

Geliş / Received 12.05.2026
Kabul / Accepted 18.05.2026
Yayın / Published 01.06.2026
Atıf / Cite as

Araştırma Makalesi/Research Article

Erceyiş, Ş. & Gökalp, N. (2026). Platon'un Mağarasından Sanal Mağaralara: Görünüş, Gerçeklik ve Değer Dönüşümü, *Rasyonalist Dergisi*, 1 (2), 85-106.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.20354774>

Platon'un Mağarasından Sanal Mağaralara: Görünüş, Gerçeklik ve Değer Dönüşümü¹

From Plato's Cave to Virtual Caves: Appearance, Reality, and the Transformation of Value²

Şeyda ERCEYİŞ*
Nurten GÖKALP**

Öz: Bu çalışma, gelişen teknoloji ve dijitalleşmenin etkisiyle insanın görünüş ile gerçeklik arasındaki ilişkiyi kavrama biçiminde ortaya çıkan problemi ve bu problemin bireysel değer yargılarını nasıl yeniden şekillendirdiğini ele almaktadır. Platon'un sanı (doxa) ile hakikat arasında kurduğu ayırım, görünüş ile gerçeklik arasındaki ontolojik ve epistemolojik yapının temel ifadesi olarak değerlendirilmekte; görünüş ile gerçeklik arasındaki ayırımın dijital iletişim teknolojileri ve sosyal medya platformları aracılığıyla nasıl yeniden üretildiği, sanal gerçeklik problemi bağlamında tartışılmaktadır. Platon'un meşhur "mağara alegorisi" Baudrillard'ın simülasyon, simülakr ve hipergerçeklik kavramları üzerinden, Platoncu görünüş-gerçeklik ayırımını dijital çağın ruhu bağlamında tekrar yorumlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hakikat, Sanı, Platon, Baudrillard, Simülasyon, Dijital Mağara, Hipergerçeklik.

Abstract: This study examines the problem arising from the impact of developing technology and digitalization on how humans perceive the relationship between appearance and reality, and how this problem reshapes individual value judgments. Plato's distinction between opinion (doxa) and truth is considered a fundamental expression of the ontological and epistemological structure between appearance and reality; how this distinction is reproduced through digital communication technologies and social media platforms is discussed within the context of the problem of virtual reality. Through Plato's famous 'Allegory of the Cave' and Baudrillard's concepts of simulation, simulacrum, and hyperreality, the study aims to reinterpret the Platonic distinction between appearance and reality in the context of the spirit of the digital age.

Keywords: Truth, Doxa, Plato, Baudrillard, Simulation, Digital Cave, Hyperreality.

¹ Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Felsefe Anabilim Dalı, Felsefe Bilim Dalı Doktora Programında Prof. Dr. Nurten GÖKALP danışmanlığında yürütülen Şeyda ERCEYİŞ tarafından hazırlanan "Dijital Çağda Değerlerin Dönüşümü: Görünüş-Gerçeklik Problemi ve Sanal Değerler Bağlamında Felsefi Bir İnceleme" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

² Derived from the doctoral dissertation titled "The Transformation of Values in the Digital Age: A Philosophical Inquiry in the Context of the Appearance-Reality Problem and Virtual Values," prepared by Şeyda ERCEYİŞ and conducted under the supervision of Prof. Dr. Nurten GÖKALP in the Ph.D. Program in Philosophy, Department of Philosophy, Institute of Graduate Studies at Ankara Hacı Bayram Veli University.

* Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Felsefe Anabilim Dalı, Ph.D. Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Studies, Department of Philosophy. seyda.erceyis@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-5882-0237

** Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Letters, Department of Philosophy. nurten.gokalp@hbv.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-2411-9837



Extended Abstract: This study examines how pervasive digital environments fundamentally alter human perception of reality and transform value judgments through virtual representations. As individuals spend extended periods in digital spheres, they become increasingly dependent on a world governed by mere appearances. The primary objective of this research is to evaluate this contemporary dependency through the philosophical frameworks of Plato's appearance-reality dichotomy and Jean Baudrillard's concepts of simulation and simulacra. By doing so, the study comprehensively addresses how human values undergo significant transformations in the modern digital age, an era where superficial appearances are prioritized over authentic existence. With the rapid advancement of technology and digitalization, the fundamental relationship human beings establish with the world, as well as their methods of attributing meaning to it, have undergone a radical transformation. Through the constant use of televisions, smartphones, the internet, and social media platforms, modern individuals live under a continuous bombardment of images and digital content. This overwhelming exposure severely weakens the human capacity to directly experience reality, rendering individuals highly dependent on manufactured images provided by digital apparatuses. Notably, the fact that photographs and videos produced within these environments are frequently edited, manipulated, and often designed with artificial intelligence applications, leads to a profound consequence: the distinction between the visible and the real becomes highly blurred, and sometimes entirely eradicated. Individuals increasingly perceive the world not as it is, but through artificial images detached from actual reality, causing the definitive boundary between reality and its representative twin to fade into obscurity. Within this artificial structure, distinguishing authentic reality from mere appearance becomes immensely difficult. Individuals develop modes of perception strictly dependent on digital representations. These altered modes of perception directly dictate how an individual evaluates life, anchoring their judgments solely on appearances. Therefore, this transformation in reality perception inevitably affects the formation of value judgments. This contemporary phenomenon is intimately connected to one of the most enduring debates in the history of philosophy: the distinction between appearance and reality. Digital images rarely present reality directly; rather, they offer specifically manufactured representations. The deceptive nature of the visible inextricably intertwines the real and the unreal. However, questioning the relationship between appearance and reality is not exclusively a modern problem; it has been a pivotal subject since the earliest periods of intellectual history. In this context, Plato's foundational distinction between the sensible world and the intelligible world of Ideas, particularly elucidated through his Allegory of the Cave, provides a significant philosophical bedrock. Plato establishes a definitive demarcation between episteme—true knowledge comprehensible solely through reason—and doxa—mere opinion obtained through deceptive senses, belonging to the realm of appearances. This classical distinction articulates two distinct categories of knowledge and separate realms of existence. Episteme corresponds to the absolute knowledge of unchanging Ideas, while doxa represents subjective opinions concerning the constantly fluctuating world of appearances. These two epistemological orientations offer an explanatory framework for understanding the nature of virtual images produced in digital spaces, which perfectly mirror Plato's world of appearances, capturing modern subjects in a screen-dependent existence. While one dimension of this framework is rooted in Plato's distinction between truth (alétheia) and opinion (doxa), its exact equivalent in the digital age is best explained through Jean Baudrillard's theory of simulation. However, a critical divergence exists: whereas Plato's Allegory of the Cave demonstrates that attaining ultimate truth remains possible, Baudrillard's theory posits that virtual signs have completely usurped truth, turning reality into a simulation. Thus, Plato provides the philosophical ground, while Baudrillard explains its contemporary digital transformation.



GİRİŞ

Bu makale yaygınlaşan dijital ortamların sanal temsiller aracılığıyla insanların gerçeklik algısını ve değer yargılarını nasıl değiştirdiğini incelemektedir. Dijital ortamlarda uzun süre zaman geçiren kişilerin görünüşler dünyasına bağımlı hale geldiğini Platon'un görünüş gerçeklik ve Baudrillard'ın simülasyon ve simülakr kavramları üzerinden değerlendirerek, görünüşlerin ön planda tutulduğu dijital çağda değerlerin nasıl değiştiğini ele almayı amaçlamaktadır. Gelişen teknoloji ve dijitalleşmeyle birlikte insanın dünya ile kurduğu ilişki, dünyayı anlama ve anlamlandırma şekli giderek köklü bir dönüşüm geçirmesine sebep olmuştur. Televizyon, telefon, internet ve çeşitli amaçlarla kullanılan sosyal medya platformları aracılığıyla bireyler, sürekli bir görüntü ve içerik bombardımanına maruz kalarak yaşamaktadır. Bu durum, insanın gerçekliği algılama ve doğrudan deneyimleme biçimini zayıflatmakta ve insanı dijital teknoloji araçlarının sunduğu görüntülere bağımlı hale getirmektedir. Özellikle dijital ortamlarda üretilen fotoğraf ve videoların çoğu zaman düzenlenmiş ve kimi durumlarda yapay zekâ destekli uygulamalarla tasarlanmış olması, görünen ile gerçek olan arasındaki ayrımın bulanıklaşmasına hatta nerdeyse tamamıyla ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Bireyler giderek dünyayı olduğu gibi değil, kendilerine sunulan gerçeklikten uzak ve yapay görüntüler üzerinden algılamaktadırlar. Bu durum gerçeklik ile gerçeğin temsili ikizi arasındaki sınırın silikleşmesine neden olmaktadır. Böyle bir yapının içerisinde insan, neyin gerçek neyin görünüş olduğunu ayırt etmekte zorlanmakta ve dijital dünyanın sunduğu temsillere bağımlı algı biçimleri geliştirmektedir. Değişen algı biçimleri ise bireyin yaşamı değerlendirme şeklini doğrudan görünüşler üzerinden belirlemektedir. Bu nedenle gerçeklik algısında meydana gelen bu dönüşüm, kaçınılmaz olarak bireyin değer yargılarının oluşumunu da etkilemektedir.

Bu dönüşüm, felsefenin temel tartışmalarından biri olan görünüş–gerçeklik ayrımıyla yakından ilişkilidir. Çünkü dijital ortamlardaki görüntüler çoğu zaman gerçekliğin doğrudan kendisini değil, belirli biçimlerde üretilmiş temsillerini sunmaktadır. Görünenin bu temsili ve kimi zaman yanıltıcı yapısı, gerçek ile gerçek olmayanın iç içe geçmesine neden olmakta, görünen ile gerçek olan arasında kesin bir ayrım yapabilme yetisini giderek daha zor hale getirmektedir. Ancak bu durum yalnızca günümüze özgü bir problem değildir. Görünüş ile gerçeklik arasındaki ilişkinin sorgulanması, düşünce tarihinin erken dönemlerinden itibaren felsefî tartışmaların önemli konularından biri olmuştur. Bu bağlamda Platon'un duyulur dünya ile akıl tarafından kavranabilen idealar dünyası arasında yaptığı ayrım ve bu ayrımı mağara alegorisi üzerinden açıklaması, görünüş–gerçeklik problemine yönelik önemli bir felsefî temel sunmaktadır.

Platon, akıl yoluyla kavranabilen hakiki bilgi anlamındaki episteme ile duyular aracılığıyla elde edilen ve görünüşler dünyasına ait olan doksa arasında net bir ayrım yapar. Bu ayrım yalnızca iki farklı bilgi türünü değil, aynı zamanda iki farklı varlık alanını ve buna karşılık gelen iki ayrı biliş tarzını da ifade etmektedir. Episteme, değişmeyen ve akıl yoluyla kavranabilen ideaların bilgisine karşılık gelirken; doksa, duyular aracılığıyla algılanan ve sürekli değişim içinde olan görünüşler dünyasına ilişkin kanaat alanını ifade eder. Bu iki epistemolojik yönelim, hem dijital ortamlarda üretilen sanal görüntülerin Platon'un görünüşler dünyasını hem de dijital ortamların sanal görsellerine yoğun bir biçimde maruz kalan öznelere dünyayı nasıl algıladığını anlamak açısından



da açıklayıcı bir zemin sunmaktadır. Nitekim günümüz dijital ortamlarındaki görüntüler çoğu zaman görünüşler dünyasına ait sanal temsiller üretirken, kişileri televizyon ve telefonlara bağımlı kılmış, bireylerin algılama ve değerlendirme biçimlerini de etkilemiştir. Bu bağlamda söz konusu zihinsel çerçevenin bir yönü Platon'un hakikat (*alétheia*) ve sanı (*doxa*) ayırımına dayanırken, dijital çağdaki karşılığı ise Jean Baudrillard'ın simülasyon kuramı çerçevesinde açıklanabilir. Ancak Platon'un mağara alegorisi hakikate ulaşmanın mümkün olduğunu gösteren felsefi bir anlatı sunarken Baudrillard'ın simülasyon kuramında sanal göstergeler hakikatin yerine geçtiği ve hakikatin kendisi gibi algılandığı için simülasyona dönüşmüş durumdadır. Bu nedenle çalışmada Platon, görünüş-gerçeklik ayırımının felsefi zemini olarak ele alınırken, Baudrillard dijital çağda bu ayırımın nasıl dönüşüme uğradığını açıklayan düşünür olarak konumlanır. Problemin daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle hakikat ve sanı kavramlarına değinmek gerekmektedir.

HAKİKAT PROBLEMİNE FELSEFİ BİR YAKLAŞIM

Antik Yunan düşüncesinden günümüze kadar 'hakikatin ne olduğu' sorusu insanın hakikatle nasıl ilişki kurduğunu ve nasıl kavradığını da kapsar. Presokratik dönemde hakikat, genellikle bilginin doğruluğundan ziyade var olanın ne olduğu sorusuna verilen ontolojik yanıtla ilgili olup epistemolojik bir tutumdan bağımsız olarak doğa filozofları tarafından doğadaki oluş ve yok oluşun açığa çıkarılması olarak değerlendirilmiştir. Miletoslu düşünürlerin, gerçeklik problemine sadece ontolojik bir yaklaşım sergilemelerinin yarattığı boşluğu kendilerinden sonra gelen Elea Okulu düşünürleri ontolojik yaklaşımı epistemolojik yaklaşımla destekleyerek tamamlamaya çalışmışlardır. Bu çerçevede hakikat problemi, Sokrates öncesi düşünürlerin varlığın ilk ilkesini açıklama çabalarında da görülür. Sokrates öncesi düşünürlerin arkhé arayışı hakikat probleminin izlerini taşır. Miletos okulu düşünürlerince tartışılan 'neyin gerçekten var olduğu' tartışması her ne kadar doğrudan hakikat kavramını tematize etmese bile, var olanın oluş içinde nasıl belirdiği ve değişim içinde nasıl ayırt edilebileceği sorununu ortaya koymuştur. Bu sorun, zamanla var olanın ne olduğunu değil, nasıl görünür hâle geldiği sorusunu da beraberinde getirerek, hakikatin 'açığa çıkma' anlamında düşünülmemesinin önünü açmıştır. Antik Yunan düşüncesinde açığa çıkma deneyimi 'alétheia' kavramı ile ifade edilmiştir.

Antik Yunanca'da alétheia (ἀλήθεια) 'hakikat' kelimesine karşılık gelir fakat, kelimenin etimolojik ve dilbilimsel analizine baktığımızda alétheia'nın kökeni olan 'léth'ten türeyen ve farklı anlamlara gelen sözcükler de mevcuttur. 'Lath' gizlemek, unutmak anlamına gelirken, kökenin olumsuzluğu aléthe, gizlenmemiş, unutulmamış anlamına dayanır. Arkaik dönemde bu kavram açıklık anlamında kullanılır. Bu bağlamda hakikat 'açık olan' yani 'görünen'dir. Homeros ve Hesiodos'un şiirlerinde ise alétheia; hakikatin anlatılması, doğru sözü söylemek anlamlarında da kullanılır. "Meydana çıkma, açığa çıkma, gizinden çıkma, görünürme; gerçek, hakikat, sahici; gerçeği söyleyen, doğru sözlük, samimiyet, açıklık anlamlarına da gelen alétheia; Yunan dilindeki doksa ve episteme arasındaki ayrımla ve bunların kendilerine özgü konularıyla yakından bağlantılıdır" (Peters, 2004, s. 32).

Eski Yunan düşüncesinde hakikatin ne olduğu ve nasıl bilineceğine yönelik tartışmalar doksa ile episteme arasındaki eksen etrafında gerçekleşir. Presokratik dönemin önemli isimlerinden biri olan Parmenides, doksa ile episteme arasındaki ilişkiyi günümüze kadar ulaşan yüz elli dizelik şiirinde; bir tarafta gerçek ve bilgi, diğer tarafta görünüş ve salt görünüşü karşılaştırır (Störing, 2013, s. 123). Parmenides'e göre duyularımız bizi yanıltırken, doksanın fenomenal dünyasında hiçbir gerçeklik yoktur. Bu nedenle duyulara dayanan bilgi gerçek olamaz. Parmenides, var olanın zorunlu olarak var olduğunu ve var olmayanın düşünülmemeyeceğini ileri sürerek, duyulara dayalı bilgiyi sanı alanına yerleştirir. Ona göre duyusal dünya, değişim ve çokluk nedeniyle güvenilirmezdir; bu nedenle hakikat, yalnızca akıl yoluyla kavranabilir. Bu yaklaşım, sanıyı hakikatin karşıtı olarak konumlandırır ve duyuların bilgi üretme yetisini sadece görünüşler alanına indirger. Duyular hakikatin değil görünüşlerin bilgisini verir.

Doksa ve episteme problemine, 'İnsan her şeyin ölçüsüdür' ifadesiyle yaklaşan Protagoras, bilginin duyulara ve algıya dayandığını ileri sürer. Gerçeklik ve görünüş ayrımına diğer filozoflardan daha kapsamlı yaklaşan Platon ise Theaitetos diyalogunda 'bilgili insan, bildiği şeyi algılayan insandır; bilgi algıdır' (Platon, 2014, 151) önermesini, Protagoras'ın görüşüyle ilişkilendirerek ele alır ve Sokrates aracılığıyla bu düşüncenin yetersizliğini göstermeye çalışır. Protagoras'ın şeyler kime nasıl görünüyorsa o şekildedir görüşünü rüzgâr örneği üzerinden değerlendirir. Rüzgâr kimilerine soğuk eserken kimilerine soğuk esmez. Şeyler kişilerce olduğu gibi algılanır ve ne şekilde algılanırsa o şekilde tanımlanır (Platon, 2014, 152-153). Theaitetos'da geçen bu tartışma da Sokrates aracılığı ile Platon'un, sanı ve hakikat arasındaki ilişkiyi yeniden kurmasını zorunlu kılar. Platon'a göre bilgi algı ise herkesin algısı doğrudur ve mutlak doğrudan söz edilemez. Ruh hakikati duyular aracılığı ile değil akıl aracılığı ile elde edebilir. *"Ancak ruhumuz, şeylerin birbirinden farklarını ve bu farkın özünü inceleyerek onlar hakkında bir sonuca ulaşır...Bu durumda duyu organları ile algıladıklarımız bilgi değildir. Bu tür bilgiler düşünce yolu ile elde edilir."* (Platon 2014, 186). Böylece bilgi yalnızca duyularla elde edilen rölativist verilere indirgenemez.

Platon, sanı ve hakikat, görünüş ve gerçeklik problemini 'Phaidros' adlı eserinde de ele alır. Phaidros diyalogu ise doxa ve alétheia kavramlarını bir arada kullandığı bir diğer diyalogudur. Phaidros diyalogunda Sokrates Theuth adlı bir tanrının hikâyesini konu edinir. Theuth, Mısır imparatorunun yanına giderek imparatora harfleri ve yazıyı övmeye başlar. Theuth'a göre yazı insanları daha bilge yaptığı gibi hafızalarını da güçlendirir. Fakat Mısır imparatoru, Theuth'u eleştirerek yazının insanların hafızasını zayıflattığını ileri sürer ve yazının asıl bilgiyi değil onun görüntüsünü verdiğini söyler (Platon, 2017b. 274a-275a). Derrida'da Platon'un diyalogundan hareketle Mısır imparatorunun Theuh'a yönelik son cümlesini şöyle aktarır: *"sen öğrencilerine ancak hakikate benzer şeyleri (doxan) öğretirsin, hakikatin kendisini (alétheian) değil."* (Derrida, 2014, s.55). Dolayısıyla bu anlatı, Platon'un düşüncesinde hakikat ile onun yalnızca temsili ya da görünüşü arasındaki ayrımı nasıl ortaya koyduğunu gösteren temsil edici bir örnek olarak değerlendirilebilir.

Platon'un diyalogları arasında görünüş-gerçeklik arasındaki ayrım en belirgin şekliyle "Devlet" adlı eserinde görülür. Platon, görünüş-gerçeklik problemini idealar öğretisi üzerinden epistemolojik ve ontolojik bir zeminde çeşitli alegoriler aracılığıyla izah etmeye çalışır. Bu



bağlamda Platon, hakikat meselesini idealar öğretisi temelinde ele alırken, sanı anlamına gelen doxa kavramını özellikle görünür dünya ile ilişkilendirir. “Devlet” adlı eserinde yer alan güneş benzetmesi, bölünmüş çizgi analojisi ve mağara alegorisi aracılığıyla Platon, yalnızca ontolojik değil aynı zamanda epistemolojik bir yaklaşım geliştirerek gerçekliğin ne olduğunu ve insan tarafından nasıl algılandığı meselesini sistematik bir biçimde çözümlemeye çalışır. Dolayısıyla episteme, gerçek varlık hakkındaki asıl bilgidir. (Woleński, 2004, s. 127).

PLATON FELSEFESİNDE SANI (DOXA) KAVRAMI

Platon’un felsefesi, kendi içindeilmek ilmek örülmüş bütünlüklü bir yapı olduğu için, kavramları birbirinden ayırarak ele almak mümkün değildir. Platon, felsefi sistemini tek tek kavramlar üzerinden inşa ederken, bu kavramları daima bütünsel yapı içerisindeki yerleri ve işlevleriyle birlikte düşünür. Bu nedenle Platon düşüncesinde herhangi bir kavram, ancak sistemin tamamı göz önünde bulundurularak anlaşılabilir. Bu bütünlük içerisinde merkezi bir konuma sahip olan kavramlardan biri de doxa kavramıdır.

Platon için sanı (*doxa*) ile hakikat (*alétheia*) arasında kopuk bir karşıtlıktan ziyade, felsefi sistemini tamamlayıcı, felsefesinin bütünlüğüne uygun bir ilişki söz konusudur. Değindiğimiz üzere bu ayrım ilk olarak Parmenides’in varlık ve varolmayan ayrılığı ile görülür. Platon bu ayrımı Parmenides’ten değişiklikler yaparak devralır. Parmenides için sanı, var olmayana ilişkindir. Var olan hakikat, var olmayan ise sanıdır. Varlığın var olduğu kesinken var olmayan düşünülemez. Sanı da var olmayana ait olduğu için onun hakkında doğru bir şey söylemek mümkün değildir. Fakat Platon için sanı gerçek ile gerçek olmayan arasında ‘arada’ (*metaxy- dynamis*) bir yerde kalır. Platonik gerçeklik görüşünde, formlar (*eidē*) ile duyulur tikel şeyler (*aisthēta*) arasına giren bir ‘ara şeyler’ sınıfı vardır (Peters, 2004, s. 219). Platon’a göre sanı var olan ile var olmayan arasında, ara bir bölgededir. Gerçek ile gerçek olmayan arasında bir geçiş yolu, bir köprüdür. Bu bağlamda sanı hakikate ulaşmak için geçilmesi gereken zorunlu bir aşamadır.

Platon ‘Devlet’ adlı kitabının beşinci bölümünde sanı kavramını rüya benzetmesi üzerinden inceler. Rühayı uyurken ya da uyanıkken bir şeyin benzerini, onun benzeri olarak değil, kendisiymiş gibi görmek olarak tanımlar (Platon, 2017a, 476c.). Bu tanımdan hareketle, varolanın kesin olarak bilinebileceğini var olmayanın ise kesin olarak bilinemeyeceğini söyleyen Platon, sanı kavramını ‘arada’ bir yerde konumlandırır. Sanı bir şeydir ama Varlık’a ilişkin değildir. Ancak sanı Varlık’a ilişkin olmadığı gibi Varlık Olmayana da ilişkin değildir (İpek, 2021, s. 69). Bilgi varlığa, bilgisizlik de yokluğa bağlı olduğuna göre, bu tür lüsüne bilgi ile bilgisizlik ortasında bir şey denir (Platon, 2017a, 477b). Varlık ile var olmayanı, bilgi ile bilgisizliği birbirinden ayıran Platon tam olarak sanıyı burada ‘arada’ bir yerde konumlandırır. Platon için sanı; bilim ve yetiden ayrı olarak görünüşe göre düşünmemizi sağlayan yetidir. Bu bağlamda ‘sanının konusu, görünüşlerdir’. (Platon, 2017a, 477e.). Görünüşleri konu etmesi bakımından sanı, bilimden ayrılır. Çünkü bilimin konusu varlık iken, sanının konusu Platon’a göre varlıktan başka bir şeydir. Sanı ne varlığa bağlanır ne de yokluğa. “Sanı bilgiden karanlık bilgisizlikten aydınlık bir şeydir” (Platon 2017a, 478c.).

Varlık ile var olmayanı, bilgi ile bilgisizliğı birbirinden ayıran Platon, sanıyı tam olarak bu iki uç arasında ‘ara’ bir konuma yerleştirir. Platon için sanı; bilimsel bilgiden ve akılsal yetiden farklıdır. İki ucun arasında salıntıda kalır, ara yetimizle kavrarız (Platon, 2017a, 479d.). Ara yeti olarak sanı, Platon’un vurguladığı gibi görünüşlere ait olması bakımından, görünüşlere göre düşünmemizi sağlayan bir yetidir. Bu nedenle ‘sanının konusu görünüşlerdir’ (Platon 2017a, 478a.). Görünüşleri temel alması bakımından sanı bilimden ayrılır; çünkü bilimin konusu varlıkken, sanı Platon’a göre varlıktan başka bir şeyle, yani görünüşün kendisiyle ilgilidir. Böylece sanı ne bütünüyle varlığa bağlanır ne de yoklukla özdeşleşir. O, bilgiden karanlık, bilgisizlikten ise aydınlık olan, ara bir biliş düzeyi olarak konumlanır.

Platon’un söz konusu ‘ara’ konumlandırması, sanının ontolojik ve epistemolojik belirsizliğine işaret eder. Sanı ne ontolojinin ne de epistemolojinin konusudur. Sanı, görünüş ile hakikat arasındaki salıntıda bir bölgede konumlandığı için, hem gerçeğin bir izini hem de onu yansıtmaları bakımından potansiyelini taşır. Tam da bu nedenle, görünüşlerin gerçeklik olarak deneyimlenmesi felsefe tarihinde sonraki dönem düşünürleri tarafından farklı bağlamlarda yeniden ele alınacaktır. Özellikle modern dönemde görünüşün, imgenin ve simülasyonun gerçekliğin yerini nasıl aldığına dair tartışmalar, Platon’un sanı kavramına yüklediğı bu ara alanın bambaşka bir düzlemde yeniden yorumlanmasını mümkün kılar. Bu çerçevede, Baudrillard’ın simülasyon kuramı, Platon’un sanı ile görünüş arasındaki ilişkide temellendirdiğı çağdaş epistemolojik temel sorunlarından biri olarak gündeme gelmiştir.

Platon’da Gerçeklik Problemi: Mağara Alegorisi ve Bölünmüş Çizgi Analjisi

Platon düşüncesinin en önemli imgelerine sahip mağara alegorisi, onun felsefesinin hangi temeller üzerinden yorumlanabileceğinin en başat göstergesidir. Platon’un fikirlerinin büyük ölçüde mağara alegorisi ve bölünmüş çizgi analjisi üzerinden şekillenmiş olup anlamlandırılması da bu yüzdendir. Mağara alegorisi günümüzde de pek çok problemin temellendirilmesi açısından elzem bir rol oynamaktadır.

Mağara alegorisine göre altlarında ateş olan bir yeraltı mağarasında, ellerinden boyunlarından ve ayaklarından zincirlenmiş, yüzleri duvara sırtları ise mağaranın girişine dönük olan mahkûmlar yalnızca yüzlerini dönebildikleri duvarda bazı gölgeleri görmektedirler. Mahkûmların görebildikleri her şey bu gölgelerden ibarettir. Çünkü, zincirlere vuruldukları mağarada hareket alanları yalnızca mağaranın duvarını görebilecek kadardır. Hareket alanları bu kadarı ile sınırlıdır. Mağaranın duvarında insan gölgelerini gören mahkûm gördüğü gölgeleri ‘bizim gibi’ olarak tanımlar (Annas, 1981, s. 252). Yani dışarıdaki gölgeler mağaradaki insanla aynıdır ve sıradan insan inançlarını temsil eder. Doğduğu andan beri mağaranın içinde yaşayanlar için mağaranın içi ile dışı arasında bir fark yoktur. Sınırlı bir mekân olan mağara, mağarada yaşayanlar için tüm bir gerçekliğin kendisidir. Platon’un mağarası insanın tüm zamanını geçirdiğı yerdir. Mağara metaforu insanın yaşam içindeki inançlarını, eylemlerini, düşüncelerini, kararlarını temsil eder. Bu yönüyle mağara, insanın tüm varoluşunu kuşatan yaşamın bizatihi kendisine tekabül eder.



İçlerinden biri zincirlerinden kurtulma gücünü göstererek mağaradan çıkar ve mağarada kaldıkları süre boyunca gördükleri şeylerin birer gölge, hakikatin birer yansıması olduğunu anlar. Mahkûmun gözünde gerçek, yapma nesnelerin gölgelerinden başka bir şey değildir (Platon, 2017a, 515c.). Özgürlüğüne kavuşan mahkûm, mağaradan çıkarak nesnelerin yansımaları ile değil nesnelerin bizatihi kendileri ile karşılaşır. Dışarı adımını attığı anda güneş, mahkûmun gözlerini kamaştırarak nesnelerin dolaylı birer görüntüsünü verir. Fakat güneş ışığının aydınlatıcı etkisine alışan mahkûm, güneş ışığında nesnelerin yansımalarını değil doğrudan kendilerini görür. Bu farkındalık, aydınlanma anıdır. Aydınlanma anı Platon'un bilgi hiyerarşisinin en üst düzeyini temsil eden ve varlıkların doğrudan kendisini tanımlayan 'noesis' düzeyine geçişe işaret eder. Mahkûm mağaranın görünen dünya, mağaradaki ateşin görünen dünyanın güneşi olduğunu, mağaranın dışının ise gerçek, yani idealar dünyası, bu dünyayı aydınlatan ve her şeyin asıl kaynağının ise idealar dünyasındaki güneş olduğunu anlar (Platon, 2017a, 514a.). Artık nesnelerin yansılarını değil, nesneleri olduğu yerde olduğu gibi görecek ve bilecektir. O halde bir nesneyi, bir şeyi bilirsek onun imgesi, yansıması, hayali, gölgesi hakkında da bilgi sahibi oluruz (Arslan, 2016, s. 262).

Platon'un mağara alegorisindeki makûmların durumu, yalnızca gölgeleri gerçeklik sanmaları bakımından bölünmüş çizgi analogisinde yer alan 'AC' aralığına, yani 'eikasia' düzeyine karşılık gelir. 'AC' aralığındaki her şey gölgeler, yansıyan görüntüler ve bu türden şeylerdir (Platon, 2017a, 510a.). Çünkü mağaradaki mahkûmlar gerçek varlıklarla değil, yalnızca onların duvara yansıyan gölgeleriyle karşı karşıyadır; bu durum, eikasia'nın karakteristiği olan görünüşlerin yansıyan ürünlerini, şeylerin yanıltıcı birer kopyalarını temsil eder. Mahkûmların karanlıkta kalma durumları da gölgeleri gerçek sanmalarından kaynaklanır. Mağaradaki mahkûmlar bölünmüş çizgi analogisinde farkındalığı tematize eden 'noesis'e' çıkamazlar. Noesis çizgi üzerinde en yüksek bölüm olan 'kavrayış' bölümüne karşılık gelir (Platon, 2017a, 511e.). Bu bölüm şeylerin gerçekliğe en yakın olduğu bölüm olarak görülür. Noesis'e yükselememek, zorunlu olarak bilincin daha alt bir biliş düzeyinde, yani görünüşlere bağımlı bir konumda kalması anlamına gelir. Bu da "eikasia" düzeyinde olduğu gibi, zihnin hakiki varlıkları kavrayamayıp salt görünüşlere bağımlı kalmasını ifade eder. Dolayısıyla mağaradaki tutsakların bilişsel konumu, Platon'un epistemolojik hiyerarşisinde en alt dereceyi oluşturan, eikasia düzeyi ile benzerlik gösterir. Bir şey noesis'e ne kadar yakınsa gerçekliğe de o kadar yakındır. O halde neosis'e ne kadar uzaksa, gerçekliğe de o kadar uzaktır. En uzak düzey olan sanı ve hayal gücü kaynaklı yanlış bilme hâli olarak tanımlanan 'eikasia' ile benzerlik gösterir.

Platon'un mağara alegorisi bölünmüş çizgi analogisi ile uyumludur. "Bağlı tutukluların durumu eikasia olur ve acı çekerek kuklaları ve ateşi görebilecek şekilde döndürüldüklerinde 'inanç' aşamasına ulaşırlar. Mağara'dan çıkış, duyular dünyasından ve onların söylediklerinden düşünce dünyasına yükseliştir; yansımaları görmek 'düşünme' dianoia aşamasıdır, gerçek şeyleri görmek ise 'akıl' veya 'noesis'tir ve güneş iyi formu'dur" (Annas, 1981, s.254). Mağaradan çıkış gerçekliğe yapılan epistemolojik bir yolculuktur.

J. Annas Platon'un mağarasındaki insanı, insan durumunun, insan olmanın kendisi olarak yorumlar. Ona göre başlangıçta hepimiz bir mağarada yaşıyorduk. Mağaradan yukarıya doğru çıkmaya çalışan insanlar ise bilgi ve bilgelik için bir nevi özgürlük yoluna çıkanlardır (Annas, 1981,



s. 263-271). Bu yüzden mağara alegorisi Platon felsefesinde sadece epistemolojik ve ontolojik düşüncenin değil, özgürleştirici ve aydınlatıcı düşüncenin de güzel bir tasviridir. Düşünmeye başlayan kişi, sıradan deneyim ve benimsenmiş görüşleri reddeden biri olarak gösterilir ve aydınlanma süreci, karanlıktan ışığa doğru bir yolculuk olarak betimlenir. Pasif çoğunluğun aksine, düşünmeye başlayan insanlar kendi faydaları için bir şeyler yapmaktadır; bağlardan ilk (itiraf etmek gerekirse gizemli) kurtuluştan sonra, mağaradan yukarı çıkmak kişinin kendi en büyük çabasını gerektirir (Annas, 1981, s. 251).

Mağaradan çıkma cesareti olmayanlar ise, karanlığa mahkûm olmayı tercih eden, hakikatin göz kamaştırıcı büyüsunü keşfetmeyi ürkütücü bulan, bu keşif yolculuğuna çıkma ve bilgiyi edinme arzusunu ve cesaretini kendisinde bulamayan insanlardır. Bilgeliği arayanlar özgürlüklerine dair aydınlatıcı bir yolculuğa çıkarken mağarada kalan diğer mahkûmlar toplumun pasif, düşünmekten korkan kitlesini temsil eder. Aydınlanmış ile aydınlanmamış kişi aynı mağarada yaşayamaz. Mağara alegorisi bize toplumdaki insanların nasıl zincirlere vurulduğunu betimleyen güzel bir örnektir. Mağaradaki imgelerin gerçeklikten uzak temsiller olması, gündelik hayatın sıradanlığına mahkûm bireylerin teknolojik imgelere bağımlılığını ve bu imgelerin yönlendirici etkisini anlamak açısından mağara alegorisinin güncelliğini hâlâ koruduğunu göstermektedir. Platon'un güncelliğini koruyan mağara alegorisi 'gerçek ile sanal' olan arasındaki ayrımı göremeyen insanlar için; yanlış ve yüzeysel değerlerin içinde bir çıkış yolu bulmanın, ışığı aramanın hikâyesindedir. Mağarada yaşayanların mağara dışında yaşayan 'biz gibiler' ile aynı farkındalık seviyesine ulaşma çabasıdır. Yalnızca aklını kullanma cesareti gösterebilenler mağaranın içinde gölgelerden, yüzeysel ve anlamsız imgelerden kurtulabilir.

Mağara alegorisi, modern toplumun değerlerden soyutlandırılmış çıplak kalmış ruhuna, dijital çağın sanal imgelerine de ışık tutar. Platon, özelde mağara alegorisi ile genelde ise Devlet adlı eserinde bireyin farkındalık seviyesinin artması gerektiğini, bunun ise eğitim ve erdemler aracılığıyla mümkün olacağını anlatmaya çalışır. Bu bağlamda Platon'un alegorisi günümüzde dijital çağın imgelerle dolu karmaşık ve yapay sistemine kapsamlı bir çözüm de sunar. Elbette bu çözüm yeni değildir; ancak günümüzde hiç olmadığı kadar yaygın bir biçimde ortaya çıkan anlamsızlık sorununa ve değerlerle ilgili bireysel ve toplumsal çerçevelerdeki problemlere karşı, insanların eğitime önem vermeleri ve erdemli yaşamı benimsemeleri, insanlığın yeniden anlam kazanması açısından hiç olmadığı kadar kıymetlidir.

Dijital İletişim Mağaraları:

Platon'un mağara alegorisi, yalnızca felsefî anlamda epistemolojik bir bilme sorununu değil, aynı zamanda hakikatin nasıl anlaşıldığı, aktarıldığı ve paylaşıldığı sorusunu da içeren felsefenin yanı sıra diğer disiplinlerle de ilişkili bütünlüklü bir anlatıdır. Bu bağlamda, mağarada zincirlenmiş mahkûmlar, gerçekliği doğrudan deneyimlemekten yoksun olup, yalnızca kendilerine sunulan imgeler aracılığıyla dünyayı kavrarlar. Gerçekliğin birer yansıması olan imgeler dünyası bireylerin kendi içinde tutsak oldukları kişisel mağaralarıdır. İçinde mahkûmları olduğumuz bu mağaralar teknolojinin ve dijitalleşmenin oluşturduğu sanal mekânlardır. Bu durum görünüş ve



gerçekliğe dair kavrayış ve hakikatin her dönemde belirli araçlar üzerinden kurulduğunu ve iletildiğini gösterir. Dolayısıyla mağara alegorisi, hakikat ile iletişim arasında güçlü bir kuramsal bağ olduğunda gösterir.

İletişim, insanların yaşamları boyunca kendi aralarında bağlantılı bir şekilde anlam alışverişi kurmaya yarar. Bu bağlamda iletişim devamlılığı olan akışkan bir süreçtir. Geleneksel dönemde iletişim yüz yüze gerçekleşen bir etkinlikken modern ve postmodern dönemde gelişen kitle iletişim araçları ile birlikte iletişim, bireysel ve mekânsal sınırların ötesine geçerek sadece yüz yüze değil toplumlar ve kitleler arasında gerçekleşen bir etkinlik haline dönüşmüştür. Özellikle kitle iletişim araçları ile aynı ya da farklı mesajların eşanlı olarak çok sayıda insana iletilmesi mümkün hale gelmiştir. Böylece iletişim tek merkezden çoklu alıcıya, kişilerarası düzeyden kitlelerarası düzeye ulaşmıştır.

İletişim sosyal bir etkileşimdir. Bu nedenle insanlık tarihi ile iletişim tarihi birdir. Toplumsal bir varlık olan insan, varlığını iletişimsiz sürdüremez. İletişim insana özgü bir edimdir (Güngör, 2017, s. 7). İnsanın akıl sahibi sosyal bir varlık olmasından hareketle kendi türü ve diğer canlılar ile kurduğu iletişim, diğer canlıların birbirleri ile kurduğu iletişimden farklı olarak, anlam ve değer birlikteliğinden oluşur. Dolayısıyla insanlar arasında kurulan her iletişim basit bir etkileşimin ötesine geçerek anlamlandırma ve değerlendirme sürecinde kapsar. Bu süreç iletişim tarihinde çeşitli formlarda karşımıza çıkar. İletişim biçimi yakın tarihimize doğru klasik iletişim tipinden ayrılmıştır. Sanayi devrimi ve onu takip eden süreçte meydana gelen teknolojik gelişmeler ile birlikte iletişim biçiminde ve hızında yaşanan değişim iletişimdeki anlam ve değer birlikteliğini de etkilemiştir. Gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ile birlikte iletişim yaygınlaşmış ve daha görünür olmuştur. Özellikle internetin gelişmesi ve her bireyin kendine ait akıllı cep telefonuna sahip olması teknolojik yeniliğin yeni bir tipini doğurmuştur.

Önemli bir yenilik olarak görülen internetin, insanlığa hizmet etmeye başlaması ile bazı vaatleri olmuştur. İnternetin bilgiyi sağlama ve bilgiye ulaşma konusundaki yeni yöntemi sayesinde internet, iktisadi refah konusunda yeni bir çağ açacak, aradığımız bilgiyi bize sunacak arama motorlarının gelişimini sağlayacak, yaygın eğitimin sorunlarını çözecek, bizi aktüel gerçeklikle temas ettirecek, gerçek hayatta sahip olduğumuz kimliklerden çok daha esnek kimliklere sahip olmamızı sağlayan sanal dünyaları keşfetmemizi sağlayacak ve böylece yaşamlarımıza yeni anlam boyutları katacağını iddia eden Dreyfus'a göre, internetin bu yeni ve doyurucu vaadi çok laf üretip çok az mutlu son vermektedir (Dreyfus, 2016, s.14). Her ne kadar internet insanlık için büyük vaatlerle sahneye çıksa da, kendisinden beklenileni karşılamamıştır. Yarattığı yeni dünyada yeni yıkımları da beraberinde getirmiştir. Çok fazla bilgiye ulaşma ve etkileşimde olma gibi olumlu faktörler sağlamış fakat eşzamanlı olarak insanlar üzerinde olumsuz etkiler de doğurmuştur.

Dreyfus 'American Psychologist' dergisindeki bir araştırmadan alıntı yaparak 1990'lı yıllarda internetin büyük oranda iletişim için kullanıldığını fakat internet kullanıcıları arasında, hane içindeki aile üyelerinin iletişim ve sosyal çevrelerinde düşüş, depresyon ve yalnızlıklarında artış görüldüğünü aktarıyor (Dreyfus, 2016, s. 14). Elektronik iletişimin internetle birlikte belirginleşmeye başladığı bu dönemde yapılan ilk araştırmalar bile bizlere dijital dünyanın açtığı



bir takım sosyolojik ve psikolojik olumsuzlukları göstermektedir. İnternetin her eve girmesi, herkesde bir cep telefonu bulunması ve her cep telefonunda birden fazla sosyal medya platformunun yer alması ve platformların aktif kullanılmasıyla durum önlenemez bir doğal felakete dönüşmüştür. Bu olumsuz büyüme internet ve teknolojik cihazların merkezden çevreye doğru yayılmasıyla daha hissedilir hale gelmiştir. Günümüzde büyüme dediğimiz şey, aslında kanseri andıran, nereye gittiği belli olmayan hızlı bir çoğalma (Han, 2020, s.7) haline gelmiş, insanın bedenini ve ruhunu ele geçirmiştir.

2000’li yıllarda teknolojik gelişmelerin hız kazanması, yeni medya oluşumu ve sosyal medya platformlarının ortaya çıkması, kitle iletişiminin hızlanarak yaygınlaşmasına olanak tanımıştır. Teknik bilgi ve donanımın toplumun her kesimine açılması ile birlikte veri alıcıları, iletişim ve interaktiflik hususlarında geleneksel iletişime nazaran aktif rol oynamaya başlamıştır. Kullanıcılar artık sadece alıcı değil, verici ve üretici olarak rol almaktadır. Sosyal medyanın geleneksel iletişimden farklı olarak yaptığı şey de tam olarak budur. Kullanıcıların tek yönlü bilgi paylaşımını karşılıklı etkileşim zeminine taşıyan, çok yönlü bilgi ağlarının bulunduğu medya sistemine sosyal medya denilmeside bu yüzdendir (Özutku vd., 2014, s.29). Sosyal medya ile birlikte kullanıcılar tek boyutlu etkileşimden çift boyutlu etkileşime geçerek, çok yönlü aktör konumuna yerleşmişlerdir. Bu dönüşüm, iletişimin yalnızca yapısında değil, aynı zamanda bireyin gerçeklik algısı ile kurduğu ilişkide de köklü bir değişimi beraberinde getirmiştir. Kullanıcının hem alıcı hem verici hem de üretici konumuna geçmesi, bireyi iletişim sürecinin merkezine yerleştiriyor gibi görünse de, bu durum aynı zamanda gerçekliğin giderek birden fazla iletişim aracı ile daha dolaylı bir biçimde algılanmasına da sebep olmuştur. Sosyal medya platformları, bireyin dünyayı doğrudan deneyimlediği alanlar olmaktan ziyade, gerçekliğin imgeler, temsiller ve imajlar aracılığıyla yeniden üretildiği dijital alanlar hâline gelmiştir. Bu bağlamda sosyal medya, Platon’un mağara alegorisinde olduğu gibi, bireyin hakikati doğrudan değil, kendisine sunulan görüntüler ve imgeler üzerinden kavradığı; gerçeğin kendisinden ziyade, onun dijital görüntüsüne yöneldiği sanal mağaralar olarak düşünülebilir.

Günümüzde sanal mağaralarımıza bu kadar bağlı olmamızın belli başlı sebepleri vardır. Bu sebepler sosyal medya platformlarının kullanım özellikleri ile ilgilidir. Sosyal medya; etkileşimciliği, hızı, izleyicilerin sadece izleyici olmayıp kullanıcı durumuna geçmesi, iç içe geçen sanal gerçeklik, bireyselliğin ve kitleselliğin eş anda yaşanması, zaman ve mekân kavramının iç içe ve aşkın olması, doğru ya da yanlış çok fazla bilgi sağlanması gibi kendisine has özelliklerinden dolayı kullanıcılarını görünmez veri zincirleri ile sanal mağaralara hapsedmiş durumdadır. Özellikle son yıllarda kullanıcıların devamlı içerik üretmesi ve üretilen içeriklerin ticarî amaca hizmet etmesi, sosyal medya mimarlarının ise bu süreçten reklamlar aracılığı ile para kazanması, vericinin ve alıcının karşılıklı kâr amacını gütmesi, söz konusu karşılıklı kâr amacına bağlı olarak sosyal medyada daha yoğun ve aktif zaman geçirme isteği kullanıcılara vurulan zincir halkalarından belki de en önemlisidir. Bu bağlamda Han’ın interneti ve dijitalleşmeyi insanın bütün yaşamını ele geçirmesinden hareketle kansere benzetmesi boşuna değildir. Han’a göre internet ve dijitalleşme yeni bir egemenlik ve sömürü biçimidir. İnternet insanları sürekli görünmez biçimde denetler. İnternet kullanıcıları dijital panoptikon’un tutsaklarıdır. Bu panoptikonde



mahremiyet göz ardı edilir. Sürekli gözetim altında tutulan kişi bir veri aracına dönüşür. Yani insan veriye indirgenir. İnternet ortamında insan davranışları sürekli analiz edilir. Han' a göre dünyanın büyük bir mağazaya dönüştüğü internet ortamında insanın yaşamı bütünüyle ekonomik değere indirgenir. İnternet 'Costomer-Lifetime-Value' anlayışıyla insan varoluşunu kapitalizm ağında eritir (Han, 2020, s.29-42). Google, Amazon, Facebook ve Apple gibi mega şirketlerin tüketicilere, teknolojinin ve hizmetlerinin dünyayı daha iyi, daha bağlantılı, hatta daha demokratik bir yer haline getireceğini vaat etmesi (Huberman, 2023, s.34) 'Costumer- Lifetime- Value' anlayışını meşrulaştıran gerekçeler arasında görülmektedir. Fakat bu gerekçeler, kullanıcıların platformlar üzerindeki sürekliliğini aktif tutmak içindir ve gerçekte bireyleri görünmez zincirlere bağlar. Böylece dijital mağaralar, kullanıcıların isteyerek içinde kaldıkları, zincirlerini çoğu zaman fark etmedikleri ya da özgürlük yanılsamasıyla zincirlerini benimsedikleri ortamlar hâline dönüşür.

Platon'un Mağarasından Simülasyon Kuramına

Çağımızda dijital ekranların birer dijital mağaraya dönüşmesinin temel sebebi, hakikatin giderek kurgusal bir yapıda görünür olmasında ve bu kurgusal yapı içerisinde insanların gerçeklik ile simülasyonun sunduğu sanal görüntüleri ayırt edememesinde yatar.

Platon'un mağara alegorisine baktığımız zaman görüşler gerçekliğin üzerini örter. Zincirlerinden kurtularak mağaranın dışına çıkan mahkûm gölgelerin birer yanılsamadan ibaret olduğunu anlar. Zincirlerinden kurtulan mahkûm gerçekliği kavrayarak 'noesis'e ulaşır. Böylece gerçekliğin üzerindeki kurgusal örtüyü kaldırır. Hakikat, tıpkı güneş gibi gerçekliği aydınlatarak görüşlerin oluşturduğu belirsizliği aydınlatır. "Nesneler gün ışığıyla aydınlandı mı göz onları apaçık görür. Ruh, bakışlarını gerçeğin ve varlığın aydınlattığı bir nesneye çevirdiği zaman onu kavrar, bilir ve tam bir anlayışa varır" (Platon, 2017a, 508d.). Platon'un mağara alegorisinde mahkûmlar başlangıçta zincirlere vurulsa da mağaradan çıkarak nesnelere dair bilme gücünü elde eder. Güneş görünen nesnelerin hakikatini sunar. Böylece mahkûmlar görüşleri aşarak gerçekliğe ulaşır. Platon'un mağara alegorisinde gerçekliğe ulaşmak mümkündür. Fakat dijital mağaralar Platon'un mağarasından farklı olarak gerçekliğe ulaşmayı mümkün kılmaz. Çünkü dijital mağaralarda görüşler gerçeklik ile yer değiştirmiş durumdadır. Bu durum, Baudrillard'ın simülasyon kuramında gerçekliğin yerini alan 'simülakr' ve 'hipergerçeklik' kavramlarıyla açıklanmaktadır. Simülasyon kuramı Platon'un mağarasının dijital mağaralara nasıl dönüştüğünü göstermektedir.

Gerçekliğin sanal gerçekliğe dönüştüğü Baudrillard'ın simülasyon kuramında, görünüş hakikati gizler. Bu öylesine bir gizlemedir ki Baudrillard'ın simülasyon kuramında simülakrlar zamanla gerçekliğin yerini alır. Tıpkı Platon'un mağarasında duvara yansıyan gölgelerin gerçekliği taklit etmeleri gibi sanal mağaralarda da görüntüler dijital olarak taklit edilirler. Taklidin gerçeğini bire bir yansıtmasını 'Simülakr Kuramı' ile ele alan Fransız düşünür Baudrillard'a göre taklit edilen her nesne, her görüntü birer gösterge yani simülakrdır. Bir gerçek olarak algılanmak istenen simülakr (Baudrillard, 2020, s. 14). hakikati gerçeğin kendisine benzeterek gizlemeye çalışır. Simülakrlar gerçek olmayan şeyleri gerçekmiş gibi sunarak simüle eder (Baudrillard, 2020, s. 15).

Simüle etmek ise sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi yapmaktır (Baudrillard, 2020, s. 15). Yani Baudrillard'a göre simülakrlar gerçek ile sahte arasındaki farkı yok etmeye çalışırlar. Simüle edilen şey, zamanla gerçeğin yerini alır. Gerçeğin tanımı bile: eşdeğerli bir yeniden üretimi sağlanabilen şeye dönüşmüştür (Baudrillard, 2021, s. 148). Dijital mecraların ve sosyal medya platformlarının da yaptığı şey nesnelerin gerçek olmayan fakat gerçeğe en yakın görüntülerini vererek, bilgisayar programları aracılığıyla yapay bir şekilde kullanıcıları simüle etmektir. Sistem, bize sunduğu görüntüleri gerçek olarak algılamamızı ister. Günümüzde sistem tamamen belirsiz bir ortama doğru sürüklenmekte, tüm gerçeklik kod ve simülasyona özgü hipergerçeklik tarafından emilmektedir (Baudrillard, 2021, s. 7).

Simülakrlar, radikal bir biçimde bizi gerçekliğin ortadan kalktığı bir evrene mahkûm eder. Platon'un mağarasında gölgelerin yanıltıcı görüntülerinden kurtulmak mümkünken Baudrillard'ın simülasyon evreninde görünüşler dünyasından kurtulmak mümkün değildir. Çünkü dijital çağın temsilleri saf gerçeklikten söz etmeyi imkânsız kılar. Temsilin gerçekliğin yerini almaya başlamasıyla birlikte gerçeklik problemi yeni bir boyut kazanır. Bu noktada gerçekliğin yalnızca 'ne olduğu' değil, nasıl üretildiği de bir probleme dönüşmüştür. Özellikle teknolojik gelişmelerle birlikte Baudrillard, bu dönüşümü merkeze alarak gerçekliğin temsil yoluyla nasıl dönüştürüldüğünü, hatta temsilin zamanla gerçeğin yerini alıp alamayacağını sorgulamaya başlar. Baudrillard'ın simülasyon kuramı da tam bu noktada, görünüş gerçeklik ilişkisini klasik epistemolojik sınırların ötesine taşıyan radikal bir problem olarak ortaya çıkar.

Baudrillard'a göre her türlü gerçekliğin işlemsel bir ikizi vardır (Baudrillard, 2020, s. 15). Her işlemsel ikiz, gerçeğin tüm göstergelerine sahiptir fakat gerçeğin kendisi değildir. İşlemsel ikiz öyle tasarlanmıştır ki, gerçekliğin kendisinden ayırt etmek imkansızdır. Kopyanın atıf yaptığı şeyin somut bir gerçekliği olmasına karşılık simülasyonun göndermede bulunduğu şeyin bir gerçekliği yoktur (Akgül, 2024, s. 1655). Gerçekliği yok eden fail, kitle iletişim araçlarının, dijitalleşmenin kendisi olduğu için Baudrillard düşüncesinde merkezi rol oynar. Çünkü şeylerin işlemsel ikizi bir makine tarafından sonsuz kez yeniden üretilir. Üretilen imgelerin üretilme hızı ve çokluğu yitirilmiş gerçekliğin ölümcül ağırları ile bizi çevreler. Sonuç olarak imgeler her zaman ölümcül bir güce sahip olmuştur (Baudrillard, 2020, s. 19).

Baudrillard'ın klasikleşen 'Disneyland' örneği gerçeklik ile sanallık arasındaki hakikati yitirdiğimizi gösteren güzel bir örnektir. Övülen Amerikan değerlerinin eleştirisi niteliğindeki bu örnek, gündelik yaşamın bir hapishaneye benzemesiyle ilişkilidir. Disneyland bir simülasyon evrenidir. Canlandırılmış gerçeklikten çok, gerçeğin gerçeğe benzemediğini gizleyebilmek ve gerçeklik ilkesinin devamını sağlayabilmeyi amaçlar (Baudrillard, 2020, s. 29). Yapay sınırların ötesine geçen Disneyland, işaretler ve fantazmlarla dolu hipergerçek bir alandır. Böyle bir dünya olsa olsa gerçek ya da bizim bütünsel gerçek olarak adlandırdığımız bir evrene benzeyebilir. Bu evrende hakikat ve görünümün yerini bütün gerçeklik almıştır (Baudrillard 2005, s. 22). Disneyland'ın sunduğu düşsellik, ne gerçektir ne de sahte. Burası gerçek adlı kurmacayı ona simetrik bir şekilde yeniden üretmek amacıyla tasarlanmış bir caydırma (ikna) makinesidir (Baudrillard, 2020, s. 29). Disneyland bize neyin gerçek neyin sahte olduğunu ayırt edemediğimiz bir düşsellik sunar. Sunduğu her gösterge, gerçeği ele geçirmiş bir göstergenin bize dayatılmış



halidir. Disneyland'ın düş dünyası mağarada duvara yansıyan gölgeler gibidir. Gerçek değildir fakat gerçekliğin birer yansımasıdır. Tıpkı mağarada oturan mahkûmların zincirleri yüzünden sadece duvara bakması gibi Disneyland'ın alacalı simgeleri ziyaretçilerin gözlerini başka bir yere çevirmekten alıkoyar. Böylece Disneyland mimarisi sanal bir mağara olarak ziyaretçilerine hizmet eder.

Slavoj Žižek de Baudrillard gibi teknolojinin, gerçeklik algısını nasıl değiştirdiğine dikkat çeken düşünürler arasındadır. “Teknoloji artık doğayı sadece taklit etmez, daha çok, onu yaratan temel mekanizmayı açığa çıkarır, böylece bir anlamda ‘doğal gerçeklik’in kendisi ‘simüle edilen’ bir şey haline gelir, tek ‘Gerçek’ de DNA’nın temel yapısı olur” (Žižek, 2018, s.168). Benzer şekilde Žižek’e göre: “Sanal gerçeklik aygıtı, potansiyel olarak ‘gerçek’ bir gerçeklik deneyimi üretebildiği için, sanal gerçeklik ile ‘gerçek’ gerçeklik arasındaki farkı ortadan kaldırır. Bu ‘gerçeklik kaybı’, yalnızca bilgisayarlar aracılığıyla yaratılan sanal gerçeklikte değil, daha temel bir düzeyde, medyanın bizi imgelerle bombardımana tuttuğu ve giderek artan ‘hipergerçeklik’te de çoktan meydana gelmektedir.” (Žižek, 2018, s.168). Nietzsche’nin dediği gibi gerçek dünya ile birlikte görünümeler dünyasını da yitirdiğimiz zaman içinde yaşadığımız evren olgusal, olumlu ve bu haliyle gerçek olmasına gerek kalmamış bir evrendir (Baudrillard, 2005, s. 23). Sanal mağaralarımız da olgusal, olumlu ve gerçek değildir. Fakat ‘gerçekmiş gibi’ oldukları için cazibelidir ve içinde yaşanılmaya değerdir.

Dijitalleşme ve sosyal medya platformlarının zihinlerde yol açtığı diaspora, insan zihninin, bilincinin, algısının yerle bir olmasına sebep olmuştur. Baudrillard’a göre: “Artık olayla canlandırılmış görüntüsü arasında bir mesafe, bir boşluk, bir orada olmama durumu yok. Ekrana baktığımızda doğrudan sanal görüntü evreninin içine yerleşiyoruz. Ekrandaki görüntünün içine sanki yaşamın içine girercesine dalıyoruz. Yaşantımızı üstümüze bir tür dijital tulum gibi geçiriyoruz.” (Baudrillard, 2005, s.75). Tüm yaşamımızı; algılarımızı, eylemlerimizi, değerlerimizi küçük ekranların karşısında yeniden ama gerçekliğin simüle edilmiş yapay formu ile inşa etmeye çalıştığımız dijital bir evrendeyiz.

Baudrillard’ın ‘dijital tulum’ metaforu, bireyin sanal dünyada bedenini, bilincini, kimliğini, algısını artık yitirdiğini, farklı bir şey ile asıl derisinin üzerini örttüğünü anlatır. “Dreyfus’un” dediği gibi internet, kullanıcıları bedensizleştirir (Dreyfus, 2016, s.16). Bu bedensizleştirme sadece zamansızlığın ve mekânsızlığın bedensizleşmesi anlamında değildir. Bir derinin üstünü başka bir deri ile örterek hakikati gizlemektir. Bedeni arkada bırakmak, ‘ruh bedeninin mezarıdır’ deyişine katılan Platon’un beden ve ruh ikiliğine (soma-sema) dayanan metafizik yaklaşımıyla paralellik gösterir. Platon, Sokrates’i takip ederek bir insanın en yüce gayesi, ‘bedeni öldürüp’ saf akıl olması gerektiği iddiasını benimsemişti. Sokrates’in dediği gibi, “*bedeni hor görüp ondan kaçınma ve özgür olmak için gayret etme yolunda filozofun ruhu, tüm her şeyin ötesindedir.*” (Dreyfus, 2016, s.17-18). Platon beden ve bedenle ilgili her şeyden uzaklaşarak, ruh için bir mezar olarak gördüğü bedeni, ruhtan ayırarak en yüksek gaye olan ‘iyi ideasına’ yükselişi en yüce gaye olarak görür. Oysa dijital çağ insan ruhunu bedeninin içine hapsederek insanların hakikate değil, sanal dünyanın gerçek olmayan ve geçici hazlarına daha fazla gömülmesine ve bu sanal hazlardan doğan sanal değerlere hizmet etmesine yol açmıştır. Çünkü dijital çağ, bireyi bedeninin dışına çıkarıp hakikate



yaklaştırmak yerine, bedeni ve bedensel arzuları merkeze alarak ruhu yeniden kuşatmak ister. Böylece hakikat ve hakikat ile şekillenen anlam ve değer olgusu yerini bedensel hazların ve dijital dünyadaki simülakrların egemen olduğu yeni bir görünüş-gerçeklik alanına bırakmıştır. Bu doğrultuda dijital mağara, Platon'un mağarasından farklı olarak yalnızca gerçeğin gölgesini farklı biçimlerde sunmakla kalmaz; aynı zamanda bireyin gerçekliği algılama yetisini değiştirerek gerçekliğe dair bilinçli karar verme iradesini zayıflatır. İnsanları yapay arzuların peşinde koşturarak ikna ederek, anlamdan uzak değerler alanında var olmaya mahkûm eder. Böylelikle yeni bir etik kriz alanı yaratmış olur.

DİJİTAL ÇAĞDA DEĞERLERİN DÖNÜŞÜMÜ

İçinde yaşadığımız bilgi ve teknoloji çağında bilimsel gelişmeler, teknolojik yenilikler ve yeni üretim biçimleri insan yaşamını önemli ölçüde değiştirmiştir. Günlük hayat artık daha hızlı ve pratiktir. Teknoloji sayesinde insanlar, günlük yaşamın birçok alanında çeşitli ihtiyaçlarını kısa sürede karşılayabilmektedir. Teknoloji gündelik yaşamın pratik alanında oldukça olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle modern yaşamın sunduğu konfor alanı, her şeye daha hızlı ve daha kolay ulaşım sağlama teknolojinin insana sunduğu avantajlar arasında görülebilir. Fakat buna karşılık teknolojik ilerleme, bir yandan insan hayatını kolaylaştırırken diğer yandan kişisel ve toplumsal değer anlayışının değişip dönüşmesini de beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme ile birlikte dünya çapında gözle görülür bir değer dönüşümü yaşanmaktadır. Bu dönüşümü daha iyi anlamak için değer kavramını incelemek gerekir.

Değer kavramı kullanılan bağlama göre oldukça farklı anlamlara sahiptir. Bu nedenle değer kavramı üzerine yapılan tanımlarda çeşitlilik arz eder. Sözlük anlamı ile değer: bir şeyin önemini belirlemeye yarayan ölçü; bir şeyin değdiği karşılık, fehamet, kadir, kıymet demektir (TDK, t.y.). Türkçe anlamı ile değer bir şeyin karşılığı, bir şeyin ederi anlamına gelmektedir. Kişinin, isteyen, gereksinme duyan, erek koyan bir varlık olarak nesne ile bağlantısında beliren şeydir (Akarsu, 1975, s. 44). Değer, değerlendirilen şeyin kendisindedir ve bu değer o şeyin, eylemin, eserin, kişinin bir yapı özelliğidir (Kuçuadi, 1998, s. 45). Değer, verilen bir kararı, tercih edilen bir seçeneği, tüm edimleri anlamlı kılar. Değer bir şeyin önemini ortaya koyar. Bir şeye değer biçmek demek değer biçilen şeyin önemli olduğunu belirtmektir. Zira değer, kişinin bilinçli tecrübesine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durumda değer herhangi bir kişi tarafından, herhangi bir zamanda gerçekten hoşlanılan, takdir edilen, kıymet verilen, arzu edilen, uygun bulunan veya beğenilerle alakalıdır (Gökalp, 2021a, s. 8). Bir davranışın veya düşüncenin önemi doğrultusunda yapılan her tercih bir değer belirtir. Bu yönü ile değer biçilen şey diğer şeyler içerisinde hiyerarşik bir üstünlüğe sahiptir. Değerler tercih etme ve karar verme sürecini de içerir. Dolayısıyla değerler kararlarda ve seçimlerde rol alır. Değer, arzu edilen şey ya da olaylarla ilgili insan tavrıdır. Nerede bir kişinin tercih ettiği hoşlandığı bir tecrübe varsa orda bir değer vardır (Gökalp, 2021b, s.127).

Şüphesiz ki değer ve değerlendirmeler insanların algıları, tutumları ve davranışları ile ilişkilidir. Bir kişiye bir değer atfedildiğinde, o kişinin hem düşünce hem de eylem düzeyinde bu değere uygun davranacağı varsayılır (Kluckhohn,1951, s. 395). Dolayısıyla değerler bireyin

düşünce ve davranışlarını yönlendirir. Değerler insanlardan ve yaşama dair düşünce ve davranışlarımızdan bağımsız değildir. Değer sırf insanla, dolayısıyla insanın başarılarıyla ilgilidir. Kişilerin fiilen yaşadıkları, fiilen gerçekleştirdikleriyle değerlendirilir insan (Kuçuradi, 1998, s. 44). İnsan, çevresiyle kurduğu ilişkiler doğrultusunda düşüncelerini ve değer yargılarını şekillendirir. Yaşadığı toplum, kurduğu ilişkiler ve hayata bakış biçimi onun değer anlayışı üzerinde etkili olur. Bu nedenle insanın kendisini ve başkalarını nasıl değerlendirdiği, aynı zamanda insanı nasıl anladığıyla da bağlantılıdır. *“Kişilerle ve kendimizle ilişkilerimizde, başkalarının ve kendimizin yapıp ettikleri ve ortaya koyduklarıyla ilğimizde yakın çevremiz, çağımız, geçmiş ve gelecekle bağımızla belli bir bütünlükte bir kişi olarak var olmamızın temelinde değer anlayışımız, bunun temelinde ise insan anlayışımız bulunur”* (Kuçuradi, 1998, s. 5).

İnsan gerçekliğin karşısında pasif bir seyirci değil, aktif bir öznedir. Dolayısıyla güzeli, çirkin, iyiyi ve kötüyü değerlendirme yetisine sahiptir. Değerlendirme ise değerlendirilenin bilgisi ile ilgilidir. *“Değerlendirme her şeyden önce bir bilgi sorunudur; değerlendirilen şey bakımından bir bilgi problemidir; doğru veya yanlış değerlendirmeler yapılır. Doğru değerlendirmeler “objeleri”nin değerinin bilgisini sağlayan değerlendirmelerdir.”* (Kuçuradi, 1998, s. 18). Dijital çağda etrafımızın sanal görüntüler ile kuşatıldığını düşündüğümüzde Kuçuradi'nin ifade ettiği gibi doğru değerlendirme değerlendirilen şeyin bilgisini verir. Dolayısıyla değerlere ilişkin felsefeden beklenebilecek tek olanaklı bilişsel etkinlik, 'iyi', 'ödev', 'özgürlük', 'saygı', gibi kavramların çözümlenmesi, onlara açıklık kazandırılmasıdır (Tepe, 2002, s. 350). Fakat dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan önemli bir soru ve sorun vardır. İlk olarak “hangi gerçeklik” sorusu sorulur ve bu soru çağımızın başat sorununun aydınlatılması adına temel bir nitelik arz eder. Bu bağlamda gerçeklik, artık hakikatin kendisine değil, ona en yakın görünen temsil biçimlerine karşılık gelmektedir. Bu durumda dini, ahlaki, estetik ya da kültürel değerlerimizde bizlere sunulan görüntüler tarafından şekillenmektedir. Ortaya çıkan teknolojik yenilikler, internetin icadı, dijitalleşme ve sosyal medya platformlarının yaygınlığı ile birlikte bilgiye kolay ulaşım, zaman ve mekânı önemsiz kılan hızlı iletişim, haberleşme gibi olumlu sonuçlardan söz edilebileceği gibi, dijitalleşmenin insanlar üzerinde bağımlılık, dikkat dağınıklığı, sanal arkadaşlıklar ve buna bağlı gelişen yalnızlık hissi, online alışverişe bağlı olarak hızlı ve gösterişli tüketim, gerçek olmayan benlik sunumu gibi olumsuz sonuçlarında da söz edilir. Söz konusu olumsuz sonuçların ortak paydalarından biri sanal görsellerle oluşturulan içeriklerin insanların değer algılarını değiştirmesidir.

İnsanın gerçekliğin kendisi ile değil dijital olarak üretilmiş görsellerle karşı karşıya kalması sanal gerçeklik ve değer dönüşümü üzerinde derin etkiler yaratmıştır. Dijital çağ insanlara gerçeğin ne olduğu sorusu üzerinde düşünmelerini buyurur fakat aynı zamanda bu soruyu sormayı mümkün kılan eleştirel yetiyi zayıflatır. Çünkü gündelik yaşamda maruz kaldığımız dijital görüntüler bugün çeşitli programlarla gerçek olmayan fakat gerçeğe en yakın görüntüler olarak insanlara sunulmaktadır. Düzenlenmiş fotoğraflar, içeriği değiştirilmiş videolar, filtrelenmiş görseller ve dijital oyunlar sunulan görüntülerin gerçek olmadığını, gerçekliğin değiştirilen yansımaları olduğunu ortaya koyar. Böylesi bir ortamda bireyin gerçekliği kavrama ve eleştirme yetisinin zayıfladığı söylenebilir. Gerçeğin ne olduğunu tam olarak kavrayamayan birey için gerçeklik üzerinden kurulabilecek anlam ve anlamın üzerine inşa edilecek değerlendirmeler ve

değerlerde değişkenlik gösterir. Çünkü dijital ortamlarda bireyler gerçekliği doğrudan deneyimlemek yerine, ekranlar aracılığıyla maruz kaldığı deneyimleri gerçek olarak kabul eder. Görünen gerçeklik ile sanal gerçeklik arasında ayrımı yapamayan birey sürekli maruz kaldığı sanal görüntüleri gerçek zanneder. Kendisine, çevresine ve yaşama ilişkin değerlendirmeleri de sanal gerçeklik üzerinden şekillenir.

Sanal içeriklere maruz kalma süresi arttıkça kişilerin psikolojilerinde ve buna bağlı eylemlerinde bir takım davranış bozuklukları ortaya çıkar. Sanal görüntülerin bireylerin gerçeklik algısı üzerindeki olumsuz etkileri için dijital oyunlar dikkat çekici bir örnek oluşturmaktadır. Şiddet içerikli dijital oyunları oynamanın gerçek yaşamda da saldırgan tavırları tetiklediği görülmektedir. Sürekli olarak sanal şiddet görüntülerine maruz kalan çocukların, zaman içerisinde şiddeti olağan bir davranış olarak algıladıkları, sanal oyun arkadaşlarına ve akranlarına öfke duydukları, sosyal ilişkilerin ve akranları ile yüz yüze iletişim becerilerinin zayıflaması, gerçek yaşam ile sanal yaşam arasındaki ayrımı kesin olarak yapamamaları gibi sonuçlar ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde uzun süre bilgisayar başında sanal içeriklere maruz kalan gençlerin de depresif belirtiler ve şiddet içerikli davranışlar sergilediği görülmüştür (Mansız & Kulbakan, 2022, s. 1393-1395). Sonuç olarak dijital içerikli oyunlar, bireyin algılama biçimini olumsuz etkileyerek bireylerin saldırganlık davranışı geliştirmesine, empati duygusunun zayıflamasına, merhamet ve vicdan gibi değerlerin yitirilmesine, insan hayatına duyulan saygının azalmasına hoşgörü ve anlayış duygusunun kaybolmasına dostluk ve dayanışma bağlarının zayıflamasına sebep olmaktadır.

Dijital platformların gerçeklik ve sanal gerçeklik algımıza dair olumsuz etkileri için güzellik sektörü bir diğer önemli örnektir. Sanal görüntülerin güzellik algısı üzerindeki etkisi de bireyin ve toplumun değer algısını şekillendiren önemli faktörler arasındadır. Beden ve güzellik algısının sosyal medya platformlarında daha yaygın olarak ortaya çıktığı söylenebilir. En popüler sosyal medya ağlarından biri olan instagram, kullanıcıların kendilerini görsel olarak sunmalarına olanak tanıyan bir platform olmasıyla öne çıkmaktadır. Instagramda yapay zekâ destekli programlar ile kişilerin gerçek görseller üzerinde oynamaları, kullanıcıların yüzlerine filtre uygulamaları, beden formlarını belli estetik kabuller doğrultusunda değiştirmeleri, gerçek görüntülerinde birtakım kusurlar görerek bu kusurları değiştirme çabaları da benlik algısı ve kişisel değerleri olumsuz etkilemektedir. Sosyal medya platformlarında yapay zekâ destekli uygulamalar, filtreler ve dijital düzenleme programları aracılığıyla oluşturulan kusursuz kadın bedenleri, birçok kadının kendi fiziksel görünümünü yetersiz ve değersiz görmesine neden olabilmektedir. Debord'un "*Görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür*" (Debord, 2022, s. 37) eleştirisi kusursuz görünme çabasının zemininde yer alan düşüncedir. Özellikle estetik sektörünün dijital medya üzerinden sürekli ideal beden ve estetikli yüz görüntülerini öne çıkarması, kadınların kendilerini başka kadınlarla kıyaslamalarına yol açmaktadır. Gerçek olmayan görüntülerin sürekli tekrar edilmesi zamanla doğal görünümün kusurlu olarak algılanmasına yönelik bir algı doğurmuştur. Bu durum bazı kadınların doğal görüntülerini ve bedenlerini beğenmeyerek estetik müdahalelere ihtiyaç duymaları ile sonuçlanmıştır. Daha güzel ve çekici görünme uğruna kişinin kendi bedenine yabancılaşmasına ve öz değer duygusunun zayıflamasına sebep olabilmektedir. Çünkü birey zamanla kendi değerini, düşünceleri veya kişiliği üzerinden inşa ettiği yaşantısında değil, dijital



görüntüler ve estetik operasyonların sağladığı dijital beğeni oranı ve başkalarının onayı üzerinden ortaya çıkan platformlarda değerlendirmektedir. Böylece kadın bedeni giderek doğal bir varlık olmaktan çıkıp sürekli yeniden düzenlenmesi gereken bir görüntü nesnesine dönüşebilmektedir. Dijital platformlarda güzel ve güzellik maddi alanlara mahkûm edilmiştir. Kişinin kendi bedenini çirkin olarak algılaması, kıyaslama ve kıskançlık duygularını geliştirebilir. Yine bu durum öz saygı, kişisel değer, hoşgörü gibi değerlerin yerini öfke, kıskançlık gibi duygulara bırakabilir. Žižek'in belirttiği gibi dijital ortamlar benlik kavramını ya da algılayan öznenin kendisiyle özdeşliğini ortadan kaldırır. Bu kayıp "kendi bedenimizi" en temel düzeyde, ortamıyla ilişkisi içinde algılamamızı bile tehlikeye sokar (Žižek, 2018, s.169).

Dijital ekranlarda maruz kaldığımız bir diğer sorun ise gösterişçi tüketimi destekleyen içeriklerdir. Hız ve hazzın öncelik kazandığı platformlar arzu ve isteklerin hemen bir an önce karşılanmasına yönelik mesajlar vermektedir. (Yalvaç Arıcı, 2025, s.162) YouTube, Instagram, Snapchat gibi sosyal medya platformlarında uzun süre vakit geçiren kullanıcılar yoğun bir şekilde gösterişçi tüketimi destekleyen sanal görüntülere ve ürün reklamlarına maruz kalır. Kullanıcılar, başka kullanıcıların sosyo-ekonomik statülerini göz önüne çıkaran, lüks hayatı teşvik eden görüntülerle karşılaşmaktadır. Zamanla bu içerikler bireylerde daha fazla tüketme, gösterme ve görünür olma gibi eylemleri tetikler. İnsan psikolojisinin gösterme ve görünür olmaya dair istekli yapısı kapitalist şirketlerin pazarlama politikaları için değerlidir. Bireyin gösterişçi psikolojisini kullanarak maddi değere çevirmek isteyen şirketler gösterişçi tüketimi destekleyen sanal içerikler ve reklamlar aracılığıyla lüks ürünler kullanıcılara sunulur ve gösterişçi tüketim teşvik edilir. "İktisadın yaşayan insanlara bütünüyle boyun eğdirmesi ölçüsünde, gösteride onları tabi kılar. Gösteri, bizzat kendisi için gelişen iktisattan başka bir şey değildir. O, şeylerin üretiminin sadık yansımasına ve üreticilerin aslına bağlı olmayan nesneleştirilmesidir." (Debord, 2022, s. 38).

Sosyal medyada kimlikler birer tüketim nesnesine dönüşmüş durumdadır. Bu durum sosyal medya kullanıcılarının kendilerini sürekli görünür kılmaya, başta bedenleri olmak üzere sosyo-ekonomik statülerini sergilemeye yönlendirmektedir. Böylece kullanıcılar, kimliklerini, yaşam tarzlarını, duygu ve düşüncelerini, gündelik seçimlerine dair zevklerini sürekli paylaşarak kesintisiz bir performans sergilerler. Gösterişçi tüketimin yaygınlaştığı ortamlarda alçakgönüllülük, sadelik, tevazu, ölçülülük, dayanışma ve yardımlaşma gibi toplumun anlam yapısını etkileyen değerlerde olumsuz dönüşüm gözlemlenir. Dolayısıyla geleneksel değer tasavvuru yerini, dijital ortamlarda üretilen algılar ve sanal değer anlayışlarına bırakmaktadır.

İnsanlar giderek değerlerini gerçek yaşam deneyimleri üzerinden değil, dijital platformlarda karşılaştıkları görüntüler ve yönlendirmeler üzerinden oluşturdukları için içinde bulundukları yabancılaşmayı anlamlandırmakta zorlanırlar. Toplumdaki gösteri somut bir yabancılaşma imalatına tekabül eder. İktisadi yayılma, esas olarak bu özgül endüstriyel üretimin yayılmasıdır. Kişi ne kadar çok seyrederse o kadar çok yabancılaşır (Debord, 2022, s. 43-44). Debord'a göre kişinin kendisine ve dünyaya yabancılaşmasının sebebi insanların gösteri toplumunda temsiller ve imajlar aracılığıyla sürekli görünmeye yönelik bir arzu duymasıdır. Modern dönemde ortaya çıkan dijital ortamlarda bu yabancılaşma duygusuna aracılık eder. Dijital ortamlarda gerçek yaşam ve değerler yadsınır. Bu durum "insanlar arasındaki ayrılık ve



uzaklaşmanın ifadesidir” (Debord, 2022, s. 153). Debord’un gösteri toplumunda birey gerçekliği doğrudan değil gösteriye uygun temsilleri ile algıladığı için değer ölçütünde görünür olmakla eşdeğer tutulur. Fakat gösteri gerçek olanı tersine çevirdiği için değer, gerçek değer değil dijital ortamlarda gösterilenin değeridir.

SONUÇ

Görünüş-gerçeklik problemi, gerçekliğin algılanmasına ilişkin düşünceler, Antik Yunan’dan günümüze kadar etkisini sürdüren temel problemlerden biridir. İnsanın algıladığı şeyin hakikate ne ölçüde karşılık geldiği felsefi açıdan değerli bir sorundur. Gerçeklik kavramı genel anlamda var olanın kendisine karşılık gelirken görünüş bir şeyin gösterilmesi istenilen şeklidir. Çalışmada ele aldığımız üzere görünüş çoğu zaman gerçeğin üzerine örtülen bir örtü gibidir. Görünüşün bir örtü gibi gerçekliğin üzerini kapatması, dijitalleşmenin etkisiyle teknoloji çağında yeni bir boyut kazanmıştır. Klasik anlamda tartışılan görünüş-gerçeklik problemi, gerçekliğin dijital imgeler ve sanal temsiller aracılığıyla yeniden üretilmesiyle birlikte sanal gerçeklik problemi bağlamında tekrar ele alınır hâle gelmiştir.

Günümüzde görünüş-gerçeklik probleminin yaygın bir biçimde ele alınmasının belli başlı sebepleri vardır ve bu sebeplerden bir tanesi insanların gündelik yaşamın pek çok alanında, gerek bilgisayarlar ve cep telefonları gerekse sosyal medya, dijital oyunlar ve dijital platformlarda yoğun zaman geçirmeleridir. ‘We Are Social’ ve ‘Meltwater’ tarafından yayımlanan ‘Digital 2025’ raporuna göre bireylerin günlük internet kullanım sürelerinin önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Bu rapora göre bir insanın günlük ortalama ekran süresi 6 saat 38 dakika olduğu tahmin edilmekte olup kullanıcıların ortalama 2 saat 21 dakikalarını sosyal medya platformlarında geçirdiği görülmektedir (We Are Social & Meltwater, 2025). Bu veriler dijital platformlarda zaman geçiren kullanıcıların gerçeklikten koparak gerçekliğin simgesel ikizine ne kadar maruz kaldığını ve gerçeklikle kurduğu ilişkinin nasıl zayıfladığını gösterir. Baudrillard’ın ifade ettiği biçimde dijital mekanlarda geçirilen zaman, duyusal taklitçilik, dokunsal kandırmacadan oluşan bir düş gücüdür artık. Bu mekanlarda gerçeğin gerçeğe bir halüsinasyon derecesinde benzeyeniyle ilişki kurulur (Baudrillard, 2021, s. 143-145). Bu platformlarda gerçek sürekli olarak yeniden üretilir. Bu yeniden üretilebilirlik süreci sonunda günümüzde bizzat gerçekliğin kendisi hipergerçekçi bir görünüm kazanır. Baudrillard’ın simülasyon kuramında ifade ettiği biçimde: gerçekliğin tamamı bir tür gerçeklik oyununa dönüşmüştür (Baudrillard, 20021, s.149).

Bu veriler, çağımız insanının ekranlara ve sanal görüntülere ne derece maruz kaldığının ve bağımlı hâle geldiğinin önemli bir göstergesi olmakla birlikte bu süreler içerisinde maruz kaldıkları sanal görsellerin insanların algılama biçimlerini etkilediği bilinmektedir. Dijital platformlarda geçirilen yoğun zaman, dijital çağda ortaya çıkan sanal değerler ve dijital mağaralar, insanın gerçeklikle kurduğu ilişkiyi büyük ölçüde değiştirmiştir. Dijital ortamlarda içeriklerin ses tonu, mimik ve yüz ifadeleri gibi sözel olmayan unsurların değiştirilmesi ve gerçekmiş gibi sunulması insanların görsel ve işitsel içerikleri yanlış yorumlamalarına veya yanlış anlamalarına neden olabilmektedir.



Platon'un mağara alegorisinden hareketle bireylerin gölgeleri, yani gerçek olmayan görüntüleri gerçek sanma eğilimi gösterdikleri söylenebilir. Fakat Platon'un mağarasından çıkıp gerçekliği kavramak mümkündür. Platon'dan günümüze kadar geçen sürede teknolojinin ve dijitalleşmenin geldiği son noktada içine hapsediğimiz dijital mağaralardan çıkmak Platon'un mağarasından çıkmak kadar kolay görünmemektedir. Bunun sebebi günümüz insanın dijital ekranlarda gerçeklikten uzak bir hayal dünyası yaratmasıdır. Bu hayal dünyasında yer alan sanal içerikler gerçeğin birebir kopyası olduğu için gerçeklik ile görünüş arasındaki ayrım ortadan kaybolur. Gerçekliğin yok olduğu bir hayal dünyasında birey, simülasyonun sunduğu görüntülere kapılıp gider. Karşılaştığı imgeleri, paylaşımları ve sanal temsilleri çoğu zaman gerçekliğin kendisi gibi algılamaya başlar. Bu durumun ise bireyin düşünce biçimini, yönelimlerini ve değer yargılarını doğrudan etkilediği görülmektedir.

Sonuç olarak dijital çağda görünüş ile gerçeklik ayrımının yapılamaması sadece epistemolojik bir problem değildir. Kişinin dünyayı anlamlandırma ve değer yaratma noktasında da varoluşsal bir dönüşümdür. Değerlerin deneyimlenen gerçeklikten çok dijital imgeler üzerinden kurulması, bireyin, iyi, doğru ve güzel olana ilişkin yargılarının da simülasyon düzeni içerisinde biçimlenmesine neden olduğu düşünüldüğünde, yaşamın dijital göstergeler, imgeler ve simülasyonlar aracılığıyla anlam kazandığı bu dönemde zedelenen değer algılarının yeniden değerlendirilmesi önem kazanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (1975). Felsefe Terimleri Sözlüğü, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları
- Akgül, M. (2024). Platon'un Mağarasından Dijital İletişim Ağlarına Hakikati Anlatma Çabası: Haber doğrulama platformları üzerine nitel bir inceleme. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-Gifder), 12(3), 1652-1674.
- Annas, J. (1981). An Introduction to Plato's Republic. Oxford: Oxford University Press.
- Arslan, A. (2016). İlkçağ Felsefesi Tarihi: Sofistlerden Platon'a. İstanbul: İstanbul bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2005). Şeytana Satılan Ruh (Çev. O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2021). Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm (Çev. O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2020). Simülakrlar ve Simülasyon (Çev. O. Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Debord, G. (2022). Gösteri Toplumu (Çev. A. Ekmekçi & O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Derrida, J. (2014). Platon'un Eczanesi (Çev. Z. Direk). İstanbul: Pin Yayıncılık.
- Dreyfus, H. L. (2016). İnternet Üzerine (Çev. V. Metin Demir). İstanbul: Küre Yayınları.
- Gökalp, N. (2021). Değer Felsefesi. N. Gökalp (Ed.), Değer Çalışmaları (ss. 7-30). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Değer Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi.
- Gökalp, N. (2021). Değer ve Kişilik. N. Gökalp (Ed.), Değer Çalışmaları (ss. 125- 140). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Değer Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi.
- Güngör, N. (2017). İletişime Giriş (4. baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Han, B. C. (2020). Kapitalizm ve Ölüm Dürtüsü (Çev. Ç. Tanyeli). İstanbul: İnka Kitap.
- Huberman, J. (2023). Dijital Kapitalizmin Ruhu (Çev. M. Pekdemir). İstanbul: Fol Yayınları.
- İpek, K. (2021). Platon'da Hakikat (Tez No. 672900) [Yüksek lisans tezi, VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ]. Ulusal Tez Merkezi.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and Value Orientations In the Theory of Action. In T. Parson & E. Shils (eds.), Toward a General Theory of Action (pp.388-433). Harward University Press.
- Kuçuradi, İ. (1998). İnsan ve Değerleri. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Mansız, A. S., Kulbakan, Ş. G. (2022). Dijital Oyunlar ile Şiddet ve Saldırganlık Arasındaki İlişki. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 21(83), 1389-1407.
- Özutku, F., Çopur, H., Sığın, İ., İlter, K., Küçükylmaz, M. M., & Arı, Y. (2014). Sosyal Medyanın ABC'si. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Peters, F. E. (2004). Antik Yunan Felsefesi Terimleri Sözlüğü (Çev. H. Hünler). İstanbul: Paradigma Yayınları.



- Platon. (2017a). Devlet (Politeia) (Çev. S. Eyüboğlu & M. A. Cimcoz). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Platon. (2017b). Phaidros (Çev. F. Akderin). İstanbul: Say Yayınları.
- Platon. (2014). Theaitetos (Çev. F. Akderin). İstanbul: Say Yayınları.
- Störing, H. J. (2013). Vedalardan Tractatus'a Dünya Felsefe Tarihi. İstanbul: Say Yayınları.
- Tepe, H. (2002). Değerler ve Değerler Bilgisi. Ş. Yalçın (Ed.), Bilgi ve Değer (ss. 342-353). Muğla Üniversitesi Felsefe Bölümü Sempozyum Bildirileri.
- Türk Dil Kurumu, (t.y.). "Değer", Güncel Türkçe Sözlük, Erişim Tarihi: 16 Mart 2026, <https://sozluk.gov.tr/>
- Yalvaç Arıcı, Handan. "Dijitalleşme ve Değer Algısı: Dijital Uygulamaların Olumsuz Etkilerine Karşı Çocuk ve Gençler İçin Alternatif Dijital Yaklaşımlar". Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. 12/3 (2025), 157-182.
- We Are Social & Meltwater. (2025). Digital 2025: Global Overview Report. Erişim adresi: <https://wearesocial.com>
- Woleński, J. (2004). Aletheia in Greek thought until Aristotle. Annales of Pure and Applied Logic, 127, 339–360.
- Žižek, S. (2018). Kırılğan Temas (Çev. B. Somay & T. Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.