

Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya Analizi Denemesi

DOI NO: 023101400063957

Osman METİN¹
Şeref KARAKAYA²

Geliş Tarihi: 29.10.2017

Kabul Tarihi: 07.12.2017

Özet

Fransız sosyolog, düşünür Jean Baudrillard, simülasyon kuramı, tüketim toplumu, kitleler üzerine düşünceleri ve medya analizleriyle günümüz dünyasına farklı bir perspektifle bakılmasını sağlamıştır. Onun simülasyon kuramı gerçeğin yerini alan simülasyonlar üzerinedir. Tüketim toplumu üzerine düşünceleriye, tüketim nesnelere ve tüketimin bir var oluş biçimi olmasıyla ilgilidir; kitlelerde Baudrillard'da olumsuzlanmıştır. Baudrillard'ın medya üzerine düşünceleriye, simülasyon kuramı çevresinde şekillenmiştir.

Baudrillard medya analizlerini genel olarak konvansiyonel medya araçları üzerinden yapmıştır. Gelişen teknolojiyle birlikte yeni medya araçlarına tanık olunmaktadır. Yeni medya araçlarından günümüzde sıkça söz edileni "sosyal medya" olmuştur. Baudrillard doğrudan sosyal medya üzerine analizlerde bulunmamıştır. Ancak onun düşünce dünyası ve kendine özgü kavram dünyası, okuyucularına sosyal medyayı anlayabilmek açısından önemli ipuçları sunmaktadır.

Bu çalışma ile Baudrillard'ın perspektifinden sosyal medya, sosyal medyada bireyin, kitlelerin, iktidarların, eğitimin, tüketimin ve toplumsal ilişkilerin temsili analiz edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Jean Baudrillard, Sosyal Medya, Simülasyon, Simülakr, Hiper-Gerçeklik.

An Attempt to Analyse of Social Media Through Jean Boudrillard's Perspective

Abstract

The French sociologist, philosopher Jean Baudrillard has provided a different perspective on the world of today, with his thoughts on simulation theory, consumer society, masses and media analyzes. His simulation theory is about simulations that take place in the truth. The thoughts on consumption society are related to the fact that consumption objects and consumption are a form of

¹ Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, ometin@aku.edu.tr

² Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sos. Bil. Ens., Sosyoloji Tezli Yüksek Lisans.

existence; Masses are negated in Baudrillard. Baudrillard's thoughts on the media are shaped by the theory of simulation.

Baudrillard made media analyzes generally through conventional media tools. With the developing technology, new media tools are witnessed. Today, it is often referred to as "social media" by new media tools. Baudrillard did not directly analyze social media. However, He's world of thought and his unique conceptual world presents important clues to his readers in understanding social media.

In this study, social media from Baudrillard's perspective, social media, individuals, masses, power, education, consumption and social relations were tried to be analyzed.

Key Words: *Jean Baudrillard, social media, simulation, simulacrum, hyperreality.*

Giriş

Gündelik hayatın içerisinde yerini almış olan sosyal medya; toplumsal ilişkilerden, ekonomiye, eğlenceye ve eğitim alanına kadar birçok alanda yaşantıları biçimlendirmekte, insanların değişen ihtiyaçlarına göre de farklı işlevler kazanarak şekillenmektedir. Bu gelişmelere paralel olarak günümüz dünyasında bireylerin, toplumların ve iktidarların sosyal medyanın etkilerinden bağımsız olduklarını söylemek imkânsız hale gelmiştir. Yalnızca sanal uzamda dolaylı bir gerçekliğe sahip olan ve ontolojisi sürekli tartışılan sosyal medyanın, sanal uzamdaki gerçekliğinin ötesine taşarak fiziksel ve sosyal dünyayı etkilemesi, üzerinde durulması gereken bir husustur. Sanallık ve gerçeklik üzerine kurduğu “Simülasyon Kuramıyla” filmlere konu olan Jean Baudrillard’ın düşünce dünyası ise sosyal medyanın sanallık ve gerçeklik bağlamında anlaşılması açısından zengin bir birikim sunmaktadır.

Aslında Almanca öğretmeni olan Baudrillard, Henri Lefebvre aracılığıyla Alman düşünce geleneğinden beslenmiş ve Marksizm üzerine çalışmalarını da Lefebvre üzerinden yapmıştır (Eroğlu, 2014: 13). Baudrillard simülasyon, kitlelerin zihniyeti, öteki, baştan çıkarma gibi konuları kitaplarında incelemiştir. Üretimin rasyonel bir etkinlik olmadığını ileri sürmüş, tüketicinin reklam vb. yollarla aldatılmasını göz boyayıcı bir oyun ve hem üretimi hem de tüketicinin isteğini tehdit eden bir öge olarak nitelmiştir (Akarçay, v.d, 2012: 100). Kuramı ve kavramları sayesinde Körfez savaşı sırasında televizyonlarda görüşlerine en çok başvuru yapılan düşünürlerden birisi olmuştur.

1. Jean Baudrillard Kuram ve Kavramları

Simülasyon Kuramı

Baudrillard, kendine özgü terminolojisi ve düşünceleriyle birçok alanda yeni yaklaşımlar üretmiş bir düşünce insanıdır. Baudrillard’ın

düşünce dünyasının merkezinde yer alan ve birçok filme konu olmuş hiç şüphesiz “Simülasyon Kuramı”dır. Simülasyon kuramını anlamak açısından aşağıdaki kavramları bilmek yol gösterici olacaktır;

Simülakr: “Bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm” (Baudrillard, 2014: 3).

Simüle Etmek: “Gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmak, göstermeye çalışmak” (a.g.e., s.3).

Simülasyon: “Bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi” (a.g.e., s.3).

Hiper-Gerçeklik: Baudrillard’a göre hiper-gerçeklik, gerçek ve kurgu arasındaki çizginin yok olmasıdır (Yumrukuz, 2016: 88).

Anlamanın Patlaması: Baudrillard’a göre “bilgi ürettiği içeriği, iletişimi ve toplumsalı yutar, anlamı yok eder ve toplumsalı yeniliğin aksine tam anlamıyla puslu bir bilgi yokluğunun içine sokar” buna anlam patlaması denilir (a.g.e., s.89).

Sıcak-Soğuk Olay: Televizyon sıcak medya olaylarını soğuk olaylara dönüştürür ve bu olaylar sıradanlaşarak eğlence aracı haline gelir. Örneğin, “medya Körfez savaşı görüntülerini seçerek Amerikalıların vicdanlarını sızlatacak bir şekilde bir dizi simüle edilmiş görüntüler silsilesi içinde yayınlamıştı” (a.g.e., s.88).

Simülasyon gerçekliğin modeller aracılığıyla yeniden üretilmesidir. Simülasyonlarda gerçekler gerçekten daha gerçekmiş gibi görünürler (Baudrillard, 2015: 69). Ona göre modern endüstri toplumunun temel anahtarı üretimken, postmodern toplumda ‘gerçek’i önceleyen modeller olarak simülakrlar toplumsal düzene egemen olmaya ve toplumu hipergerçeklik olarak oluşturmaya başlar. Bu durumda artık gerçeğin yerini simülasyon almıştır. Gizlemek (dissimuler), sahip olunan şeye sahip değilmiş gibi yapmak; simüle etmek ise, sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi yapmaktır. Birincisi bir varlığa diğeryse bir yokluğa işaret etmektedir. (Akarçay, v d, 2012: 105). Burada simülasyon kavramı ile ilgili çok bilinen bir yanlış algıyı düzeltmenin de tam yeridir. Baudrillard’a göre simülasyon kopya değildir. Tam aksine, kopyanın göndermede bulunduğu şeyin bir gerçekliği olmasına karşılık simülasyonun göndermede bulunduğu şeyin bir gerçekliği yoktur. Kopyalar doğal gerçekliğe sahip olan asılların yerine geçmekle asıl olan şeylerin de doğallıklarını yitirmelerine neden olmaktadır. Lascaux mağarası örneği gibi. Lascaux mağarası bulunduktan sonra arkeolojik olarak büyük bir değere sahip olduğu için ziyarete yasaklanmış daha sonra mağaranın yakınına bire bir kopyası olan bir mağara daha inşa

edilmiştir. Baudrillard'a göre böyle bir durum, yani birebir kopya, iki mağarayı da yapaylaştırmaktadır (Baudrillard, 2014: 23).

Baudrillard, gerçeğin yok olduğunu söyler. Bu yok oluş gerçeğin ontolojik bir yok oluşu da değildir. Baudrillard'a göre artık gerçeğin yerini “göstergeler” yani “şeyler” almıştır. Şeylerin bilgisini edinmemize de müdahale eden faktörler vardır. Foucault'da bu müdahale edenler “iktidarlar” iken Baudrillard'da “üretim güçleridir” (Güzel, 2015: 68). Baudrillard'a göre hakikat, simülakrın bir yeniden-üretimi kısır döngüsü içerisinde, kendisine bir daha ulaşamayacak biçimde yok olmuştur. Bu yok oluşta, gerçeğin şimdi aldığı biçim, yani en üst basamak da hiper-gerçeklik (hyperreality) olmuştur. Baudrillard'a göre, postmodern topluma dair olan bu hiper-gerçeklik evresine geçişin belirli evreleri vardır. Ona göre beşerî kültürde göstergeler, dört evrede gelişir. Birinci evre, göstergelerin, yani sözcüklerle imgelerin gerçeğin yansımaları olarak geliştirildiği evreye karşılık gelir. İkinci evrede, göstergeler artık hakikati süslemeye, abartmaya ve hatta çarpıtmaya başlarlar ama buna rağmen gerçeklikten mutlak bir kopuş söz konusu olmadığı için göstergeler gerçeği yansıtmaya ve sembolleştirmeye bir şekilde devam ederler. Fakat üçüncü ve dördüncü evrelere geçildiğinde, göstergeler ve simülasyon bundan böyle gerçeğin yerini alır ve en nihayetinde sembolik bir topluma geçilir. Bu toplum, sembollerle göstergelerin gerçek olan şeylerle hiçbir ilişkisinin kalmadığı, insan ilişkilerinin bile sadece sembolik ilişkiler olup çıktığı bir simülakrum ya da taklitler toplumdur. Onun bahsettiği bu toplumda epistemolojik bir hakikat veya gerçeklikten bahsetmek artık mümkün değildir. “Ele geçirilebilecek” tek gerçeklik biçimi artık hiper-gerçekliktir (hyperreality) (a.g.e., s.69).

Baudrillard'a göre “mış gibi yapmak” (feindre) ya da gizlemek (dissimuler) gerçeklik ilkesine zarar veremez, yani bunlarla gerçeklik arasında her zaman açık seçik bir fark vardır. Oysa simülasyon bu “gerçekle” “sahte” ve “gerçekle” “düşsel” arasındaki farkı yok etmeye çalışmaktadır. Simülasyon gerçeğin tüm görünümünü barındırır. Örneğin; bir hastalığı simüle eden kişi, kendinde bu hastalığa ait semptomlar görülen kişidir. Böyle bir kişiyi nesnel bir şekilde hasta ya da sağlam olarak değerlendirebilmek mümkün değildir. Hekimler hastalarının hastalığı konusunda söylediklerini doğru ya da yanlış olarak değerlendirmekte aciz kalmaktadırlar. Ordu da simülatörlere karşı bir şey yapamamaktadır. Geçmişte belli kanıtlara dayanarak çürük raporu alan insanlara karşı Ordu “Deliyi bu kadar iyi taklit edebilen biri herhalde delidir” demektedir (Akarçay, v.d, 2012: 106). Tıp ve Ordu dışında simülasyonların egemen olduğu kurumlardan birinin Din olduğunu söyleyen Baudrillard, Bizans ikonları üzerinden Tanrı düşüncesinin yerini alan ve görüntüler olarak algılanan ikonlardan bahseder (Baudrillard, 2014: 16-20).

Baudrillard'ın simülasyon kuramında teknolojiye atfettiği önem de büyüktür. Baudrillard'a göre gerçekliği yok ederek, göstergelerin ve simülakların egemen olmasında teknoloji önemli bir faildir. Baudrillard'a göre imgeler teknoloji ile birlikte sistematik bir şekilde yok olmuştur. İmgenin yok olması analog teknolojilerden sayısal teknolojiye geçişle birlikte tamamlanmıştır (Baudrillard, 2012: 18). Baudrillard sayısal teknolojiyle ilgili olarak: “Zihinsel evren ve düşüncenin ulaşabildiği her yer sonunda sayısallaştırılmaya boyun eğebilir” diyerek bugün bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle sayısallaştırılan şeylerin ipuçlarını bize vermektedir. Gerçektende bugün sosyal medya ile değerlerin, duyguların bile sayısallaştırıldığına, tüm bu soyut kavramların bile göstergeler haline dönüştüğüne tanık olmaktadır.

Baudrillard'a göre modern toplumlar başlangıçta teknolojiyi kolektif bir ekonomik gelişme ve faydalı bir araç olarak görmüşler, dolayısıyla insan ilişkileri ve insani değerlerin gelişimine katkıda bulunan bir şey olarak tanımlamışlardır. “Ancak geçen zaman içerisinde teknoloji kendisine atfedilen bu nitelikleri yitirmiş ya da bunlardan uzaklaşarak tamamıyla tüketim düzenine hizmet eden bir olguya benzemeye başlamıştır.” Teknoloji, bir müddettir, hem insanların birbirleriyle olan ilişkilerini, hem de insanların gerçeklikle kurdukları ilişkiyi tahrip etmeye başlamıştır. Marksist “yabancılaşma”nın bir başka biçimi gerçekleşerek, teknoloji aracılığıyla, bu kez işçiyi değil, bireyleri, gerçeklikten koparmaktadır Baudrillard buna “Çağdaş Yabancılaşma” adını verir (Baudrillard, 2016: 244).

Baudrillard'da teknolojinin kullanımı, bir çeşit fetişizm biçimini alarak, insan türünün ürettiği teknolojiyle girdiği amaç-araç ilişkisini ters yüz etmektedir. Baudrillard'a göre tam da bu sebeple “bizim toplumumuza özgü üretim düzeni ve teknoloji alanında, amaçlar ve araçlar arasında akılcı bir ilişki bulunup bulunmadığının yeniden sorgulanması gerekmektedir.” Çünkü tüketimin temelinde artık sadece bireysel ihtiyaçların karşılanması değil, tüketilen nesnelere taşıdığı gösterge/değerler aracılığıyla toplumsal statünün belirlenmesi motivasyonu da vardır (Güzel, 2015: 70).

Baudrillard'ın simülasyon kuramı etrafında şekillendirdiği “Tüketim Toplumuda” önemli kuramlarından biridir.

Tüketim Toplumu

Tüketim toplumu kavramsallaştırması günümüz Batı toplumlarının çözümlenmesinde Baudrillard için anahtar durumundadır. Baudrillard, bugün tüm çevremizde nesnelere, hizmetlerin ve maddi malların çoğaltılmasıyla oluşturulmuş akıl almaz bir tüketim ve bolluk gerçeğinden bahseder (Baudrillard, 2016: 15). Bu bolluğun bizleri, başka insanlar tarafından değil nesnelere tarafından kuşatmış olduğunu söyler. Bireyler günümüzde tüketim davranışları ile bir göstergeler nesnesini satın alırlar. Böylece tüketim, bir var olma modu haline gelir. Baudrillard bu durumu

Marks'ın kuramı ile bağlantılandırarak açıklar, Marks'ın kuramında önemli olan üretimdir, üretimi çoklaştırmak ve elde edilecek faydayı maksimize etmek, sistemin temel işleyiş felsefesidir. Oysa günümüzde önemli olan tüketimdir. Tüketim nesnelere üzerinden insanlara neyi, nasıl, nerede, ne zaman tüketileceklerine ilişkin bir bilgi verilir. Dolayısı ile günümüzde ekonomi politikten uzaklaşmış, kültürel ve ideolojik boyut ön plana çıkmıştır. Artık malların değişim değeri yerine gösterge değeri önemli olmaya başlamıştır (Akarçay, v.d. 2012: 103). Frankfurt Okulu düşünürlerinin Kültür Endüstrisi eleştirilerinde ifade ettikleri yüksek kültür ve aşağı kültür ayrımının kalkması Baudrillard'da da eleştiri konusu haline gelir. Baudrillard ABD'de Drugstore adı verilen alışveriş merkezlerinde zarif bir yiyecek dükkanı ile resim galerisinin, Play-boy ile bir Paleontoloji dergisi arasında artık hiçbir farkın kalmadığı yeni bir kültürden bahseder (Baudrillard, 2016: 19). Bu yeni kültürde alışveriş merkezleri de tüm tüketim nesnelere tanısallaştırılarak, içerisinde bunları barındıran bir panteon³ haline gelmiştir (a.g.e., s.22).

Kitle iletişim araçlarından sunulan mesajlarda tüketim toplumunun ölçütleri arasındadır. Tüketim toplumlarında günlük haberin evrenselliği tüketilir. Haberler ister politik, tarihsel olsun, isterse kültürel haber olsun hepsi suya sabuna dokunmayan mucizevi bir biçime dönüştürülerek güncelleştirilir, görsel anlamda dramatikleştirilir, medya tarafından amacından uzaklaştırılır ve göstergelere indirgenir. Bizler göstergelere sığınarak ve gerçekliğin yadsınması içinde yaşadığımızdan dolayı da mucizevi bir güvenlik içindeyizdir (Akarçay, v.d, 2012: 103). Tüketimin yeri de gündelik yaşamdır, gündeliklik de olaylara ve şiddete düşkündür, yeter ki bunlar tüketicilere odasında sunulsun. Örneğin televizyon vasıtasıyla sunulan savaş haberleri gündelik yaşamın şiddet tüketimidir (Baudrillard, 2016: 29).

Sessiz Yığınlar-Kitleler

Baudrillard'a göre artık gerçekliğin yerini simülasyonların aldığı Batı toplumlarında kitleler ortadan kalkmakta, buharlaşmakta ve onların yerini "sessiz yığınlar" almaktadır. "Toplumsalın içinde kaybolduğu kara bir delik" olan kitlelerin sosyolojisi yapılamaz çünkü kitle sosyolojik bir tanımlamanın tam tersidir ve kitle terimi bir kavram olamaz (Baudrillard, 2015: 12-13).

Kitleler, sınıf ya da halk gibi eskiden kendilerine başvuru alan bütünlere benzemezler. Sessizlik aracılığıyla içine çekildikleri tarihin de ilgi alanından çıkmışlardır. Artık ne emekçiler kitlesi vardır, ne de bir başka toplumsal özne ya da nesneye ait bir kitle (Akarçay, v.d, 2012: 110). Kitlede her iki yöne doğru da bir kutuplaşma yoktur (Baudrillard, 2015: 14).

³ Yunan ve Romalıların büyük tapınaklarına verdikleri ad.

Kitlelerde anlamda artık zedelenmiş anlamın yerini gösteriler almıştır. Gösteriye kitlelerin verdikleri önem onları göstergelere adeta taptırmaktadır (a.g.e., s.17).

Kitlelerin iktidarla olan ilişkileri de iktidarların kitleleri manipüle etmesinden ibarettir. Kitleler iktidar tarafından güdümlendirilerek futbola uyutulmuşlardır. Kitleler vurdumduymazdırlar, bu vurdumduymazlıkları onlara iktidar tarafından bahşedilmiştir (a.g.e., s.19). Kitleler toplumsal değillerdir, toplumsallık kitlelerle artık anonimleşmiştir (a.g.e., s.24). Kitlelerin toplumsallıktan uzaklaşması onların tek başlarına kontrolsüz olarak bırakıldığı anlamına da gelmemektedir. Kitleler kitle iletişim araçları ve referandumlarla yani sondajlarla -sessiz yığınlar olsalar da- yoklanmaktadır. Kitle iletişim araçları ve referandumlar, kitlelerin ne düşündükleri konusunda iktidarlara bilgi vermekte simülatif bir sistemdir (a.g.e., s.26). Tıpkı Foucault'nun gözetim toplumu kavramsallaştırması gibi iktidar kitleleri izlemektedir.

2. Sosyal Medya

Yaklaşık otuz yıllık ömrü olan internetin gündelik hayat içerisindeki yeri ve kapsamı her geçen gün artarak devam etmektedir. Birkaç yıl kadar öncesinde internet ve sanal alem tabirlerinin sık kullanıldığını görürken bugünlerde sosyal medya kavramının sık kullanıldığını tanık olunmaktadır (Oğuz, 2012: 1158). Sosyal medya kavramını, yerine getirdiği işlevlerden ve kapsamından dolayı net bir tanımının verilemediği görülmektedir. Bilişim ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sosyal medyanın her dönem geçerli olan tanımını vermeyi güçleştirmektedir. Uzlaşılabilir ve net bir tanıma olmasa da işlevleri üzerinden sosyal medya hakkında fikir edinebiliriz.

Sosyal medya, isminden de anlaşılacağı üzere sosyal olana göndermede bulunmaktadır. Sosyal bilimlerde herhangi bir davranışın sosyal bir davranış haline gelebilmesi karşılıklı olarak etkilemesi ve etkilenmesiyle gerçekleşir (Metin, 2016:223). Sosyal medyada sosyal olana yapılan gönderme ontolojik olarak sosyal bilimlerdeki sosyal davranıştan, sosyal olandan oldukça farklıdır. Bireyler yüz yüze etkileşim ile iletişime geçmek yerine internet kanalıyla kodlar ve göstergeler üzerinden iletişime geçmektedirler. Çok boyutlu iletişim imkanı sunan sosyal medya ile ses ve görüntü sayısallaştırılmaktadır. Bu durum da sosyal medyadaki sosyal olanla gerçek yaşantıdaki sosyal olanı farklılaştırmaktadır. Sosyal medyanın anlaşılabilmesi için sosyal medya araçlarını ve bu araçların işlevlerini bilmek gerekmektedir.

Web 2.0'ın internette yer alması ile birlikte iki yönlü iletişim ve etkileşim üzerine dayalı internet siteleri kullanıma sunulmaya başlanmıştır. Bunlardan en çok etkiye sahip olanları ve sosyal medya denince ilk akla gelenleri sırasıyla Facebook ve Twitter'dır (Metin, 2016:227). Sosyal medya

araçları kavramıyla anlatılmak istenen de Web 2.0 teknolojisiyle birlikte gelişen bu yazılımlardır. Sosyal medya yazılımları kullanılan işletim sistemlerine; mobil ya da masaüstü kullanımına göre farklılaşmaktadır. Bugün günümüzde IOS, Android ve Windows gibi yaygın kullanılan mobil işletim sistemlerinin yanında Windows, Linux, Mac gibi masaüstü bilgisayarlar için yazılmış işletim sistemleri yaygın olarak kullanılmaktadır.

Sosyal medya araçları birbirlerinden işlevleri bakımından farklılaşmaktadırlar. Birinde mevcut olan bir özellik bir diğerinde olmayabilirken, gelişen teknoloji ve iletişim ihtiyaçlarına yönelik talepler, sosyal medya yazılım firmalarınınca yeni güncellemeler yayınlanarak karşılanmaktadır. Bugün Türkiye’de de çok yaygın olarak kullanılan Facebook’un aslında aynı okuldan mezun olanları bir araya getirmek gibi bir fonksiyonla yazıldığını ama günümüze kadar olan süreçte yeni güncellemelerle bu amacından saparak küresel bir sosyal medya aracı haline geldiğine tanık olmaktayız. Bu durum sosyal medyanın evrimini anlamamız açısından önemli bir örnektir.

Sosyal medya araçlarının işlevlerini iletişim ve paylaşım olarak iki ana başlıkta kategorilendirebiliriz. İletişim ve paylaşım işlevlerini de senkron ve asenkron olma durumlarına göre iki alt kategori ile analizi yapılabilir. Senkron iletişim fonksiyonlarını text olarak mesajlaşma, sesli ve görüntülü olarak konuşma şeklinde düşünülebilir. Asenkron iletişim fonksiyonları olarak da asenkron olarak textlerle mesajlaşma, asenkron konuşma ve asenkron görüntülü konuşma sayılabilir. İletişim fonksiyonları bir kişiyle iletişimi olanaklı kılabilirdiği gibi bir toplulukla da iletişimi olanaklı kılabilmektedir. Sosyal medyanın paylaşım işlevleride paylaşım yapılan şeyin niteliğine göre sınıflandırılabilir. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlarda senkron ve asenkron olabilmektedir. Sosyal medya paylaşımları, video, ses, resim, sunum ve ofis dosyaları şeklinde olabilmektedir. Bilgisayar üzerinde sayısallaştırılabilen hemen hemen her veri sosyal medya üzerinden paylaşılabilir.

3. Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya

Baudrillard yaşantısının çok kısa bir döneminde, internete ve kısmen de olsa sosyal medyaya tanık olmuşsa da sosyal medya hakkında analizlerde bulunmamıştır. Baudrillard’ın sosyal medya analizleri onun medya analizlerinden, simülasyon ve tüketim toplumu kuramı ile kitle kuramı üzerinden yapılabilir. Baudrillard’a göre gerçeklik yerini simülasyonlara bırakmıştır. Ona göre sosyal medya gerçeklik ilkesini gerçekliğini yitiren bir toplumsal yaşamın sanal teknolojiler yardımıyla bir tür sanal yaşama dönüşmesidir (Adanır, 2016: 53). Tam da bu noktada sosyal medya tabirinde geçen sosyal olanın aslında ontolojik olarak bir sosyallikten değil bir simülasyon olarak sosyallikten bahsettiği söylenebilir. Bir anlamda Baudrillard yaşasaydı sosyal medya için ne gerçekten sosyal ne de gerçekten

medya diyebilirdi. Çünkü sosyal medya hem sosyal olandan hem de geleneksel medyadan bir kopuşu nitelendirmektedir. Şu haliyle de ne sosyaldır ne de medya bu ikisinin birleşimi olarak ortaya çıkan farklı bir şey; bir simülakrdır.

Baudrillard iletişim ve enformasyon araçlarının görevinin gerçeği üretmek olduğunu söyler (Baudrillard, 2015: 69). Bir iletişim ve enformasyon aracı olarak sosyal medyada, iletişim ve paylaşım işlevleriyle gerçeği sanal uzamda yeniden üretmeye çalışır.

Baudrillard'a göre sosyal medyada bireylerin profiller oluşturması ve bu profilleri oluştururken de kurgularla, göstergelerle; teknik olarak da kodlarla oluşturması bir anlamda kişilerin sosyal medyadaki simülasyonlarının hammaddesinin kodlar ve göstergeler olduğunu gösterir. Sosyal medyada bireyler kodlarla temsil edilmektedir ve bireyler sosyal medyada kendilerini idealize ederek sunarlar. Sosyal medya bireyleri kusurlardan yoksundur. Bu kusursuzluk hali Baudrillard'ın düşüncelerinde hiper-gerçekliklerin, gerçekliğin kusurluluğundan yoksun olması şeklinde ifade edilir. Baudrillard'a göre saf gerçeklik kusurludur ama hiper-gerçeklikler kusursuzdur. Sosyal medya bireyleri de her yönden kusurlardan yoksundur çünkü onlar da birer hiper-gerçekliktir.

Sosyal medya da gerçek bireyler temsil edilebildiği gibi adına sosyal medya jargonunda trol denilen sahte bireyler de temsil edilmektedir. Sosyal medyanın bu durumu kopyanın kopyası olarak gerçekten kopmakla birlikte artık ondan tamamen uzaklaşmayı ifade eder. Troller sahte profillerdir, birey simülakrlarının birer kopyasıdır. Troller sayesinde sosyal medyada bireyler, ticari ya da siyasi olarak manipüle edilmeye çalışılmakta hatta bazı troller yardımıyla sosyal mecralardaki ticari faaliyetler için ürün satın alma davranışları kışkırtılmaya çalışılmaktadır. Troller tıpkı Baudrillard'ın ordu ve psikiyatri örneğinde hasta taklidi yapan insanların hastalığın semptomlarını taklit ederek gerçek hastalar zannedilmeleri gibi sosyal medyada gerçek bireyler olarak düşünülmektedir. Sosyal medya her ne kadar trol adı verilen bu profillere karşı bir dizi yazılımsal tedbir almışsa da Baudrillard'ın bahsettiği gibi kendinde hasta semptomları gösterebilen ancak hasta olmayan kişinin gerçekten hasta olarak kabul edilmesi gibi sosyal medya araçları da trolleri gerçek birer birey olarak kabul etmekte, onların da gerçek birer birey gibi temsil edilmelerine imkân tanımaktadır.

Son zamanlarda sosyal medya üzerinde yapılan yapay zekâ çalışmalarıyla ilgili haberlere de tanık olmaktadır. Bunlardan birisi geçtiğimiz günlerde twitter üzerinden ırkçı ve tartışmalı siyasi yorumlar yapan yapay zekâyla oluşturulmuş Tay isimindeki profildir (BBC, 2016).

Baudrillard'da toplumsal artık anonimleşmiş ve kitle, kitleler haline gelmiştir (Baudrillard, 2015: 24). Baudrillard'ın kitleleri olumsuzlayan,

sessiz yığınlar olarak niteleyen yaklaşımı sosyal medya üzerindeki kitleleri anlamak açısından önemlidir. Sosyal medya insanlara sınırsız bir eğlence alanı sunmaktadır, tıpkı Disneyland örneğinde olduğu gibi bol ışıklı bilgisayarların içerisinde, rengârenk gösterilerin bulunduğu oyunlar, videolar ve tüm bunların ev konforunda ya da cep telefonu gibi mobil platformlarda kitlelere sunulması, onları sosyal medyada oyalamak için de yeterlidir. Özellikle etkileşimli, çevrimiçi oyunlarla ya da canlı video paylaşımlarıyla kitleler halinde insanlar kurmaca bir evrende simülasyonlarla yaşamaktadırlar. Gündelik yaşam içerisinde meydana gelen sıcak olaylar nasıl geleneksel medya araçlarıyla soğuk olaylar halini alıyorsa sosyal medyaya da sıcak olaylar soğuk olaylar halini alarak kitlelere sunulmaktadır. Elbette sosyal medya, kitlelerin ne yaptığını da merak etmektedir. Kitlelerin taleplerine yanıt verebilmek için yer yer referanduma benzer sondajlama aletleri kullanan sosyal medya araçları kitlelere; reklamlarından hoşlanıp hoşlanmadığını, sosyal medyaya hangi özellikler eklemeleri gerektiğini anket yoluyla sorarak, onların taleplerine dikkat eden biçimde eklentiler ekleyerek kendilerini güncellemektedir

Sosyal medyanın denetlenemezliği ve giderek yaygınlaşan, çeşitlenen araçlarıyla, manipülasyon ve propaganda aracı haline gelmesi iktidarları ilgilendiren bir alan olarak sosyal medyanın üzerinde durulmasını gerekli kılmaktadır. Baudrillard'a göre iktidarlar kitleleri manipüle etmektedir. Sosyal medya manipülasyon aracı olarak etkili bir araçtır, bilginin anlık yayılımı bir kitle iletişim aracı olarak sosyal medyayı ayrıcalıklı kılmaktadır. Muktedirlerin de sosyal medyayı kullandıkları ve sosyal medya üzerinden politik söylemlerde buldukları ve buralardan kendilerine bazen oy devşirmeye çalıştıkları görüldüğünde Baudrillard perspektifinden iktidarların tamamen simüle hale gelmediğini iktidarlar açısından gerçek yaşam ile simülasyon yaşamının birlikte yürüdüğünden söz edebiliriz. Ülkemizde bu hususta verilebilecek birçok örneğe sahiptir. Örneğin; 12 Eylül 2010 da yapılan referandum için sosyal medya ortamları oldukça yoğun bir şekilde kullanıldı. Sosyal medyadaki propaganda kampanyalarının büyük kısmı Facebook üzerinden yürütüldü. Twitter üzerinden ise daha çok haber ve bilgi akışı takibi yapıldı (Metin, 2016:236). Hem etkileşim işlevinden hem de kitlesel boyutundan dolayı sosyal medya, güvenlik ve haber alma gibi nedenlerle -panoptikon örneği gibi- iktidarlarca gözetim altında tutulmaktadır. Bu gözetim hazırlanan hukuki düzenlemelerle sağlanıyor olsa da bilişim teknolojilerinin hukuk sisteminin çok çok ilerisinde olması ve günbegün kendini yenilemesi gibi nedenlerle iktidarı, sosyal medya teknolojileri konusunda hep bir adım geride bırakmaktadır. Bu tıpkı Ogburn'un kültürel gecikme kuramına benzemekte, hukuk sistemleri sosyal medya konusunda hep bir adım geriden gelmektedir.

Sosyal mecralardaki ticari faaliyetler Baudrillard'ın tüketim toplumu kuramında anlattığından farksızdır; farklı olan yalnızca tüketim toplumunun ticari faaliyette bulunduğu uzamın sosyal medyada yalnızca simülakrdan ibaret olmasıdır yoksa alışveriş etkinliği tıpkı gerçek hayattaki gibidir.

Baudrillard tüketim toplumu kuramında tüketim nesnelere adeta tanrılaştırılarak alışveriş merkezlerindeki panteonlar haline gelmesi örneğindeki gibi sosyal medyada da tüketim nesnelere tanrılaştırılarak bir panteon halinde insanlara sunulmaktadır. Sosyal mecralardaki alışveriş grupları, firma reklamları sürekli olarak insanları bir şeyler satın almaya yönlendirmektedir. Paraların bile elektronik ortamda oluşturulduğu bu sanal sistem de tamamen bir simülasyon evrenidir.

Sosyal medyada alışveriş merkezlerinde bulabileceğiniz her şeyi bulmanız mümkündür. Özellikle son dönemlerde facebook gibi sosyal medya araçlarında bazı gruplarda takas usulü ya da para karşılığı ürünler satıldığı görülmektedir. Cinselliğin bile satın alınabildiği sosyal mecralarda artık tüketimin nesnelere içerisinde insan simülasyonları da yer almaktadır.

Eğitim aracı olarak sosyal medya, simülasyonlarla eğitimlerin görselleştirilmesi ve hayata yakınlaştırılması anlamında olumlu işlevlere sahiptir. Bugün hemen hemen her düzeyde açık ve uzaktan eğitim imkanlarının lokal ya da global olarak internet üzerinde ve son dönemlerde de sosyal medya üzerinde bulunduğu tanık olmaktadır. Lisans üstü düzeyde internet üzerinden eğitim veren üniversitelerden online kursların yapıldığı web sitelerine ya da sosyal medya gruplarına kadar hemen hemen eğitimin birçok alanında sosyal medyanın araç olarak kullanımına tanık olunmaktadır. Bugün “duolingo” isimli bir mobil program vasıtasıyla dil öğrenerek birbirleriyle yarışan, iletişime geçen insanlara rastlanabilmektedir. Tamamen simüle edilmiş bir okul, simüle edilmiş bir sınıf ortamında eğitimlerin verildiği görülmektedir. Tüm bunların dışında bazı programlar vasıtasıyla sürücülük, uçuş gibi motor yetenekleri geliştiren simülasyon oyunlarının da kurumsal bazda kullanıldığı bilinmektedir. Baudrillard her ne kadar simülasyonların gerçeklikten kopuş olduğunu ifade etse de bugün simülasyonların eğitim alanında başarılı bir şekilde kullanıldığı bilinmektedir. Uçak simülasyonları bunun en güzel örneğidir.

Toplumsal ilişkilerin sosyal medyadaki yansımaları da birer hiper gerçeklik gibidir. Gerçek olanla sahte olanın ayrımı hiper gerçekliklerde nasıl belirsizse, sosyal medyada toplumsal ilişkilerdeki gerçeklik ve sahtelikte bir o kadar belirsizdir. Yüz yüze ilişkilerde iletişimin birçok bileşenini (vücut dili, mimikler vs.) kullanabilirken sosyal medyada iletişimin bu bileşenlerini kısıtlı olarak kullanabilmekteyiz. Bugün adına artırılmış gerçeklik adı verilen teknoloji ve hologram teknolojisi ile artık üç boyutlu görseller yapılabilmektedir. Fütüristik bir perspektifle yorumlanacak

olursa, ilerleyen zamanlarda iletişimin tüm bileşenlerinin kullanabildiği sosyal medya araçlarına da tanık olunabilecektir.

Toplumsal ilişkilerle birlikte toplumsal törenlerde sosyal medyada temsil edilmektedir. Doğum günleri, önemli günler artık yüz yüze kutlanmaktan çok sosyal medya üzerinden kutlanabilmekte, taziyeler sosyal medya üzerinden iletelebilmektedir. Bu durum da toplumsal ilişkilerin sosyal medyada birer hiper-gerçeklik olduğunun kanıtıdır.

Sonuç

Sosyal medyanın kurulu olduğu teknoloji ortamını Baudrillard perspektifinde değerlendirmek yerinde olacaktır. Bu ortam sayısal teknoloji ve internet ağ yapısıdır. Ona göre yeni çıkan bir teknoloji toplumlar tarafından, ekonomik bir gelişme ve faydalı bir araç olarak değerlendirilmektedir. Böylelikle yeni teknolojinin insan ilişkileri ve insani değerlerin gelişimine katkıda bulunan özelliği öne çıkarılmaktadır. Ancak geçen zaman içerisinde teknoloji kendisine atfedilen bu nitelikleri yitirmekte ve bunlardan uzaklaşarak tamamıyla tüketim düzenine hizmet eden bir olguya dönüşmektedir. Yine Baudrillard'a göre teknoloji, bir müddettir, hem insanların birbirleriyle olan ilişkilerini, hem de insanların gerçeklikle kurdukları ilişkiyi tahrip etmektedir. Onun çağdaş yabancılaşma dediği bu durumla artık bireyler gerçeklikten kopmaktadır.

Ayrıca insanların kendi ürettikleri teknoloji ile girdikleri fetişist durum, teknolojinin amaç-araç ilişkisini dönüştürmüştür. Artık tüketimin temelinde ihtiyaçların karşılanması yoktur. Tüketilenlerin taşıdığı göstergeler ve tüketenlerin statüsünün belirlenmesi işlevi vardır.

Baudrillard perspektifinden sosyal medya değerlendirmesinde bulunabilmek için onun simülasyon, tüketim toplumu ve kitle toplumu kuramlarından yola çıkılmıştır. Sosyal medyada gerçeklik yerini simülasyonlara bırakmıştır. Yine onun perspektifine göre sosyal medya, gerçeklik ilkesinin yitirildiği bir toplumsal yaşama, sanal yaşama dönüşmektedir. Yani Baudrillard'a göre sosyal medya ne gerçekten sosyal ne de gerçekten medyadır, denilebilir. Çünkü sosyal medya hem sosyal olandan hem de geleneksel medyadan bir kopuşu nitelendirmektedir. Şu haliyle de ne sosyaldır ne de medyadır. Bu ikisinin bileşimi olarak ortaya çıkan farklı bir şey; bir simülakrdır. Bu anlamda görevi gerçeği üretmek olan enformasyon aracı olarak sosyal medya, artık iletişim ve paylaşım işlevleriyle gerçeği sanal uzamda yeniden üretmeye çalışmaktadır.

Baudrillard'cı perspektiften analizi yapıldığında sosyal medyanın "simülasyon kuramını" bire bir yansıttığı görülecektir. Simülasyon kuramıyla gerçek olan ve sahte olan; gerçek olan ve düşsel olan arasındaki ayrımları inceleyen Baudrillard, sosyal medyanın insanların, toplumların ve hatta devletlerin alanına bugünkü kadar nüfuz edebildiğini görememiştir.

Ancak onun bıraktığı kuramsal arka plan, her geçen gün farklılaşarak gelişen sosyal medyanın anlaşılabilirliği ve sosyal medyayı gerçeklik-sanallık dikotomisi çerçevesinde yorumlanabilirliği için gereken temel argümanları sunmaktadır.

Kaynakça

Adanır, O. 2016. *Baudrillard*; İstanbul: Say Yayıncılık.

Akarçay, E., Altunoğlu, M., Sönmez, A., Baran, A. G., Olgun, C. K., Gelekçi, C., Yeşildal, H. 2012. *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Baudrillard, J. 2012. *Neden Her Şey Hala Yok Olup Gitmedi?*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Baudrillard, J. 2014. *Simülakrlar ve Simülasyon*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. 2015. *Sessiz Yiğınların Gölgesinde*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. 2016. *Tüketim Toplumu*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BBC. 2016, Mart 24. *Yapay zekaya Twitter'de küfretmesini öğretiler*. www.bbc.com:

http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160322_tay_chatbot_microsoft_kufur adresinden alındı

Eroğlu, Ö. 2014. *Baudrillard'ı Okumak*, İstanbul: Tekhne Yayınları.

Güzel, M. 2015. Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 65-84.

Metin, O. 2016. Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Bir Alan Araştırması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 221-267.

Oğuz, B. B. 2012. Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 1157-1166.

Yumrukuz, Ö. 2016. Jean Baudrillard'ın Simülasyon Kuramı Çerçevesinde Survivor Programı. *TRT Akademi Dergisi*, 1(1), 86-111.