebilir. Fotoğraf konusu kuramsal sorgulamalarının her yerinde görülebilir, tümüyle konuya ayrılmış çok sayıda makalesi de var: “Please follow me” (1987), “The art of disappearance” (1997), “Photographies” (1999), “L'Autre” (1999), “Photography, or the writing of light” (2000). Baudrillard, sanat konusundaki tavrıyla uyumlu bir şekilde fotografik imajı estetik ya da toplumsal-politik anlam bağlamında anlamlandırmaz. Fotoğrafın işlevine dair yaygın anlayışın aksine, bir kişinin kimliğini ya da resmedilen şeyin bir benzerini yakaladığını düşünmez. “Fotoğrafın amacı olayı belgelemek değildir” (Baudrillard 2005e, s. 13), öte yandan fotoğrafçının öznel yorumlama veya ifade süreci de değildir.

Baudrillard fotoğrafa verdiği özel önemi gerekçelendirmek için, onu diğer yaratıcı süreçlerden özenle ayırır. Fotografik imajı, imajların son-
suza dek manipüle edilebileceği resim ve dijital fotoğraf gibi pratik-
lerden ayıran şeyin onun “anlık ve geri dönülemez” oluşu, “saplantı-
lı, nevi şahsına münhasır, esrik ve narsist niteliği” olduğunu iddia eder
(Zurbrugg 1997, s. 13). Baudrillard’a göre bu ayrımın dayanağı, fotoğ-
rafın öznelere nesneler arasındaki ilişkiye dair yaygın anlayışları tersi-
ne çevirişindeki benzersiz yoldur. Geleneksel olarak öznenin/fotoğrafçı-
nın neyi fotoğraflayacağına (nesne) karar verdiğini düşünmeyi yeğle-
riz. Bu durumda, resim çekme süreci sonunda nesneyi görünür kılma
gücüne sahip olan öznedir. Oysa Baudrillard’ın şemasında tersi söz ko-
nusudur, özneyi keşfeden nesnedir. Fotoğraflanan nesne kendisini öz-
neye/fotoğrafçıya görünür kılar.

Baudrillard’ın yazılarında fotoğrafın ayrıcalıklı bir yeri vardır, çün-
kü özneyle nesne arasındaki bu ikili ve karşılıklı ilişkiye tanık olabi-
leceğimiz tek görsel alan olarak değerlendirir. Rex Butler’in gözlemle-
diği gibi, “fotoğrafın amacı Baudrillard’ın radikal düşüncesinin hede-
fi olarak bahsettiği özne ve nesnenin bir araya getirilmesidir” (Butler
2005, s. 1). Estetik alanının ötesine geçerek nesneyle temas etme eği-
limi, Baudrillard’ın kendi fotoğraflarında da mevcut. İlk bakışta sıra-
dan nesnelerin ve sahnelerin (kısmen gömülü bir araba, tahrip edilmiş
bir duvar) gerçekçi çekimleri gibi görünseler de, Baudrillard’ın “nesne-
lerle bir ilişki tesis eden antropolojik bir düzenleme ... ötekinin kendi
bağlamından dışarı çıkmasını sağlayacak şekilde dünyanın bir parçası-
na atılan bir bakış” benzetmesi yaptığı asıl sürece kıyasla içerik ikincil-
dir (Baudrillard 2005a, s. 73). *Saint Beuve* (1987) zengin, kırmızı bir
kumaşla döşenmiş boş bir sandalyeyi gösterir. Malzemenin kırışmış ol-
masından üstünde oturan birisinin az önce kalktığını ve Baudrillard’ın
çok yakın geçmişteki bu geçip giden anı yakaladığını anlarız. Sandalye-
den sıyrılan kumaş gibi küçük detaylar, bir daha gerçekleşmesi müm-
kün olmayan belirli bir anın yakalanmasına işaret eder. Az önce ora-
da oturanın kim olduğunu da asla bilemeyiz. Bir diğeri, *Punto Final*
(1997), Baudrillard’ın kendi gölgesinin bir ampulün sarı ışığında pa-
rıldayan tuğladan bir duvarın üzerindeki yansımısını gösterir. Duvar/
nesne, fotoğrafçı/özne Baudrillard’ın varlığını açığa vurur. Yoksa gölge
kaybolmakta olan öznenin bıraktığı iz olabilir mi?

Baudrillard'ın kendi ürettiği imajlar fotoğrafı diğer tüm temsil tiplerinden ayırıştıran bir başka önemli veçheyi de sergiler. Bahsettiğim Baudrillard'ın fotografik olayın tekilliği olarak andığı şey, “dünyanın ya da nesnenin imaj içinde silinip gittiği an”dır (Zurbrugg 1997, s. 30). Genellikle fotoğrafların, fotoğraftaki nesneye dair bir esası veya hakikatini ifşa edebileceğini düşünürüz. Fotoğraf birisinin var olduğunun ya da bir şeylerin yaşandığının kanıtı olarak görülür. Foto-muhabirliğini, profesyonel portre fotoğraflarını ya da tatil fotoğraflarını düşünün. Baudrillard işte bu varsayımı altüst ederek bunun tersinin doğru olduğunu öne sürer. Fotoğraf bize gerçekliği göstermez. Aksine gerçekliğin yokluğunu resmeder –sadece kalan izleri yakalar (gölge, boş sandalye). Ya da Baudrillard'ın ifadesiyle, “fotoğraflanan her nesne, yok olan diğer her şeyden geriye kalan izden ibarettir” (Baudrillard 1997a, s. 28). Fotoğrafın bize sunduğu bir yanılsamadır. Ancak Baudrillard'ın radikal düşüncesinde bu kötü bir şey değildir, zira yanılsama yanlış veya negatif bir vasıf değildir. Aksine yanılsama gerçek olduğundan emin olabileceğimiz yegane şeydir, çünkü gerçeklikle oynar. Bu nedenlerle, Baudrillard fotoğraf makinasını sihirli bir alet olarak görür, çünkü bizim gerçeklik algımızı korumaktadır, ki bu da aynı zamanda nesnenin hep bir gizem olarak kalmasını garantiye alıyor demektir.

Fotoğrafın bu sihirli niteliği, kavramsal sanattan fotoğraf sanatçılığına geçen Sophie Calle'nin *Suite Vénitienne* (1979) isimli eserinde gözlenebilir. Bu çalışmayı Baudrillard “Please follow me” (1987) başlıklı makalesinde çözümlemiştir. Calle bir yabancıyı Venedik'e dek onun bilgisi olmaksızın takip eder ve her fırsatta fotoğraflar. Bu gölge gibi takip etme eylemi Baudrillard'ın zihnini meşgul eder, çünkü baştan çıkarma ve oyunun ölümcül alanında işler. Calle bu adamı fotoğrafladığında,

ondan kendi izlerini çalar, onu fotoğraflar, sürekli fotoğraflar. Burada fotoğraf arşivcinin ya da dikizcinin sapkın işlevine sahip değildir. Söylediği basitçe şudur: burada, belirli bir yer ve zamanda, belli bir ışığın altında birisi vardı. Aynı anda şunu da söyler: burada, bu yer ve zamanda olmanın hiçbir anlamı yoktu; –aslında hiç kimse yoktu– takip etmiş olan ben sizi temin ederim ki hiç kimse yoktu. Bunlar bir mevcudiyete dair foto-hatıralar değil, bir yokluğun, izlenenin, izleyenin, onların birbirleri için namevcudiyetinin fotoğrafları. (Baudrillard 1987, s. 104)

Bu bakımdan, Baudrillard fotoğrafı bir tür “otomatik yazı” gibi düşünür, öyle ki mevcudiyetini dayatan fotoğrafçı ya da imajı belirleyen özne değil fotoğraflanan nesnenin kendisidir. Üstelik fotoğrafın resmettiği de gerçekliğin yitimidir, bir namevcudiyettir. Baudrillard için fotoğrafı eşsiz kılan da bu izdir. Barthes’in “*punctum*”¹⁴ kavramına benzer şekilde, fotoğrafın gücünü yaratan asla bilemeyeceğimiz bir gerçekliğe duyduğumuz özlemdir. Baudrillard’ın fotoğrafa çağdaş sanatın sahip olmadığını savunduğu bir güç atfettiğine dikkat çekelim. Bir fotoğraf gördüğümüzde bizi etkileyen temsil edilen ya da görünür olan değil, fotoğrafın ancak yokluğu fotoğraflayabileceği gerçeği, yani gerçekliğin imkansızlığıdır.

Bütün bunlar çağdaş fotoğrafın “hükümsüz” ve “sıradan” etiketlerinden kaçabileceği anlamına gelmiyor. Nan Goldin ve Gregory Crewdson gibi fotoğrafçıların çalışmaları hiç şüphesiz postmodern sanat pratiğinin tipik örnekleridir. Crewdson’un banliyö hayatından alınmış, özellikle hazırlanmış sinematik sahneleri geçmişin görsel tarzlarını yeniden canlandırırken, Goldin’in sıradışı şehirli portreleri gündelik ve artık olana yönelik bir ilgi sergiler. Annie Leibowitz, David LaChapelle ve Mario Testino gibi ünlü fotoğrafçılar çoğunlukla sanat, moda fotoğrafçılığı ve şöhret çekimleri alanlarını birleştirir ve birbirine karıştırır. Öyle sanıyorum ki Baudrillard Andreas Gursky ve Tacita Dean’in eksiksiz çerçevelenmiş çekimlerini fazla işlenmiş ve düşünülmüş bulurdu. Özenli bir kompozisyon aracılığıyla, nesnelerin kendi istediklerini yapmasını sağlarlar; onların fotografik olaya bu kontrollü yaklaşımı nesnenin kendisini göstermesi olasılığını yok eder. Baudrillard bu türden çağdaş fotoğrafçılığın büyük ölçüde “zorla dayatılmış bir anlamlandırma”nın parçası olduğunu, anlamı dayattığını düşünür. Baudrillard’ın fotoğrafa dair yazdıklarını taradığımızda, kendince “iyi” ve “kötü” fotoğraf arasında ayrımlar çizer gibidir. Sophie Calle, Luc Delahaye ve Mike Disfarmer’i beğenir, ama bütün olarak çağdaş fotoğrafı hoşlanmaz, tıpkı çağdaş sanata yaklaşımında olduğu gibi. Ancak Baudrillard için iyi fotoğrafı belirleyen estetik değerler değildir, daha ziyade “iyi fotoğraf bir şeyleri temsil etmez, o temsil edilemezliği, ken-

14- Fotoğrafın içinde gördüğümüz, yakaladığımız, fotoğrafın diğer tüm ayrıntıları arasından sıvrılıp bizi yakalayan ve onu bizim için diğer fotoğraflardan ayıran, biricik kılan ve bizi sarsan bir unsurdur. Bkz. Roland Barthes, *Camera Lucida* (Fotoğraf Üzerine Düşünceler), çev. Reha Akçakaya, Altıkırkbeş, 2011. -yhn

dine ... yabancı olanın ötekiliğini yakalar” (Baudrillard 2012a, s. 143). Dolayısıyla, simüle edilmiş gerçekliklerin hükümsüzlüğü ve sıradanlığı arasında Baudrillard fotoğrafta bir potansiyel görür. Nesnenin ilginç bir çekim kaynağı –estetikten, anlamlandırmadan ve anlamdan kopan gizli bir biçim veya gizemli proje– olarak görünmesini sağlayabilmesi ona şeylerin yerleşik düzenini tersine çevirme ve bizi dünya hakkında farklı şekilde düşünmeye zorlama olanağı tanır. Sophie Calle’nin Venedik sokaklarında peşinden gittiği adam gibi ya da Baudrillard’ın fotoğraflarında beliren tesadüfi nesneler gibi, Baudrillard’ı heyecanlandıran estetiğin ötesine geçen olaylar, sanatsal dışavurumdan ziyade antropolojik süreçlere benzeyen anlardır.

Sanatın yazgısı/ölümcüllüğü

2001’de Sylvère Lotringer ile mülakatında Baudrillard şöyle der:

Sanatçılar hep onların işlerine dair yargıda bulunduğumu ve onlara şöyle dediğimi sanıyorlar: “Bu iyi değil”. Yani burada gerçek bir yanlış anlama söz konusu. Sanat estetik düzeyde hükümsüz olabilir, asıl sorun bu değil, bu sadece içerden birisinin sorunu. (Baudrillard 2005a, s. 78)

Şüphesiz, Baudrillard’ın sanata dair gözlemleri çoğunlukla yargı ve beğeni ifadeleri olarak yorumlandı. Çağdaş sanata yönelik değerlendirmelerinin çok genel olmasıyla da suçlanabilir, çünkü aslında herhangi bir sanat eserini çözümlemeyi, yeni teknolojilerin rolünü ele almaz ya da çoğunlukla alternatif bir estetik gelenekten beslenen Batı dışı çağdaş sanatın özgünlüklerini değerlendirmeyi. Ancak onun yazılarına bu şekilde bakmak, görsellik teorisine yaptığı özgün katkıyı gözden çıkarma riskini de taşır. Görsel dünyamızı anlamlandırmak, onunla temas etmek ya da ona katkıda bulunmak isteyenler için Baudrillard’ın sanat dünyasına dair teşhisi, simülasyon ve işaret doygunluğu çağında sanata yaklaşımda yeni bir boyut sunar. Yorumlayıcı çözümleme rotasından uzak duran, “imha meleşti” diye anılan düşünür bizi transestetikleşmiş bir kültürde sanatın ayrıcalıklı konumunu sorgulamaya yöneltir. Ancak Baudrillard’ın düşünceleri herkesi baştan çıkarabilmiş değildir. Timothy Luke şu uyarıyı yapar: “Baudrillard’ın bildirimlerini kabul edecek olursak sanat hakkında söylenebilecek pek bir şey kalmaz” (Luke 1994, s. 224). Douglas Kellner de benzer bir sonuca vara-

rak, “Baudrillard’ın tespitlerini bugün estetik teori ve pratik için üretken kılmak istiyorsak onun ötesine gitmemiz” gerektiğini söyler (Kellner t.y. s. 4).

Katılmıyorum. Baudrillard’ın görüşleri sanatçılar ve eleştirmenler arasında her zaman kabul görmese ya da sanata dair incelemesi bazı açılardan derme çatma olsa da, yazdıkları önemini koruyor, çünkü bir tepkiyi harekete geçiriyor ve karşılığında bir cevap talep ediyor. Çağdaş sanat dünyasının bir eleştirmeni olarak bizleri sanat süreci ve görsel kültürdeki yeri hakkında düşünmeye zorluyor. En önemlisi, Baudrillard’ın radikal düşüncesi bize meselenin ne olduğunu hatırlatıyor. Sanat yok oluşunu inkar etmekte, diyor. Kışkırtmaları bizden özen göstermemizi talep ediyor. Baudrillard bize umursamamız için yalvarıyor.

Sanatın gözden kayboluşunu, sanatın olamayacağına (ve bunun kötü bir şey olduğuna) dair bir işaret olarak görmek yerine, Baudrillard bizim sanat kategorisinin istikrarsızlaşmasını farklı bir gözle görmemizi sağlıyor. Sanatın yok oluşu Baudrillard’ın yazılarında yeni bir anlam kazanıyor. Bu yok olma (artık geleneksel estetik, ekonomik, kültürel kategorileştirmeler aracılığıyla tanımlanabilir veya konumlandırılabilir olmaktan çıkma) sayesinde sanat demokratikleşiyor, öyle ki artık her yerde ve herkes için erişilebilir durumda. Dolayısıyla Baudrillard’ın asıl kaygılandığı sanatın “yitimi” değil, daha ziyade trans-estetikleşmiş bir dünyada artık var olmayan bir sanat düşüncesi için dile getirilen özlemi eleştiriyor. Peki her şey sanat olduğunda, sanat her yerde olduğunda sanatı nasıl anlarız?

Temsilin sonunu deneyimliyor olsak da Baudrillard’a göre bu sanatın sonu demek değil. Sonuçta her ne kadar alışıldık estetik ve eleştiri çerçevesi içinde olmasa da, Baudrillard’ın kendisi de sanatla yeterince ilgili ki ona tepki veriyor. Sanat nesnesinin ortadan kalkışına sanatın hükümsüz ilan edilişi eşlik etti. Oysa sanatın her yerde olabilmesini sağlayan tam da sanatı başka şeylerden ayırt etmenin imkansızlığı. Öncesi-ne göre artık çok daha fazla sanat var. Fakat burada bir ikilem de söz konusu. Sanat yok oluyor, çünkü çok fazla sanat var. Ve bu sanat fazlalığının içerdiği ima da, sanatın her şeyin içine dahil olmasıyla birlikte eleştirel bir araç olma işlevini yitirdiğine yöneliktir. Şaşırtma ya da yeni bakış açıları sunma gücü zayıflamış durumdadır.

Madem ki sanatçının pratiği, dahil olmak istese de istemese de onu bir “sanat komplosu”nun parçası yapıyor, bu durum sanatçıyı nereye sürükler? Öyle görünüyor ki, bir sanatçı bu duruma dair ne kadar farkındalık sergilerse o kadar suç ortağı haline geliyor. Ne üretirlerse üretsinler kaçınılmaz olarak hükümsüz olması ve bu hükümsüzlüğü ilan etmenin de sanatın tabutuna bir çivi daha çakıyor olması karşısında sanatçılar çaresiz mi? Sanat yapmayı, sanata bakmayı, sanat çalışmayı bırakmalı mıyız? Elbette hayır. Bence Baudrillard’ın çağdaş sanatın durumuna dair gözlemleri, sanatın günümüzün işaret ekonomisi içinde nasıl dolaşıma girdiğini daha iyi anlamak için kullanılabilir, kendine has toplumsal-tarihsel anda öne çıkan eğilimleri ve pratikleri anlamlandırmamıza yardım edebilir.

Ve hatırlayalım, sanat yapmakla teori yapmak aynı şey değildir, bunu Baudrillard da bilir. Daha önce belirtildiği üzere, her ne kadar bazen kaçınılmaz olarak iç içe girseler de bu uğraşların farklılığını Baudrillard kendi yaşamında da benimsedi. Bu iç içe geçişlerin bir örneği, onun düşüncesi hakkında düzenlenen toplantılarda fotoğraflarının da sergilenmesidir. Bu durumlarda Baudrillard, özellikle de 2001’de Auckland’da düzenlenen “West of the Dateline” konferansında olduğu gibi kendisi de oradaysa, hem sanatçı hem de entelektüeldir. Bu iki alanın karışmasının başka bir örneği, Rey Butler gibi sanat kuramcılarının yazılarında olduğu gibi, onun fotoğraflarının ve teorisinin bir arada çözümlenmesidir. Dolayısıyla sanat pratiği ve sanat teorisi kaçınılmaz olarak birbirinden besleniyor, sıklıkla da iç içe geçiyor olsa da, farklı anlarda ve özgül mekanlarda yürütülen ayrı uğraşlar da olabilirler.

Öyleyse Baudrillard’ın sanata dair yorumlarından almamız gereken, sanat deneyiminin üretilen ve sürdürülen bir yanılsama olduğuna dair farkındalıktır. Baudrillard’ın karmaşık ve çoğu zaman çelişkili teorilerinin kendileri de, “sanat”, “gerçeklik” ve “kitle kültürü” türünden kategorilerin artık mutlak olmadığı bir hipergerçeklik çağında görsel yapıntıların değişen niteliği hakkında düşünmeyi teşvik etmek, böylece sanatçıyı ve eleştirmeni sanata yaklaşımın alışıldık biçimlerini yeniden düşünmeye yöneltmek üzere kurgulanmıştır. Özne-nesne ilişkisine dair geleneksel anlayışı yeni bir kalıba dökmekle sanatı üretenin kim ya da ne olduğuna ilişkin yeni soruları gündeme getirir, bunlar da özne olarak sanatçının öncelikli konumunu sarsar.

Baudrillard sanat için umutludur, özellikle de bizi ikililik ve oyun dünyasına çekebilecek anlık, geri dönülemez ve sihirli bir biçim olan fotoğraf için. Onun “tuhaf çekim kaynağı” olarak adlandırdığı şey, simüle edilmiş bir varoluşun sıradanlığını kesintiye uğratan tekil anlar veya olaylar üreterek bizi şaşırtabilir – tıpkı Calle’nin gölge oyunu gibi ya da Victoria Grace’e göre tekilliği “tüm koordinatların dışına taşan ... hukuk ve onun kimliğinin sınırları dışında var olan” bir sanatçı olarak Orlan’ın cerrahi performansları gibi (Grace 2007, s. 6). Dünyayı açıklığa kavuşturma, açıklama, yorumlama ve nihayet “bilme” hedefindeki eleştirel teori modellerinin aksine Baudrillard diyalektik düşünme biçimlerini birbirine karıştırır. Onun dünyasında kesinlikler yoktur.

3. Bölüm

Tüketim

Giriş

Efsane gitarist ve şarkı yazarı, The Rolling Stones grubunun kurucu üyesi Keith Richards, Louis Vuitton'un son reklam kampanyasının yıldızıydı. Ogilvy & Mather tarafından üretilen kampanya, seyahati Louis Vuitton'un temel ve tanımlayıcı değeri olarak yeniden konumlandırıp, kişisel bir yolculuk ve kendini keşfetme süreci olarak yorumluyor. Annie Leibovitz'in fotoğrafladığı kampanya resminde Keith Richards, lambaları kuru kafa desenli siyah kumaşlarla örtüp, yatağın yanındaki sehpaaya bir kuru kafa yerleştirerek bir yatak odasına dönüştürdüğü otel odasında gitarını bebek gibi kucaklarken resmedilir. Görseldeki slogan basittir: "Bazı yolculuklar kelimelere dökülemez. New York. 03:00. *Blues in C*" (Daily Mail, 2008).

Bu örnekte olduğu gibi, bazı reklam kampanyaları bizi imajların, metaların olduğu kadar yaşam tarzları ve kimliklerin de satışında oynadığı rol hakkında düşünmeye sevk eder. Tuhaf bir karışımdır bu: bir yanda pahalı bir marka, diğer yanda hızlı yaşamıyla tanınan, kayış gibi suratıyla reklamını yaptığı çantaları andıran, ihtiyarlamış bir rock gitaristi; öte yandan, görsel dünyamızın sonu gelmez bir markalar, imajlar ve grafikler geçidiyle dolu olduğunu, her birinin de tüketicilerin dikkatini çekmek için yarıştığını, bu amaçla çoğu zaman yaratıcı ve kışkırtıcı stratejiler kullandıklarını hatırlarsak, çok şaşırtıcı bir durum değildir bu. "Yaşam tarzı" kültürünün yükselişiyle birlikte, her tür nesneden giderek daha fazla dinlence, eğlence ve haz simgeleri sunmasını bekler olduk. Ne var ki, hiçbirisi yeterince tatmin etmez. Louis Vuitton valizlere -hatta Rolling Stones'u bir stadyumda canlı izlemeye- gücümüz yetmese de, bu nes-

nelerin imajlarını tüketmeyi hevesle sürdürürüz. Martin Scorsese'nin 2008 yapımı Rolling Stones belgeseli *Shine a Light* işte tam da bunu sunar. Maysles kardeşlerin genç Rolling Stones'u filme aldıkları *Gimme Shelter*'dan 38, Scorsese'nin Amerikan folk-rock grubu Band'ın yer aldığı ünlü konser filmi *The Last Waltz*'dan 30 yıl sonra gelir bu film.

Bu defa tüketimimize sunulan gösteri mutlak bir simülasyondan ibarettir: film çekmek amacıyla verilmiş bir konser. Scorsese ve Jagger ortak bir proje yapmak için bir süredir kafa yoruyorlarmış, demek ki film yapma düşüncesi konserin öncesinde vardı (Lawrence, 2008). Daha önemlisi, konseri *ortaya çıkaran* bu fikirdi (konser Manhattan'daki küçük Beacon tiyatro salonunda sunulan iki gösteriden oluşuyordu). Stones'u alışıldık stadyum ortamında filme çekme fikrinden hoşnut olmayan Scorsese, kendi kafasındaki resme uyan samimi bir mekan peşindeydi. Jagger ise grubun 2006'da Rio'da, tahminen bir milyon kişi önünde verdiği konserin filme çekilmesinde ısrar ediyordu (Reuters, 2008). Bunun yerine Rolling Stones, Scorsese için mütevazı sayıda hayran ve zengin film donanımıyla ölçeği küçültülmüş şovu sahneledi. Beacon tiyatrosundaki konserlerin simüle edilmiş olduğunu söylemek diğer Rolling Stones şovlarının öyle olmadığı anlamına gelmiyor - sonuçta simülasyonun güzelliği burada. Önceki şovlarla aradaki farkı anlamanız mümkün değil. Ancak, bu şovların asıl amacı film yapmak olsa da Rolling Stones üyeleri çalarken kameraları görmek istemiyorlardı: “Kamerayla kaydedildiğinizi bildiğinizde şovda işler değişiyor ve ondan bir şey anlamıyorsunuz” diyor Richards (Bunburry, 2008). Öte yandan, Guardian'ın haberine bakarsak, onca kameranın varlığı hayranların sahneyi görmelerine bile engel olmuştu (Brown, 2006).

Bu bakımdan *Shine a Light*, önce konserin olduğu, o sayede filmin ortaya çıktığı rock'n'roll sinemasındaki alışıldık düzeni tersine çevirir. Önceden canlı konser olmaksızın film olamayacağını düşünürdük, oysa *Shine a Light*'ın çekilişi bu durumu karmaşılaştırıyor. Üstelik müzik kayıtları satışının müzik endüstrisinin asıl gelir kaynağı olmaktan çıktığı bir dönem söz konusudur. Müzik satış ve dağıtımından gelen kârlar azalırken, giderek imaj üretilir, satılır ve tüketilebilir bir ürüne çevriliyor. Scorsese'nin yönetmenliğinden bahsedecek olursak, Cosmo Landesman'ın ifadesiyle: “grubu izleyiciye götürmek yerine izleyiciyi gruba götürüyor ve sizi yere çömelmiş Richards ile zıplayan Jagger'in

tam ortasına fırlatıyor” (Landesman, 2008). Filmi IMAX¹⁵ formatında izlediğinizde bu etki daha da belirgin, bu durumda konser-film U2’nin sözleriyle “gerçeğinden daha iyi” – en azından daha büyük olduğu kesin. Zaten U2’dan daha iyi kim bilecek? 2007’de *Vertigo* başlıklı turnelerinin dijital, 3D IMAX filmini satışa çıkardılar. U2 3D başlığıyla yayınlanan kayıtlarda, grubu canlı bir konsere kıyasla çok daha iyi görebilirsiniz, üstelik daha iyi ses kalitesiyle ve daha ucuza.

Neyi nasıl tükettiğimizi anlamlandırmak için imaj olarak neyin sergilendiğinin (içerik) yanı sıra işaret, enformasyon ve medya sistemlerinin (biçim) işleyişini de dikkate almamız gerekir. En azından Baudrillard, tüketim imajları ve nesnelere dair merakı bir dizi kitabının temelini oluşturmuş bir düşünür olarak şu kitaplarında öyle söylüyor: *Nesneler Sistemi*¹⁶ (2010), *Üretimin Aynası ya da Tarihi Materyalist Eleştiri Yanılsaması*¹⁷ (2013), *Tüketim Toplumu*¹⁸ (5. Baskı, 2012), *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*¹⁹ (2009) ve *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*²⁰ (2009). Bu metinlerde Baudrillard tüketimin kültürle ilişkisini ele alır. Bu ilişkiyi göstermek için sanattan reklamcılık ve modaya bir dizi görsel alanı inceleyerek tüketimin işleyişini tartışır. Bu önemli bir noktadır, çünkü tüketim toplumunu anlatma süreci yoluyadur ki Baudrillard ortaya çıkmakta olan bu toplumsal düzen açısından temsil ekonomisinin önemini altını çizer, yani tüketimin yükselişini tespit ederken buna mukabil, kitlesel ölçekte aktarılan imaj ve metinlerden oluşan yeni görsel dünyayı da tanımlar. Ayrıca Baudrillard’ın yazdıkları nesneleri, deneyimleri ve insan ilişkilerini tüketim çağına

15- Boyut ve netlik açısından diğer formatlardan daha yüksek nitelikli bir sinema filmi formatı. –çn

16- Baudrillard, *Le Système Des Objets*, Gallimard, 1978. Türkçe çevirisi için bkz. Baudrillard, *Nesneler Sistemi* çev. Oğuz Adanır, Aslı Kara Mollaoğlu, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 1. baskı 2010.

17- Baudrillard, *Le miroir de la production, ou, L'illusion critique du matérialisme historique*, Livre de Poche, 1994. Türkçe çevirisi için bkz. Baudrillard, *Üretimin Aynası ya da Tarihi Materyalist Eleştiri Yanılsaması*, çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2013.

18- Baudrillard, *La société de consommation*, Gallimard, 1996. Türkçe çevirisi için bkz. Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, 1. baskı 2008, 5. Baskı 2012.

19- Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, 1997. Türkçe çevirisi için bkz. Baudrillard, *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri* çev. Oğuz Adanır, Ali Bilgin, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009.

20- Baudrillard, *L'échange Symbolique et la mort*, Gallimard, 1976. Türkçe çevirisi için bkz. *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm* çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2009.

da nasıl kavramsallaştırdığımızı anlamada işaretlerin oynadığı önemli rolü de gösterir.

Baudrillard'ın tüketim kültüründe imajların oynadığı role dair görüşlerini özetlemek için, ilk olarak Baudrillard'ın nesne-işaretlerin anlaşılır ve sistematik bir incelemesini sunduğu *Tüketim Toplumu* kitabına başvuracağım ve bu metinde öne sürülen fikirleri anlatıp çözümleyeceğim. Bu çerçevede, Baudrillard'ın çoğu *Nesneler Sistemi* başlıklı kitabında bulunan, reklam üzerine yazdıklarını tartışarak devam edeceğim. Bu safhada Baudrillard'ın ilgisinin odağında toplumsal işleyişleri düzenleyen ve anlamı belirleyen sistem ve yapılar vardır. Bu ise sanatta dair yazdıklarından muazzam ölçüde farklıdır, çünkü o yazılarda yapısal açıklamaları reddeder, baştan çıkarma ve simülasyon gibi ölümcül stratejileri ve içe patlayan jestleri tercih eder. Baudrillard'ın tüketim çalışmalarına katkısını değerlendirirken hatırdı tutmamız gereken, görüşlerinin toplumdaki değişikliklerle uyumlu olarak evrilmiş olmasıdır. İşaretleri bir tür dil (kurallı bir sistemin unsurları) olarak kavramsallaştırdığı ilk teorilerinden, işaretlerin tutarlı bir anlam sisteminin bağımsız saf gösteri ve görüntüsü haline geldiği sonraki çalışmalarına, Baudrillard bu sürekli değişen manzaraya teorik açıklama getirmek için yeni düşünce tarzları geliştirir. Böylece moda üzerine daha yeni tarihli yazılarında postmodern bir duyarlılığa doğru bir kaymaya tanıklık ederiz, bunu da moda imajları ve markalarıyla bağlantılı olarak tartışacağız. Baudrillard moda hakkında yazdığında ister istemez bedeni inceleme konusu yapar, bedenin kendisinin bir tüketim işaretnesnesi haline geldiğini iddia eder. Bunun en görünür olduğu yer de manken bedenleri olsa gerek. Bu nedenle bu bölümün son kısmında Baudrillard'ın bedenin bir işaret olarak dolaşımına bakışı ele alınacak.

Baudrillard'ın reklamcılık, moda ve beden üzerine yazdıkları üzerinden, kültürel ve anlamlandırıcı bir süreç olarak bedenin rolü aşikar hale gelir. Buna tanınmış markalarla ilişkilendirilen çeşitli sloganların, tasarım markaları Chanel, Marc Jacobs ve Louis Vuitton'un reklam kampanyalarının, ayrıca *Sex and the City* ve *Next Top Model* gibi programların çözümlenmesi de dahildir. Baudrillard'ın tüketim toplumu kültürüne dair çalışmasındaki, “tüketim”, “işaret değiş tokuşu”, “simgesel değiş tokuş”, “gösteri”, “işlevsellik” ve “yeniden kullanıma sokma” ve benzeri temel görüşlerini sergilemek için bu metinlerden yarar-

lanılacak. Tüketimciliği reddetme eğilimi de, geniş anlamıyla tüketim karşıtlığı olarak tarif edilen pratiklere bakılarak incelenecek. Sanatta olduğu gibi Baudrillard tüketim nesnelerinin de her yerde olduğuna inanır: “her şeyin gösteri haline getirilmesi, yani her şeyin imgeler, göstergeler, tüketilebilir maddeler olarak çağrıştırılması, kışkırtılması, düzenlenmesi” söz konusudur (Baudrillard 2008, s. 251). Baudrillard işaretlerin rolünü ve önemini hesaba katan bir tüketim teorisi geliştiren ilk düşünürlerden biri olduğundan, görüşleri güncel şehir hayatının görsel çehresini, özellikle de reklamcılık ve moda gibi ticari alanları çözümlemeye ilgi duyanları tatmin edecektir.

Tüketim toplumu

1960’lar ve 1970’ler boyunca Roland Barthes, Henri Lefebvre ve situasyonistlerle birlikte Baudrillard da kültürün kapitalist sistemlere etkisinin giderek ilgi gördüğü bir dönemde gündelik yaşamı çözümledi. Kültürel fenomenlerin incelenmesine yönelik bu eğilimi ortaya çıkaran, kısmen kapitalizmin siyasal ve ekonomik buyruklarına odaklanan Marksizmin bu türden sorulara yeterince ilgi göstermemesiydi. İlk yazılarından itibaren Baudrillard toplumsal yapıları ve insan davranışını anlamanın aracı olarak üretim paradigmasından uzaklaşır. Buna rağmen Ritzer, Baudrillard’ın bu aşamada hâlâ Karl Marx’ın -ve Emile Durkheim, Marshall McLuhan ve Daniel Bell gibi diğer klasik sosyoloji düşünürlerinin- etkisi altında olduğunu tespit etmekte haklıdır (Baudrillard 1998, s. 3-4). Bu nedenle Baudrillard’ın tüketim konusundaki duruşu klasik sosyolojik yaklaşımla uyumludur. Dahası, bu dönemde asıl olarak Batı kültürü ve kapitalist sistemlerle ilgilidir; büyük mağazalar, trafik tıkanıklığı, şehirlerde hava kalitesi, eczaneler ve pop-art gibi çeşitli fenomenleri tartışma konusu yapmasında da bunu görebiliriz. Oysa daha sonraki yazılarında tüketimin ikileleriyle küresel bir bağlamda yüzleşir. Bu da bize, tüketimin yükselişine dair teorilerinin çokuluslu şirketler, küresel pazarlama ve denizaşırı üretimle şekillenen günümüz ortamı için de uygulanabilir olup olmadığını sorgulatır.

Tüketici odaklı bir dünyada yaşadığımıza itiraz eden pek olmasa gerek. Kitlesele üretimi mümkün kılan sanayileşme ve satın almamız için bize dil döken reklamcılık vesilesiyle tüketim bir yaşam tarzı haline geldi.

Ancak tüketim toplumu, metaların kesintisiz satın alınışıyla simgele-
nen bir dönem için kullanılan bir yaftadan ibaret değildir. Baudrillard’a
göre bireysel ve kolektif pratikleri, ilişkileri, inançları, algıları ve tu-
tumları düzenleyen bütün bir *sistemdir*. Üretim düzeniyle tüketim dü-
zeninin giderek artan oranda birbirine “karıştığını” iddia eder (Baud-
rillard 2008, s. 25). Önceden endüstriyel sistem içinde rolümüzü, kim
olduğumuzu ve hayatlarımızı nasıl yaşadığımızı üreticiler olarak ta-
nımlıyorken, Baudrillard’a göre artık dünyayla öncelikle tüketiciler
olarak temas ederiz. Çünkü modern zamanlarda insanlar,

tüm zamanlarda olduğu gibi başka insanlar tarafından değil, daha çok nes-
neler tarafından kuşatılmış durumda. Bu insanların gündelik alışverişi ben-
zerlerinin eskiden yaptığı alışverişe benzemiyor; daha çok, istatistiksel ola-
rak yükselen bir eğriye göre mal ve iletilerin edinilmesi, algılanması ve gü-
dümlenmesi biçimini taşıyor. (Baudrillard 2008, s. 15)

Demek ki tüketimin temsili ya da iletişimsel bir boyutu var. Baudril-
lard’ın tarif ettiği şemada tüketim öncelikle ne ekonomik bir faaliyet-
tir ne de ihtiyaçları karşılamanın ve kişisel haz yaşamının bir aracıdır.
Daha ziyade, “tüketimin öznesi göstergelerin düzenidir” (Baudrillard
2008, s. 252), yani tüketim her şeyden evvel gündelik hayat düzeyin-
de gerçekleşen bir anlamlandırma etkinliğidir. Bir sistem ya da “anlam-
landırma düzeni” olarak tüketim toplumu, dilin işleyişine benzer bir
şekilde işaretleri temellük eder, düzenler ve yeniden üretir.

Tüketimin anlamlandırma süreçleri

Baudrillard’ın tüketimi ele alışında ayırt edici olan, onun nesnelere
maddi şeyler olarak değil de işaretler olarak bakmasıdır. “Tüketim nes-
nesi olması için nesnenin öncelikle bir işaret olması gerekir” (Baudril-
lard 1996b, s. 200) derken vurguladığı nokta, aslında hepimizin meta-
lar üzerinden işaretleri tüketiyor olduğumuzdur:

Vitrin, reklam, üretici firma ve burada temel bir rol oynayan marka parça-
lanmaz bir bütün, bir zincir gibi bu anlamın tutarlı, kolektif vizyonunu da-
yatır; sıradan nesneleri değil, gösterenleri birbirine bağlayan bir zincir gibi
her nesne daha karmaşık bir üst-nesne olarak diğerlerini gösterir ve tüketi-
ciyi bir dizi karmaşık tercihe götürür. (Baudrillard 2008, s. 18)

Öyleyse Baudrillard için bir şeyin satın alınması sürecinden daha önemli olan, tüketicinin bir metayı satın almaya, onu diğerinden ayıran kodlar aracılığıyla karar verdiği, işaretlere dayalı bir düzenleme sistemidir. Bu anlayışın bir örneğini, bir şapka satın alma sürecinin sadece nesnenin ne kadar yararlı olabileceğine karar vermekten ibaret olmayışında görebiliriz. Sonuçta her şapka basit bir işlevi yerine getirir. Öyleyse, örneğin Philip Treacy gibi özel bir şapka tasarımcısının ürünü bir başlık ile New York Yankees yazılı bir beysbol şapkası arasında nasıl ve neden bir ayırım yaparız? Baudrillard'a göre, bize sunulan sonsuz çeşitlilikte nesneler arasında ayırım yaparken, neyi işaret ettiklerine bakarız, ki bunu belirleyen de aralarındaki ilişkilerdir. Bir şapkanın değerinin onun yapımı için kullanılan malzeme ve emek maliyeti ya da başı koruma işlevi tarafından belirlenir olmaktan çıkmış, içerdiği değer ve toplumsal anlamın belirlenişi üretim ve kullanım döngüsünden kopmuştur. Meta olarak şapka maddi göndermeleri aşar, öyle ki önemi ve anlamı bir "toplumsal değerler kodunun" parçasını oluşturan diğer unsurlarla ilişki içinde türetilir (Baudrillard 2008, s. 91). Sıcaklık ve basitliği akla getiren el örgüsü bir bereye kıyasla özel tasarım bir başlık lüks, havailik ve saçmalık anlamına gelebilir, oysa büyük olasılıkla üretim maliyetleri nerdeyse aynıdır ve benzer işlevler görebilir. İki farklı örgü bere bile kodlanmış bir sistem içinde, belirli bir anda neyin moda olduğuna, berenin bir markanın etiketini taşıması ya da el emeği olmasına bağlı olarak farklı değerler kazanabilir. Bu anlamda, bir nesnenin değeri ona içkin değildir, bu da demektir ki önceden var olan bir anlamı yoktur; maddi değeri aşarak bir işaretler zinciri içinde başka bir dizi unsurla birlikte dolaşıma girer. Dolayısıyla "bir uzaklıktan, göstergelerin uzaklığından tüketiyoruz" (Baudrillard 2008, s. 26). Bu aynı zamanda Philip Treacy marka, özel bir tasarım başlık satın almanın belirli bir yaşam tarzını çağrıştırdığı anlamına da gelir, çünkü "sistemin bir parçasını satın aldığımızda bir bütün olarak işaret sistemini de almış (benimsemiş) oluruz: daha güncel bir ifadeyle, insan bir yaşam tarzını benimser, zira herhangi bir işaret işlevini satın almak bütün anlam sistemini çağrıştırır" (Slater 1997, s. 146).

Tüketim kültüründe nesne-işaretin önceliğinin bir diğer örneği de tasarım işi dev çantalara olan rağbettir. Modanın dev omuz çantalarına saplantısı, Baudrillard'ın tespit ettiği gibi, bir nesnenin değerinin belirlenmesinde işlevden, nesnelerin işlevselmiş gibi görünürken -otomo-

billerdeki rüzgarlıklar gibi- gerçekte çok da kullanışlı olmaması anlamında işlevselliğe doğru kayışın bir göstergesidir (Baudrillard, 1996b, s. 60). Bu aşırı büyük torbalar çok sayıda nesneyi taşımak için üretilmiş izlenimi verseler de, bunları omuzlarına asan yıldız adaylarının normal büyüklükte bir çantada taşıyacaklarından daha fazlasını taşıma olasılığı pek yoktur. Bu nesnelerin statü ifade etmenin ötesinde başka da pek işlevleri yoktur, hatta moda basınında bunlara “statü çantaları” denir. Kullanışlı olmaları gerekmiyor, tasarımları aracılığıyla kullanışlılığa işaret etmeleri yeterlidir.

Tüketim ve toplumsal ilişkiler

Buraya dek tüketimin işaret düzeyinde nasıl işlediğini ele aldık. Ancak bu Baudrillard’ın tüketim toplumuna dair argümanının sadece bir parçası. Tüketim çağında işaretlerin önemini hakkıyla kavramak için tüketim kültürüyle toplumsal oluşum arasındaki bağlantıyı incelemek gerekir. Baudrillard tüketim çağının temelini oluşturan işaret değiş tokuşu sürecinin insan eylemlerine ve ilişkilerine bağlı olduğunu farkındadır. Tüketimi, işaretlerin manipülasyonunun kendi içinde bir toplumsal emek biçimi olduğu “sınırsız bir toplumsal etkinlik” olarak tanımlayışında bunu görebiliriz (Baudrillard 2008, s. 85). Ancak tüketim süreci yalnızca birey düzeyinde gerçekleşmez. Satın alma alışkanlıklarımız ve tercihlerimizin, bizim kişisel ihtiyaç ve hazlarımızın ötesinde etkileri vardır. Baudrillard bize “asla tek başına tüketilmez ... tüketicilerin tamamının kendilerine rağmen karşılıklı olarak içerimlendiği bir yaygınlaşmış değiş tokuş ve kodlanmış üretim değerleri sistemi içine girilir” (Baudrillard 2008, s. 91-92). Tüketim, bir toplumun üyelerinin birbirlerine kendileri ve dünyaları hakkında mesajlar iletmek için kullanabileceği bir tür kod veya dil haline gelmiştir.

Dolayısıyla tüketim kolektif ve bireysel kimliğin inşasında önemli bir yer tutar. Baudrillard’a göre kimliğin şekillenmesi işaretlerin tüketimi yoluyla olur:

Nesne asla kendinde (kullanım değeri içinde) tüketilmez; sizi gerek ideal bir gönderge olarak kendi grubunuzla ilişkilendirerek, gerekse de üst bir statü grubuna göndergeyle sizi grubunuzdan ayırarak ayırt eden göstergeler olarak nesneler (en geniş anlamda) her zaman güdümlenir. (Baudrillard 2008, s. 69)

Başka bir deyişle, fark (ya da anlam) simgelerin dolaşımı yoluyla üretilir. Ve statü nesnelerde değil de işaretlerde var olunca, kimlik zaten mevcut ya da “doğuştan gelen” bir şey olmaktan çıkıp işaretler aracılığıyla inşa edilen bir süreç haline gelir. Ya da Barbara Kruger’in (1987) ikon niteliği kazanmış çalışmasındaki iddiasıyla, “Alışveriş yapıyorum, öyleyse varım”. *Sex and the City* benzeri dizilerde, karakterlerin ne giydikleri yoluyla birbirlerinden ayrılması, *birbirlerinden* farklı bireyler olarak kim olduklarının bu vesileyle anlam kazanmasında da bunu görebiliriz. Dizinin resmi internet sitesinde bir fotoğraf eşliğinde yer alan bir açıklamada başlıca karakterler şu şekilde tarif ediliyor:

Carrie, Zara marka kargo pantolonun ve Christian Louboutin marka saten fiyonklu ayakkabıların üstüne geçirdiği gökkuşağı renkli ipek bir Rebecca Taylor elbisesi içinde kokteyle hazır. Miranda, Zenobia marka pembe çizgili takım elbise içinde şık görünüyor, Charlotte ise Chanel parçaları, Louis Vuitton marka kahverengi ve beyaz bir deri çantayla birleştirmiş. Samantha da Missoni etek, Armani bluz ve Gucci saten ceketiyle dikkat çekiyor. (HBO t.y.)

Sex and the City internet sitesinde her bir karakterin “görünümüne” ayrılmış, her bir bölümden fotoğraflar ve o sahnedeki kıyafetlerin tasarımcı markalarına göre oluşturulmuş bir veri tabanı da mevcut. Böylece Carrie, Charlotte, Samantha ve Miranda arasındaki farklar moda işaretlerinin kullanımı yoluyla üretilirken, diğer yandan arzuladıkları markalar post-feminist bir dönemde maddi açıdan güvende, beyaz, Amerikalı kadınlar olarak onların grup kimliğini şekillendiriyor (Resim 5). *Sex and the City* dizisinde tasarım markalarına verilen önem, modern çağdan postmodern çağa geçerken tüketim ürünlerinin rolünde yaşanan değişimi de etkili bir şekilde gösteriyor. Mark Poster’in ifadesiyle, “modern toplumda tüketim nesneleri toplumsal statüyü temsil ederdi; postmodern zamanlarda ise kişinin kimliğini ifade ediyor” (Poster 2004, s. 416). Başka bir düzeyde de *Sex and the City* nesne-olarak-modanın imaj-olarak-modaya dönüşümünü sergiler, ileriki bölümlerde Baudrillard’ın moda üzerine yazdıklarını tartışırken bu düşüncüyü tekrar ele alacağım.

Tüketim karşıtlığı

Tüketimci yaşam tarzına karşı eleştirel bir tavır almak da kimliklerin tüketim yoluyla inşa edilmesinin farklı bir biçimidir. Tüketime itiraz edenler ya da tüketime dayalı yaşam tarzının dışında kalmayı tercih eden veya katılımını sınırlı tutanlar her zaman olmuştur. Tüketim toplumuna tepki olarak örnek verebileceğimiz pek çok pratik var, örneğin “culture jamming”²¹, ikinci el kıyafetler giymek, “yeşil” ürünler satın almak ve tüketici boykotlarına katılmak. Ancak bu eylemler, tüketim döngüsünden çıkış yolu sunmaktan ziyade, kendileri bir tüketim sistemi içinde statü ve kimlik iletmenin araçları haline geldi. Bunun nedeni, toplumsal konumun kişinin biriktirdiği metalara değil de farklara bağlı olmasıdır; bu durum gösterişçi tüketimin her zaman toplumsal sermayeye çevrilememesini de açıklar (Afrika kökenli Amerikan hip-hop sanatçıların şatafatlı halleri buna bir örnek olabilir). Bunun tersine, para ve statü sahibi olanların toplumsal konumlarını korumak için çok sayıda şey satın almaları gerekmez. Onun yerine “ek-sik tüketim” ya da “gösterişsiz tüketim” paradoksuna katılırlar, bundan kasıt da prestijli süper-farklılaşmanın sergileniş şeklinin artık gösteriş (Veblen’in tabiriyle “gösterişçi tüketim”) değil, sadelik, ölçülülük ve ağırbaşlılık olması ikilemidir. Baudrillard’ın devamında açıkladığı gibi, “demek farklılaşma, nesneyi reddetme, ‘tüketim’in reddedilişi biçimine bürünebilir ve bu, tüketimin en üst niteliklisidir” (Baudrillard 2008, s. 107).

Sınırlı tüketim bir kimlik göstergesi halini alır. Karbon ayak izlerini dert etmek, karbon kredileri satın almak ve kendi sebzeni yetiştirmek, eğitilmiş, hali vakti yerinde insanlar arasında revaçtadır. Çevre dostu ambalajları, *fairtrade*²² etiketli ürünleri tercih eder, reklamlarında cinsiyetçilikten uzak duran *Body Shop* gibi mağazaların ürünlerini satın alırlar. Başka bir trend de “çöp karıştırma”, yani süpermarketlerin arka taraflarındaki devasa çöp konteynerlerinde son kullanım tarihi yaklaştığı ya da paketi zedelendiği için atılmış, yenebilir ya da kullanılabilir durumdaki ürünler aramaktır. Çöplükleri karıştırmanın sadece yoksullar ve evsizlere özgü olmadığını kanıtlamak için bu terim,

21- Tüketim karşıtı hareketlerce başvurulmuş, şirket logoları, moda sloganları ve ürün imajlarının tahrif edilmesi türünden taktikler; kültür korsanlığı. –çn

22- Çevre, çalışma koşulları ve kalkınma başlıklarında belirli standartlara uygunluğu denetleyen ve belgeleyen bir ürün sertifikası. –çn

maddi güçleri olduğu halde çöpe atılmış şeyleri bedavaya almayı tercih edenlerin yaptıklarını tarif etmek üzere icat edildi. Süpermarketler ise çöp karıştırmayı önlemek amacıyla geceleri çöp konteynerlerini kilitlemeye başladılar.

Tüketim Baudrillard'ın öne sürdüğü gibi kurallı bir işaretler sistemi ise, bu sistemin kaçınılmaz bir parçası da onun artıklarıdır, yani sistemin dışında kabul edilen her şey. "Tüketim karşıtlığı" olarak tanımlayabileceğimiz ya da alternatif tüketim biçimleri olarak görebileceğimiz bu pratikler de dolayısıyla, geleneksel tüketim odaklı ilkelerin karşısında konumlanmış olmaları itibarıyla tüketim mantığının bir parçasını oluşturur. Etik ilkelere uymadığı düşünülen ürünleri boykot etmek veya ikinci el giysiler kullanmak yoluyla, örneğin, anlamın işaretlerin birbirleri arasındaki farklılaştırıcı ilişkiler içinde üretildiği kodları pekiştirmiş oluruz. Yani, hem tüketim hem de "eleştirel tüketim" (Sassatelli 2006, s. 219) adı verilen şey tüketim toplumunu meydana getiren büyük örgütlenme sisteminin parçasıdır. Bir düşünün, Naomi Klein'in müthiş popülerlik kazanmış kitabı *No Logo* (2000), işaretlerin kamusal alanı ele geçirmiş olmasına karşı çıkarken kendisi anında tanınmış bir logo, tüketim karşıtlığının bir simgesi halini aldı. *Sweatshop*²³ emeğine "hayır" demek, Nike™ spor ayakkabılarınızı atıp yerine NoSweat™ marka, etik açıdan tutarlı ayakkabılar almak demektir. Yani bir markanın yerine diğerini koymaktır.

Her şeyin aynı sistemin parçası olmasını gördüğümüz bir başka yer ise, tüketimle negatif bir ilişki içinde olan (küresel ısınma gibi) hususların kalkınma ve refahı arttırma amacına yönelik hale getirilmesidir. Baudrillard tüketim toplumunda artıkların pozitif bir işlevi olduğunu tespit eder, bunu da şu şekilde dile getirir:

Paris'te havanın 50 yılda %30'luk bir oranda aydınlık kaybına uğraması muhasebecilerin gözünde tortuldur ve önemsizdir. Ama bu kayıp büyük ölçüde bir elektrik enerjisi, ampul ve aydınlatma pencereleri vb. harcamasına neden olursa, bu durumda var olur ve doğrudan doğruya üretim ve toplumsal zenginlik artışı olarak varlık kazanır! (Baudrillard 2008, s. 38)

23- Çalışma koşullarının ağır ve kurlsız olduğu, çocuk emeği kullanılan üretim yerleri; ter atölyeleri. -çn

Başka şekilde ifade edersek, tüketim toplumu kendisinin olumsuz veçhelerinden destek alır, ilerlemek için onları besler. Baudrillard’a göre hava kirliliği gibi şeyler sadece yan ürünler değil, üretim ve tüketim döngüsünün merkezi unsurlarıdır; “hem bireysel hem de toplumsal düzeyde değerlerin, farkların ve anlamların üretiminde” olumlu bir işlev üstlenirler (Baudrillard 2008, s. 41). Tıpkı çağdaş sanatın atık nesneleri ve atıkları sahiplenme yoluyla kendisini başka her şeyle benzer ilan etmesi gibi, tüketim düzeni de kendisini yeniden üretme veya sürekliliğini sağlamada kendi atıklarından beslenir.

Tüketim alışkanlıklarımız (belki buna “tercih özgürlüğü” diyebiliriz) aracılığıyla kendimizi tanımlamada aktif bir rol oynuyor gibi görünsek de, daha derinde değer sistemlerimizi kodlar yönetmektedir. Baudrillard bu süreci dille özdeşleştirir, burada da dünyada bir özne olarak var olabilmek için benimsediğimiz, sisteme içkin kurallar ve kodlar vardır. Ayrıca tüketim talebi, insanların neye gereksinim duyduklarının belirlenmesi çağdaş kapitalizm tarafından yaratılıyor olsa da, tüketicilerin bu süreçte tümüyle edilgen oldukları ya da tüketimden alınan hazın gerçek olmadığı anlamına gelmez. Baudrillard’a göre, “ihtiyaçlar sistemi”ni yaratan üretimdir ve bu sistem içinde bireyler belirli nesneleri almak, seçmek veya reddetmek için “tüketicici güce” sahiptir (Baudrillard 2008, s. 86). Tüketim çağını farklı kılan, kimlik ve anlamın kültürel işaret ve simge sistemi aracılığıyla ediniliyor olmasıdır. Bu ihtiyaçları yaratmada ve tüketim arzusunu beslemede reklamcılığın merkezi bir rol oynadığına şüphe yok. O nedenle şimdi Baudrillard’ın reklamcılığın işleyişini nasıl incelediğine geçeceğiz.

Reklamcılık

Önceki bölümde, Baudrillard’ın tüketimin toplumsal ilişkiler açısından giderek artan önemini vurgulamak amacıyla, üzerine yazdığı kültürün bir boyutunu sanatın teşkil ettiğini göstermiştik. Reklam da Baudrillard’ın moderniteden sonra toplumsal ve semiyotik pratiklerde yaşanan kaymaya dair görüşlerini geliştirmek üzere başvurduğu gündelik hayatın bir başka veçhesidir. Çalışmalarının pek çok yerinde Baudrillard reklamın, bir ürün hakkında bilgi sağlayan bir mecra olmanın ötesinde, bir kültür ifadesi olarak işleyişini anlamlandırmaya giriş-

ti. Baudrillard'a göre, reklam "nesneler sisteminin bütünleyici bir parçasıdır, sadece tüketimle ilişkisi nedeniyle değil kendisi tüketilecek bir nesne haline geldiği için de" (Baudrillard 1996b, s. 164).

Nesneler Sistemi başlıklı kitabında Baudrillard, modern reklamcılığın toplumsal anlamın oluşumu ve sürdürülmesi, toplumsal düzenin ifadesiyle bağlantılı olduğunu savunur. Bu bağlantı iki şekilde gerçekleşir. İlkinde, reklamcılık teskin eden, rahatlatan, güçlendiren bir kişisel seslenme tarzı kullanarak tüketiciyi memnun etmeyi amaçlar. Bu savını örneklemek için Baudrillard, Airborne isimli bir sandalye üreticisi firmanın reklamından bahseder. Bu reklamda, tüketicide bir "ahlaki güvenlik" hissi yaratmak üzere geleneğe göndermelerle karışık sahte-bilimsel bir dil kullanılır. Sandalyeler yenilikçi ve güvenilir olmakla kalmamakta, ayrıca Airborne'un reklam söylemi ürünlerinin tüketicinin faydalanması için ve onların kişisel ihtiyaçlarına uygun şekilde tasarlandığını ima etmek amacıyla "siz" ve "sizin" gibi tabirleri de kullanır. Böylece, insanların reklamı tüketirken kendilerini önemli, biricik ve özel hissetmelerini sağlar. Tüketicinin gidip bir Airborne sandalyesi alıp almadığının bir önemi yoktur. Reklam zaten bizim kendimizi iyi hissetmemizi sağlamıştır, üstelik bedavaya. İroni dozu yüksek bir tarzla Baudrillard reklamı bir hediyeye benzetirken şunu söyler: "Nesneler her zaman satılır; sadece reklam hediyeye olarak verilir" (Baudrillard 1996b, s. 171-172). Reklama inanmamızın nedeni bizim ikna olmamız değil, reklamın bize inanıyor olmasıdır. Garnier bize "Kendine iyi bak" der, Nike "Yap gitsin" der, L'Oreal "Çünkü siz buna değersiniz" diye üsteler.

Reklam bir açıdan tatmin edici olsa da, Baudrillard başka bir açıdan tüketiciyi hüsrana uğrattığını iddia eder. Reklamın işlevi "işaret ettikleri şeyin yokluğuna dikkat çekmek"se eğer, imajları tüketmenin arzuları tatmin etmesi mümkün olur mu? (Baudrillard 1996b, s. 176) Baudrillard reklamcılık söyleminin vaat ettiklerini veremeyeceğini, ancak bir işaret ağı içindeki diğer imajlara gönderme yapabileceğini gözlemler:

Nihayetinde imaj ve imajın okunması hiçbir şekilde nesneye giden en kısa yol değildir, sadece başka bir imaja giden en kısa yoldur. Dolayısıyla reklamlardaki işaretler, uyku verici hallerin gelip geçici imajları gibi birbirinin ardından gider. (Baudrillard 1996b, s. 177)

Marka kavramının bu şekilde, bir boş işaretler dizisi olarak işlediğini düşünür Baudrillard. Bunun sonucunda, Baudrillard için marka sadakati düşüncesi, yönlendirici işaretler sürecinin yarattığı yersiz bir hissiyattır.

Baudrillard’a göre reklamlar tüketicileri aynı anda hem memnun edip hem de hüsrana uğratarak toplumu düzenler. Reklamcılığın, özneyi toplumla bütünleştirmek amacıyla özgürlük, katılım ve faillik algısı yaratışını mesele eder. Baudrillard’ın ifadesiyle, “tüketim sürecinin kendisiyle tüketici toplumsal denetimin faillliğini ve onun normlarını içselleştirir” (Baudrillard 1996b, s. 176). Ayrıca reklamların yarattığı tüketicinin failligi yanılsamasının ardında, ürünlerin üretildiği bir dizi süreç mevcuttur. Reklamcılık bu emeği gizler, böylece reklamcılık dilinin parıltılı imajları ve baştan çıkarıcı metinleri aracılığıyla tükettiğimiz metaların tarihi görünmez kılınır. Bizim kendi bireysellik hissimizi ve bir grupla birlikte olma hissiyatımızı beslemek üzere “orada” var olurlar.

Tüketim Toplumu’nda Baudrillard bu tespitini genişleterek, bir şeyin reklamının yapılış şeklinin neyin reklamının yapıldığından daha önemli olduğunu iddia eder. Diyebiliriz ki Baudrillard reklamcılık konusuna bakış açısını kitlesel medya momentine daha iyi yerleştirmek için yeniden konumlandırıyor. Televizyon ve radyo reklamcılığının reklamları rastgele gibi görünen bir şekilde parçalama, yan yana getirme, birleştirme ve iletme tarzı bizim reklamları diğer reklamlarla ilişki içinde tüketiyor olduğumuz anlamına gelir. Baudrillard’a göre mesajları nasıl aldığımızı ve sonrasında onları nasıl yorumladığımızı belirleyen araçtır. Şöyle der:

Dolayısıyla reklamın kitle iletişim işlevi ne reklamın içeriklerinden, yayın biçiminden, görünür amaçlarından (ekonomik, psikolojik) ne hacminden ne de gerçek izleyicisinden (tüm bunlar hâlâ önemini korumasına ve destek hizmeti vermesine rağmen) kaynaklanır. Reklamın kitle iletişim işlevi daha çok reklamın özerkleşmiş, yani gerçek nesnelere, gerçek bir dünyaya, bir göndergeye değil, bir göstergeden diğerine, bir nesneden diğerine, bir tüketiciden diğerine gönderme yapan araç mantığından kaynaklanır. (Baudrillard 2008, s. 157)

Reklamlar diğer işaretlerle ilişki içinde dolaşıma girdiğinde, anlam

sunmayı ya da herhangi bir şey iletmeyi bırakır. Daha önemlisi, bir reklamın iddialarının doğru ya da yanlış olduğunu çözmek Baudrillard için konuyla ilgili değildir, çünkü markalar bize kendi kendini doğrulayan bir çeşit retorik sunarlar. Nike bize “Yap gitsin” dediğinde, aslında ürün satın alındığında, yapılacak olan her neyse o da yapılmış olur. L’Oreal ürünleri satın almak sizin gerçekten de, reklamın altını çizdiği gibi “buna değer” olduğunuzu ispatlar. Ancak kişinin buna gerçekten değip değmediğini ampirik olarak kanıtlamanın imkanı yoktur. Pek çok büyük marka gibi L’Oreal’in de iddiaları doğru ya da yanlış şeklinde sınıflandırılabilir değildir.

Simülakrlar ve Simülasyon’da Baudrillard daha da ileri giderek bütün “sanal dışavurum yöntemlerinin” işleyiş şeklinin reklam formu olduğunu söyler (Baudrillard 2013a, s. 128). Reklamların parçalı ve bölünmüş tarzını hatırlatan kısa kliplerin yer aldığı YouTube sitesini düşünelim. Siyasal kampanya yürütenler temel politikalarını kısa bilgilendirmeler halinde aktarmaya uğraşıyor, sonra da bunları anında ve kolay tüketime uygun şekilde yayınlıyor. İnternette kullanıcılar değişik bağlantıları tıklayarak rastgele enformasyon parçalarını kolayca birleştirebilir. Televizyon da bu yolu izledi, tüketiciler kablolu TV’deki envai çeşit kanalı reklamların yaptığı gibi zaplarlar. Bir kanaldan diğerine zaplayarak farklı programları parça parça ya da ekranı her birinde farklı görüntüler yer alan parçalara bölerek birden fazla kanalı aynı anda izlemek yaygın bir davranış haline geldi. Spor müsabakalarını izlemek de benzer bir biçimde yaygın bir yöntem halini aldı, böylece izleyici hiçbir önemli olayı kaçırmıyor. TiVo ve benzeri kişisel kayıt teknolojileri, izleyicilere reklamları tümünden atlama olanağı verdiğinden, film ve yayınlarda ürün yerleştirme uygulamasının yaygınlaştığını gözluyoruz. Reklamcılar neyin reklam, neyin program olduğunu belirleyen sınırları belirsizleştirmeye çalışıyor. Örneğin *America’s Next Top Model* isimli programda, yarışmacıların yerine getirmesi gereken görevlerden biri Cover Girl kozmetiğin reklam panosunu vurmaktır. Bu bölümü izlediğinizde, model adaylarının objektife bakarak “Easy, breeze, beautiful Cover Girl” [Kolay, canlı, güzel Cover Girl] sloganını biteviye tekrar edişlerini de izlemek zorundasınız. Programı izlerken aynı zamanda bir reklamı izlemekteyiz. Trans-estetikleşmiş bir kültürde eğlence ve reklam adamakıllı iç içe geçmişken uzaktan kumandaya sahip olmak pek güç veriyor gibi görünmüyor.

Moda

Kıyafet ve süslemeler antik zamanlardan beri bizimle olsalar da, Baudrillard'ın çalışmalarının imaj kültürü incelemelerine katkısı, modanın görünüm ve baştan çıkarma işlevi konusundadır. Moda endüstrisi büyük ölçüde modern bir olgu, ortaya çıkışı on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyılın artan sanayileşme ve ticari yayılma dönemine denk gelir (Wilson 1985, s. 67-90). Yirminci yüzyıldaki teknolojik ilerlemeler kitle-ölçekli üretimi ve kitle medyasını teşvik ederken, bildiğimiz anlamda modayı da şekillendirdi (Breward 1995, s. 182-183). Baudrillard da işte bu bağlamda, tıpkı sanat gibi modanın da anlamın artık maddi nesnelerde değil işaretletin birbirleriyle ilişkisinde bulunacağı mutlak işaret değiş tokuşu alanına girdiğini gözlemler. Bu ise Baudrillard'ın yöntemini modaya dair diğer sosyolojik yaklaşımlardan ayırır. Thorstein Veblen gibi bir kuramcı için zenginlik kılık-kıyafet yoluyla sergilenir. Aşırı süslü giyim bir “gösterişçi tüketim” göstergesidir, giyene toplumsal itibar kazandırır. Georg Simmel bir kişinin hem kim olduğunu hem de kim *olmadığını* göstermek yoluyla modanın gruplar arasındaki sınırları çizmek için kullanıldığını ileri sürer. Ayrıca bir grubun üyelerine sınıflar hiyerarşisi içinde bir diğerinin giyiminin taklit etme, böylece statü edinme olanağı verir.²⁴ Baudrillard'ın modaya yaklaşımına belki de en yakın olan, Roland Barthes'in modayı bir tür dil olarak kurgulamasıdır, ancak Baudrillard moda hakkında kapsamlı şekilde yazmaya başladığında artık modayı sadece semiyotikle sınırlı görmez (Barthes, 1967/1983).

Sanat ve görsel kültür disiplinlerindeki literatür, daha çok moda fotoğrafçılığı ve reklamcılık alanlarına odaklanmıştır. Bu literatürün bir kısmı psikanalitik bir yaklaşım benimseyerek moda imajlarını fetişizm, arzu ve bakış kavramları üzerinden okur.²⁵ Ayrıca imaj ve görünümle- rin, belirli beden ve kimliklerin anlamının inşasında ve sürdürülme- sinde nasıl bir rol oynadıklarını araştırmaya yönelir. Moda dergilerinin belirli ırk ve toplumsal cinsiyet kalıplarını yaydığı savı bunun bir örne-

24- Modaya ilişkin sosyolojik teorilere genel bir giriş metni olarak Peter Carrigan'ın *The Sociology of Consumption* (1997) kitabım öneririm.

25- Örnek olarak bakınız: Rosetta Brookes (1992) “Fashion photography: the double page spread: Helmut Newton, Guy Bourdin and Deborah Turberville”; Jennifer Craik (1994) *The Face of Fashion: Cultural studies in fashion*, 4. Bölüm; Valerie Steele (1996) *Fetish: Fashion, Sex and Power*.

ğidir. Afrika kökenli Amerikalı basketbolcu LeBron James'i, gülümsemekte olan sarışın süper model Gisele Bündchen'in beline kolunu sarmış halde gösteren Vogue dergisinin Mart 2008 sayısının kapağına yöneltilen eleştirilerde bunun bir örneğini bulabiliriz. Yazılanlarda, bu imaj King Kong'un Fay Wray'i kavrayışına benzetilir, böylece siyah erkekleri hayvani, tehlikeli ve tehditkar olarak tasvir eden ırkçı kalıpları beslediği iddia edilir. Oysa Vogue kapağı bu ikonik film sahnesinin bir pastişidir (Scott, 2008).

Modadaki değişimlerin toplumsal, siyasal ortamı yansıtıp yansıtmadığı veya moda imajlarının nasıl yorumlanması gerektiği sorularından ziyade, Baudrillard'ın asıl ilgilendiği modanın bir işaret değişimi tokuş biçimi olmasıdır. Tüketim toplumunda nesnelerin işlevinden ziyade işaretiler olarak dolaşıma girme şekillerinin önemli olmasının bir örneğidir. *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*'de bu noktayı anlatmak için etek boylarının değişimini örnek verir:

Ne uzun ne de kısa eteğin tek başlarına hiçbir anlamları yoktur. Yalnızca bu iki eteği birbirinden ayıran uzunluk ölçütünün bir anlamı vardır. Mini eteğin cinsel özgürlükle hiçbir ilişkisi yoktur, uzun etek kısa etek karşılaştırması yapmanın olsa olsa modayla bir ilişkisi olabilir. Geçici değerler üreten moda her an tersine dönebilir. Örneğin, farklılık yaratma ve seçim yapma konusunda kısa etekten uzun eteğe geçişle uzun etekten kısa eteğe geçiş arasında moda açısından hiçbir fark yoktur. Eteklerin beğenilme sürecinde de hiçbir değişiklik olmayacaktır. (Baudrillard 2009a, s. 80-81)

Baudrillard'ın modaya dair en kapsamlı açıklamaları, 1976'da basılan *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm* kitabında bulunur. Douglas Kellner, Baudrillard'ın bu dönem yazdıkları için "proto-postmodernist toplumsal kuram" nitelemesini kullanır, yani modernitenin çöküşü sürecinde ortaya çıkan eğilimleri tespit etmeye çalışır ve artık postmodernizm adını verdiğimiz yeni bir safhaya geçişin haritasını çıkarır (Kellner 1989, s. 95). Bunu akılda tutarak, Baudrillard'ın moda hakkında yazdıklarında modern ve postmodern eğilimlerin izini sürebiliriz.

"Moda veya kodun masalsı dünyası" başlıklı bölümde Baudrillard, önceleri giyinmenin gücünün simgesel işlevinden kaynaklandığını anlatır. Kıyafet, ayın ve törenlerde insanlar ve gruplar arasındaki ilişkileri tesis etme rolünü oynamaktadır. Simgesel bir cetvel uyarınca giysinin takdir

edilmesinin ölçütü estetik görünüşü, yararlılığı ya da ekonomik anlamda maliyeti değildir. Bunun yerine, toplumsal ağları içinde nesnelerin dolaşımını sağlayan bir toplumsal jest anlamında simgesel değiş tokuş üzerinden işler. Bunun sonucunda, Victoria Grace'in de belirttiği gibi, sürekli verme, alma, iade etme ve bir başkasına geçirme döngüsü aracılığıyla nesneler insan ilişkilerini dönüştürecek simgesel güce sahip olurlar (Grace 2000, s. 19). Marcel Mauss ve Goerge Bataille'in "armağan" üzerine yazdıklarından etkilenen Baudrillard, simgesel düzende, değiş tokuşun biçiminin değiş tokuş edilenin kendisinden (nesne veya armağan) daha önemli olduğunu vurgular, zira bu karşılıklı değiş tokuş süreciyledir ki nesneler (örneğin giysi) önem kazanır. Baudrillard modern modanın artık bu şekilde işleyemeyeceğini söyler, çünkü metalaşma süreci içinde nesneler kendi simgesel işlevlerini kaybeder. Bir işaret olarak moda sadece bir ritüel görünümü sunabilir: "bir gösteri, bir şölen, bir harcama biçimi olarak moda" (Baudrillard 2009, s. 158). Bunun sonucu, moda sisteminin kendisinin kolektif ilişkilerin sürdürülmesinde önemli olduğu yanılsaması yaratarak aslında bu beceriden yoksun olduğunu gizlemesidir. Sonuç olarak modayı deneyimlememiz ancak geçmiş dönem tarz ve biçimlerinin bir özlem duygusuyla yeniden kullanıma sokulması aracılığıyla söz konusu olur, ki bu konuya birazdan döneceğim.

Baudrillard bize modanın, sınıfları güçlerinin yettiği süslemelere göre ayırt eden bir zenginlik ölçütü olmaktan çıktığını söyler. "Yaygın tüketim nesneleri giderek daha az toplumsal sınıf belirticisi haline gelir" gözlemini yapar (Baudrillard 2008, s. 62). Lüks bir marka olan Burberry'nin işçi sınıfı gençliği arasında tutulması bunun bir örneğidir. Burberry'nin İngiliz üst sınıfları ve A sınıfı şöhretlerle özdeşleşmiş, özgün ekose deseni "chav" diye nitelenen, tasarım markalarını ve şatafatlı takıları beysbol şapkaları ve eşofmanlar gibi sokak giyimiyle birleştiren alt sınıfın da altı gençlerin favori logosu haline geldi (McCulloch, Stewart ve Lovegreen 2006, s. 554).²⁶ Varlıklı olanlar daha ölçülü tüketim tarzlarını benimserken, sokak modasında farklı tarzların karışımı tercih ediliyor (Hebdige, 1997). Lüksün simgesi olduğu pek aşık olan Burberry, futbol holiganları ve sabun köpüğü yıldızlarla özdeşleşti. Markanın daha küçük, daha hesaplı aksesuarlarının yaygınlaşması ve sahtelerinin gerçeğinden nerdeyse ayırt edilemeyecek olması da

26- Bu konuda daha fazla bilgi için, bkz. Claire Bothwell (2005) "Burberry versus the chavs".

bunu besledi. Gerçekten de, Baudrillard da bunu söylerdi, “gerçek” ile “sahte” olanı ayırt etmek önemli değil, zira Burberry deseninin (ya da işaretin) sonuç ve etki yaratması için sadece gerçekmiş görüntüsü vermesi yeterli. Aşırı görünür olmak Burberry için bir krize neden oldu. Tüm moda markaları gibi evrensel marka tanınırlığını hedefleyerek her yerde hazır ve nazır olma çabası, markanın para kazandığı ayrıcalıklı olma özelliğinden taviz verme riskini de getiriyor.

Baudrillard söz konusu olduğunda moda, meta kültüründe göstere-nin özgürleşmesinin mükemmel bir örneğidir. Gösteren tam bir hareket serbestisine sahiptir, moda maddi dünyada bir referans noktasından bağımsız şekilde dolaşımdadır: “Moda göstergelerine özgü belirleyicilik ortadan kalktığı için, göstergelere keyfi bir şekilde karşılıklı olarak yer değiştirmek, birini diğerinin yerine koyabilmek mümkündür” (Baudrillard, 2009b, s. 152). Baudrillard ne kastettiğini göstermek için modayı daha eski trendlerin yenilendiği bir döngünün içine yerleştirir. Her sezonla birlikte bir dolu “yeni” koleksiyon çıkar, podyumlarda sergilenir ve sonrasında da moda medyasında didik didik edilir. Ancak Vogue’un Avustralya edisyonunun Mart 2008 sayısından bir alıntıda göreceğimiz üzere, bunların büyük kısmı geçmişteki tarzları hatırlatır. Parlak sayfalarda, gelecek sezona yön veren görünümler “çiçekliler”, “taze 50’ler”, “tüller”, “kapı komşusu genç”, “boudoir baby” ve “lüks hippie” diye lanse edilir. Tanıdık kesimler, kalıplar ve renklerle dolu bu vitrin de Baudrillard’ın, modern modanın her daim ve eşzamanlı olarak “hem neo hem Retro, hem modern hem de çağdışı” olabildiği savına güç katar (Baudrillard 2009b, s. 158). Farklı moda tarzlarının bir arada bulunması işaretler arasında bir oyunu da içerir, bu da neyin gerçekten özgün, belli bir tarzın kökeni olduğunu, neyin son moda olduğunu belirlemeyi güçleştirir.

Bir yandan da, nesne-işaretler kökenlerinden bağımsızlaştığında her şeyin moda olabileceği ve modanın herkes için mümkün olduğu izlenimine kapılırız. Modayı demokratikleştiren bu unsurun gerisinde yatan da modanın “evrensel bir biçim ... herkesin yaşamı içinde yoğun bir yer kaplar” olmasıdır (Baudrillard 2009b, s. 160-165). Baudrillard bunun ötesini görür, modanın yaygın şekilde uçarıklık, erişilebilirlik ve şölenle bağdaştırılmasının, modanın altkültür kuramcılarının ileri sürdüğü gibi, mevcut durumu değiştirme ve toplumsal düzeni yıkma işlevi de

görebilecek önemli bir toplumsal güç olduğu görünümünü vermekten ibaret olduğunu ileri sürer. Efrat Tseëlon'un ifadesiyle, "modanın evrensel, herkes tarafından erişilebilir bir anlamı olduğu mitini yayarak demokratikleşme yanlısaması yaratan tüketim ideolojisidir" (Tseëlon 1994, s. 119).

Katharine Hamnett'in 1980'lerde bize "Yaşamı Seç" ve "Dünyayı Kurtar" diyen protest tişörtleri Baudrillard'ın öngördüğü eğilimin bir örneğidir. Hamnett nerdeyse 20 yıl sonra, küresel çevre sorunları ve savaşların yol açtığı katliamların ardından bu tişörtleri tekrar lanse etti, tasarımlardan birinde "Moda Kurbanlarına Son" sloganı yer alıyordu.²⁷ O zamandan bu yana, Hamnett'in tişörtleri modellerin ve şöhretlerin zarif bedenlerini süsledi, onlar da moda dergilerinin sayfalarında ve şöhretler hakkındaki dedikodu sitelerinde arz-ı endam ederek bu sloganları yaydılar. Peki bu türden siyasallaşmış jestler ne kadar anlamlı? Baudrillard'a bakılırsa pek de anlamlı değil, çünkü onun gözlemine göre: "iletişim kurmayı *hedefleyen* dilin tersine moda iletişimin kendisi *olmaya* çalışmakta ve bu işi mesajdan yoksun bir anlamın sonsuza kadar sürüp gideceği bir meydan okuma oyununa dönüştürmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla verdiği estetik hazzın güzellik ya da çirkinlikle bir ilişkisi yoktur" (Baudrillard 2009b, s. 165).

Baudrillard'ın yazıları bu bakımdan modanın bir anlamı olmadığını öne sürmektedir. Postmodern zamanlara özgü moda tarzlarının çeşitliliği, herhangi bir nesnenin diğerlerine kıyasla ne ifade ettiğini anlamayı daha da zorlaştırır. Korseyi düşündüğümüzde akla pek çok çağrışım gelir -Viktorya çağı kadınların sınıfsal ayrıcalıkları ve toplumsal cinsiyet kısıtlamaları, Madonna ve kadının güçlenmesi, sado-mazoşizm ve fetiş meraklıları, gotik altkültür. İşaretler sonsuz sayıda diğer işaretlerle ilişki içinde çok sayıda anlama sahip olduğunda, anlamı artık herhangi bir yerde sabitlemek mümkün olmaz. Caroline Evans bunu gayet güzel anlatır:

Moda olan bir giysi günümüz ekonomisinde, içinde başka işaretlerin de olduğu bir işaretler ağının parçası olarak dolaşıma girer. Öncelikle bir nesne olarak var olurken mutasyona uğramış, kendisini çeşitli cetvellerde eşzamanlı işleyen, daha geniş bir ağın parçası olma kapasitesine sahip bir biçim-

27- <http://www.katharinehamnett.com>

me evrilmiştir. Önceden, örneğin bir elbise olarak var olurken, bu onun bir reklam veya moda fotoğrafı şeklinde tekil temsilinden önce gelirken, artık genellikle bedenden ve mekansallıktan yoksundur. Bu haliyle çok farklı biçimlerde, daha geniş bir ilişkiler ağı ile yayılabilir: imaj olarak, kültürel sermaye olarak, tüketim maddesi olarak, fetiş, sanat sergisi, kahvaltılık televizyonunda bir unsur, gösteri daveti ya da arşivlik bir dergi olarak. (Evans 2000, s. 96)

Sonuçta kodun unsurları sistemi aşar, öyle ki artık kendileri dışında hiçbir şeye işaret etmezler.

Bu bakımdan, bugün modanın trans-estetikleşmiş kültürde sanatın geçtiği yoldan geçtiğini söylemek mümkündür. Sanat gibi moda da her yerde mevcut olduğu yanlışlamasını yaratır, oysa her yere nüfuz edebiliyor olması “moda” kategorisinin sabitlenemeyeceği ya da sınırlanamayacağı anlamına gelir. Her şey modadır ve hiçbir şey moda değildir. Moda sanatta, sanat modada yansır. Bunun yollarından birisi bu iki alanı birleştirerek belli bir lüks markanın vizyonunu oluşturmaktır. Hermès, Cartier ve Luis Vuitton gibilerinin çağdaş sanatın sergilenmesi için ayrılmış sergi mekanları vardır. Çoğunlukla sanatçılar sınırlı sayıda ürünleri tasarlamak üzere davet edilir, Tracey Emin’in bavul markası Longchamp için tasarladığı valizler gibi. Kısa süre önce Hong Kong’da,

Fransız moda evi Chanel küresel güç oluşunu yansıtan en yeni ve iddialı Mobile Art projesini resmen tanıttı. Fütürist seyyar sanat galerisinin tasarımını, Chanel’den Karl Lagerfeld’in davetiyle Pritzker ödüllü mimar Zaha Hadid yaptı. Fiberglas panellerden inşa edilmiş, 700 metrekarelik, milyonlarca dolar değerindeki pavyonun yapımı altı ay sürdü ve dünyayı gezmesi için yedi defa parçalanıp yeniden yapılacak. (Hush, 2008)

Chanel’in internet sitesine göre²⁸, projede yirmiden fazla sanatçı yer alıyor. Sylvie Fleury, Yoko Ono, Pierre ve Gilles gibi popüler isimlerin yanında değişik mecralarda çalışan sanatçılar temsil ediliyor: fotoğraf (Stephen Shore, Nobuyoshi Araki), heykel (Loris Cecchini, Subodh Gupta), video (Tabaimo), ses (Stephan Crasneanski’den Soundwalk). Baudrillard’ın beğendiği az sayıda sanatçıdan biri olan Sophie Calle de katılımcılar arasında.

28- <http://www.chanel.com>

Sanat ve modanın kesişmesi yeni bir şey değil elbette, ancak bu türden olaylar modanın giderek diğer estetik ve ticari biçimlerden farksızlaştığını düşündürüyor. Büyük markaların reklam kampanyaları üzerinden bunu düşünebiliriz. 2004'te Chanel dikkatini sinemaya çevirdi, Nicole Kidman'ın oynadığı bir reklam (ya da kısa film) için yönetmen Baz Luhrmann ile anlaştı. Marc Jacobs'un son reklam kampanyasında şarkıcı ve ünlü "WAG" Victoria Beckham yer aldı. Bir resimde kollarını kaldırmış, sol bacağına uzatmış ve gözleri kapalı halde dans ediyor -adeta süzülüyor- gibidir. Bir diğerinde dev bir Marc Jacobs alışveriş çantasının içindedir. Marc Jacobs'un çoğu kampanyasında olduğu gibi, film yönetmenleri Harmony Korine ve Sofia Coppola, oyuncular Winona Ryder ve Charlotte Rampling, müzisyenler White Stripes'den Meg White ve Sonic Youth'dan Kim Gordon gibi indie şöhretlerin pasaklı, amatörce ve çoğunlukla çekicilikten uzak fotoğraflarının müellifi ünlü moda fotoğrafçısı Juergen Teller'dir.

Ayrıca, modanın kendi imajı da bir meta halini almıştır. Moda reklamcılığı, sadece satın alabileceğimiz bir şeylerin temsilinden ibaret değildir; dergiler, televizyon, sinema ve internet sayesinde kendi başına bir tüketim nesnesi olmuştur. İmaj aracılığıyla tüketimi tüketiriz, bunu yaparken de Guy Debord ve situasyonistlerin anladığı şekliyle, bütün dünyanın bir dizi görsel temsil halinde yeniden sergilendiği "gösteri toplumu"nun ötesine geçeriz (Debord 1967/1994, s. 98)²⁹. Reality şov örneğini kullanan Baudrillard, görsel gösteriyi tüketme sürecinde bizim imajlarla ilişkimizin değiştiğini düşünür. Gösteri toplumunda imajlar ile gerçeklik arasında bir ayrım varken (imajlar bizi gerçekliğe yabancılaştırır), hipergerçeklik çağında sadece temsil edileni değil, temsilin gerçekleştiği mecrayı da tüketiriz, böylece aralarındaki çizgi belirsizleşir. Sonuçta moda reklamcılığı, dergiler ve defileler gibi imajlar artık gerçek ile temsili olan arasında aracılık yapmaz, bizim gerçekliğimiz olur.

Farklı bir şekilde bakıldığında, Marc Jacobs'un yaptırdığı ya da önceden bahsettiğimiz Keith Richards'lı Louis Vuitton kampanyası türünden reklamlar, modayı ve onun güzellik, mükemmel bedenler ve cazibeyle özdeşleşmesini reddetme eğiliminden yararlanmaya çalışırlar.

29- Türkçesi için bkz. Guy Debord, *Tüketim Toplumu*, çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, Ayrıntı Yayınları, 4. Basım 2012. -yhn

İroniye (tam olarak tasarlanmamış Victoria Beckham resimleri) başvuru olarak, moda ikonu olmayan isimleri (mesela Keith Richards) fotoğraflayarak, moda estetiğinden kaçınarak (Teller'in fotoğrafları bir aile albümünden çıkmış gibidir), bu reklamlar gerçekten son moda olanın moda trendlerinin ötesine geçtiğini ima eder. Ancak bu tavrın kendisi bir tarz beyanıdır, her şeyin (hatta modayı reddetmenin bile) moda olduğu bir durumda yıkıcılık olasılığı zayıflar. Tüketim karşıtlığı gibi moda karşıtlığı da moda sisteminin parçasıdır ya da Baudrillard'ın ifadesiyle “modadan kaçış olanaksızdır; çünkü bizzat modanın kendisi modanın yadsınmasını bir modaya dönüştürmektedir. Bu konuda blue-jean tarihi bir örnektir” (Baudrillard 2009b, s. 174).

Modanın diğer kültürel işaretleri yutmakla kalmayıp onlardan ayırt edilemez olduğu düşüncesi Baudrillard'ın daha sonraki postmodern kuramlarının yolunu açar. Küreselleşmiş bir kültür döneminde, der Baudrillard, kot sadece bir moda unsuru olmakla kalmayıp, kültürel kimlik hakkında özgün hiçbir şeye işaret etmeyen bir tür “evrensel gayri-giysi” halini almış, Coca Cola ve McDonald's gibi küresel bir nesne olmuştur. “Kot, İnsan Haklarının ironik, postmodern bir biçimde vücuda gelişi olabilir mi?” (Baudrillard 2003a, s. 33). Modanın şöhretle aynı olması, hatta gerçek ürünlerin pek de önemli olmaması da aynı ölçüde açıklayıcıdır. Tasarım markaları elbise satışıyla geçinmez. Bir logoyla özdeşleşen itibar, üretilen elbise ve aksesuarlardan bağımsız olarak var olur. Tasarımlarının kalitesi (değişim değeri) ve işlevselliğiyle (kullanım değeri) tanımlanmaktan ziyade, bir markanın itibarının kaynağı başka ünlü isimlerle özdeşleşmesidir (işaret değeri). Bu noktada bir adım daha ileri giderek, simülasyon çağında işaretin gerisinde herhangi bir anlam olmadığını iddia edebiliriz. Anlam döngüsü içinde fotoğrafçıların, tasarımcıların, modellerin ve şöhretlerin birbirinin yerine geçirilebilir oluşu da bunu gösterir – Marc Jacobs için Kim Gordon'u fotoğraflayan Juergen Teller gider, Louis Vuitton için Keith Richards'ı fotoğraflayan Annie Leibowitz gelir. Ve bu böyle sürüp gider. Bir sonraki sezon başka bir şöhret fotoğrafçısının, başka bir kültür ikonunun ve başka bir moda evinin ismini koyabilirsiniz.

Özetleyecek olursak, Baudrillard'ın moda incelemesinden çıkarabileceğimiz şudur: Simgesel cetvel örtük olduğu içindir ki, moda masalsı, saf ve büyüleyici olur, der Baudrillard. Başka bir deyişle, modayı bu kadar

keyifli ve eğlenceli yapan, hiçbir pratik amacının olmamasıdır: “Gösterenler gözümüzün önünden akıp geçerken, gösteren defileleri anlam-sızlaşır gibidir” (Baudrillard 2009b, s. 153). Bunun bize ne söylediğine gelirsek, moda temelde görünümle ilgilidir – özgürleşme, uçarılık ve erişilebilirlik çağrışımlarıyla bizi baştan çıkarır, bir yandan da modanın bu nitelikleri tam anlamıyla aşmak ve sunmak kapasitesinden ödün veren ticari temelini gizler. Baudrillard cinsiyet kazanmış beden hakkında da benzer bir sav öne sürer. Moda bir yandan cinsiyetler arasında eşitlik yanılması yaratırken (kadınlar pantolon giyer, androjenlik hakimdir), toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin hâlâ var olduğu gerçeğini gizler.

Beden

Öyle görünüyor ki, beden de reklamcılık ve modanın geçtiği süreçten geçmiştir. İşaret olarak dolaşmaya mahkum. Baudrillard şu tespiti yapar: “Beden üretimi, ölüm üretimi, gösterge üretimi, mal üretimi gibi süreçler aynı sisteme özgü değişik biçimlerdir” (Baudrillard 2009b, s. 173). *Tüketim Toplumu*’nda, bedenin kelimenin tam anlamıyla bir tüketim nesnesi haline geldiği tespiti yapar, kadın bedeninin reklamcılık ve moda aracılığıyla nesneleştirilmeye özellikle açık olduğunu vurgular. Bedene yatırım yaparız, Baudrillard bedeni korunması gereken bir malvarlığına benzetir: “beden bir kültür varlığı gibi çekip çevrilir, düzenlenir, sayısız toplumsal statü göstergelerinden biri olarak güdümlenir” (Baudrillard 2008, s. 166). Bu şekilde düzenli bakım, diyet, spor, kişisel bakım ve güzellik rejimleri şeklini alabilir, bu da tüketim sürecinin bedene ve onun bir işaret gibi yansıtılmasına kaydığını gösterir.

Baudrillard daha sonraki metinlerinde beden hakkında yazdığında, beden “yok olmuştur”. Temsili bir ekonomide anlamın inşası ile beden imajları arasındaki ilişkiye odaklanmaktansa, bedeni bu şekilde “oku-ma” girişimlerine itiraz ederek, işaret değiş tokuşu yoluyla bedenin bir zamanlar bildiğimiz halinin nasıl dönüştüğünü incelemeyi tercih eder. Bir moda nesnesi olduğunda bedenin gücünün etkisizleştirildiğini, tüketim zorunluluğunun kaprislerine tabi olduğunu gözlemler (Baudrillard 2009b, s. 170). Tıpkı giyim tarzlarının her sezon yeniden kullanıma sokulması gibi, model bedeninin bir sezon moda olup diğer sezon olmamasında da bunu görürüz, bu da Baudrillard’ın Roland Barthes’in

moda sistemine dair düşüncelerinden hareketle yaptığı bir tespittir. Bazen moda endüstrisi “öksüzlere” meyler, bazen de heykel gibi Amazon tipi revaçta olur. Erkeklerin bedenleri de bu döngüden muaf değildir, bir dönem dar kalçalı genç erkeklere olan saplantı uçar gider, yerini önceki sezonun kaslı erkek görüntüsü alır.

Ayrıca, medyada dolaşımda olan bir dizi beden tarzını iştahla tüketiriz. *The Biggest Loser*, *What Not to Wear*, *Extreme Makeover* ve *The Next Top Model* gibi reality şov programları bize imaj halinde bedenler sunar. Tümyle maddi bir varlık olarak anlaşılan beden, giyim, egzersiz ve cerrahi aracılığıyla idealleştirilmiş bir moda bedene işaret edecek şekilde işlendikçe kaybolur. BBC, “Britanya’nın ilk engelli modeller yarışması” iddiasıyla *Britain’s Missing Top Model* başlıklı bir program bile yapmıştır (Holmwood, 2008). Programın sözcüsü geleneksel güzellik anlayışlarını sarstığını, engellilik hakkında farkındalığı arttırdığını ve kadınları güçlendirdiğini öne sürse de, Baudrillard’dan esinlenen bir mantık aksini söyler. Engelli beden bir meta-işaret olarak seferber edilmiş şekli, Baudrillard’ın girdiğimizi iddia ettiği “herkesin birer mankene dönüştüğü... vücudunu modanın oyun kuralına göre yönlendirmeye” çağrıldığı bir aşamayla uyumludur (Baudrillard 2009b, s. 169). Burada söz konusu olan engelli kadınların haklarından ziyade, bedenlerin rötuşlanmış, sanal, simüle edilmiş imajlara dönüşmesinden korktuğumuz bir zamanda, “gerçek” bedenleri kutladığı yanılsamasını yaratan bir gerçeklik ilkesine sahip çıkılmasıdır.

Baudrillard’ın hipergerçeklik döneminde beden veri olarak yeniden düzenlenmesine dair başka yazılarında başvurduğu örnekler arasında DNA, klonlama teknolojileri ve sanal gerçeklik bulunur. Bedeni, gerçeklik temelinden yoksun modellerin üretimine dayalı bir simülasyon veya gerçeklik efekti olarak görür. Bu da beden enformasyon olarak, yani önceden verili veya doğuştan gelen bir biyolojik varlıktan ziyade genetik ve ikili kodlar şeklinde deneyimlenmesini getirir. Bedenlerin klonlanması olasılığına dair de şunları söyler: “vücutla ilgili tüm bilgilere sahip olan ve bu vücudun kendi kendini kendisi aracılığıyla sonsuza dek sürdürüp götürmesini sağlayabilecek olan DNA formülünün en kusursuz protez olduğu söylenebilir – DNA formülü tarafından bakıldığında bu vücut kendine ait sayısı belirsiz seriden oluşan protezlerden ibaret bir şeydir” (Baudrillard 2013a, s. 143).

Baudrillard'ın bedene dair tespitleri genellikle yanlış anlaşılır, maddi beden artık var olmadığını söylediği düşünülür (örneğin Sobchack, 1991). Baudrillard'ın ne iddiası ne de niyeti budur. Bedeni DNA'nın veya bilgisayar kodunun sonucu olarak görmekle, ilk olarak beden anlayışımızın imajlar ve modeller dolayımıyla nasıl oluştuğunu, ikinci olarak da maddi ile sanal arasındaki ayrımı belirsizleştiren simüle edilmiş bir ortamda bunun beden açısından sonuçlarını açıklamaya çalışmaktadır.

Baudrillard'ın bedene dair gözlemlerinin hepsi, bu kitapta inceleme konusu yapılan görsellik hakkında yazdıklarının kusursuz örnekleri değildir, ancak en azından Baudrillard'ın ölümcül bir biçim olarak bedene olan merakını teslim etmek için değinilmeye değerler. Örneğin, Baudrillard obez bedeni “bedenin yok oluş tarzı” olarak düşünür (Baudrillard 1990a, s. 27). Özellikle, anormal bulunduğu bedenler çok ilgisini çeker, örnek olarak Michael Jackson, Madonna ve İtalyan porno yıldızı La Cicciolina'yı verir, çünkü bu bedenler cinsellik işaretleri arasındaki amansız bir oyun vesilesiyle cinsel farkın yok olduğu bir durumu sergilerler. Bu pop ikonları cinsiyetin genelleşmiş olduğunu gösterir, yani beden aracılığıyla deneyimlenirken, cinsiyet farkı inşa etmenin aksine bedende konumlandırılacak bir işaret veya gönderme halini alır. Dikkat çekici olan, Baudrillard'ın tabirleriyle bu “mutantlar” ya da “dönmeler”in (Baudrillard 2012a, s. 26), Baudrillard tarafından övülenleridir, ancak bunun sebebi fetiş nitelikleri ya da statükoyu ve toplumsal kabulleri sarsabilecek olmaları değil, cinsiyet kategorilerini bu şekilde karıştırmalarının devrim yerine kayıtsızlık yaratıyor olmasıdır.

Cinsel aşırılık ve kayıtsızlık eğilimini pornografik imajlarda da görürüz. Baudrillard bunları hiperseksüel cinsiyet işaretlerinin medyada dolaşımının örneği olarak değerlendirir. Pornografi bir cinsel ve cinsellik yanılsaması yaratmaz (varsayılanın aksine), çünkü imaj ile gerçeklik arasındaki çizgiyi belirsizleştirir. Başka şekilde ifade edersek, pornografide “bu, o denli yakında olan bir cinselliştir ki, kendi temsiliyle birleşir” (Baudrillard 2011a, s. 41)³⁰. “Gerçekten seks mi yapıyorlar?” diye sorarız. “Bir kamera önünde yapılan seks sahte bir seks midir?” Ya da “Böyle mi görünmesi ve *olması* gerekiyor?” Kısa sürede ilgimizi yi-

30- Çeviri biraz değiştirildi. -yhn

tiririz, tıpkı Paris Hilton'un yatak odası maskaralıklarında olduğu gibi, hayal edilecek hiçbir şey kalmaz. Baudrillard'a göre böyle olur, çünkü pornografik imajlarda her şey apaçık ve aşıkardır. Çıplak bedenin, özellikle de cinsel organların yakın çekimleri çok fazladır, fazla gerçektir, bir tür "aşırı anlanlandırma"dır. Bu nedenle Baudrillard pornografinin, her şeyi görünür kılması hasebiyle, baştan çıkarıcı değil muzır olduğunu öne sürer. Cinselliğin "hakikatine" yaklaştığı da söylenemez. Bazı durumlarda Baudrillard, pornografi terimini cinsel çağrışımların ötesine genişletir, böylece terim sadece cinsellikle bağlantılı olanları değil, tüm işaretlerin hafifmeşrepliğini anlatmak için kullanılır.

Sonuç

Baudrillard'ın genelde tüketim toplumuna, özel olarak da reklamcılık ve moda gibi görsel alanlara dair tespitlerinden, işaretlerin, markaların ve imajların güncel işleyişini anlamlandırmada nasıl yararlanabiliriz? Eğer Baudrillard'ın bize söylediği gibi, tüketim işaretlere dayalı bir toplumsal örgütlenme sistemi ise, tüketimin mantığı da işaretlerin yönlendirilmesi şeklinde anlaşılabilir. Moda gündelik yaşamın işaretler tarafından kolonileştirilmesine işaret eder. Louis Vuitton'un üst üste gelen "LV" sembolünü ya da Coco Chanel'in iç içe geçen iki C tasarımını düşünün. Her türden nesnenin üstüne yapıştırılmalarının sonucunda, bu logolar artık süsledikleri çanta, giysi, parfüm ve ayakkabılardan bağımsız olarak dolaşır oldular. Artık giyim, aksesuar ya da makyajla bile sınırlanmıyorlar. 2008 bahar/yaz sezonu için Chanel kendi bisikletini piyasaya sürdü. Kimileri bunun bir iki sezon önce piyasaya sürülen sörf tahtası, rugby topu ve tenis raketlerini çok iyi tamamladığını bile söyleyebilir. Chanel'in spor eşyaları piyasasına dalmasında da gördüğümüz gibi, markalar her şeyin içinde yer alabilen işaretler olarak bağımsız bir varlık kazandılar, fakat aynı zamanda da artık özgül hiçbir şey anlatmıyorlar.

Bu erken dönem yazılarında Baudrillard, toplumun yapılanmasının keyif ve yüzer-gezer işaretlerin yönlendirilmesiyle gerçekleştiğini öne sürer. Yani işaretler, bireyler ve gruplar arasındaki ayrımların nesne-ışaretler arasındaki farklılaştırıcı ilişkiler aracılığıyla şekillendirilmesi ni mümkün kılan kodlanmış bir anlam sisteminin parçasını oluşturur.

Bir çift Prada marka ayakkabı ya da Fairtrade kahve aldığımızda, sadece pratik amaçlarla birtakım ürünler satın almış olmayız. Birbirleriyle nesne-işaretler olarak ilişkileri yoluyla üretilen ve bu ürünlere iliştirilen toplumsal anlamı da satın almış oluruz ya da Douglas Kellner'in özetlediği şekilde,

Tüketim toplumunda tüketim, merkezi toplumsal davranış tarzı olarak üretimin yerini alır, toplumun anlaşılması ve eleştirel çözümlemeye tabi tutulması artık bu noktadan sonra mümkündür. Böylece Baudrillard tüketimi bir varoluş tarzı, çağdaş toplumda kimlik, anlam ve itibar edinmenin bir yolu olarak görür. (Kellner 1989, s. 19)

Tüketicinin denetiminde reklamlar da gerektiği şekilde yer alır, imajların tüketimi aracılığıyla bireysellik duygusunun inşasında ve toplumsal ilişkilerin üretilmesinde rol oynar.

Modaya dair sonraki gözlemlerinde Baudrillard bu pozisyonundan uzaklaşmaya başlar, modanın görünüm ve simülasyon düzeyinde işlev görme mekanizmalarını ifşa etmeye yönelir. Baudrillard'ın daha sonraki teorilerinin ışığında düşünüldüğünde, Prada ayakkabılar ve Fairtrade kahve anlam sağlamanın aksine bir işaretler ağı içinde dolaşıma girerek anlamı yok eder. Üstelik, işaretler arasındaki sonsuz oyunda hiçbir anlam ya da "derinlerde" bir değer bulunmadığını gizlemek için tüketim aracılığıyla serbest seçim ve bireysellik yanılsaması yaratan işaret-nesneler halinde dolaşıma girerler. Bedeni de bu şekilde düşünebiliriz. Bedenlerimizle özdeşleşir, kendimizi onların üstünde yansıtır, görünümümüze odaklanır ve bedenlerimizi diğer işaret-nesnelerle yaptığımız gibi yönlendiririz. Beden öylesine simüle edilmiş bir model halini alır ki, görünümün ardında bulunacak "gerçek" bir beden kalmaz. Artık işaretler haline gelmişizdir.

Reklam, moda, tüketim ve beden üzerine yazdıklarında Baudrillard toplumsal örgütlenmenin çeşitli safhalarına ışık tutar: nesnenin toplumsal ilişkilerde özgün bir rol oynadığı simgesel değiş tokuş döneminden, nesnenin değerini nasıl yapıldığı ve kullanıldığıyla ilişkilendiren daha genelleşmiş bir kullanım ve değişim değeri sistemine, sonra da işaretlerin yönlendirilmesinin farklılaştırma yoluyla anlam ürettiği işaret değerlerinin değiş tokuşuna ve nihayet işaretlerin dolaşımlarının bir anlam ve gerçeklik fazlası yarattığı, anlamlandırmanın ötesinde

mutlak simülasyon safhasına. Ancak Baudrillard bir dizi sayfayı saptamak ya da işaretlerin tüketim çağında anlam taşıyıcıları olarak nasıl işlediğine dair bir izah sunmaktan fazlasını yapar. Özellikle sonraki yazılarında, işaretlerin ve kodların görsel dilini deşifre etmekle daha az ilgilenir; her şeyin (sanat, bedenler, giyim) metalaşmasını gözlemlemeye daha fazla ilgi gösterir. Bunu bir platform ya da başlangıç noktası olarak kullanarak, izleyiciyi gerçekliğin inşası ve toplumsallığın işleyişi üzerine farklı şekillerde düşünmeye teşvik eder.

4. Bölüm

Ekranlar

Giriş

Sinema, televizyon ve görsellik alanları Baudrillard'ı uzun süre büyüledi. Bir sinema hayranı olduğunu kendisi de ifade eden Baudrillard sinematik deneyimin büyüğü çekiciliğinden bahseder, teorilerini sergilemek için sıklıkla filmlere başvurur. Ekranın şeffaflığına dair bir tespit yaparken, *Pleasantville* (1998), Woody Allen'ın *The Purple Rose of Cairo* (1985) ve Jim Carrey'nin oynadığı *The Truman Show* (1998) filmlerini tartışır (Baudrillard 2005a, s. 198-199). En bilinen kitaplarından *Simülakrlar ve Simülasyon*'da gerçeklik etkisinin işleyişini örneklemek için 1970'lerden bir felaket filmi olan *The China Syndrome* (1979) ile Francis Ford Coppola'nın savaş klasığı *Apocalypse Now* (1979) filmlerine bakar. Sonraki yazıları da, *The Piano* (1993), *Being John Malkovich* (1999) ve *Minority Report* (2002) gibi çok farklı filmlere göndermelerle doludur. Televizyon ve bilgisayar ekranları da mevzu bahis edilmeyi hak ediyor; nasıl etmezler, üstelik Baudrillard'ın Formula 1 yarışlarından, yazar Salman Rüşdi hakkındaki fetvaya, "deli dana" hastalığından satranç makinesi Deep Blue'ya her türden kültürel, toplumsal ve siyasal mevzuya dair gazeteci gözlemciliğiyle yaptığı yorumlar sayesinde zamanın ruhunu beslemekle nam saldığı hatırlanırsa.

Dur durak bilmeden değişen bir dünyada olup bitenlere yönelik bu merakıyla birlikte, ekranlarda onun bu kadar ilgisini çeken ne var? Bu bölümde Baudrillard'ın elektronik medyayla ilişkili olarak imajların rolü hakkında düşüncelerini araştırmak istiyorum. Bu bağlamda özellikle reality şovlara, ayrıca haber medyasında ve Hollywood sinemasında -ki Baudrillard'ın üzerine uzun uzun yazdığı alanlardır- savaşın tas-

vir edilmesine odaklanacağım. Bu bölümde sunulacak düşünce ve kavramlar, *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*'de yer alan "Kitle İletişim Araçları İçin Ağıt" başlıklı makale gibi en erken yazılardan, 2007'de ölümünün öncesinde terörizm ve küreselleşme üzerine yazdığı son makalelerine, Baudrillard'ın kitap ve makalelerinin pek çoğuna yayılıyor. Baudrillard'ın ekran kültürü hakkında yazdıklarını daha iyi anlamak için, kitle iletişim araçları ve iletişim teknolojilerine dair teorilerinin bazılarını incelemek faydalı olur. "Olmayan olay" ve "Gerçeğin katli" gibi kavramlarla birlikte Baudrillard'ın oy verme sürecine ilişkin yorumu da burada açıklanıyor. Baudrillard'ın elektronik medya hakkında yazdıklarını bütün veçheleriyle tek bir bölümde ele almak elbette imkansız. Yine de, önemli yazılarının seçici bir değerlendirmesinin onun ekran kültürüne yaklaşımını aydınlatmaya ve berraklaştırmaya yardımcı olacağını düşünüyorum. Televizyon, sinema ve dijital imajların görsel sanatlar açısından önemi düşünüldüğünde ekran kültürü konuyla yakından ilgilidir.

Başlangıçta, "mesaj aracın kendisidir" sloganının müellifi Marshall McLuhan'dan esinlenen Baudrillard, sinema ve televizyon gibi görsel teknolojiler insanlar arasında iletişimin merkezine yerleştğinde, bireylere ve toplumlara ne olduğunu değerlendirmek amacıyla bu önermeyi genişletir. Pozisyonunu titizlikle açıklarken şunları yazar:

TV'nin "ileti"si aktardığı imgeler değil, dayattığı yeni ilişki ve algılama tarzları, ailenin ve topluluğun geleneksel yapılarının değişimidir. Biraz daha ileriye gidilecek olursa, TV ve diğer modern iletişim araçlarından alınan, özümlenen ve "tüketilen" şu ya da bu gösteriden daha çok tüm gösterilerin potansiyelidir. (Baudrillard 2008, s. 155)

Bu yaklaşım artık gayet tanıdık geliyor olmalı, nitekim şimdiye kadar sanat, moda ve reklamcılığa dair incelemelerimizde, Baudrillard'ın diğer görsel kültür çözümlemelerine kıyasla son derece farklı olduğunu vurgulamıştık. İmajların içeriğine ve bunların yorumlanmasına odaklanmak yerine, imajların nasıl dolaştığı, ayrıca biçimleri ve çağdaş kültür üzerindeki etkileri hakkında düşünmek daha çok ilgisini çeker.

Ders notlarından hareketle hazırlanmış 1984 tarihli kitabı *The Evil Demon of Images* hariç tutulursa, Baudrillard sinemayı, iletişim tarzı bakımından televizyondan ya da bilgisayar oyunlarından farklı bir dene-

yım ya da teknoloji olarak ayrıştırmak için fazla vakit harcamaz. İlgilendiği daha çok, enformasyon çağında bu biçimler arasındaki ayrımların giderek eriyor oluşu ve bunun bizim yanılsama ve gerçeklik duygumuz açısından, özellikle de bizim bu kategorileri kurgulayışımızı desteklemekte imajların oynadığı rol bakımından ne anlama geldiğidir. Tartıştığı hareketli imajlar arasında, hitap ettikleri izleyici kitleleri, biçimsel ve uzamsal veçheleri ya da içerik açısından ne farklar olduğunu tartışmadığı için Baudrillard'ı suçlayabiliriz tabii, ama o bu biçimlerin her birinin artık gerçeklikten bağımsız olmayıp, hipergerçeklik düzenine ait olduklarını düşünmekte tutarlıdır, yani Baudrillard'a göre, televizyon, sinema ve bilgisayar ekranları bir şekilde bizim “gerçek” dünyamızdan ayrı bir gerçekliği yansıtmakla kalmaz, bizim gerçekliğimiz haline gelirler. Baudrillard'm ekrandaki imajlara dair çalışmalarındaki ortak çizgi, dünya yanılsamasına ve gerçeklikle beraber yanılsama da yok olduğunda ortaya çıkan sonuçlara dair merakıdır.

Reality Şov

June Deery, reality şovlar için “21. Yüzyılın hakim yeni TV program türü” (Deery 2004, s. 1) iddiasında bulunsa da, Baudrillard artık her yerde karşımıza çıkan bu türü daha 1980'lerde tanımlamış, kültürel önemini tartışmıştı. Dolayısıyla, Baudrillard bu konuda ilk yorumcılardan biridir. Baudrillard'ın temel savı reality şovlarının (onun tabiriyle “TV vérité”) bize başkalarının özel dünyalarından ziyade hipergerçeklik çağında televizyon ve kitle iletişim araçlarının işleyişi ve etkileri hakkında bir şeyler anlattığıdır. Bu tespitini örneklemek için, 1970'lerde yedi ay boyunca filme çekilen ve yaşamları milyonlarca Amerikalı tarafından izlenen Loud ailesini ele almıştı (Baudrillard 2013a). Sonraki yazılarında dikkatini, reality şov fenomeni *Big Brother*'ın [Biri Bizi Gözetliyor] Fransız versiyonu olan *Loft Story*'ye çevirir (özellikle bkz. Baudrillard 2005b; 2005d). Bu reality TV örneklerinde Baudrillard'ın zihnini kurcalayan, izleyicilerin son derece sıradan, çoğunlukla da sıkıcı gündelik durumları izliyor olmalarına rağmen bunca gürültü koparmalarıdır. Bunca insanın nasıl olup da başkalarının sıradan rutinlerini izlemeye kapıldığını sorgularken, bizim reality şova düşkünlüğümüze dair çeşitli teoriler üretir.

Reality şovda Baudrillard'ın özellikle dikkatini çeken taraf, izleyici ile olay ya da gözlemci ile gözlenmekte olan arasındaki ayrımların karıştırılması, karmaşılaştırılmasıdır. Önceden TV ekranından gördüğümüz resimleri oturma odalarımızda olan bitenden ayrı görürken, artık bundan o kadar da emin olamayız. Reality şovun var olması için, “Televizyon izleyicisini ekranın önüne değil (o, her zaman ekran önünde olmuştur - hatta bu onun bahanesi ve sığınağıdır), içine, haberin öte yanına çekmek gerekir” (Baudrillard 2012b, s. 45). İlginç bir hamleyle Baudrillard, reality şovun bu etkileşimli “tükenişini” Duchamps'ın *readymade*'lerine benzetir. Bir nesne veya birey bir bağlamdan çıkarılıp diğerine yerleştirildiğinde, bu aktarımla bir belirsizlik, hükümsüzlük halinin yaratılması anlamında “hepimiz *readymade* olduk” der. Duchamp'ın şişe altlığı, örneğin, bir zamanlar eşsiz ve sıradan nesnelerden farklı olduğu için yüceltilen sanatı gündelik bir şeye çevirir. Reality şov da *readymade* gibidir, çünkü önceden ayırt edilebilir olan kategoriler arasındaki ayrımı yok eder. Böylelikle imajlara kıyasla varoluşumuzu açıklamada gerçeklik kavramını gereksiz kılar, tıpkı *readymade* eserlerin gündelik bir nesneyi sanat biçimine yükselterek yararsız kılması gibi. Baudrillard izleyiciyi ekranın içine sokmanın bir gerçeklik fazlalığı yarattığını, bunun da televizyon ile gerçeklik arasındaki ayrımı karmaşıktırdığını, sonuçta televizyonun bize bir “ultra gerçeklik” sunduğunu belirtir.

Dahası, her izleyici müstakbel bir reality şov yarışmacısıdır, sırf var olduğu için *Biri Bizi Gözetliyor* programının katılımcılarında aranan nitelikleri taşımaktadır. Seyirciler “gerçek yaşamı” ekranda izlerken, birileri de şehrin meydanlarının stratejik konumlarına yerleştirilmiş kameralara bağlı kapalı devre TV ekranlarından onları alışverişte ya da havaalanında izlemektedir. Web kameraları daha da ileri gidip, gözetim araçlarını yatak odası, oturma odası gibi mahrem mekanlara sokar. Bir insanın faaliyetlerini kendi evinin mahremiyetinde belgelemeyi ve onları bilgisayar ağları üzerinde eşzamanlı paylaşmayı mümkün kılar. Bütün dünya görselleştirilebilir gibidir; sevelim ya da sevmeyelim, hepimiz müstakbel ekran yıldızları haline geliriz. Bu konuda pek söz hakkımız da yoktur. Baudrillard'ın *Kusursuz Cinayet* kitabında gözlemlediği gibi, her zaman ve her yerde, haberimiz olmaksızın görüntülenebilir olmamız bizleri oyuncular haline getirir (Baudrillard 2012b, s. 43). Hemen her zaman etrafta cep telefonlarıyla video kaydı yapıp YouTube'a

yükleyecek birileri çıkar. Google Earth gibi çevrimiçi uydu haritaları, evinizin dünyanın her yerinden bulunmasına ve izlenmesine izin verir. Çevrimiçi olabilir, milyonlarca kişi tarafından izlenebilirsiniz, ama sizin bu sanal varlığınızdaki hiç haberiniz olmayabilir. İşte varoluşumuzun bu şekilde ekranların dolayımına ihtiyaç duyar olmasıyla, televizyon ile yaşam arasındaki keskin ayrımları sorgulamaya başlarız. Reality TV, yaşamın televizyon içinde, televizyonun da yaşam içinde çözülerek erimesini gerçekleştirir (Baudrillard 2013a, s. 55).

Mesafenin bu şekilde silinişini açıklarken Baudrillard şu tespitte ısrar eder: “Artık ne ayırım, ne boş uzam, ne de yokluk var: ekrana ve görsel imaja hiç engelle karşılaşmadan girersiniz. Kendi yaşamınızı adeta bir data elbisesi gibi üstünüze geçirirsiniz” (Baudrillard 2002, s. 177). Reality şovların izlediğimiz sahneleri canlandırılmamış, senaryosuz ve doğal gösterme çabası da bu silinişi besler. Başvurduğu yöntemler, izlediğimizin bir yanılsama olduğu gerçeğini gizler. *Biri Bizi Gözetliyor* türünden programlar bunu, yapay bir kurgu izlediğimizi belli edecek unsurları gizleyerek yapar. Bu unsurların arasında aynalı duvarların ardında yarışmacının her hareketini kaydeden kameralar ya da *Biri Bizi Gözetliyor* evinde tanınmış oyuncular yerine alelade insanları kullanmak vardır. Bunun yanı sıra, bu programın yan ürünü olan *Celebrity Big Brother* bu durumu daha da karmaşık hale getirir, zira ünlü insanların mahrem anlarında izlemenin onların “gerçekte” nasıl olduklarını ifşa edeceğini ima eder. Bu türden unsurlar yaşam ile ekranın birbirinden farksız olduğu izleniminin yanı sıra, sıradan varoluştan daha iyi veya daha hakiki görünen bir aşırı görünürlük verir.

Baudrillard’ın reality şovla ilgili bir diğer tespiti de, izleyicinin izleme sürecinde yeni bir rol edindiği, bir yargıç konumuna geçtiğidir. *Biri Bizi Gözetliyor* programının Avustralya versiyonunda sunucular “karar verme gücü SİZDE” dediklerinde kastettikleri, *Biri Bizi Gözetliyor*, *Yıldızlarla Dans* ve dünya çapında yayılan *Idol* gibi TV yarışmalarında yaygın olarak kullanılan etkileşimli oy verme mekanizmalarıdır elbette. Evindeki izleyici favorilerinin kazanması, beğenmediklerinin çıkması için oy kullanarak yarışmanın sonucunun belirlenmesine katıldığına, özne ile medya arasındaki ilişki değişir. İzleyici edilgen şekilde ekranı seyretmekle kalmaz, sergilenen olaylarda programın sonucunu etkileyecek şekilde müdahil oluyor gibidir. Kimi medya analistleri bu

eğilimi alkışlar ve bunu TV izleyicilerinin tembel, tepkisiz ve ilgisiz tüketiciler değil TV izleme ritüelinin etkin katılımcıları olduğunun kanıtı olarak görürler.³¹ Farklı bir tavır alan Baudrillard, izleyici ile ekran (buna internet, bilgisayar oyunları, multimedya vs. de dahil) arasındaki artan etkileşimin aslında izleyicinin ahlaki bir yargıda bulunmasını mümkün kılacak mesafeyi azalttığını öne sürer. Etkileşim aracılığıyla izleyici artık ekranın dışında kalmaz; aksine oy verme gibi pratikler izleyici öyle bir ölçüde olaya dahil eder ki, aslında sonucunun belirlenmesinde rol oynamış olurlar. Baudrillard'ın savı şudur: "Televizyon evreni küresel gerçekliğin holografik bir detayından ibarettir. En gündelik varoluşumuza kadar, zaten deneysel bir gerçeklik durumunun içindeyiz. Büyüleyici olan kısmı da bu, içine dalma ve anlık etkileşim" (Baudrillard 2005a, s. 182).

Etkileşimli oylama gibi bir süreç, televizyonun edilgen, tepki veremeyen bir izleyiciye enformasyon aktaran tek yönlü bir iletişim biçimi olarak algılanmasını zorlaştırır da, burada vurgulanması gereken Baudrillard'ın bunun izleyicilere daha fazla güç veya faillik sunduğuna inanmadığıdır. Baudrillard'a göre televizyon üzerinden katılım, etkileşim ve medya kaynaşması vurgusu izleyicilerin medya evreninden kaçmasını daha da zorlaştırır. Aksine, kızdığımız ev sakinlerinden birinin çıkması için ne zaman kısa mesajla oy kullansak, düşüncelerimizi bir bloğa yazsak veya çevrimiçi bir ankete katılsak, iletişim teknolojilerinin içine daha fazla dalmış oluruz, öyle ki özne ve kitleler de enformasyon döngüsünün parçası haline gelirler. Bu teknolojilerin bizden derhal ilgi göstermemizi talep etmeleri Baudrillard için bir sorun teşkil eder. Kafa yormaya ya da eleştirel mesafeye fazla yer bırakmadıklarından, Baudrillard anlamlı iletişim ve diyalog sanatını yitirdiğimizi düşünür. Dolayısıyla, izleyici katılımı olarak alkışlanan etkileşimli oy verme pratiği, Baudrillard tarafından bir tür tepki olmayan tepki olarak yeniden tanımlanır.

Baudrillard seçim sisteminden bu şekilde bahsetmiş, referandum tarzı bir "evet/hayır", "katılıyorum/katılmıyorum" formatının iletişim sürecini önceden belirlenmiş tepkiler dizisi şeklinde daraltarak soyut-

31- Bu pozisyonun sergilendiği bir kaynak için, bkz. Philippe Meers ve Sofie VanBauwel (2004) "Debating *Big Brother* Belgium: framing popular media culture".

laştırdığını iddia etmiştir (Baudrillard 2009a, s. 214). Bu düşünce TV anketlerine ve oylamalarına da uygulanabilir, bunlarda yanıt verenler için yanıt önceden hazırlanmış, izleyiciye sorulan sorunun cevabı zaten sorunun içinde verilmiştir. Programın sunucusu “*Biri Bizi Gözetliyor* evinden kim çıkarılsın?” diye sorduğunda, izleyiciler sadece onlara verilen birkaç seçenek için oy kullanabilirler. Geri bildirim halihazırda mevcut bir çerçeve içinde sabitlendiğinden (evdekilerden A, B, C, vs.) farklı, anlık, özgün ya da önceden belirlenmiş bu cevaplar kümesinin dışında bir şeyler iletmeye kalkışmak imkansızdır. Bu da demektir ki, kamuoyu yoklamaları ve izleyici oylamaları türünden olaylar bireysel güçlenme ve demokrasi görünümü verirken, aslında tam tersine kayıtsızlık yaratırlar. 2. Bölümde tartıştığımız sanatın takdir edilmesi örneğinde olduğu gibi, izleyiciler bu tür yoklamaların nasıl işlediğinin farkındadır, dolayısıyla yoklamaların “artık soru sormadığı ve kitlelerin ... artık cevap vermediği” bu çağrı ve yanıt oyununda işbirliği yaparlar (Baudrillard 2002, s. 189). Her ikisi de iletişim görüntüsü altında işbirliği yapar. Bir iletişim canlandırması ya da bir yanıt simülasyonu da diyebiliriz, derseniz. Sonuçta evdekilerden A veya B’nin çıkarılması kimin umurunda ki, hiçbir önemi yok, *Biri Bizi Gözetliyor*’da değişen bir şey olmayacak. Gösteri devam etmeli. Baudrillard izleyicilerin bu tepki olmayan tepkisini, kitlelerin sistemi kendi oyununda yenmek için başvurdukları bir taktik olarak yorumlar. TV anketlerinin bize fırlattığı soru ve cevaplar ne kadar önceden belirlenmiş olursa, bizim şipşak cevaplarımız da o denli mantıksız ve rastgele olur.

Başka bir düzeyde, Baudrillard *Biri Bizi Gözetliyor* türünden reality şov programlarının her şeyi görselleştirme eğiliminin tipik örneği olduğunu düşünür – dış fırçalamanın sıradanlığından, evde kalanların gece karanlığında yataktayken aralarında geçen mahrem fısıldaşmaların gece görüşlü kameralarca kaydedilmesine dek. Tükettiğimiz sadece bu programların içeriği değildir, aynı zamanda gizli olarak algıladığımız bir gerçekliğe de erişmiş oluruz. Baudrillard bunu “zoraki görünürlük” şeklinde adlandırır, imajların zamanımızda dolaşımı açısından bunun tipik olduğunu söyler, “her şey görünür” kılındığında, “görülecek bir şey kalmadığını keşfederiz” der (Baudrillard 2003c, s. 174). Başka şekilde tanık olamayacağımız özel yaşam ayrıntılarına –çaylarını nasıl içtikleri, çıplak bedenleri, nasıl çorap giydikleri– tanık olduğumuzda *Biri Bizi Gözetliyor* yarışmacıları hakkında daha fazla bilgi edinece-

ğimizi düşünmek yanlış olur. Baudrillard’a göre tam tersi söz konusudur. Ne kadar çok görürsek, o kadar az öğreniriz. Baudrillard’ın medyanın işleyişine dair açıklamalarını benimseyecek olursak, imajın ardındaki hakikate hiç ulaşamayız, çünkü böyle bir hakikat yoktur. Baudrillard mutlak gerçekliği asla bilemeyeceğimizi söyler, çünkü reality şovun senaryosuz, dolaysız ve tümüyle şeffaf yapısı aslında ancak gerçek dünya yanılsaması sunabilecek bir “yapay mikro kozmos” ya da “insan bahçesi”dir. Sorun bunun bir yanılsama olduğunu bilmememizdir. Bilmeyiz, çünkü ekranın aşırı görünürlüğü gerçek olamayacak kadar hakiki göründüğünden yanılsama görüntüsünü de yok eder. Bir simülasyon izlemekteyiz. Ve ilk bölümden bildiğimiz üzere, hipergerçekliğin temel koşullarından biri çok fazla enformasyondur.

Baudrillard yazılarında bu fenomeni tanımlamak üzere bir dizi tabir kullandı. “Gerçeğin katli”, “sıfır derecesi”, “muzırlık” diye tabir ettiği şey bir yok oluş şeklinde cereyan eder, çünkü her şeyden fazlasıyla vardır; sıradan olandan aşıkara olana, her yerden ve her zaman karşımıza çıkan sonsuz bir imajlar geçidine boğulmuşuzdur. Bu yok oluş mefhumu, yok oluşu mevcut olmamak ya da eksik olmakla bir tutan, müstahcen kültürel unsurları genellikle sansürleyen, yasaklayan ve marjinalleştiren alışıldık düşüncelerden epey farklıdır. Baudrillard’ın dünyaya bakış açısında her şey şeffaftır, görünür kılınmıştır. Bu toplumu öyle bir noktaya iter ki, aşırı enformasyon, veri, işaret, yorum ve fikir yüklemesiyle belirginleşen bir esriklik haline ulaşılır (Baudrillard 1990a, s. 11). *Biri Bizi Gözetliyor* bize çok fazla gerçeklikle saldırır, bu da internet blogları, programın internet sitesi, internet üzerinden 24 saat canlı yayın, popüler basında, çeşitli mecralarda ve akademide sayısız köşe yazısı ve makale üretilmesi anlamına gelir. Çok sayıda mecrada, bunca imaj ve metin bombardımanına uğramak, bizi hiçbir şeyin bizim tahayyülümüze kalmadığı bir noktaya taşıma riskini içerir. Bunun sonucu gerçekten yeni durumların, yeni karşılaşmaların ve taze bakış açılarının giderek azalmasıdır. Tüm olasılıklar tüketildiğinde, tüm senaryolar hayal edildiğinde ve gerçekleştirildiğinde, gizlilik potansiyeli silinmiş olmaz. Baudrillard bu anlam fazlalığının imaja tecavüz etmeyi başardığını düşünür, çünkü imajların önceden sahip olduğu gerçekliğin gizimini ve yanılsamasını yakalama becerisi, her şeyin bize görünür kılınmasıyla birlikte yerle bir olmuştur.

Güncel TV formatlarında imaja uygulanan şiddetin savaş imajlarında da ortaya çıktığı söylenebilir. Belki de Baudrillard'ın en tartışmalı ve güncel yazıları postmodern savaş ve onun kitle iletişim araçlarındaki temsili üzerine olanlardır. Ancak Baudrillard, Körfez Savaşı ya da Dünya Ticaret Merkezi'ne düzenlenen saldırılar ve sonrasında yansıyan resimler üzerine düşünmeye başlamadan çok önce, Holokost'un görsel arşivi hakkında yazmıştı. 1970'lerde aynı isimle yayınlanan bir TV filminin etkisiyle, Baudrillard televizyonun Nazi Almanyası'nın 2. Dünya Savaşı sırasında işlediği kitlesel soykırım türünden bir olayın dehşetini hakkıyla anlatıp anlatamayacağını sorgular. Bu türden TV canlandırmalarının savaşlarda işlenen katliamların tekrarlanmasını engelleyen (görünüşe göre ekranlar haricinde) hatırlatıcı unsurlar olduğunu düşünen eleştirmenlerin aksine, Baudrillard televizyonun bu olayın ölçeğiyle uyumlu bir korku ve tikslenme yaratamayacağını savunur. Elbette izleyicilere "orada bulunma" hissi verebilir, ancak kendi oturma odalarının konforu içinde bunu bütünüyle hissetmeleri gibi bir tehlike pek yoktur (Baudrillard 2008, s. 27).

Belki daha da radikal bir tavırla, Baudrillard, Holokost'un kurgusal olarak yeniden inşasını gaz odasına benzetir. Her iki teknoloji de yaşamış deneyimleri, duyguları, hatıraları ve tarihi imha eder. Televizyon söz konusu olduğunda, bizi durumun hakikatine yaklaştırmak amacıyla olay dramatik tasvirler yoluyla yeniden şekillendirilir, ama aksi yönde bir etki yaparak bizi gerçek olaydan uzaklaştırır. Bu uzaklaşma deneyimi "sahte" imajlar ardında saklanmış, sözümona "hakikat" karşısında bir yabancılaşma değildir. Baudrillard'ın kastettiği daha çok, bunca imajın yarattığı doygunluk sonucunda hakiki olanın hangisi olduğuna karar veremez hale gelmemizdir. Holokost ve benzeri olayların bu şekilde belli bir mesafeden -hem geriye dönük olarak hem de bir imajlar deryası içinde- tüketilmesinden dolayı televizyon "cool" bir teknolojidir. Karşısı ise savaş anının, kitle iletişim araçlarının süzgeçlerinden geçtiğinden, yitirilmiş "sıcak" doğrudanlığı ve tekilliğidir (Baudrillard 2011a, s. 197).

Bir süre sonra Baudrillard, Körfez Savaşı hakkında yazdığı bir dizi tartışmalı makaleyle medyada yer alan savaş tasvirlerinin etkilerini incelemeye geri döndü. Sırasıyla "The Gulf War will not take place" [Kör-

fez savaşı olmayacak], “The Gulf War: is it really taking place?” [Körfez Savaşı: gerçekten yaşanıyor mu?] ve “The Gulf War did not take place” [Körfez Savaşı yaşanmadı] başlıklı yazıları birlikte ele alındığında, televizyondan yayılan imajların Batıda çağdaş savaşların algılanışını nasıl etkilediğine dair yararlı bir değerlendirme sunar. Daha önceki savaşlara ait haberler ve kurgusal imajlar da televizyonda gösterilmiş olsa da (yukarıda bahsedilen Holokost filmi veya Vietnam’daki, Falkland Adaları’ndaki savaşların görüntüleri gibi), üretilen canlı medya yayınlarının birçoğu açısından Körfez Savaşı benzersizdir. TV ekranlarımızda “gerçek zamanlı” resmedilen bir savaş olmuştur. Daha genel bir anlamda, Baudrillard’ın bu medya momentine tepkisi bize, imajların değişen niteliği ve dolayımlanmış bir dünyada oynadıkları role dair değerli şeyler söylemektedir. Onun, gerçekliği kavramsallaştırmada hakim olan tarzın edimsel olandan sanala doğru değiştiği düşüncesi, görsel sanat meraklılarına elektronik çağda imajların nasıl işlediğini anlamada yardımcı olur.

“Körfez Savaşı yaşanmadı” derken Baudrillard neyi kastetmektedir? Bu algının oluşumunda imajlar nasıl bir rol oynamıştır? Christopher Norris’in eleştirisini izleyerek denilebilir ki, Baudrillard bu güya “sanal” savaşta canların yitirildiği ve muazzam hasar ve yıkım yaşandığı gerçeğine gözünü kapatmaktadır. Norris, Baudrillard’ı sanal imajlara, bu imajların “arkasındaki” maddi gerçeklikten daha fazla ilgi göstermekle suçlar (Norris, 1992). Norris’in de paylaştığı genel görüş, Körfez Savaşı’nın yaşandığı şeklindedir. Gerçek insanlar ve gerçek olayları içermiştir, televizyonda verilen görüntülerin çoğu bir bilgisayar savaşını andırıyordu diye gerçekte yaşanmadığını öne sürmek saçmadır. Başka eleştirmenler, örneğin Victoria Grace (Grace, 2000), William Merrin (Merrin, 2005) ve Paul Patton (Patton, 1995), Norris’in itirazını isabetsiz bulurlar. Basitçe hiçbir şeyin yaşanmadığını söylemekten ziyade, elektronik medya ve sanal imajların sürüklediği yeni tür bir savaş gözlemlediğini söyleyerek Baudrillard’ı savunurlar.

Baudrillard günümüz medya dünyasında olup bitenin “savaşın yerine savaşın işaretlerinin konulması” olduğunun altını çizer (Baudrillard 2005c, s. 62). Savaş görselleşmiştir, yani savaş anlayışımız gerçek bir olay görüntüsü sağlamak üzere bir araya getirilmiş medya görüntülerinin filtresinden geçmektedir. Haber kanalları savaşın gerçekleşmekte

olduğunun delili olacak imajların yokluğunu ikame etmek üzere, savaş algısı yaratmak için sürekli bir “konuşan kafa” uzmanlar, grafik ve haritalar, istihbarat raporları, gece görüşlü kamerayla görüntülenmiş füze saldırıları ve kamuoyu yoklamaları akışı yayınladılar. Baudrillard açısından bu medya taktikleri, olayları oldukları haliyle aktarmaktan ziyade, bir savaş görüntüsü kurgulamaya yaradı.

Bu açıdan bakıldığında, Baudrillard’ın yaptığı savaşın yarattığı acıları görmezden gelmek değil, savaşın medya imajları aracılığıyla kurgulanmasını, bu kurgunun bizim olaya dair algımızı reddederek bizi ondan uzaklaştırmasını eleştirmektedir. Aslında Baudrillard bu görselleştirilmiş savaş biçiminin müstehcenliğini belirtmek için büyük çaba harcar. Sebep olduğu ölümler ve yıkım, yaygın şekilde haber yapılmasına rağmen, bu savaş ne küresel düzende belirgin bir değişiklik getirmiş ne de Amerikalıların, Kuveytliğin ya da Iraklıların güvenlik ve refahını sağlamıştır. Velhasıl, savaşın kendi imajının ağırlığı altında aşınması bağlamındadır ki, Baudrillard “Körfez Savaşı yaşanmadı” der. Ayrıca Baudrillard’la beraber şunu da fark etmek gerekir ki, Körfez Savaşı geçmişin savaşları gibi değildi, geçmişte ordular savaş meydanında veya havada yüz yüze gelir, savaşın ne içerdiği ve ne anlama geldiği konusunda ortak bir fikre sahip olurlardı. Savaş eskiden bildiğimiz şekilden uzaklaşmaktadır: “savaşın göstergesi yürütülüyor olması değil, soyut, elektronik ve enformasyon temelli bir uzamda kurgusal olarak açığa çıkmasıdır” (Baudrillard 1995, s. 56). Düşman belli bir mesafede, dijital bir hedef olarak belirir, bilgisayar ekranı üzerinden akıllı bombalar, ısı güdümlü füzeler ve başka cihazlarla icabına bakılır. Bu koşullar altında insan savaşın nerede gerçekleştiği ve düşmanın kim olduğu konusunda şüpheye düşer. Sanal uzamda yürütülen bir savaş, medyanın fotografik imajları kullanarak savaşın gerçekleştiğini ispatlamasını da zorlaştırır. Haber kanallarının savaş işaretlelerinden beslenmelerinin nedeni de budur. Aynı zamanda, çağdaş savaşların soyut ve belirsiz doğası savaşın ne zaman sona erdiğini fark etmeyi de zorlaştırır ki, “olmayan olay” (*non-event*) hakkındaki izleyen bölüm bunu anlatır.

Baudrillard’ın, hareketli imajların değişen niteliğini anlamada bize sunduğu en yararlı tespitlerden biri “olmayan olay” kavramıdır. Körfez Savaşı ve Irak Savaşı’nın televizyonlarda yayınlanması, Baudrillard’ın kavramlaştırdığı haliyle bu mefhumu iyi bir örnektir. Bir afet mahaline

acil yardım ekiplerinden önce varan TV muhabirleri gibi, Irak Savaşı da bu türden anları takas etti. Örneğin Bağdat'ın merkezindeki Saddam Hüseyin heykelinin devrilişini ele alalım. ABD askerlerinin destek verdiği, Iraklıların kendiliğinden gelişmiş görünen bu özgürlük jesti kayıttaki kameraların önünde olup bitti. Bu kendiliğinden ve anlık gelişen eylemin TV kameralarınca kolayca görüntülenmesi, haber medyasında tartışma konusu oldu. Bu olayın televizyonlar ve haber servisleri için sahnelenmiş olduğu iddiası gerçek olayı gölgeler hale geldi. Başka bir deyişle, televizyon artık sadece olayları bildirmez, kendi başına bir olay haline gelir - ve sonra bunu haber yapar.

Baudrillard'a göre televizyon, olayla haberin yapılışı arasındaki zamansal ve mekansal mesafeyi ortadan kaldırmaya kalkıştığında, gerçek durumun TV momenti tarafından içerilmesi, "haber ve enformasyon boşluğunda kaybolması" riskini taşır (Baudrillard 2005c, s. 122). ABD Başkanı George Bush, 2003'te Irak'ta muharebelerin bittiğini ilan ederken arkasında yer alan pankartta "MISSION ACCOMPLISHED" [Görev Tamamlandı] ifadesinin yer almasının ardından, medyada savaşın bitişine dair haberlerden ziyade, bu iddianın ne kadar doğru olduğu hakkındaki tartışmaları izledik. Hükümet ve medya tarafından sunulan enformasyonu, olayı yaratmaya -savaşın bittiğine dair görsel ve sözlü mesajlarla Irak Savaşı'nın bitmesini sağlamaya- yönelik bir çaba olarak görebiliriz. Savaşın bitişini tahmin etmekle, muhtemel sonlanışı Bush'un öncelik hakkı taşıyan mesajıyla sahnelenen bir olmayan olay haline gelir. Bu açıdan, zafer görüntüsü gerçek zaferden daha önemlidir, zira bunun görsel bir temsille tespit etmek daha zordur. Onun yerine, savaşın bitışı yıkılan Saddam Hüseyin heykeli ve "GÖREV TAMAMLANDI" pankartı gibi medya imajlarıyla öngörülmuş ve gölgelenmiştir. Baudrillard'ın burada tarif ettiği TV haberciliğiyle sınırlı bir eğilim değildir. Aracın olayları tasvir etmek yerine onları yaratmaya başladığı bu durum, reality şovlardan internet üzerinde canlı yayına, televizyon ve daha genel olarak tüm canlı yayın mecralarını etkileyen bir sorundur.

Aynı zamanda Irak Savaşı bir olmayan olaydır, çünkü Saddam Hüseyin rejiminin varlığı hiç teyit edilmeyen kitle imha silahlarını Batıya karşı kullanmasını engellemeye dayalıydı. Bunu önceden davranarak engelleme hareketi olaydan önce gelir, öyle ki "gerçekleşmemiş bir ey-

lemin gücüne dayanarak suç hiç başlamadan engellenir”, böylece olası bir olayın gerçekleşmesi önlenir (Baudrillard 2005c, s. 118). Baudrillard bu durumu örneklendirmek için Steven Spielberg’in *Minority Report* [Azınlık Raporu] filmini kullanır. Filmde polisin suçluları suç işlemlerinden önce tutuklamasına dikkat çeker. Sorun şu ki, hiç müdahale edilmese öngörülen durumun gerçekten ortaya çıkıp çıkmayacağını bilmenin imkanı yoktur. Ancak olmayan olay sadece gelecekte olacak şeyleri engellemekle ilgili bir kavram değildir, geriye dönük de işler. Düşmanı yok etmek, böylece ikiz kulelere yönelik saldırının ardından gelen aşağılanma, ölüm ve acıları ortadan kaldırmak yoluyla “11 Eylül terörizm olayını etkisiz hale getirmeyi amaçlayan” Afganistan ve Irak savaşları bu geriye dönük işleyişin örnekleridir (Baudrillard 2005c, s. 119). Bu açıklamalar gösteriyor ki, olmayan olay hiçbir şeyin olmaması durumu değil, bir şeyin hakikaten gerçekleşmeden önce gerçekleşmesini sağlamaya çalışmaktır.

Körfez, Afganistan ve Irak savaşları yukarıda özetlenen nedenlerle Baudrillard tarafından “olmayan olay” olarak kabul edilseler de, 11 Eylül’ü apayrı bir kategoriye yerleştirir. New York’taki ikiz kulelerin yıkılışını çağdaş kültürde bir “mutlak olay” olarak adlandırır, çünkü o gün yaşananlar önceden var olan anlayış çerçevelerinin dışındadır (Baudrillard 2003b). Ne tahmin edilebilir ne de öngörülebilirdi. Tek kelimayle katastrofik bir olaydı. 11 Eylül’e dair imajlar TV ekranlarımıza yansıdığı anda “acaba kaçımızın aklına ilk gelen bir sinema kanalını açtığımızı?” (McMillan ve Worth 2003, s. 120). Görmekte olduğumuz şeye başka ne anlam verebilirdik ki? Bulacağımız şey muhtemelen bu kopuş anlarının medya tarafından hızla yeniden hipergerçeklik haline sokulmasıdır. Saldırı pek çok açıdan olmayan olay tanımına denk düşer, zira dünyanın dört bir yanındaki izleyicilere anında gerçek zamanlı olarak aktarılmış, onlar da iştahla bir “imaj olayı” tüketmişlerdi. William Merrin bunu şu şekilde tarif eder:

Uçağın patlaması, bir ateş topunun oluşması ve kulenin çöküşüyle etrafa yayılan toz bulutları gibi kritik anlar ve görüntülerin sürekli tekrarlanması zamansallığı belirsizleştiriyordu: Sky News’in gereksiz yere ekleyip tadını çıkardığı “ağır çekim görüntüler çarpışmanın tüm gücünü ve dehşetini ortaya koyar...” (Merrin 2005, s. 102)

Baudrillard 11 Eylül'ün hipergerçek niteliğini tespit ederken, bir yandan da bu olayın anlaşılabilir olduğunu teslim eder, CIA'nın olası bir terörist saldırı istihbaratına sahip olduğunu, ama onların bile böyle bir şey olabileceğini tahmin edemediklerini belirtir - "Tahayyülün ötesindeydi" (Baudrillard 2005c, s. 133). Bu türden bir olay, yani bilindik referans çerçevelerimize uymayan, dünyayı algılayışımızı geri dönülmez şekilde değiştiren bir olay Baudrillard'ın tekillik olarak bahsettiği şeydir. Böyle bir olayın benzeri nasıl olur? Nasıl aşılır? Nasıl yanıt verilir? Baudrillard'ın artık mevcut olmadığını söylediği bir güçtür bu. Sanatı incelerken de yanı sıra şeyi gözlemlemiştir, zira medyanın olaysızlığı gibi, sanat da önceden olanları tekrarlamaktan başka bir şey yapmıyor gibidir.

11 Eylül sonrası filmler

Küçük ekrandaki savaş haberleri, Amerika'nın Ortadoğu'ya askeri müdahalesiyle ve bunun yansımalarının Hollywood tarafından resmedilmesiyle tamamlanır. *Courage Under Fire* (1996), *Three Kings* (1999) ve *Jarhead* (2005) gibi bir dizi Körfez Savaşı filminin ardından ABD'nin Afganistan işgaline (*Lions for Lambs* [2007]) ve en son da Irak Savaşı'na dair filmler geldi. Irak Savaşı söz konusu olduğunda, Amerikan askerlerinin sivil yaşama geri döndüklerinde ödedikleri kişisel bedellere odaklandıkları için *Home of the Brave* (2006), *Redacted* (2007), *In the Valley of Elah* (2007), *Battle for Haditha* (2007) ve *Stop-Loss* (2008) filmlerini özellikle öne çıkarabiliriz. Genel olarak bu hikayelerin anlattığı savaşın sonuçlarının sorun yarattığıdır. Filmlerin çoğu gerçek olaylara dayalıdır ve ABD'nin Irak'ı işgalinin ülkede ve ülke dışındaki başarısızlığını sergilemeyi hedefler. Savaşın bireylere, ailelere ve toplumlara verdiği hasarlar konu edilirken, küresel terörizm tehdidinin yok edilmesindeki başarısızlık tartışılır. İlginçtir, bu filmlerin pek azı ciddi başarı elde etmiş, çoğu gişe gelirlerinde zarar etmiştir. *Redacted* filminin yönetmeni Brian de Palma "Savaşı durduracak olan görüntülerdir. Eğer bu görüntüleri ve hikayeleri kitlelerin önüne getirebilirsek, işe yarayabilir" (Corliss, 2007) dese de, şimdiye kadar bu strateji pek işe yaramış görünmüyor. Ayrıca izleyici kitlesinin bu türden bir filmi algılayışını ölçüt alacak olursak, Irak'taki savaşa dair görsel aktarımlara ilgi bunların artan üretimiyle orantılı şekilde hızla azalmaktadır. 2008 "Oscar" töre-

ninin sunucusu Amerikalı komedyen Jon Stewart açılış konuşmasında bu durumu şöyle dile getiriyordu:

Şüphesiz bütün filmler *Juno* kadar başarılı olmadı. Irak savaşı hakkında yapılan filmler, kabul edelim, o kadar iyi iş yapmadı. Fakat size söyleyeyim, bu rotada kalır ve bu filmleri sinema salonlarında tutarsak işler değişebilir. İsterse 100 yıl sürsün. Irak filmlerini geri çekmek sadece izleyicileri gaza getirmeye yarar. İzleyicinin kazanmasına izin veremeyiz.

Önceki başkan George W. Bush'un başarısız ve tutulmayan savaş kararında ısrar etmesi gibi, sinema izleyicilerine durmaksızın Irak'taki savaşa dair başarısız ve tutmayan sinematik anlatımlarla saldırmak da pek taraftar kazanıyor gibi görünmüyor. Bu filmler sayesinde insanların savaşa yönelik algı ve tutumlarında gözle görülür bir değişime de rastlamıyoruz.

Bu tuhaf ironiyi nasıl anlamalıyız? Sonuçta, savaşın berbat olduğu ve müdahil olanlar için acıların savaşın bitiminden çok sonra da devam ettiği konusunda genel bir mutabakat var görünüyor. Anaakım sinema-daki başarısızlığa rağmen, bu filmler savaşın vahim etkilerini ve gerçekliklerini anlamamıza neden yardımcı olmasınlar? Baudrillard'ın her iki konuda da itiraz etmeyeceğine gayet eminim. Belki bunun izleyicinin beğenisine bağlayabilir ya da bunların "kötü" filmler olduğunu teslim edebiliriz, her ne kadar neyin "iyi", neyin "kötü" film olduğu son derece tartışmalı olsa da. Peki, ama kim "kötü" film yapmanın gişe başarısızlığıyla aynı şey olduğunu söyleyebilir? Belki de cevap, bu filmlerin seyirci çekme becerilerine dair bir yargının ötesinde bir yerdedir. Bu noktada Baudrillard'ın düşünüş tarzı yararlı olabilir, çünkü bize imajları başka bir açıdan, yani estetik, beğeni ya da eleştirel yorumların ötesinde, değerlendirebilmek için soruyu yeniden formüle etmemizi söyler (önceki bölümlerde altını çizdiğim bir nokta bu). Baudrillard'ın önerdiği, bu filmlerin "teröre karşı savaş" hakkında alternatif bir "hakikat" sunup sunmadıklarını sorgulamak ya da savaşın sıradan insanlar üzerindeki gizli etkilerini anlamada yararlı olup olmadıklarını değerlendirmek değildir. Ona göre böyle bir yaklaşım çağdaş kültürde imajların işleyişi hakkında çok az şey söyleyebilir. Oysa Baudrillard'dan esinlenen bir yaklaşım bu hareketli görüntülerin neden böylesi bir kayıtsızlıkla karşılandığını sorgular, özellikle de görüntülenen meselenin gün-

celliği ve ağırlığı düşünülürken. Baudrillard'ın teorileri şu zamanda bu filmlerin neden başarısız olduğunu açıklamamıza yardımcı olabilir.

Baudrillard'ın bu türden kayıtsızlığı açıklamak için önerdiği yollardan biri bu gruptaki filmlerin savaşın görselleştirilmesine nasıl katkı yaptıkları ve gerçekten sanala doğru bu geçişin ne tür tepkilere yol açtığı üzerine düşündürmektir. 2007'de gösterime giren, yönetmenliğini Paul Haggis'in yaptığı *In the Valley of Elah* savaşın ve travmatik sonuçlarının bir işaret olarak tüketilmesine iyi bir örnektir. Film boyunca enformasyon ve iletişim ekranlarına sürekli gönderme yapılması, film ekranının kendisinin görselleştirilmesini ya da başka bir deyişle, bir gerçeklik duygusu yaratmak üzere kullanılmasını sağlayan bir mekanizmadır. Daha en baştan, kişisel iletişim teknolojilerinin filmin anlatısının, kurgusunun ve biçiminin merkezi bir unsuru olduğu açıkça gösterilir. Gerçek olaylardan esinlendiğini iddia eden bir film için bu araçlar, izleyicinin Irak'taki savaşa, anaakım medyanın şatafat ve saptırması sonucu görünmez kılınan bir gerçekliğe dair alternatif bir anlatıma erişebildiği görüntüsünü yaratır.

Film bir takım ne olduğu belirsiz görüntülerle başlar. Parçalanmış, piksellenmiş dokusu sanki bozulmuş bir dijital dosya ya da çizilmiş bir DVD izliyoruz hissi verir. Bu görüntü filmin değişik noktalarında tekrar belirir, deşifre edilmesi gereken bir takım koşulları ima eder. Irak'ta görev yaptıktan sonra ABD'ye, evine döndükten kısa süre sonra firar eden bir askerin kayboluşu etrafında dönen filmi bu belirsizlik sürükler. Söz konusu asker Mike Deerfield'dir, açılışın hemen ardından gelen sahnede babası Hank, oğlunun kaybolduğunu telefonla haber alır. Telefonu kapatır kapatmaz Hank kayıp oğlundan haber var mı diye elektronik postalarını kontrol eder, sonra cep telefonundan oğlunu arar. Mike'tan haber yoktur. Emin olabileceğimiz tek şey, filmin Mike'ın kayboluşunun etrafındaki olayların akışını canlandırmak için cep telefonu ve bilgisayarın sanal ekranlarına dayandığıdır.

Yine ilk sahnelerden birinde, Hank'i televizyonda savaş haberlerini izlerken görürüz. Olayların kamusal versiyonu ona oğlunun deneyimleri, içine düştüğü çıkmaz ve nerede olabileceği hakkında bir şey söylemez. Emekli bir polis memuru olan Hank, meseleyi kendisi çözme ye girişir, oğlunun son görüldüğü yer olan kışladan cep telefonunu ça-

lar. Telefon tarandığında oğlunun başına neler geldiğini ortaya çıkarmaya yetecek veriyi elde edebileceğini umar. Mike'ın telefonundaki video dosyaları bozulmuştur. Teknisyen'in kurtarabildiği dosyalar eksik ve hasar görmüştür, yine de anlaşılır olan bir bölümde Amerikan askerleri Iraklı çocuklarla futbol oynarken görünmektedir. Muhtemelen Mike'ın birliğidir bu. Artık izleyici, filmin başındaki kumlu, bozuk görüntülerin Mike'ın telefonundan geldiğini anlar. Teknisyen geri kalan veriyi de düzelterip her bir dosyayı Hank'e e-postayla göndermeyi teklif eder. Biraz süre alacaktır, denir bize, böylece her bir parça Mike'ın Irak'taki deneyimlerinin bir bölümünü aydınlatırken, filmin temposu da belirlenmiş olur.

Olayı açıklığa kavuşturmak isteyen Hank, bunun için başka imajlardan, oğlunun görev süresini belgelemek için çekip anne babasına yoladığı dijital fotoğraflardan yararlanır. İpucu bulabilmek için bu “kanıtları” altüst eder, ama pek bir şey bulamaz. Oğlunu canlı bulma ümidi Mike'ın yanmış bedeninin bulunmasıyla sona erer, Hank kendisini oğlunun kömürleşmiş bedeninin adli tıpta çekilmiş fotoğraflarına bakarken bulur. Kısa sürede Hank oğlunun telefonunda yeni dijital görüntülere ulaşır, topladığı diğer kişisel belgelerle birlikte bunlar, en sonunda Irak'ta neler olup bittiğine ve oğlunun ölümüne yol açan koşullara dair gerçeğe ulaşmasını sağlar. Mike'ın Amerikan topraklarında, arkadaşı olan askerler tarafından acımasızca öldürülmüş olduğu ortaya çıkar. Ancak gerçeği ortaya çıkaran Hank intikam peşine düşmez. Mike'ın telefonu ile görüntülediği savaşın zalim gerçeklikleri Hank'e (ve izleyicilere) savaş deneyimlerinin insanları başkalarının çektiği acılar karşısında nasıl duyarsızlaştırdığını göstermiştir.

Baudrillard'ın savaşın film, filmin savaş haline gelişinin bir örneği olarak ele aldığı *Apocalypse Now* hakkındaki gözlemiyle bir benzerlik olduğuna şüphe yok. Aynı şekilde, 1979 tarihli *The China Syndrome* filmi için de Baudrillard, ekran dışındaki her şeyi “gerçek” olarak kurgulayarak gerçeklik etkisi yarattığı tespitini yapar. *In the Valley of Elah* filminde de benzer bir şeyin gerçekleştiğini görebiliriz. Dijital fotoğraflar ve video kayıtları gibi “belgesel” kanıtlardan hareketle ekran, bize olayların alternatif bir versiyonunu sunma işlevi görür. Bu farklı versiyonda sunulan savaşın etkilerine dair kişisel anlatı, ordu, siyasetçiler ve medya tarafından öne sürülen “resmi” hikayeden farklıdır. Bu

filmlerin sanallığı, bir tür kanıt teşkil edecek dijital veriler işlevi gören, böylece “hakikati” ya da savaş travmasının gerçekliğini içeriden birisinin bakış açısından sunduğunu ima eden dolaysız imajların kullanımı etrafında döner.

Üstelik kişisel iletişim teknolojilerinin sanal ekranlarının sinema ekranlarında kullanılması ve resmedilmesi, filmin bir kurgusal canlandırma olma özelliğini zayıflatıyor. Bir gerçekliği temsil etmeye, olaylara ilişkin farklı bir versiyon veya bakış açısı sunmaya girişiyor. Bunun dijital cihazlar kullanılarak yapılıyor olması önemli. Filmi yapanlar, Mike’ın deneyimlerini izleyiciye aktarmak için, geriye dönüş sahneleri gibi farklı sinematik usullere de başvurabilirdi. Askerin savaşa dair hikayesi, kendi işini kendin yap tarzı iletişim biçimleriyle görüntülediği şekliyle belgelenince, askerlerin yaşadığı ve önceden kişisel ve bilinemez kalan durumlar görünür hale geliyor. Irak’ta olup bitene dair belirsizlik ve gizemin yanı sıra Mike firar edince başına gelenler de bütünyle izleyicinin gözleri önüne serilir. Savaş, önceden şahsi olan bilgilerin etkileşimli ve sanal enformasyon teknolojileri aracılığıyla aleni kılınmasıyla anlaşılır. Cep telefonuyla kaydedilmiş videolar, e-postalar ve benzerleriyle izleyicinin savaşı içeriden yaşayan birisinin dünyasına girmesini sağlayan film, savaşın aksi halde “gizli” kalacak bir yönüne tanıklık ettiğimiz hissinin yaratır.

Bu senaryoda, filmde temsil edilen hikayeyi tüketmekle kalmayız, içeriğin temsilinde kullanılan araçları da tüketiriz. Bu filmlerin katabileceği her tür mesaj “araçların ufkunda kaybolur” (Baudrillard 1984, s. 23). Baudrillard’ın savına göre, bunun ardından imajın artık temsil ile gerçeklik arasında aracılık yapmayacağı bir durum gelir. İmajlar bizim için savaşın gerçekliği olur, onun bir temsili değil. Baudrillard’ın vardığı sonuç, imaj ile gerçeklik iç içe geçtiğinde, o gerçeklikten bir farkının kalmaması sonucunda imajın bir temsil olarak işlev görme imkanının da yok olduğudur. Irak’taki askerler için gündelik hayat sinematografik bir nitelik kazanır - mahrem deneyimleri, tahayyüle yer bırakmayan bir aşırı işaret edilme eylemi sonucunda herkesin erişimine açılır. Ekranların içinde ekranları izlemenin sonucunda savaşın getirdiği travma ve acı enformasyon olarak deneyimlenir.

Demek ki, izleyici kitlesinin bu filmlere kayıtsızlığı “savaş yorgunlu-

ğu” denilerek geçiştirilebilse de, Baudrillard’dan ilham alan bir yorum farklı bir neden olabileceğini söyler. Gerçekliğimizi yaratanın imajlar olduğunu kabul edecek olursak, bu durumu bir “imaj yorgunluğu” veya “gerçeklik yorgunluğu” şeklinde nitelememiz daha doğru olur. Eve dönen Amerikan askerlerinin hikayeleri yoluyla insanları savaşın getirdiği adaletsizliklere ikna etmek yerine, kapsayıcı sanal teknolojiler biçiminde bir gerçeklik fazlalığının asıl etkisi amaçlananın tam aksine kayıtsızlık olmuştur. Baudrillard’a göre sinema artık “büyülü bir evren” değildir, gerçeklikten farklı olmasıyla bir yanılsama hissi yaratmaz (Baudrillard 1984, s. 23). Baudrillard deneyimlemekte olduğumuz ve eziyet imajlarına dair kayıtsızlık yarattığını savunduğu “bütüncü gerçeklik” karşısında bir panzehir olarak yanılsamaya geri dönme çağrısı yapar. Yanılsamadan, hayal âleminde çıkışa geçerken, imaj eleştirel işlevini yitirmiştir. İmaja uygulanan şiddet işte budur. Bizi baş başa bıraktığı soru ise, imajın gücünü nasıl yeniden tesis edebiliriz? Ve bu acaba mümkün mü?

Screened Out

Screened Out [Filtrelenmiş] (2002) Baudrillard’ın kitaplarından birinin başlığı. Anlık ve yaygın elektronik medya çağında imajların değişen niteliği düşünüldüğünde, bence yerinde bir başlık olmuş. Her şey ekran dışında bırakıldığında imajın ve bu arada öznenin hali ne olur? Artık ekranın dışındaki “gerçeklik”ten farklı bir şey anlamında ekrandaki “temsili”den bahsedemiyorsak, bu görsel sanatlar üzerine çalışan akademisyeni, eleştirmeni ve uygulayıcıyı nereye taşır? Baudrillard bize bu ayrımların enformasyon çağında karmaşık bir hal aldığını gösterir. Ekran kültürünün farklı biçimleri hakkında yazdıkları aracılığıyla bize, kitle iletişim araçlarındaki imajların işlevini “ultra gerçeklik” üzerinden çözümlemeyi önerir. Televizyon, sinema ve bilgisayar ekranlarındaki imajları gerçekliği yansıtan veya temsil eden yanılsamalar olarak görmek yerine, Baudrillard onları gerçekliğimizin kendisi haline çevirir. Bunun bir nedeni, reality şov ve canlı haber yayını gibi anlık medya biçimlerinin, zaman, mekan ve mesafeye dair geleneksel anlayışımızı parçalamasıdır. Aktardıklarından ziyade televizyonun kendisi odak noktası haline geldiğinde, enformasyon sunma işlevini de yitirir. Bunun yerine elimizde kalan, Körfez Savaşı örneğinde olduğu gibi te-

levizyonun bir olayı inşa etmek üzere enformasyonun tanıtımını yapmasıdır.

Farklı medya biçimlerinin çakışması da bu karışıklığı desteklemiştir. *Biri Bizi Gözetliyor* örneğinde gördüğümüz üzere, programlama TV ünitesiyle sınırlı değildir. Programı günün 24 saati internet üzerinden canlı olarak yayınlanan *webcast* sayesinde de izleyebiliriz. Günlük programda çıkarılan tartışmalı olayları daha sonra YouTube üzerinde izleriz, nitekim Avustralya'daki programın altıncı sezonundaki "hindi tokatlama" olayında böyle olmuştur. Bu olayda bir kadın yarışmacı erkek yarışmacılardan biri tarafından tutulurken, diğeri cinsel organını kadının yüzüne sürter. Olay sabahın erken saatlerinde olduğu ve televizyonda verilmediği halde, canlı internet yayını izleyenler gördü, ardından internet üzerinde izlenebilir oldu, sonuçta olay TV haberleri ve diğer medya tarafından konu edilince trafik muazzam arttı. Bu olayın bize gösterdiği, eğlence için artık sadece TV ekranlarını izlemiyor olduğumuzdur. Onun yerine, reality şov yarışmacılarına dair olup bitenlerin bir saniyesini bile kaçırmamak için internete başvuruyoruz, meseleleri ve olayları takip etmek için çevrimiçi oluyor ve daha fazla enformasyon arayışıyla siteleri tarıyoruz. Bir önceki bölümde, TV programlarındaki reklam yerleştirmeleri hakkında yaptığımız tespit gibi, bu bölümde tartışılan görsel örneklerde de, televizyonla bilgisayar ekranı veya editoryal içerikle reklam içeriği arasındaki keskin ayrımlar belirsizleşince hareketli görüntüleri izleyişimizin nasıl değiştiğini görebiliyoruz.

Bu kitap boyunca, Baudrillard'ın temel kavramlarının görsellik çalışmalarına ne sunabileceğini ve yine Baudrillard'ın görsel kültürün pek çok veçhesine (örneğin televizyon, sanat ve moda) dair yorumlarına geniş çapta ve sürekli yer vererek, söz konusu alan için önemini değerlendirdim. Ancak Baudrillard'ın öneminin görsel sanatlarla sınırlı olduğunu düşünmek hata olur. Richard Smith'in Baudrillard hakkında yazılanları derlediği kapsamlı bibliyografyadan da görülebileceği üzere (Zurbrugg 1997 içinde), Fransız düşünürün çağdaş eleştirel düşünce üzerinde ciddi bir etkisi var ve siyasal, toplumsal, ekonomik, kültürel yaşamın işleyişine dair araştırmaların öncülüğünü yapan akademisyenlerin ilgisini çekmeyi sürdürüyor. Yakın tarihlerde Baudrillard üzerine akademik çalışmalara ayrılmış bir derginin -*International Journal of Baudrillard Studies*- kurulması da onu düşüncelerinin geçerliliğinin ve farklı disiplinlerde uygulama alanı bulduğunun göstergesidir.

Baudrillard'ın külliyatına dair okumaya devam etmek için yararlı olacak çok sayıda kitap var. Richard Lane'in 2000 tarihli *Jean Baudrillard* kitabı esaslı bir genel giriş sunuyor. Mike Gane (1991) ve Douglas Kellner (1998) kendi tanınmış çalışmalarında son derece farklı eleştirel değerlendirmeler sunuyorlar. Victoria Grace'in Baudrillard külliyatına dair feminist bir değerlendirmesi de -*Baudrillard's Challenge: A feminist reading*- takdire şayan, tıpkı Rex Butler'ın kitabı gibi -*Jean Baudrillard: The defence of the real* (1999). Baudrillard sahnesinde dikkat çeken diğer çalışmalar arasında Charles Levin'den *Jean Baudrillard: A study in cultural metaphysics* (1996), Gary Genosko'dan *Baudrillard and Signs: Signification ablaze* (1994) ve daha yakın tarihli olarak Paul

Hegarty'den *Jean Baudrillard: Live Theory* (2004) sayılabilir. Şüphesiz, Baudrillard'la tanışmanın en iyi yolu kendi eserlerini okumak. Onu yazdıklarından bir seçmeyi kaynakçada bulabilirsiniz.

Umut ederim ki, bu kitap okuyucuların bir anlık da olsa farklı bir Baudrillard görmelerini sağlamıştır. Aslında bizim bildiğimizi varsaydığımızdan daha az ya da çok gerçek değil; görsellik ile ilgili yazdıkları açısından onu değerlendirdiğimizde öne çıkan farklı bir canlanma -ya da simülasyon- sadece. Ancak tam onu kavradığımızı düşündüğümüz anda Baudrillard başka birisine dönüşür. Baudrillard'ı, yazdıklarıyla kültüre yeni şekillerde, farklı açılardan bakmamız için bizi iškillendiren, kışkırtan ve zorlayan bir oyuncuya benzetmek mümkün. Gözlemlediği dünyaya benzer şekilde Baudrillard'ın düşünceleri de sürekli bir hareket halindedir; bu da onu ve fikirlerini sabitlemeyi imkansız kılıyor. Elinizdeki kitap Baudrillard'ın kaçamaklı felsefesinin bir parçasını, bir süreliğine ve belli bir momentte aydınlatma yönünde mütevazı bir çabanın sonucu. Yeni muhataplar buldukça, Baudrillard'm kendi eserlerine ve dünyaya dair özgün yorumlar, yaratıcı çözümlemeler ve yeni yanıtlar üretilmesine vesile olacağına şüphem yok.

- Bal, Mieke (1996) "Reading art?", Griselda Pollock (der.) *Generations and Geographies in the Visual Arts: Feminist readings* içinde, Londra ve New York: Routledge.
- Barthes, Roland (1967/1983) *The Fashion System*, çev. Matthew Ward ve Richard Howard, New York: Hill and Wang.
- Baudrillard, Jean (1975) *The Mirror of Production*, çev. Mark Poster, New York: Telos Press.
- (1981) *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, St Louis, MO: Telos Press.
- (1983/1990) *Fatal Strategies*, çev. Philip Beitchman and W. G. J. Niesluchowski, New York ve Londra: Semiotext(e)/Pluto.
- (1984) *The Evil Demon of Images*, Sydney: Power Institute.
- (1987) "Please follow me", *Art & Text*, c. 23, no. 4.
- (1990a) *Fatal Strategies*, New York ve Londra: Semiotext(e)/Pluto.
- (1990b) *Seduction*, Basingstoke ve Londra: Macmillan.
- (1992) "Transpolitics, transsexuality, trasaesthetics", William Stearns and William Chaloupka (der.) *Jean Baudrillard: The disappearance of art and politics* içinde, New York: St Martin's Press.
- (1993a) *Symbolic Exchange and Death*, çev. Iain Hamilton Grant, Londra, Thousand Oaks, CA, New Delhi: Sage Publications.
- (1993b) *The Transparency of Evil: Essays on extreme phenomena*, çev. James Benedict, Londra ve New York: Verso.
- (1994a) *The Illusion of the End*, çev. Chris Turner, Cambridge ve Oxford: Polity Press.
- (1994b) *Simulacra and Simulation*, Michigan, MI: University of Michigan Press.
- (1995) *The Gulf War Did not Take Place*, Bloomington ve Indianapolis, IN: Indiana University Press.
- (1996a) *The Perfect Crime*, Londra ve New York: Verso.
- (1996b) *The System of Objects*, çev. James Benedict, Londra ve New York: Verso.

- (1997a) “The Art of Disappearance”, Nicholas Zurbrugg (ed.) *Jean Baudrillard: Art and artefact* içinde, Londra, Thousand Oaks, CA, New Delhi: Sage Publications.
- (1997b) “Objects, images, and the possibilities of aesthetic illusion”, Nicholas Zurbrugg (ed.) *Jean Baudrillard: Art and artefact* içinde, Londra, Thousand Oaks, CA, New Delhi: Sage Publications.
- (1998) *The Consumer Society: Myths and structures*, Londra, Thousand Oaks, CA, New Delhi: Sage Publications.
- (2000) “Photography, or the writing of light”, *CTheory*.
- (2001) *Fragments*, çev. Chris Turner, Londra ve New York: Routledge.
- (2002) *Screened Out*, Londra ve New York: Verso.
- (2003a) “The Global and the Universal”, Victoria Grace, Heather Worth ve Laurence Simmons (der.) *Baudrillard West of the Dateline* içinde, Palmerston North: Dunmore Press.
- (2003b) *The Spirit of Terrorism and Other Essays*, New York ve Londra: Verso.
- (2003c) “The Violence of the image and the violence done to the image”, Victoria Grace, Heather Worth ve Laurence Simmons (der.) *Baudrillard West of the Dateline* içinde, Palmerston North: Dunmore Press.
- (2005a) *The Conspiracy of Art*, New York ve Los Angeles: Semiotext(e).
- (2005b) “Dust breeding”, *The Conspiracy of Art* içinde, New York ve Los Angeles: Semiotext(e).
- (2005c) *The Intelligence of Evil or the Lucidity Pact*, Oxford ve New York: Berg.
- (2005d) “Telemorphosis”, *The Conspiracy of Art* içinde, New York ve Los Angeles: Semiotext(e).
- (2005e) “Violence of the virtual and integral reality”, *International Journal of Baudrillard Studies*, c. 2, no.2.
- (2005f) “War porn”, *The Conspiracy of Art* içinde, New York ve Los Angeles: Semiotext(e).
- BBC News (2007) “Warhol’s Liz Taylor sold for \$23m”, 14 Kasım (erişim 3 Mart 2008), <http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/entertainment/7092265.stm>
- Borger, Julian (2006) “Hit TV crime show helps criminals cover their tracks”, *Guardian*, 8 Şubat (erişim 29 Nisan 2008), <http://www.guardian.co.uk/media/2006/feb/08/usnews.broadcasting/print>
- Bothwell, Claire (2005) “Burberry versus the chavs”, *BBC News*, 28 Ekim (erişim 11 Mart 2008), <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/4381140.stm>
- Breward, Christopher (1995) *The Culture of Fashion*, Manchester ve New York: Manchester University Press.
- Brookes, Rosetta (1992) “Fashion photography: the double page spread: Helmut Newton, Guy Bourdin and Deborah Turberville”, Juliet Ash ve Elizabeth Wilson (der.) *Chic Thrills: A fashion reader* içinde, Londra: Pandora.
- Broude, Norma ve Mary D. Garrard (der.) (2005) *Reclaiming Female Agency: Feminist art history after postmodernism*, Berkeley, CA ve Londra: University of California Press.
- Brown, Mark (2006) “Rolling...Scorsese to direct documentary on the Stones”,

- Guardian*, 2 Kasım (erişim 15 Nisan 2008), <http://www.guardian.co.uk/uk/2006/nov/02/musicnews.film>
- (2008) “Art bucks recession fear”, *Guardian*, 6 Şubat (erişim 4 Mart 2008), <http://www.guardian.co.uk/uk/2008/feb/06/artnews.art>
- Buchloh, Benjamin H.D. (2000) *Neo-Avantgarde and Culture Industry*, Cambridge, MA ve Londra: MIT Press.
- Bunbury, Stephanie (2008) “Martin Scorsese and controlling Stones”, *Age*, 5 Nisan (erişim 15 Nisan 2008), <http://www.theage.com.au/news/film/martin-scorsese-and-controlling-stones/2008/04/03/1206851099858.html>
- Burger, Peter (1984) *Theory of the Avant-garde*, çev. Michael Shaw, Manchester: Manchester University Press.
- Butler, Rex (1999) *Jean Baudrillard: The defence of the real*, Londra, Thousand Oaks, CA, New Delhi: Sage Publications.
- (2003) “Jean Baudrillard: photographing ethics”, Victoria Grace, Heather Worth ve Laurence Simmons (der.) *Baudrillard West of the Dateline* içinde, Palmerston North: Dunmore Press.
- (2005) “Baudrillard’s light writing or photographic thought”, *International Journal of Baudrillard Studies*, c. 2, no. 1.
- Cholodenko, Alan (2004). “The Borders of our Lives”: Frederick Wiseman, Jean Baudrillard, and the question of the documentary”, *International Journal of Baudrillard Studies*, c. 1, no. 2.
- Corliss, Richard (2007) “Iraq war films focus on soldiers”, *Time*, 1 Eylül (erişim 7 Mayıs 2008), <http://www.time.com/time/arts/article/0,8599,1658403,00.html>.
- Corrigan, Peter (1997) *The Sociology of Consumption*, Londra, Thousand Oaks, CA, New Delhi: Sage Publications.
- Craik, Jennifer (1994) *The Face of Fashion: Cultural studies in fashion*, Londra ve New York: Routledge.
- Daily Mail (2008) “Rolling Stone Keith Richards takes time out from rock ‘n’ roll to model for Louis Vuitton”, 3 Mart (erişim 18 Mart 2008), http://www.dailymail.co.uk/pages/live/articles/showbiz/showbiznews.html?in_article_id=525069&in_page_id=1773.
- Debord, Guy (1967/1994) *The Society of the Spectacle*, New York: Zone Books.
- Deery, June (2004) “Reality TV as advertainment”, *Popular Communication*, c. 2, no. 1.
- Dixon, Kathleen ve Daniela Koleva (2007) “Baudrillard and history and the hyperreal on television, or some women of the global village”, *International Journal of Baudrillard Studies*, c. 4, no. 2.
- Evans, Caroline (2000) “Yesterday’s emblems and tomorrow’s commodities: the return of the repressed in fashion imagery today”, Stella Bruzzi ve Pamela Church-Gibson (der.) *Fashion Cultures: Theories, explorations and analysis* içinde, Londra ve New York: Routledge.
- Foucault, Michel (1984) “Nietzsche, genealogy, history”, *The Foucault Reader* içinde, der. P. Rabinow, Londra: Penguin.

- Frank, Arthur W. (1992) "Twin nightmares of the medical simulacrum: Jean Baudrillard and David Cronenberg", W. Stearns ve William Chaloupka (der.) *Jean Baudrillard: The disappearance of art and politics* içinde, New York: St Martin's Press.
- Gane, Mike (1991) *Baudrillard: Critical and fatal theory*, New York ve Londra: Routledge.
- Genosko, Gary (1994) *Baudrillard and Signs: Signification ablaze*, New York ve Londra: Routledge.
- Glynn, Kevin (2003) "Tele-visions of the otherworldly: the seductions of media culture", Victoria Grace, Heather Worth ve Laurence Simmons (der.) *Baudrillard West of the Dateline* içinde, Palmerston North: Dunmore Press.
- Grace, Victoria (2000) *Baudrillard's Challenge: A feminist reading*, Londra ve New York: Routledge.
- (2003) "Medical visualisation: ontological politics and paradoxes", Victoria Grace, Heather Worth ve Laurence Simmons (der.) *Baudrillard West of the Dateline* içinde, Palmerston North: Dunmore Press.
- (2007) "Orlan - Strange Attractor", *Theory and Event*, c. 10, no. 4.
- Graw, Isabelle ve Martin Carpenter (2000) mülakat, <http://ourworld.com-putserve.com/homepages/merlinicarpenter/talk.htm>
- Greenberg, Clement (1939/1961) "Avant-garde and kitsch", Clement Greenberg (der.) *Art and Culture: Critical essays* içinde, Boston: Beacon Press.
- Greer, Germaine (2008) "Through a Lens Darkly", *Age*, 2 Haziran (erişim 2 Haziran 2008), <http://www.theage.com.au/opinion/through-a-lensdarkly-20080601-2kgo.html?page=-1>
- HBO (t.y.) *Sex and the City* section, HBO website, (erişim 13-15 Nisan 2008), <http://www.hbo.com/city>
- Hebdige, Dick (1997) *Subculture: The meaning of style*, Londra and New York: Routledge.
- Hegarty, Paul (2004) *Jean Baudrillard: Live theory*, Londra ve New York: Continuum.
- Holmwood, Leigh (2008) "TV show searches for disabled model", *Guardian*, 5 Mart (erişim 18 Mart 2008), <http://www.guardian.co.uk/media/2008/mar/05/bbc.television1?gusrc=rss&feed=media>
- Hush, Kellie (2008) "Art in the bag", *Age*, 6 Mart (erişim 10 Mart 2008), <http://www.theage.com.au/articles/2008/03/05/1204402517811.html>
- Jameson, Fredric (1991) *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, NC: Duke University Press.
- Jermyn, Deborah (2007) *Crime Watching: Investigating real crime TV*, Londra ve New York: I.B. Tauris.
- Jinman, Richard (2008) "Traces of Banksy worth a motza", *Sydney Morning Herald*, 16 Ocak (erişim 4 Mart 2008), <http://www.smh.com.au/articles/2008/01/15/1200159448644.html>
- Kellner, Douglas (t.y.) "Jean Baudrillard and art" (erişim 6 Mart 2008), <http://209.85.173.104/search?q=cache:OZRV66xcBBAJ:www.gseis.ucla>

- edu/faculty/kellner/ssays/baudrillardandart.pdf+Baudrillard+art&hl=en&ct=clnk&cd=1&client=safari
- (1989) *Jean Baudrillard: From Marxism to postmodernism and beyond*, Oxford: Polity Press.
- Landesman, Cosmo (2008) "Shine a light", *Sunday Times*, 13 Nisan (erişim 15 Nisan 2008), http://entertainment.timesonline.co.uk/tol/arts_and_entertainment/film/film_review/article3720858.ece
- Lane, Richard (2000) *Jean Baudrillard*, Londra ve New York: Routledge.
- Lawrence, Will (2008) "Martin Scorsese and Rolling Stones on the making of shine a light", *Times*, 22 Mart (erişim 15 Nisan 2008), http://entertainment.timesonline.co.uk/tol/arts_and_entertainment/film/article3576763.ece
- Levin, Charles (1996) *Jean Baudrillard: A study in cultural metaphysics*, Londra ve New York: Prentice Hall.
- Luke, Timothy W. (1994) "Aesthetic production and cultural politics: Baudrillard and contemporary art", Douglas Kellner (der.) *Baudrillard: A critical reader* içinde, Oxford ve Cambridge: Blackwell.
- McCulloch, Ken, Alexis Stewart ve Nick Lovegreen (2006) "'We just hang out together': youth cultures and social class", *Journal of Youth Studies*, c. 9, no. 4.
- McMillan, Karen ve Heather Worth (2003) "In dreams: Baudrillard, Derrida and September 11", Victoria Grace, Heather Worth ve Laurence Simmons (der.) *Baudrillard West of the Dateline* içinde, Palmerston North: Dunmore Press.
- Meers, Philippe ve Sofie VanBauwel (2004) "Debating Big Brother Belgium: framing popular media culture", E. Mathijs ve Janet Jones (der.) *Big Brother International: Formats, critics and publics* içinde, Londra ve New York: Wallflower Press.
- Merrin, William (2005) *Baudrillard and the Media: A critical introduction*, Cambridge: Polity Press.
- Nead, Lynn (1987) "The Magdalen in modern times: the mythology of the fallen woman in Pre-Raphaelite painting", Rosemary Betterton (der.) *Looking On* içinde, Londra, Boston, Sydney, Wellington: Pandora.
- Norris, Christopher (1992) *Uncritical Theory: Postmodernism, intellectuals and the Gulf War*, Londra: Lawrence and Wishart.
- Patton, Paul (1995) "Introduction", *The Gulf War did not Take Place* içinde, Bloomington ve Indianapolis: Indiana UP.
- Pollock, Griselda (1988) *Vision and Difference: Femininity, feminism and histories of art*, Londra ve New York: Routledge.
- Poster, Mark (2004) "Consumption and digital commodities in the everyday", *Cultural Studies*, c. 18, nos 2/3.
- (2006) *Information Please: Culture and politics in the age of digital machines*, Durham, NC ve Londra: Duke University Press.
- Reuters (2008) "Scorsese's Rolling Stones film set for US release", *Age*, 1 Nisan (erişim 15 Nisan 2008), <http://www.theage.com.au/news/film/scorseses-rolling-stones-film-set-for-us-release/2008/03/31/1206850798309.html>

- Rincon, Paul (2005) "CSI shows give 'unrealistic view'", *BBC News*, 21 Şubat (erişim 29 Nisan 2008), <http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/1/hi/sci/tech/4284335.stm>
- Rojek, Chris ve Bryan S. Turner (der.) (1993) *Forget Baudrillard?*, Londra ve New York, Routledge.
- Rubenstein, Diane (1992) "The anxiety of affluence: Baudrillard and sci-fi movies of the Reagan era", William Stearns ve William Chaloupka (der.) *Jean Baudrillard: The disappearance of art and politics* içinde, New York: St Martin's Press.
- Ruscoe, Kim (2008) "Bail for man charged with killing tagger", *Stuff*, 22 Şubat (erişim 4 Mart 2008), <http://www.stuff.co.nz/4411228a10.html>
- Sassatelli, Roberta (2006) "Virtue, responsibility and consumer choice: framing critical consumerism", John Brewer ve Frank Trentmann (der.) *Consuming Cultures, Global Perspectives: Historical trajectories, transnational exchanges* içinde, Oxford ve New York: Berg.
- Scott, Megan K. (2008) "LeBron James Vogue cover criticized", *Associated Press*, 24 Mart (erişim 31 Mart 2008), <http://sports.yahoo.com/nba/news?slug=ap-voguecover&prov=ap&type=lgns>
- Slater, Don (1997) *Consumer Culture and Modernity*, Cambridge ve Oxford: Polity Press.
- Sobchack, Vivian (1991) "In response to Baudrillard: Baudrillard's obscenity", *Science-Fiction Studies*, c. 18, no. 3.
- Steele, Valerie (1996) *Fetish: Fashion, sex and power*, New York: Oxford University Press.
- Stuff (2008) "Glacier tagger gets frosty treatment", 26 Şubat (erişim 4 Mart 2008), <http://www.stuff.co.nz/4411228a10.html>
- Toffoletti, Kim (2003) "Imagining the posthuman: Patricia Piccinini and the art of simulation", *Outskirts: Feminisms Along the Edge*, no.11.
- Tseëlon, Efrat (1994) "Fashion and signification in Baudrillard", Douglas Kellner (der.) *Baudrillard: A critical reader* içinde, Oxford ve Cambridge: Blackwell.
- Wilson, Ashleigh ve Sanna Trad (2008) "Police put Bill Henson child pornography charges to DPP", *Australian*, 31 Mayıs (erişim 4 Haziran 2008), <http://www.theaustralian.news.com.au/story/0,,23786367-16947,00.html>
- Wilson, Elizabeth (1985) *Adorned in Dreams: Fashion and modernity*, Berkeley, CA: University of California Press.
- Zurbrugg, Nicholas (1994) "Baudrillard, modernism, and postmodernism", Douglas Kellner (der.) *Baudrillard: A critical reader* içinde, Oxford ve Cambridge: Blackwell.
- (der.) (1997) *Jean Baudrillard: Art and artefact*, Londra, Thousand Oaks, CA, New Delhi: Sage Publications.

Kitapta yer alan çeviriler:

- (2008) *Tüketim Toplumu*, çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, 3. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2009a) *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, çev. Oğuz Adanır, Ali Bilgin, 1. baskı, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- (2009b) *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, çev. Oğuz Adanır, gözden geçirilmiş 2. baskı, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- (2010) *Sanat Komplosu*, çev. Elçin Gen, Işık Ergüden, 1. baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- (2011a) *Baştan Çıkarma Üzerine*, çev. Ayşegül Sönmezay, 2. baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2011b) *Çaresiz Stratejiler*, çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- (2011c) *Nesneler Sistemi*, çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- (2012a) *Kötülüğün Şeffaflığı*, çev. Işık Ergüden, 4. baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2012b) *Kusursuz Cinayet*, çev. Necmettin Sevil, 2. baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2013a) *Simülakrlar ve Simülasyon*, çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- (2013b) *Üretimin Aynası ya da Tarihi Materyalist Eleştiri Yanılsaması*, çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları. (1998, 1. baskı, Dokuz Eylül Yayınları.)

Kitapta Geçmeyen Türkçe Çevirileri:

- (1996) *Amerika*, çev. Yaşar Avunç, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2002) *Cool Anılar III- IV (1990 - 2000)*, çev. Yaşar Avunç, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2005) *Anahtar Sözcükler*, çev. Oğuz Adanır ve Leyla Yıldırım, İstanbul: Paragraf Yayınları.

- (2005) *Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği*, çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- (2006) *Cool Anılar V (2000 - 2004)*, çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2012) *İmkansız Takas*, çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2012) *Karnaval ve Yamyam*, çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- (2012) *Neden Her Şey Hâlâ Yok Olup Gitmedi?* çev. Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- (2013) *Foucault'yu Unutmak*, çev. Oğuz Adanır, Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- (2014) *Cool Anılar I- II (1980 - 1990)*, çev. Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.



“Çağdaş Düşünörlere Yeni Bir Bakış” serisi büyük düşünörlerin fikirlerini, görsel sanatlar, filmler, televizyon programları, mimarlık, moda ve hatta bilgisayar oyunlarından örneklerle gözler önüne seriyor...

Yeni Bir Bakışla Heidegger

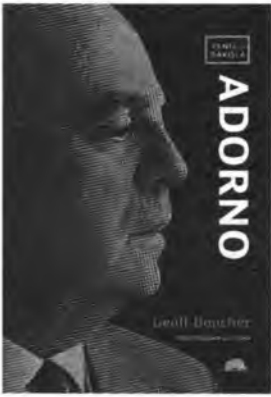
Barbara Bolt

Türkçesi: Murat Özbek

Heidegger söz konusu olduğunda, genel olarak onun okunması ve anlaşılması çok zor metinler kaleme aldığı görüşü hakimdir. İşte Barbara Bolt’un bu kitabı Heidegger’e ilgi duyan okurun bu güçlüğü aşmasına yardımcı olacak **özgün bir rehber** niteliği taşıyor.

Yazar başta sanatçılar ve sanat öğrencileri olmak üzere, sanat ve felsefe ile ilgilenen herkesin onun bakış açısını anlayabileceği bir okuma olanağı sunuyor. Barbara Bolt, Heidegger’in en ünlü çalışması *Varlık ve Zaman* da dahil olmak üzere, felsefecinin sanata ilişkin en önemli metinlerinin yakın bir okumasını sunarak, günümüzdeki sanat ve sanat endüstrisine nasıl eleştirel bir noktadan yaklaştığını görmemizi sağlıyor. Bunu da Sophie Calle, Anish Cooper ve Anselm Kiefer gibi uluslararası sanatçıların işleri üzerinden yapıyor.

Barbara Bolt, Melbourne Üniversitesi Victorian College of the Arts and Music’te dekan yardımcılığı görevini sürdürüyor. Aynı zamanda kendisi de sanatçı olan yazarın diğer kitapları arasında, *Art Beyond Representation: The Performative Power of the Image* (Tasvirin Ötesindeki Sanat: İmajın Edimsel Gücü - I.B. Tauris, 2004) ve *Practice as Research: Approaches to Creative Arts Enquiry* (Araştırma olarak Pratik: Yaratıcı Sanat İncelemelerine Giriş - I.B. Tauris, 2007) bulunuyor.



“Çağdaş Düşünörlere Yeni Bir Bakış” serisi büyük düşünörlerin fikirlerini, görsel sanatlar, filmler, televizyon programları, mimarlık, moda ve hatta bilgisayar oyunlarından örneklerle gözler önüne seriyor...

Yeni Bir Bakışla Adorno

Geoff Boucher

Türkçesi: Yetkin Başkavak

Yeni Bir Bakışla Adorno 20. yüzyılın iki büyük bestecisi Stravinski ve Schönberg’in müziğine, Kandinski’nin tekil sanat eserlerine getirdiği farklı okumalardan hareketle, Adorno’nun diyalektik felsefesine, umut ilkesine ve otonom sanat, kültür endüstrisi, faşizm, sahicilik jargonu, mimesis üzerine düşöncelerine bütönlöklö bir yaklaşım geliştiriyor; onu “Frankfurt Okulu’nun kasvetli diyalektikçisi” yaftasından kurtararak yeni bir bakışla ütopyacı bir düşünörl olarak anlatıyor, çokuluslu eğlence şirketlerinin dünyası için uysallaştırmaksızın, hakkındaki yaygın sefil elitist imgesini sorguluyor.

Bu kitap 20. yüzyılda modernist sanatın, siyasal ve estetik açılardan radikal bir çıkış olduğunu savunan Adorno’nun tartışma yaratmış, önlö bir retorik olmaktan öte çağın huzursuzluğunu dile getiren “Auschwitz’ten sonra şiir yazmak barbarlıktır” sözünü bugün bir kez daha düşünmeye vesile oluyor.

Geoff Boucher *Yeni Bir Bakışla Adorno*’da, 20. yüzyılın en önemli düşünörllerinden Theodor W. Adorno’nun *Minima Moralia*, *Negatif Diyalektik* adlı başyapıtlarının yanı sıra Max Horkheimer’le birlikte kaleme aldığı *Aydınlanmanın Diyalektiği*’ni ve düşöncesinin bütönlö içinde çok önemli bir yere sahip *Modern Müziğin Felsefesi*’ni de merkeze taşıyor.



“Çağdaş Düşünörlere Yeni Bir Bakış” serisi büyük düşünörlerin fikirlerini, görsel sanatlar, filmler, televizyon programları, mimarlık, moda ve hatta bilgisayar oyunlarından örneklerle gözler önüne seriyor...

Yeni Bir Bakışla Deleuze

Damian Sutton, David Martin-Jones

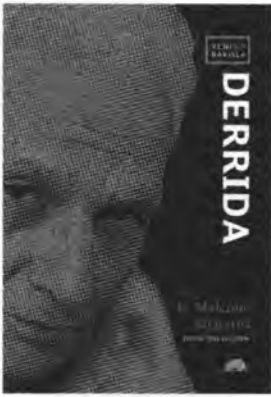
Türkçesi: Yetkin Başkavak, Murat Özbank

“Deleuze’ün çalışması inşası süren bir diyalog, fikirlerin sürekli yeniden çerçeveslendiği, yeniden sınındığı ve yeni baştan sorgulandığı bir tartışma olarak felsefeye inancın ifadesidir.”

Yeni Bir Bakışla Deleuze, Deleuze düşüncesinin çok katmanlı gövdesini açığa çıkarmak için basit çözümlere başvurmaktan uzak duruyor; bunun yerine söz konusu katmanların sanat, film, TV dizileri ve hatta bilgisayar oyunlarına, yani yeni dünyayı çevreleyen mekanizmalara verdiği cevapları yorumluyor.

Damian Sutton ve David Martin-Jones’un *Eternal Sunshine of the Spotless Mind*’dan *The Cell*’e, *Pac Man*’den *Lost*’a, *Doctor Who*’dan Kafka okumasına kadar birçok farklı örnek üzerinden Deleuze’ün yersiz yurtsuzlaştırma, köksap, oluş, süre gibi temel kavramlarını ele alma biçimleri sayesinde “Deleuzecü siyaset diye bir şey var mıdır?” sorusu da yeniden canlanıyor.

Birbirinden çok farklı disiplinler bağlamında sürekli yeniden ele alınması gereken Deleuze düşüncesi, bilhassa görsel sanatlardaki yansımaları açısından kültür eleştirisini mümkün kılan yorumlama biçiminin bir örneği olarak karşımıza çıkıyor.



“Çağdaş Düşünörlere Yeni Bir Bakış” serisi büyük düşünörlerin fikirlerini, görsel sanatlar, filmler, televizyon programları, mimarlık, moda ve hatta bilgisayar oyunlarından örneklerle gözler önüne seriyor...

Yeni Bir Bakışla Derrida

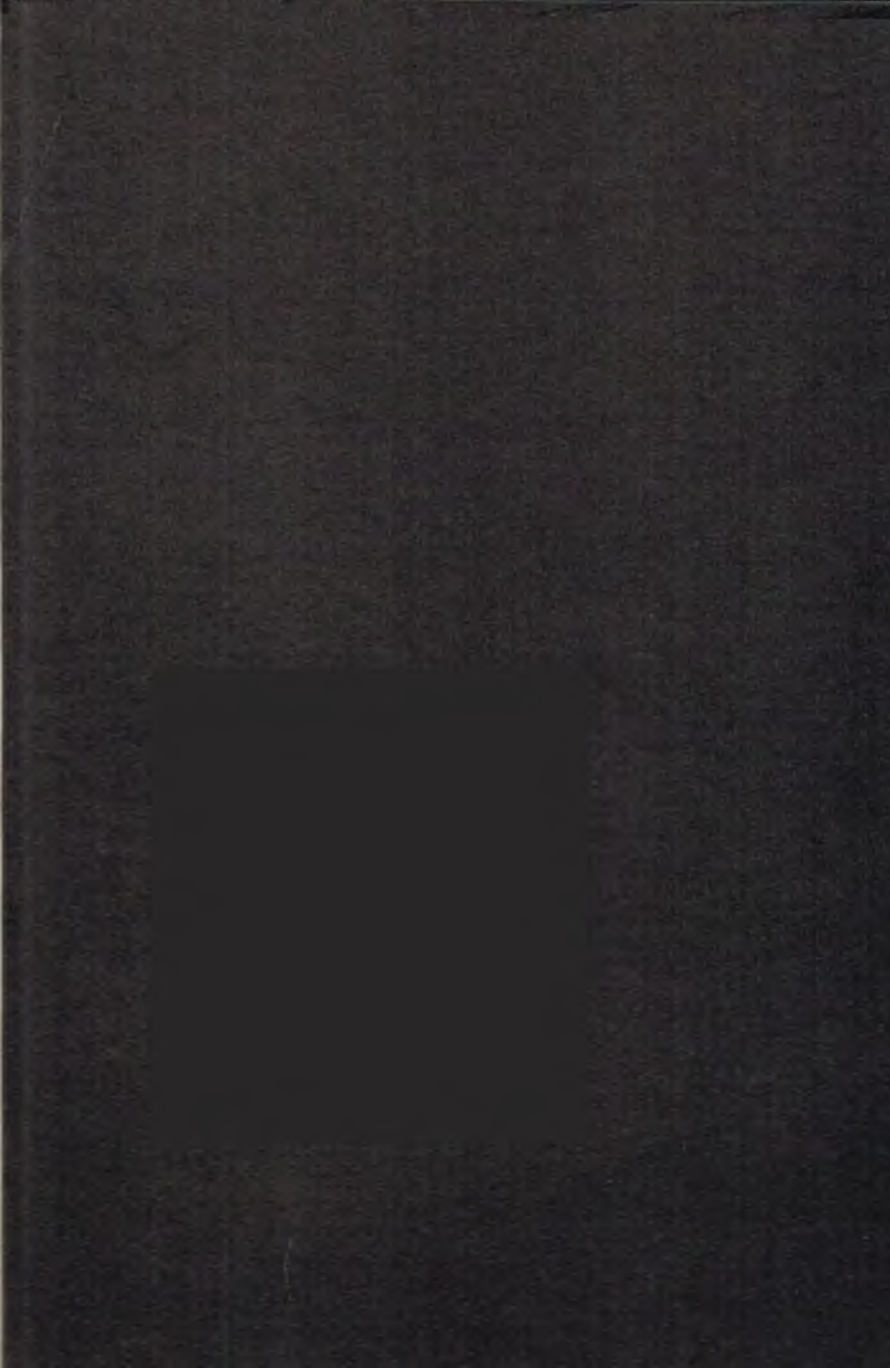
K. Malcom Richards

Türkçesi: Zeynep Talay

Hiç kuşkusuz, Derrida düşüncesinin merkezinde metafiziğin yapıbozumu yer alır. Söz konusu olan, konuşmayı yazıya üstün tutan (sözmerkezci) hakim metafizik anlayışın yapıbozumudur ve Derrida “yazı”yı yeniden düşünmekle anlamın, yasanın, Benliğin, otoritenin, hakikatin, yani aslında tüm ihtişamlı yapıların nasıl inşa edildiğini sorgular. İhtişamın tersine yıkıntıya, tüm bu yapılarda mündemiç faniliğe dikkat çeker.

“Yeni Bir Bakışla” serisinin dördüncü kitabı *Yeni Bir Bakışla Derrida* merkezine aldığı yapıbozum yöntemini, yapısalcılık ve post-yapısalcılık tartışması bağlamında Derrida’nın Fransızca “fark” ve “erteleme” terimlerinden türettiği *différance*, Kant’ın *Yargı Yetisinin Eleştirisi*’nden ödünç aldığı parergon ve écriture kavramlarıyla birlikte ele alıyor.

Yeni Bir Bakışla Derrida, yapıbozum yöntemi içerisinde birbiriyle bağlantılı tüm bu kavramlar üzerinden Derrida düşüncesinin, hem Batı felsefe geleneğiyle hem de mimariden moda tasarımına, resimden sinemaya, grafik romandan fotoğrafa, sanatın çeşitli dallarıyla kurduğu eleştirel diyalogu ortaya çıkarıyor, çetrefilli Derrida düşüncesini sade bir dille okurlara aktarıyor.



ÇAĞDAŞ
DÜŞÜNÜRLERE
YENİ BİR BAKIŞ

BAUDRILLARD

Yeni Bir Bakışla Baudrillard bugün görsel sanatlar ve kültür alanında Baudrillard'ın nasıl bir yer işgal ettiğini temsilin doğası nedir sorusunu merkeze alarak sorguluyor. Buna yanıt ararken de dört tema –imaj, sanat, tüketim ve ekranlar– üzerinden Baudrillard'ın külliyatında öne çıkan bazı fikirler ile günümüzün imaja doymuş dünyasında yüzeyselliğin ve görünüşlerin hakimiyetindeki sinema, televizyon, fotoğraf, pornografi, reklam, moda, reality şovlar ve internete imajların rolünü nasıl gördüğünü, sanatın rolü ve işlevine dair ne söylediğini ve son olarak da Baudrillard'ın belki de en tartışmalı ve güncel yazılarının konusunu oluşturan postmodern savaş ve onun kitle medyasındaki temsiline dair analizlerini ele alıyor.

İşaretlerin, imajların rolünü ve önemini hesaba katan bir tüketim teorisi geliştiren ilk düşünürlerden biri olan Baudrillard'ın düşünceleri Kim Toffoletti'nin bu ufuk açıcı kitabında yeniden ele alınıyor, işleniyor, sorgulanıyor ve arahksız olarak Baudrillard'ın şu sözü yankılanıyor: “Her şey görünür kılındığında, görülecek bir şey kalmadığını keşfederiz.”

**“Çağdaş Düşünürlere Yeni Bir Bakış” serisi
büyük düşünürlerin fikirlerini, görsel sanatlar,
filmler, televizyon programları, mimarlık,
moda ve hatta bilgisayar oyunlarından
örneklerle gözler önüne seriyor...**



Serinin diğer kitapları:
Yeni Bir Bakışla Heidegger
Yeni Bir Bakışla Adorno
Yeni Bir Bakışla Deleuze
Yeni Bir Bakışla Derrida

kolektif  kitap

