

**MODERN VE SONRASI DÖNEMDE
NESNELERİN SANATTA TEMSİL VE İFADE BİÇİMLERİNDE
POPÜLER KÜLTÜRÜN ETKİSİ**

AYFER TUTKAN

**IŞIK ÜNİVERSİTESİ
NİSAN, 2022**

**MODERN VE SONRASI DÖNEMDE
NESNELERİN SANATTA TEMSİL VE İFADE BİÇİMLERİNDE
POPÜLER KÜLTÜRÜN ETKİSİ**

AYFER TUTKAN

Işık Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sanat Kuramı ve Eleştiri Yüksek
Lisans Programı,
2022

Bu tez, Işık Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'ne Yüksek Lisans (MA)
derecesi için sunulmuştur.

**IŞIK ÜNİVERSİTESİ
NİSAN, 2022**

İŞIK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SANAT KURAMI VE ELEŞTİRİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

MODERN VE SONRASI DÖNEMDE
NESNELERİN SANATTA TEMSİL VE İFADE BİÇİMLERİNDE
POPÜLERKÜLTÜRÜN ETKİSİ

AYFER TUTKAN

ONAYLAYANLAR:

Prof. Dr. Güncel ÖNKAL (Tez Danışmanı)	Maltepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi. Ö. Eren KOYUNOĞLU	Işık Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özüm HATIPOĞLU	Işık Üniversitesi

ONAY TARİHİ:

THE EFFECT OF POPULAR CULTURE ON OBJECTS IN THE ARTISTIC REPRESENTATION AND EXPRESSION FORMS IN THE MODERN AND THE POST PERIODS

ABSTRACT

This thesis focuses on art-object relations in the context of popular culture and socio-cultural structure of the 20th century which forms the basis of the meaning and representation paradigms of modern and post-modern arts. In this regard, this body of work observes the processes of modernism, the notion of a consumerist society, pop culture concepts, and how they have an effect on individuals and society as a whole; leading to new shapes of expression being born from the imaginary. It envisages that the cultural conflicts that present a vision transform into the forms of expression existing in the timeline of arts; ranging from Avant-garde Art to Romanticism, Symbolism to Surrealism, and to examine them within the triangle of the object-subject- imagination.

This work explores how representation is defined in different art movements through subjects observing the problematic notions born from pop culture and later infused with the contemporary; such notions include being a brand, iconism, fetishism, degeneration, mimicry, privacy, temporariness, identity, assimilation, reproduction, transport, manipulation, and similar terms; aiming to answer how these notions came to be, ultimately showcasing the connection between the current age and contemporary art and how the latter shapes the other with the future years to come. Accompanied by the arguments of theorists and critics and by going through examples, the spirit of contemporary art and in this context, the pop culture and the communication age, the process of the shift from the traditional was believed to be achieved, and is giving birth to the discussion of the social-art relationship dynamic.

Key words: Modern art, Pop Culture, Iconic Values, Subject, Representation

MODERN VE SONRASI DÖNEMDE NESNELERİN SANATTA TEMSİL VE İFADE BİÇİMLERİNDE POPÜLER KÜLTÜRÜN ETKİSİ

ÖZET

Bu tez çalışması modern ve sonrası sanatların anlam ve temsiliyet paradigmalarının temelini oluşturan 20. yüzyılın sosyo-kültürel yapısı ve popüler kültür bağlamında sanat-nesne ilişkilerini ele almaktadır. Bu bağlamda modernist ve sonrasındaki süreçlerin, tüketim toplumunun ve pop-kültür hareketi ve kavramlarının toplumlar ve bireyler üzerinde yarattığı değişimler betimlenerek, imgeler dünyasında oluşan yeni ifade biçimlerinin hayata geçişleri izlenmiştir. Bu bağlamda Avangart sanat tan Romantizme, Sembolizmden, Sürrealizme kadar kimi sanat akımlarının nesne-anlam, nesne-kavram ve nesne-söylem ilişkileri bakımından irdelenmesi öngörülmüştür.

Temsiliyetin her sanat akımında farklı ele alınışına eşlik eden nesne ve bu ilişkiye şahitlik eden değer kavramı üzerinden, pop kültürün, marka, ikonizm, fetişizm, yozlaşma, taklit, mahremiyet, geçicilik, kimlik, benzeştirme, yeniden üretme, taşıma, manipülasyon vb. paradigmalarının modern ve sonrasında sanatın sorgulama alanında nasıl şekillendiğinin incelenmesi yapılmaktadır. Kuramcıların ve eleştirmenlerin savlarının eşliğinde ve örneklemeler üzerinden gidilerek, Modern ve sonrası sanat ruhunun ve bu çerçevede pop kültür kavramlarının, geleneksel kabuller ile yer değiştirme süreçlerinin tespiti yapılmış, çağdaş sanata zemin hazırlayan sosyal-sanatsal etkilerin tartışılması öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Modern Sanat, Popüler Kültür, İkonik Değerler, Nesne, Temsiliyet

TEŞEKKÜR

Akademik araştırmamın gerçekleşmesinde, değerli danışmanlığı ile bana kattığı ivme ve verdiği bilgiler ile desteğini sunan sayın danışman hocam; Prof. Dr. Güncel ÖNKAL'a, katkıları için minnettarlığımı sunar ve iten teőekkürlerimi iletirim.

Ayfer TUTKAN

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI	i
ABSTRACT	ii
ÖZET	iii
TEŞEKKÜR	iv
İÇİNDEKİLER	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
BÖLÜM 1.....	1
1 GİRİŞ	1
BÖLÜM 2	16
2. POPÜLER KÜLTÜR ve KİTLE KÜLTÜRÜ	16
2.1 Popüler Kültür ve Nesne	19
2.2 Sanatta Bireycilik Etkisi	33
2.3 Hedonik Tüketim; Çöp Uygarlığı	35
2.4. Pop-Tan Pazarlama	37
BÖLÜM 3	43
3. NESNE OLGUSUNA BAKIŞ	43
3.1 Modernizmde Nesnenin Krallığı ve Temsil Krizi	50
3.2 Postmodernizm Döneminde Nesne-Özne.....	69
3.3 Sosyo-Politik Değişim Süreçlerinde Semboller ve Nesnelere	80
3.4 Sanatta İmgelem Dünyası ve Sembol Dillerinin Uyanışı	85
BÖLÜM 4	90
4. NESNE ve ÖZNEYİ ÖRGÜLEYEN ÖGELER	90
4.1 Nesnede Değer Kavramı Üzerine Sorgulama	92
4.1.1 Nesneye Simgesel Uzayın Katkısı ve İç Görü	96
4.1.2 Fetişizm ve Fetiş Nesnelere	101
4.2 Olgular, Bellek ve Kültürel Yansımalar	104
4.2.1 Yeni Pop Nesil Dijital Kültür ve Nesne	114
4.2.2 Çağdaş Sanat Sürecinde Yozlaşma, Dağılma, Taklit ve Bozmacılık	118
4.2.3 Kapitalizmin İcatları ve Kullan-At Kültürü	122
4.2.4 Nesne ve Pop Kültür Profiline Etik	127

BÖLÜM 5	135
5. SONUÇ	135
KAYNAKÇA	146
ÖZGEÇMİŞ	151
EKLER	152

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2. 1 Claes Oldenburg Pasta Tabanı I, 1961-62. Moma, New York	25
Şekil 2. 2 Seri üretim eşyası.....	27
Şekil 2. 3 Gerhard Richter ve Konrad Lueg, Pop ile Yaşamak, Kapitalist Gerçekçilik İçin Bir Gösteri. Düsseldorf'taki Möbelhaus Berges mobilya mağazasında. 1963. Fotoğraf: Reiner Ruthenbeck, Ren Sanat Sahnesinin Sanatsal Fotoğrafçılığı Arşivi (AFORK). Düsseldorf.....	37
Şekil 2. 4 Sigmar Polke Polke. Astronot Gibi. 1968. Londra	40
Şekil 2. 5 Joseph Kosuth. Bir ve Üç Lamba. 1965. Modern Sanatlar Müzesi. NY .	42
Şekil 3. 1 Meret Oppenheim. Nesne. 1936. Modern Sanat Müzesi. Moma. New York.	49
Şekil 3. 2 Donald Judd. İsimsiz. 1968. Moma Müzesi. USA	50
Şekil 3. 3 Marcel Duchamp. Fountain. 1917 orijinalinin 1950 kopyası.	52
Şekil 3. 4 Masami. Bir kase çorba ve elinde hamburger tutan dövme kadını. 1980. McDonald's hamburgerleri Japonya'yı işgal ediyor. USA.	54
Şekil 3. 5 Yayoi Kusama. Dans Eden Kabak. 2020. New York Botanik Bahçesi. New York.	55
Şekil 3. 6 Robert Rauschenberg, Yatak. 1955. San Diego.....	57
Şekil 3. 7 Robert Rauschenberg. Monogram. 1959. San Diego.	57
Şekil 3. 8 Andy Warhol. Kadife Yeraltı ve Nico. 1967. New York.	62
Şekil 3. 9 Maurizio Cattelan. Son Yargı 2021- 2022. Çin.....	62
Şekil 3. 10 Velazquez. Nedimeler 1656. Prado Müzesi. İspanya	65
Şekil 3. 11 Paul Gauguin. Vaazdan Sonraki Hayal. 1888. İskoç Ulusal Galeri. İskoçya.	78
Şekil 3. 12 İşçi Partisi Propaganda Posterleri	84
Şekil 3. 13 Şekil Mısır Sembolleri	86

Şekil 3. 14 Baphomet Sembolü.....	86
Şekil 3. 15 Kanada Hanedan Arması	86
Şekil 3. 16 Afrika Adinkra Deseni.....	87
Şekil 3. 17 Etnik Ağaç Sembolü	87
Şekil 4. 1 Sherrie Levine. Walker Evans'tan Sonra. 1981	93
Şekil 4. 2 Martin Creed. No: 227 Işıklar Yanıp Sönüyor. 2000. Moma, New York	100
Şekil 4. 3 Allen Jones. Sandalye. 1969	103
Şekil 4. 4 Marcel Broodthers'in kartal imgelemi	108
Şekil 4. 5 Jenny Holzer. Londra Binasında Işık Projeksiyonu. 2006. Londra.	113
Şekil 4. 6 Liu Bolin. Şehirde Saklanma-Su Krizi. 2013	125
Şekil 4. 7 Diego Bianchi. Atık Üstüne Atık (detay). 2015. Enstalasyon. Pérez Sanat Müzesi, Miami.	125

BÖLÜM 1

1. GİRİŞ

İnsanın yaşam ile ilişkisi, toplumsal kırılmalar, dönüşümler veya çağın getirdiği yeni kavramlar nesneye atfedilen değeri ve temsiliyetini de biçimlendirmektedir. Öyle ki, modern çağın ve onu takip eden yıllarda yaşamı belirleyen pop kültür, tüketim toplumu, bireysellik ve insan ile doğrudan iletişimde olan benzeri kavramlar yarattıkları çelişkiler ile sağladıkları faydalarından daha fazla öne çıkmaktadırlar. Öyle ki değeri kutsanan nesnelere dünyası içinde insanın daha değersiz bir nesne olgusuna indirgenmesi modern zamanların ve sonraki süreçlerin önemli çelişkilerinden biri olarak netleşmektedir. Özellikle modern sonrası pop kültür süreçleri, her türlü soyut veya somut varlığı insandan insana ve insandan topluma yansıtılan araçlar olarak yaşama dâhil etmiştir. Diyebiliriz ki, insan ile temas kuran her nesne, sanatçının da dünyasına girer ve bir sanat nesnesi kimliği ile dönemin getirdiği gerçekler ile buluşur. Modern dönem, nesnesinin sanatta içsel, diğer bir söyleyişle kendi özüne doğru eğilim gösterdiği bir dönem olmuştur. Bu dönemin sanatları, nesnenin işlevsel değeri yerine aslından uzaklaşan başka bir realite ile buluşan nesnenin yeni eğilimleri ile tanışmaktadır.

Modern öncesi dönemde doğaya ve dış dünyaya doğru olan bu eğilim modern dönem ile birlikte nesnenin başkalaşabilir dünyasının keşfine ve sanat üzerinden aslından farklı bir yöne doğru temsil edilmesine evrilmiştir. Nesnenin bir temsiliyet aracı olarak gündeme girmesi ile birlikte hemen her sanatçı veya eser, çeşitli eleştiriler ile karşılaşmıştır. Başlangıçta yadırganan bu durum zamanla nesnenin zengin anlatım dilinin fark edilmesi ve değişimlere uyum sağlayabilen yapısı ile kendisini bir sanat nesnesi olarak konumlandırılmasını hızlandırmıştır. Nesne üzerinden yeni ifade arayışları 20. yüzyılda en ileri seviyede kendini gösterirken tüketim kültürü ile

biçimlenen yeni dünya düzeni, özne-nesne ilişkisini, toplumsal değer yargıları üzerinden tanımlamaya koyulmuştur. Böylece modern sonrası plastik sanatın her bir akımı neredeyse özne-nesne ilişkisinden bağımsız kalamamıştır. Tüketim ekonomisinin tüm nesnelere, sanat objeleri olarak yeni anlatım dillerinin doğuşunu sağlamışlardır.

Nitekim modern toplum ve onu oluşturan endüstri, teknoloji, küreselleşme ve kentleşme gibi süreçler, reklam olgusunu devreye sokmuş ve pop kültürün tüketim anlayışı ile kaynaştırılmasının zeminlerini oluşturmuştur. Bu kaynaşmanın içinden popüler kültürün nesnelere yeni dünyasını yaratmaya başladığına, sanatın da oluşan alternatif nesnelere üzerinden coşkulu anlatım dillerinin oluşturulduğuna şahit olunmaktadır. Bu araştırmanın iddiası da bu tüketim nesnelere, sanatçının özgürlüğüne teslim edilerek popüler kültürün getirdiği farklı motivasyonlar ile yeni bir sanat nesne-temsiliyet ilişkisi içinde yorumlandığına ilişkin tespitlere dayanmaktadır. Nesnelere manipüle edilmesi, farklı kurgular ile değişime veya zaman zaman yok oluşa götürüldüğü modern süreçlerin, modernitenin birer sonucu olduğuna ilişkin örneklerle dayanmaktadır. Bu örneklemeler geleneksel olanlar ile yeni nesne ilişkiler arasında oluşan üslupların çatışmaların ve dönüşümlerin üzerine yoğunlaşmaktadır. Sanatın salt sanatçı ile sanat objesinde bir ilişki değil, yaratım süreci sonrasında yeniden tanımlanmaya, başkalarınca belirlenmeye devam eden düşünsel, kolektif ve kültürel bir edim olduğu anlayışı modern dönem sonrasında başat hale gelmiştir. Modern sonrası dönem, sanata konu edilen objelerin ve bunların anlamlandırılmasında pek çok faktörün rol oynama nedeni ile farklı yaklaşımlar bakımından bir çoğulculuk barındırır. Daha önceleri estetik teorilerinde kendisine estetik ilişkide bir anlam veya işlev atfedilmeyen pek çok yan unsur sanat objesinin belirlenmesinde, tartışılmasında, tanımlanmasında, aktarılmasında ve anlamlandırılmasında işlev kazanmaya başlamıştır. Örneğin modern dönem sonrası sanatta sanat objesine yönelen algı, pop kültür güdümünde manipüle edilmekle birlikte sanat, geleneksel anlayıştan farklı olarak bir özne ile yöneldiği sanat objesi arasındaki ilişkiden fazlasıdır. Artık sanatın izleyicisi, alımlayıcısı kitledir. Özellikle Frankfurt Okulunun eleştirel teorisyenlerinin dile getirdiği biçimiyle; kitle kültürü asıl belirleyicidir. Kültür ve kültür ürünleri ki, sanat da bu anlamda kültürün maddi ögesine indirgenmiştir yaygın bir kültür endüstrisi kontekstinde metalaşmıştır. Bu durum, modern dönem sonrası sanata gelindiğinde izleyiciyi ve sanatçıyı sanat objesinin temsili ve ifadesi karşısında içinden çıkılmaz bir

karmaşaya sürüklemiş olduğu görülmektedir. Bu tez çalışmasında nesne ve söylem başlıkları altında sanat objelerindeki değişimin popüler kültür etkisi bağlamında izleri sürülecektir.

Sanat dünyasına referansla ifade edilen “karmaşa” terimi nesne ve dilin bir krizi olarak karşımıza çıkmaktadır. Güncel estetik tartışmaların içerisinde kendisini göstermiş olan karmaşa, aynı objelerin farklı sanatçıların anlatımları için yeniden kullanılması yönündeki yaygın yaklaşımlar veya kavramların adeta kutsanarak sunulması, modern sanatların “nesne ve kavram çöplüğüne dönüştüğü iddiası” olarak kimi eleştirmenlerce ifade edilmektedir. Eleştirel düşüncenin önde gelen isimlerinden Adorno, Horkheimer ve Benjamin; diğer yandan modern sonrası dönemin çelişkilerini ortaya koyan Baudrillard gibi isimlerde sanatın ve estetik edimin, kavramsal boyutta bir yozlaşma yaşadığını üstü kapalı ya da açıkça söylemektedirler. Bu düşünürler orijinallik, taklit, değersizlik, meşrulaştırma gibi olgular için nesne kullanımının, ifade tercihlerinin ve bunlara bağlı algısal kurguların, bir temsiliyet sorununu da gündeme getirdiğini söylemektedirler. Bununla birlikte bazı eleştirilerin başlığı ise, temsiliyet ilişkisinin kolaycılık ve elitizm lehine sistemsal olarak bozuma uğratıldığı şeklinde olmuştur. Öyle ki, popüler kültürün içkin motivasyonu ile biçimlenen her nesne, buluşması, “estetik ruhun dağılması” olarak nitelenebilecek niteliksiz bir süreçten geçerken, nesneyi pazar mallarına (meta) dönüştürmekte ve onları gerçek anlamlarından uzaklaştırarak “şey” kategorisine indirgemektedir.

Popüler kültür olgusunun, modern ve sonrası sanat üzerindeki etkilerini nesnenin temsil ve ifade krizi üzerinden irdelemeyi amaçlayan bu çalışmada, mit yaratımından “vintage ve retroya”, toplumsal cinsiyet eleştirisinden, moda, reklam ve algı yönetimine kadar genişleyen bir perspektifle ele alınacaktır. Bu perspektif çerçevesinde tezin bazı analizleri olacaktır. Bunlardan birincisi; temsiliyet krizinde imgesi yüklenmiş objenin nasıl kurgulandığıdır. Bir diğeri; modern sonrası dönemde özellikle popüler kültür etkisiyle kitlesel beğenin icadı ve inşası çerçevesinde yeni değer yargılarının bu temsili nasıl çeşitlendirdiğidir. Son olarak, günümüzde bilinen gerçekliklerin ve kabullerin nasıl dönüştüğüne ilişkin sanat nesnesinin izleği üzerinden öngörüler sunulmaya çalışılacaktır.

Gündelik hayatın içine somut biçimde dâhil olan modernist paradigmlar, sosyo-kültürel argümanların belirginleşmesinde, bireyin davranışlarının şekillenmesinde kalıcı izler bırakmıştır. 18. ve 19. yüzyılda sanayi devrimi sonrasında

oluşan, kent yaşamı, toplumsal yaşam üzerinde etkisini göstermekle birlikte hemen her şey bu etkinin altında biçimlenmeye başlamıştır. 20. yüzyıl, teknolojinin hızlı gelişmesine paralel olarak, toplumda; kültürel, ekonomik ve siyasi alanlarda görüldüğü gibi sanatta da köklü değişimlerin yaşandığı bir süreç olmuştur. Bu yüzyılın örneğin; toplumsal sınıf, cinsiyet, ırk gibi olguların yavaş yavaş önemini yitirmesi ve modernite fikrinin tartışılır hale gelmesi değişim süreçleri öne çıkan başlıklarıdır. Kültür endüstrisinin, kapitalizmin ve yeniden üretim ideolojisinin küresel boyutta uygulamaya soktuğu senaryoları ise 21. yüzyılı, pop kültürün ve tüketim toplumunun kanıksanmış etkileri ve yaygın küresel çelişkileri ile bireyi baş başa bırakmış bulunmaktadır. (Yılmaz, 2013, s. 248)

20. yüzyılın toplumsal gerçekleri, 18. yüzyılın sonlarında başlayıp; 20. yüzyılda tüm dünyayı dönüştüren gelişmelerden bağımsız tanımlanamaz. Arka arkaya gelişen Birinci ve İkinci Sanayi Devrimleri, dünya toplumlarını 150 yıllık süreçte, öncesi ile kıyaslanamayacak derecede evrensel bir değişime taşıdı. 18. yüzyılın ortalarından sonra James Watt'ın, buhar makinesinin kendisinden önce yapılmış prototiplerini önemli ölçüde geliştirmesini, endüstri devriminin başlamasında öncül kabul edebiliriz. (Mahiroğlu, 2013, s. 248)

Buhar makinesindeki birbirini takip eden bu iyileştirmeler trenler, gemiler, değirmenler vb. geniş bir yararlanma alanında endüstriyel üretim süreçlerini hızlandırdığı görülmektedir. Diğer yandan buharlı lokomotifin bulunuşu, ticaretin şehirlerarası ve ülkeler arası yayılmasını sağlamıştır. Buhar gücünün taşımacılık ve ulaşım amaçları için kullanılması, 19. yüzyılın en önemli kalkınması sayılabilir ve bununla birlikte yeni dünya düzeninin bir sembolü olarak görülebilir. Sanayi devrimleri olarak nitelendirilen Birinci ve ikinci dönemler, İngiltere'de ekonomik üretim sisteminde, ulaşımda ve sosyal yapıda tarihi değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu değişimlerin elbette bir anda oluştuğu söylenemez, Öyle ki, 1760-1850 yılları arasındaki yaklaşık yüz yıllık süreçte aşama aşama gerçekleştiği görülür. Sanayi devrimi, bir yandan doğada kitlesel kirlilik ve çevre sorunlarını başlatırken bir yandan, Dünya'da sanayi merkezli hızlı bir kentleşme sürecine girilmiştir. Beraberinde dönemin ruhuna yaraşır yeni siyaset kuramları oluşmaya başladığı görülmektedir. Ticaret, ürün, satış, pazarlama ve ulaşım olanaklarının gelişmesi ile endüstrileşme, ülkeler arası boyutlara taşındı. Bu dönemde kentlere yığılan nüfusların sınıfsal katmanları belirginleşmeye örneğin; işçi sınıfı ve yeni kent burjuvazisi, Avrupa toplumunun yeni çehresi olarak belirlemekteydi. İnsan gücünden makinelere geçişin

tarihsel dönüşümü olarak tanımlanan Birinci ve İkinci Sanayi Devrimleri ile birlikte üretimde başlayan gelişmeler, toplumsal yapıda da keskin dönüşümleri başlattı. Gündelik hayatın değişimi ve üretim-tüketim ilişkilerinin kapitalizmin normlarına göre düzenlenmesi, kent nüfusunun önüne geçilemez bir hızla artmasını sağladı. Bu gelişmeler, ülkeler arası toplumsal ve siyasi değişimlerin kaçınılmaz olacağına göstergesi olmuştur. Öncelikle İngiltere’de başlayan endüstriyel dönemin etkileri, giderek Avrupa’nın diğer ülkelerinde ve Amerika’da da hissedilmeye başlandı.

Sanayi Devrimi sonrasında yaygın fabrikalaşmanın gelişmesiyle şehirler adeta birer açık hava fabrikası diyebileceğimiz dev üretim sahalarına dönüşmüştür. Sanayileşme eksenindeki bu dönüşüm ilk bakışta fiziki bir değişimdir; ancak değişim sadece şehrin fiziksel yapısında olmamıştır. İnsanların sosyal etkileşimlerinin yapısının, nüfus yoğunluğunun ve kültürel hareketliliğin seyrinin değiştiği bu şehirlerin kavramsal karşılığı “kentsel alanlar” (urban) olarak anılmıştır. (Önkal & Yazar, 2019, s. 16, 63)

Toplumsal değişimler, makineye bağlı üretimin hızlı artışı, pazar ve hammadde arayışlarının yükselmesi, hammadde ve pazar gereksinimi nedeniyle, sömürgecilik, faaliyetlerinin hızlanması, işçi ve işveren sınıfının oluşması, yeni kent burjuvazisinin doğuşu, ürün ve tüketim parametrelerinin çoğalması, kentleşme varoş ve çeper işçi-mahalleleri oluşumlarına bağlı kültür çatışmaları, yeni düşünce akımlarının ortaya çıkışı (kapitalizm, liberalizm ve kominizim vb.), sınıflar arası gelir düzeyleri arasındaki uçurumun derinleşmesi gibi olgularla belirginleşmekteydi.

Bu bağlamda, ekonomiye her türlü müdahaleyi reddeden “iktisadî liberalizm” anlayışı “Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” (laissez faire, Laissez passer) mantığıyla uzun bir süre uygulamada kalmıştır. İktisadi liberalizmle ekonomik yapıda meydana gelen köklü değişim, kuşkusuz siyasal yapıdaki değişimle birlikte çalışma ilişkileri üzerinde etkili olmuştur. (Mahiroğlu, 2011, s. 44)

Ayrıca, köyden kente göçün hızlanması ile birlikte gecekondulaşmanın artışı, alt yapı sorunları, güvenlik sorunları ve suç işleme oranlarının artışlarını beraberinde getirdi. İkinci Sanayi Devrimi ile birlikte elektrik enerjisi buhar gücünün yerini aldı ve nüfusun kentlere doğru akışını daha da hızlandırdı. Bu dönemde üretimin ritmi, çok daha hızlı bir boyuta evrilerek, seri üretim uygulamalarını endüstrinin gündemine taşıdı. Sanayi ve üretimin geleceğini kökten değiştiren, *Henry Ford, Taylor’un bilimsel yönetim kuramını uygulama alanına sokmuş ve böylece otomobil üretiminde ünlü akan şerit düzeni kullanılmaya başlanmıştır. (Bıçakçı, 2008, s. 4)*

Henry Ford’un bu “seri üretim bandı” “Fordizm” olarak nitelendirilen otomasyon sistemine dayalı “seri ve standart üretim modeli”, dünya ekonomisine yeni bir sıçrama daha getirdi. İlerleyen elektrik teknolojisi ile hızla gelişen ağır sanayide,

ABD ve Almanya liderliğini ilan ederken bu dönemde bulunan telgraf, telefon, araba ve tayyare gibi keşifler dünyada yeni ticaret rotalarının oluşmasını sağladı.

16. yüzyıl ve 17. yüzyıldaki bilimsel ve felsefi düşüncelerin yararlanılabilecek duruma getirdiği batı kapitalizmi, 19. yüzyılda püriten inanış üzerinde filizlendi. Püriten inanış; tanrının yüceliğinin boş zaman ve haz ile değil ancak çalışma ile yükseltilebileceğini ve zamanı boşa harcamanın günahların en büyüğü olduğunu kabul eder. İşe karşı isteksizlik, tanrıya karşı saygısızlık olduğu anlamına gelmektedir. Ancak, tanrı için çalışarak zengin olunması halinde zenginlik haktır. *Püritenizm’de, mülk arttıkça bu mülkü tanrının şanı için kaybolmadan tutmak ve çoğaltmak gerekliliğinin, kapitalizmin gelişmesinde anlamı çok açıktır. Max Weber, buna “kapitalizmin ruhu” adını vermiştir.* (Yavuz, 2013, s. 36)

Püritenliğin bu önemi, kapitalizmin oluşum evresinde ihtiyaçlarını karşılamak üzere güdülenen bireylerin, tüketim için de benzer bir itki ile güdülenmeleridir. Püritenlik, bir Protestan ahlakı olarak kapitalizmin ereklerini, insan belleğine inanç referansları üzerinden yerleştirmesini kolaylaştırmaktadır. Weber’e göre, dinsel neden, dünyevi çilekeşliğin gerektirdiği ayrışma mekanizmalarını haklılaştırmaktadır. Kent toplumunun gelirleri arttıkça, satın alma eğilimleri artırmıştır. *Bu ihtiyacın belirmesindeki neden, endüstriyel gelişimle uyumlanan pazarda hızlı teknolojik yenilik, kitle üretim ve mal çeşitliliğindeki hızlı artıştır. Bu artış, günlük yaşamın kendisinde bir devrim etkisi yaratmıştır.* (Yavuz, 2013, s. 36)

Tüketim alanlarının genişleyerek seçkinlerden halka doğru açılması, kitle kültürü içinde tüketimin döngüsünü kolaylaştırırken, tüketime ilişkin imgelerin geniş kitlelere aktarılmasını sağlamıştır. Bu referanslar, eşit paylaşım vadeden bir tür “Tüketim Demokrasisinin” inşa edilmesini kolaylaştırmıştır. Tüketim ve demokratikleşme kavramları bu süreçte yan yana anılmaya başlanırken, ilginç sosyolojik çelişkiyi gün yüzüne çıkarmıştır. Bu ve benzeri çelişkiler, Modern sanatın nesne-söylem yaklaşımlarını, pop kültürün siyasi ve ekonomik argümanlarını anlamak bakımından geçerli doneler sağlamaktadır. Lefebvre, “gündelik yaşam” kavramının, modern dönem ile birlikte oluştuğunu öne sürmektedir.

(...)modern zamanla birlikte belirginleşen gündelik hayatın çözümlenmesine, günümüz toplumunun nasıl adlandırılması gerektiği sorunsalıyla başlamış ve toplumu “Bürokratik Yönlendirilmiş Tüketim Toplumu” olarak adlandırmıştır. Çözümlemesinde gündelik hayatı felsefe, bürokrasi, terörizm, dil, ideoloji, kültür, tüketim ve kentleşme (Marx’ta tespit ettiği eksiklik) ile ilişkilendirmiştir. (Yapıcı, s. 1)

19. yüzyıl, “tüketim toplumu” kavramının sosyolojinin literatürüne girdiği bir dönem olmuştur. Döneme ait buluşların, toplumların yaşantısını doğrudan değiştirdiğini gözden kaçırmamak gerekir. Teknolojinin ilk ürünleri, bu buluşların açtığı yol nedeniyle insanların günlük yaşantısına arka arkaya girmeye başlamış ve özellikle 1950’li yıllarda, elektrikle çalışan gündelik aletler, toplum yaşantısına hâkim olmuştur. Bunun en basit örnekleri elektrikli ev ve ofis aletleridir. Buzdolabından, tost makinesine, çamaşır makinesinden halı süpürme makinesine kadar birçok ürün, kentleşen insanı ve günümüze kadar gelen yaşam parametrelerini temelden etkileyen materyaller haline gelmiştir.

Kentin, çalışma hayatının yeni paradigmaları ile oluşan yaşam hızı, konserve ve hazır gıda endüstrisinin artış göstermesine neden oldu. “Marketlerin ve alışveriş sepetlerinin saltanatı” kuruldu ve bunlar kapital odaklı günlük yaşamın ayrılmaz birer organizmasına dönüştüler. Örneğin; sanayi toplumunun hızlı yaşam koşullarına zaman kazandıran, pratik yemek kültürünün doğuşu (*fastfood*) hızlanmıştır. Konserve yiyecekler, bu anlayışın sembolik temsilcileri olarak, reklamların desteği ile klasik beslenme kültürünü büyük ölçüde dönüştürdüler. Bu dönüşümler de reklamların etkisi, temizlikten ulaşıma haberleşmeden, iş hayatına kadar yoğun etkisini gösterirken. El emeğinin yerini “kolaylaştırılmış yaşam sloganı” altında teknolojik araçlar almış ve tasarrufa dayalı geleneksel toplum yapısı, kapitalist idealin tüketim ereklerine doğru dönüşmeye başlamıştır.

Endüstri çağının sonrasında üretim ilişkilerinin kapitalist hegemonyasının içine girmesiyle de, tarım toplumunda keskin dönüşümler yaşamıştır. Büyük kentlerde ekonomik ilişkilerin merkeze alındığı ve sosyal statüye göre kategorize edilen sosyal sınıfları dönüştürerek, modern toplum sosyolojisi, 20. yüzyılın başlarına kadar kademe kademe olgunlaşmıştır.

Tüketim toplumunda nesnelere maddi değerlerine göre sınıflandırılmaktadır. Horkheimer, seçkinlerin başlıca uğraşının her zaman iktidarı ele geçirmek ve sürdürmek olduğunu söyler. Sosyo kültürel iktidarı sağlamanın yolu da nesnelere üzerinde iktidar kurmaktır. Baudrillard ise tüketicinin kendi ayırt edici davranışlarını özgürlük olarak, talep olarak, tercih olarak yaşadığını, farklılaşma ve bir koda boyun eğme zorlaması olarak yaşamadığını savunur. (...) tüketim ve alışkanlık arasındaki ilişkinin kapsamlı antropolojisinde yer bulabilen tüketici kapitalizmin metal kültürünü tanımladığını vurgular. Metal kültürü, bireysel kimliklerin kapitalist sisteme uyumunu kolaylaştırır. Bireyselleşmenin sonucunda alt ve orta sınıfın üyeleri bütünsel bir sınıf bilinci geliştirmekten uzaklaşır. (Bıçakçı, 2008, s. 8)

Kentler, kırsal alanlardan yoğun göçler almaya devam ederken şehir planlamasının önemi artmış oldu. 1919 yılına gelindiğinde kendi zamanın yapılarını değiştirmeyi hedefleyen ilerici fikirleri savunan Bauhaus Tasarım Enstitüsü, kentsel mimaride sahneye girdi. Bauhaus' un kurucularından Gropius'a göre; Modern çağın öznesi *Artık geçmişin giysilerini değil modern giysileri giyen modern insan, modern gündelik kullanım araçlarıyla donatılmış, kendisine ve zamanına uygun modern bir eve ihtiyaç duyuyor.* (Çelikkbilek, 2017, s. 3)

20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise modern toplumun ikilemleri kamusal alanda da yayılmıştı. Diyebiliriz ki; tüketimin, cilalı söyleyişlerle yüceltilmesi, pop kültürün toplumun güncel yaşantısına iyiden iyiye yerleşmesini sağladı. Püriten ahlak gibi farklı dini referanslar yerini, festivaller, törenler, eğlenceler, moda ve etnik-dinsel farklılıkların okşandığı yeni bir kent yaşam geleneğine bıraktı. Bu süreçte; seçkin ve zengin sınıfın sahip olduğu her şeyi tüketebilme hayaline yönlendirebilmek ve bu ideyi sürekli sıcak tutmak, tüketim toplumunun temel ideolojisi haline almıştır. Bu noktada şu savı söyleyebiliriz; Bireyin yeterli geliri olmadığı halde bir gün bu gelire sahip olacağını hayal ederek sürekli çalışmak ve ancak kazandıklarını sürekli tüketerek yaşayabilme şansının olduğunu düşünmesi, tüketim toplumunu ayakta tutan temel algılardan birisi olmuştur.

Kültür endüstrisinin en önemli yasası, insanların arzuladıkları şeylere kavuşmamalarını ve bu yoksunluk içinde gülerek doyuma ulaşmalarını sağlamaktır. Toplum tarafından dayatılan sürekli yoksunluk, kültür endüstrisinin her gösterisinde, yanlış anlamaya meydan vermeyecek biçimde kurbanlarına bir daha dayatılıp izlettiriliyor. İzleyicilere bir şey sunmak ve sunulan şeyi onlardan esirgemek aynı şey. (Adorno, 2009, s. 74)

Buradan ister toplumun güdülenmesi, isterse arzu ve isteklerin mantığı olsun, tüketim olgusunun bir anlamda insanın özerkliğini yok ederek, pop kültürün simüle ettiği yaşamın yeni değerler silsilesine hizmet ettiğini tespit edebiliriz.

Tüketim yoluyla aslında kitlelerde ekonomik ve toplumsal konum bakımından üst konumdakilerin kimliğini kazanabilecekleri yanılısaması yaratılmış, tüketim kitlelerin gerçek yaşamda kendilerinden esirgenen doyumların acısının hafifletilmesinin aracı olmuş, böylelikle tüketim ideolojisi bir yaşam felsefesi haline gelmiştir. Kapitalist üretim bedenlerini ve ruhlarını öyle bir kuşatmıştır ki, önlerine konulan her şeye direniş göstermeden kapılı verirler. (Yavuz, 2013, s. 222)

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından toparlanmaya çalışan ekonomiler, teknolojinin, dijital atılımları ile yeni bir boyut kazanmaya başladı. Bu dönem, bilgisayarların doğuşuna şahitlik ederken, bilgi ve iletişim teknolojileri hızla gelişti.

İnsanın yerini alan robotik üretim sistemleri hızlı ve ucuz ürün elde etmeyi daha da kolaylaştırdı. İnsan gücünden ilkel makinelere ve daha sonra süper bilgisayarlara ve giderek dijital bir evrene taşınan üretim süreçleri, ekonominin tüm sistemlerini içine aldı ve giderek “big data” ile beslenen yapay zekâ teknolojileri, 2000’li yılların ilk çeyreğine damgasını vurmuş oldu.

Bu dönemde klasik emek faktörleri olan kol ve kas gücüne olan ihtiyaç neredeyse tamamen ortadan kalkarak, makineler hem kendilerini ve hem de üretim süreçlerini yalnız başlarına yönetmeye başlamışlardır. ‘Nesnelerin İnterneti’ adı verilen yeni üretim sistemi ve bulut sistemi yaygınlaşmış, her makinenin ‘akıllısı’ hayatımızdaki yerini almıştır. (Taş, 2018, s. 5-6)

Kimilerince “Dördüncü Endüstri Çağı” olarak tanımlanan bu dönem ile birlikte, toplumların gündelik alışkanlıkları son yüz elli yıl içinde dördüncü kez değişime uğramıştır. Artık yeniden bir “yeni” kavramı ve başka bir “gelecek” paradigması yaşama hâkim olmaktadır. Gittikçe, meta ve onun ardındaki imgeler dünyası bu değişimlere bağlı olarak yeniden ve sınırsızca kurgulanmaya devam etmektedir.

Baudrillard’a göre her tüketim tercihi, o kişiye ilişkin niteliklere işaret eder. Bir başka deyişle, her tüketim metası, bir imdir. (Baudrillard, 1988, s, 16) Frankfurt Okulu kültür endüstrisi kuramı tüketim kültürünün toplumsal hayatımızın en önemli parçası haline getirildiğini söylemekte ve özgürleşme adı altında “kitlelerin aldatılışı” olarak tanımladığı, kapitalist bir dünya düzenine doğru evrilmesine eleştirel bir perspektif sunmaktadır. Bu kuramın içeriğinde; bireyin özerkliğini yitirerek, birey kavramı yerine “tüketici kavramının” aldığı tüketicinin de çeşitli kampanyalarla koşullandırılmaya başlandığı vurgulanmaktadır. Okulun bu kuramı, toplumsal hayatın en önemli parçalarından birini oluşturan kültürel unsurların, tıpkı maddi eşyalar gibi üretilerek kitlesel bir ürün gibi topluma sunulduğuna ilişkin pratik bakış açıları sunmaktadır. Bireyin ve toplumun yeni kişilik kalıpları ile sarmalandığını ifade etmesi bakımından Frankfurt Okulu, metalaşma çağının rasyonel çıkarımlarına işaret etmektedir. Adorno ve Horkheimer’ a göre, kültür endüstrisinin körüklediği yaşam tarzında, topluma yüklenen yeni anlam kalıplarını ve tüketme biçimini, gündelik yaşamın merkezine yerleştirmeyi amaçladığı yer almaktadır. Kuramın eleştirel çerçevesinde kapitalizmin egemen ideolojisinin ve kültür endüstrisinin yücelttiği olguların tüketilmesinin, bireylerin özgür tercihleri olarak görülmesini sağlayarak, bir özgürlük yanılsamasını toplumsal algıya yerleştirmek olduğu vurgulanmaktadır. Adorno ve Horkheimer; “*kültür endüstrisinde reklamcılığın zaferini*’, *‘tüketicileri, bu*

endüstrinin ürünlerini almaya ve kullanmaya zorladığı' sonucuna varmışlardır.”
(Bottomore, 1997, s. 56)

Diğer bir söyleyişle birey, özgürlüklerinin yitimini özgürlük olarak algılamak üzere totaliter yapıyı ve kendine yabancılaşmayı fark edemez hale gelmektedir. Bilimsel aklın yerini, araçsal akıl, öznenin yerini de nesne almaktadır.

Aslen meta kültürünün ayak izleri, 19. yüzyılın başlarında görülmeye başlamıştır. Gelecek yüzyıl boyunca kapitalizm, toplumsal algı üzerindeki; bireyin metalaşması ve araçsallaşmasını doruk noktasına ulaştırmıştır. 1970 sonrası sanatı da, modernitenin yaşamı biçimlendirme gayretinin vakumuna girerek tüketiciliğin ve kültürel savrulmaların yakınından süreci izlemeye koyulmuş, metanın imgesel dünyasını ve toplumları yönlendiren gücünü takip etmiştir.

O nedenle postmodern sanatlar bu izleyişin söylemlerini seyirci ile buluşturmaktadır. Tüketim olgusunun popüler kültürün motivasyonlarından bağımsız olamayacağını 1950'li yıllara bakarak da tespit edebilmekteyiz. Örneğin sanatçı Paolozzi'nin gazete ve dergilerden aldığı ticari ve reklam imgeleri ile yaptığı düzenlemeler o dönem Amerikan kitle kültürünün yansımalarını göstermektedir. Çalışmaları, kitle iletişim araçları ve reklamın, insan yaşamı üzerindeki popüler kültür etkisinin yoğun biçimde başlamış olduğuna işaret etmektedir.

Değişimin hızı artıkça tüketim ürünlerindeki çeşitlilik de arttı. Ve her birinin üzerine estetik öğeler ve imgeler inşa edilmeye başlandı. Ticaret “algı yönetme endüstrisine” dönüştü. Paul Feyerabend'in “ne olsa gider” (*anything goes*) fikri postmodernizmde önemli bir konuma sahip oldu. Böylelikle çöp ve hurda yaratmanın kanıksanmış sayıldığı tüketim toplumları, simgelere ve objelere yüklenmiş kavramlar üzerinden yönetilmeye hazır hale gelmiş oldu. Dahası ve giderek “İsraf kültürü”, 20. yüzyılın bir yaşam kültürü haline dönüştü.

Postmodern dünyanın tüketim toplumu yörüngesinde artık gerçeklik çoğul bir nitelik kazanmakta, hakikat ise bu çoğullukta parçalanmakta ve kaybolmaktadır: *Postmodern kuramların büyük bölümünün ısrarla savunduğu iddia şuydu; simülasyon dünyayı ve düşünceyi o kadar doldurmuştu ki temsilin bitip gerçekliğin başladığı noktayı belirlemek mümkün değildi.* (Stallabrass, 2016, s. 75) Baudrillard'a göre; bilenen gerçeklik algısı artık yok olmuş ve bu gerçekliğin yerini hipergerçeklik almıştır. Ona göre hipergerçeklik ve simülasyon aynı şeydir. Kapitalizmin yarattığı tüketim toplumunun postmodern bireyinin bu girdabın içinde kaldığını ifade ederken artık her

şey bir simülasyona dönüşür ve tüketim toplumuna hizmet eder hale geldiğini vurgulamaktadır.

Baudrillard'ın simülasyon teorisi, Batının akılcı düşüncesinin iyimserliği altında şekillenen “doğru”dan söz etmemizin artık mümkün olmadığını betimlerken, kapitalizmi ve postmodern dünyayı eleştirel nitelikte olup, ortaya koyduğu; postmodern bireyin hayatının her alanını kuşatan simülasyon kuramı ile toplumsal bir çözümleme yapmaktadır. Bireyi kuşatan sahte gerçekliğin, tüketim toplumuna nasıl hizmet ettiğine vurgu yaparken dijital teknolojinin bireyi gerçekmiş gibi sandığı bir evrene yerleştirdiğini ifade etmektedir. Bireyin gerçekmiş gibi sandığı bu evren, tamamen kurgusal bir evrendir. Baudrillard'a göre bu yeni gerçeklik, rasyonel gerçekliği temsil etmeyecek kadar ondan uzaktır. Hipergerçeklik olarak tanımladığı bu oluşumu, Disneyland dünyasına benzeterek sunmaktadır. Günümüz dünyasında söz konusu gerçekliğin kopyalarıyla yer değiştirdiğine ve böylece yaşadığımız evrenin bir Disnevland'a dönüştüğüne dikkat çekmektedir. (Baudrillard, 2021) Diğer bir deyişle bu değişimi “kopyanın kopyası” olarak nitelendirmektedir. Ona göre günümüz dünyası, yeniden üretim ve tüketimin dünyasıdır ve bu dünyayı simülasyonlar ve simülakrlar kuşatmaktadır. Bu kuşatma nesnelere ve onun temsiliyetini de kapsadığından, dünya ile ilgili yerleşik bilgilerimizde ve değer ölçütlerinde de köklü kopmalar yaşandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Öyle ki, Disneyland örneğindeki Mickey Mause kostümü giyen göstericiler gibi davranan sosyal medya, pazarlama stratejileri, reklamlar, filmler vb şeyler ile yapılan güdülemeler, simülasyon yaratmaya hizmet ettiğini, hem de tüketme arzusunu yükselten popülarite kavramının yerleşmesini sağladığını görmek gerekir. (Baudrillard, 1998) Giderek post modern zamanlarda ve günümüzde gerçeklik, iletişim teknolojisinin ve dijitalin hücresel pixel evreninde şekillenmekte, onun matrisler, sanal hafızalar ve komut modelleri yoluyla yeniden üretilmektedir. Bu nedenle Baudrillard, artık rasyonel bir bağlamda gerçekliğe ihtiyacımızın kalmadığını ve bireyin ve nesnenin dönüşümsüz bir sürece doğru evirildiğini ifade etmektedir. (Baudrillard, 1998) Gerçeğin kendisi artık işlemsel bir prosedürdür, nesne ve temsiliyet olgusu da yeni anlamlara bürünerek bu evrene dâhil olmaktadır.

1990'lar sonrası bilgi alışverişinin hızlı ve geniş kapsamlı yapılmasını sağlayan bilgisayar teknolojileri, Dan Schiller'in “dijital kapitalizm” diye nitelendirdiği yeni bir dünyanın varlığını sesleniyordu. Ürünün, bir imaj dünyasında ambalajlanarak tüketim

evrenine sunulmasını sembolize eden bu dönem, “metalaşmanın yükselişi” olarak tanımlanabilir.

Adorno, modernizmin ilk dönümlerinde sanat ürünleri ile tüketim malları arasında oluşan benzerlikleri vurgulamaktadır.

Metaların maddi kullanım değerlerinin önemi azalmışsa tüketim, başkasının hayatına katıldığını düşleyerek hissedilen prestije dönüşmüşse ve son olarak tüketilebilir şeylerin meta karakteri tümüyle ortadan kalkmışsa bu estetik bir yanılısama paradosidir. (Stallabrass, 2016, s. 77)

1990’lı yıllarda da bazı sanat pratiklerinin metanın üzerine yüklenen değişimlerden beslendiğini tekrar vurgulamak gerekir. Sanatçılar ise bunu kullanırken etik ve estetik bir sorgulamayı gerekli görmüyorlardı. Örneğin, alışveriş mağazalarının popüler ürünlerini resmetmek veya bazen heykelleştirerek galeri ortamında sanat eserleri statüsünde sergilemek, olağan bir hak gibi değerlendirilmekteydi. Bu sergileme biçimleri, ticaretin, estetiği bütünüyle işgal etmeye yöneldiğine bir göstergiydi. “Gösterişçi tüketim”, sanatın nesne-özne söylemleri için bir araç olarak, postmodern teolojide yerini buldu. Öyle ki, bu dönemin sanatı, zamanın ruhu ve atmosferini imgeler dünyası veya fetiş unsurlar ile modanın argümanları üzerinden ifade etmede ve onları kullanmada bir sakınca görmedi. Öte yandan moda ve çok renkli dergiler ile yaşama geçen; “gençlik ve dinamizmin referans olarak sunulduğu” bir dünyanın hazırlığının çoktan başlamış olduğunu göstermekteydi. (Dumbadze&Hudson, 2013, s. 39)

Bu dönemin gençlik olgusunu konu alan eserler, eleştirel yüzleştirmeler veya modern toplumun çelişkilerine göndermeler olarak yorumlanabilse de pop kültür dünyasında bir “ergen fan kültürünün” inşa edildiğini işaret etmekteydi. Ergen fan kültürü, özellikle seçilmiş, değersizliğin ve yetersizliğin yükseltildiği bir dünyanın temsiliyetini yansıtmaktaydı. Eşcinsellik, savaş karşıtlığı, yurtsuzluk vb. kavramlar, popun ünlü yüzleri ile müzikten edebiyata, eğlenceden izlenceye kadar her alanda lanse edildi. Ve giderek, popülizmin yoğun saldırısı altındaki birey, gerçeklikle bağları zayıflarken yalnızca, kendine sunulan standart güncellerin üzerinden “kendini anlamlı bulabilme” sarmalına tümüyle kapılmış olmaktadır. (Yılmaz, 2013, s. 248)

2000’li yılların simgesel söylemlerinin ve görünenin arkasındaki imgelemin peşine düşen sanat eserleri, temelde şu soruları içermektedir.

1. Eserde yan yana gelen unsurlar, bir anlam oluşturmak için mi kullanılıyor yoksa sadece toplumsal bir çelişkiler birikimine mi işaret ediyor?

2. Eserlerde gerçeğin doğrudan aktarılmasına dönük yalın bir eylemin olması şart mı? Eser çözümlenmesi zor anlam kaosları yüklemek özel bir amaç mıdır?
3. Eserlerde ifade biçimleri, dönemin içsel sorunları üzerine felsefi bir düşünce geliştirilmesinden mi doğuyor?
4. Sanat, metacı olgulara, popülizme hiçbir eleştiri getirmeden ve hiçbir değişim arzusu iletmeden salt gerçekliği göstermeyi mi amaçlıyor? Eğer öyle ise bu yaklaşımın, izleyicinin bilincinin yükselmesine katkısı nedir? (Buskirk, 2003, s. 18)

Modern dönemden başlayarak sanatın, ticari üretiminin hizmetine girmesi, ömrü kısa kavramların ardı sıra koşması yanında, zaman-bağlam ilişkilerinin illüzyonuna da yöneldi. Onunla, ince bir çatışma içinde olduğu izlenimini verse de tüketim kültürünün çıktılarında nemalanmayı da devam ettirdi. *Gördüğümüz üzere sanat bu rekabeti, bir yandan kitle kültürünün çekiciliğinden beslenirken diğer yandan kendi estetiğini ve aykırılığını katarak sürdürebilir.* (Stallabrass, 2016, s. 87)

Kapitalizm, tüketicinin kendi algısına yerleştirilecek “şeyler üzerinde, ne kadar az sorgularsa o kadar iyidir” demekte ve bir bakar körlük içinde, olmasını, popülizmin medya üzerinden estirilen rüzgârında savrulmasını arzular. “Ne alırsan tek fiyat, iki alana üçüncüsü bedava, harcama limitli hediye çeki, o ünlü ses sanatçısı da bunu giyiyor, şimdi bunlar moda” vb. pop söylemlerin, tüketme motivasyonunu yükselttiği her toplumda, bireylerin algısı manipülasyonlara açık hale gelmekte ve pop kültür, etkisini metalar üzerinden artırmaya devam etmektedir.

Metanın, toplumsal bir statü değeri olarak yükseltildiği bu dönemleri, endüstrinin yaşamı biçimleyen ve çağı kökten değiştiren etkisini görmezden gelerek modern sanat süreçlerini değerlendirmeye çalışmak zayıf bir yaklaşım olacaktır. Gerçekçi tespitlerin yapılabilmesi ve irdelemenin sağlıklı yürütülmesi için öncelikle modern sanatı hazırlayan süreçleri yerinde incelemek gerekmektedir. Çünkü, tüketim toplumu ve kitle kültürü kavramlarının öne çıktığı bu dönemler, meta karşısında toplumun ve kültürün, gelişim ve yaratım süreçlerini birer sosyolojik olgu olarak netleştirmektedir.

Diğer yandan bu tarihsel süreçte, nesnenin sıklıkla değişen ve çeşitlenen yorumlarının, sanatçıyı kaçınılmaz olarak yeni ifade biçimlerine yönelttiğini de fark etmek gerekir. Bu yönelişlerin, modernist sanat akımlarının çeşitlenerek sanat tarihinde yer edinmelerini sağladıkları şüphesizdir. Modern ve sonraki dönemi kavramak, o çağın tarihsel akışını takip etmeyi gerektirdiğinden, yakın geçmişin

toplumsal değişim süreçlerini ve modernizmin etkisi ile varlık bulan 20. yüzyıl sanat akımlarını, ön izlemeye almak kaçınılmazdır. Konu bu bağlamda ele alındığından, sanatın sürecini ve nesne ilişkisini daha rasyonel bir çizgide değerlendirme olanağı doğmaktadır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde, sanat ve nesne arasındaki ilişki irdelenmiş ve modern ve sonrası sanata öncü olan etkilerin, özneliğın yeniden kurgulanması ve objenin temsilinin dönüşümü gibi olgular ile eleştirel bir kavram olarak kitle kültürü anlayışı çerçevesinde sanatın nasıl biçimlendiğı ve toplumsal olarak yarattığı ortam ve dinamiklere yer verilmiştir. Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi kuramı ile tüketim kültürünün toplumsal hayatımızın nasıl en önemli parçası haline getirildiğini ve özgürleşme adı altında "kitlelerin aldatılışı" olarak tanımladıkları kapitalist bir dünya düzenine doğru nasıl gidildiğinin göstergeleri belirlenmiştir. Sanayi devrimi ile birlikte yeni dünya düzenin sanatı nasıl yön verdiğı ve sanatın nasıl metalaşma sürecine girdiğı konusu üzerinde bilgiler derlenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, popüler kültürün bireyin sosyo-kültürel algısını nasıl biçimlendirdiğine ilişkin tespitler üzerinde yoğunlaşmıştır. Bireyde ve kitlelerde, davranış modelleri haline gelen modern çağın yeni değer kavramları geleneksel ile yarattığı çatışmaların ve özellikle kimlik karmaşasının tespitleri yapılmış ve nesneye dayalı bir yaşam-statü algısının oluşumları izlenmiştir. Bir değer ölçütü olarak nesnenin sembol, ikon, fetiş gibi olgularla yüceltilmesine, giderek "şeyleştirilmesine" varan serüveni takip edilmiştir. Modern dönemin Popüler kültürü nesneyi soyut bir evrene taşırken tüketmenin kontrolden çıkan ve bireyi boğan histerisi, yeni bir yaşam ve söylem dilinin gelişmesine neden olmuştur. Bu tür gelişmelerin doğurduğu paradokslara ilişkin, bireyin nesneye bağımlılığına ve tüketim sitemine uyum gösterme tutumuna ilişkin veriler araştırılmıştır. Yeni imgeler ve mitlerle sürekli doldurulan insan algısının gerçeklikle bağıının giderek eridiğine, kişinin kendi varoluş sorgulaması içerisinde zorlanmasına ve toplumun geneline bulaşan modern travmalar oluştuğuna ilişkin tespitlere ulaşılmıştır. Bu travmayı sürekli yükselten etkenlerden biri olan; hedonizm üzerinde durularak bunun getirdiğı bireysel, toplumsal ve çevresel sorunlara göz atılmıştır. Tüketmeyi güdüleyen tüm pazarlama stratejilerinin dolaylı veya doğrusal etkileri popüler kültür ışığı altında nesnenin dünyasına bakılmış ve nesne-sanat buluşmaları belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise, nesne olgusuna genel bakış ele alınmış. Sanayi dönemi ve tüketimin artışı ile nesneye işlevinin dışında farklı değerler ve

göstergeler yüklenerek nasıl sanat objelerine dönüştüklerinin izleri araştırılmıştır. Popüler kültürün nesnenin bir amaç için etkin bir araç olabilme işlevini kullanması ile sanat nesnesinin varlık nedenine ilişkin yapılan tanımlar derlenmeye çalışılmıştır. Objenin sanat nesnesi olarak tartışılmaya açılmasının ve bazı sanat akımlarının algı evreninde yer alan nesne-temsiliyet ilişkisinin boyutları incelenmiştir. Ayrıca kültür endüstrisinin kimliğini yansıtan Popüler kültürün, toplumların ve siyasetin düşün dünyasını nasıl şekillendirdiği ve arasındaki ilişkilerin izleri takip edilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde, nesne ve özneyi örgüleyen etmenler üzerinde incelemeler yapılmış, onların sanatla ilişkisel boyutları ele alınarak, ilk iki bölümde gözden geçirilen başlıkların verilerine dayalı olarak, modern ve sonrası sanatın alt yapısını oluşturan etmenler netleştirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma, nesnelere yüklediği temsiliyet ve ifade biçimlerinin, popüler kültürün ağırlığı altında kendisine nasıl bir yol bulduğunun belirlenmesine, modern ve sonrasında sanata nasıl bir yön verdiğinin incelenmesine yönelik yapılmıştır.

BÖLÜM 2

2. POPÜLER KÜLTÜR ve KİTLE KÜLTÜRÜ

Neo-liberal ekonomiler ve buna bağlı politikaların dönüşüm etkisi altındaki “kültür endüstrisi” içerisinde küresel düzlemde tüketim malzemelerinin pazarlanmasında medya yönetimi ve satış stratejileri hızla kendine has ikna ve etkinlik alanları oluşturmuştur. Öyle ki sanayinin kâr hedefi ile yarattığı standart ürünler dünyası ve pazarlama bireyin kendi beceri ve değerlerini önemsizleştirerek, onun bireysel estetik ve özgürlük alanlarını daha da daraltmakta, giderek toplumu, modern yaşam adı altına yeni “yaşamsal pratikler ve yararlılıklar” algısına hapsetmektedir.

... Lowenthal diyor ki; Modern uygarlığın mekanikleşmiş çalışma sürecinde bireyin önemini kaybedişi, halk sanatının ya da “yüksek” sanatın yerini alan kitle kültürünü ortaya çıkarmıştır. Bir Popüler kültür ürünü gerçek sanatın hiçbir özelliğini taşımaz, ama tüm Popüler kültür medyasında görüldüğü üzere kendine özgü özellikleri vardır. Standardizasyon, stereotipleme, tutuculuk, kandırmaca, dalavere ile yutturulmuş tüketim malları. (Gans, 2017, s. 44)

Bir şeyi beğenenlerin ve satın alanların çokluğunu ölçü alarak, o şeyin iyi nitelikler taşıdığını düşündürmek, pop kültürün dayandığı algı oluşturma yöntemlerinden birisidir. Bunun gibi sosyal yaşamı tanımlayan ve sürekli güncellenen yeni ifade biçimleri, estetik, inanış, prestij, ihtiyaç ve eğlence vb. argümanlar, bireylerin üzerine yeni motivasyonlar yüklemektedir. Bu “pop-düşünce” biçimi ile tüketime bağımlı bir birey modeli (arzu odağı) oluşmakta ve toplumda tercihler istenilen yöne evirilmektedir. Kitle iletişim araçları, bu evirilmeyi herkesçe yaşamın bir gerçeği olarak kanıksanmasını sağladı. Pop kültür ile sunulan imaj ve statü önerileri, giysiden yiyeceğe, takıdan kozmetiğe dek her sahada, bireyi sanal mitler evrenine geçirerek, farklı olma arayışına yöneltti.

Popüler kültürü, kapitalizmin toplumsal değer yapılandırması olarak gören ve tüketim hazzı yaratmak için, kitle kültürüne entegre edilmiş; kar amaçlı organizasyonlar silsilesi olarak görenler ile sosyolojik açıdan faydacı yanlarını ifade edenler arasında iki cepheli bir görüş vardır. Her iki cepheden görülen ortak açı ise Popüler kültürün; toplumun ve bireyin kendine bakışı, görünüşü, hissedışı, duyarlılığı, estetiği, geçmişin birikimleri (gelenek, görenek, görgü vb.) ile kendi kendine dönüştürdüğü bir yapıyı, “günün sosyal kişiliği” olarak kabul edilmesidir. Bu yapı, 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra üretim-tüketim süreçlerinin hızlanması ile toplumlara yöneltilen yeni kültür transferlerini oluşturdu. Popüler kültür nesnelere oluşum nedenleri ve “metanın değer yargısına” dönüştüğü kaynaklar, kapitalist ideolojinin kendini sürdürebilir kılma süreçlerine bağlı olduğundan, üretim-meta üzerinde gelişen imgeler ise, bu ideolojik hat üzerinden şekillenmiştir.

Kültür endüstrisi, bireylerin Auschwitz sonrası içine düştükleri süregelen mutsuzluk haline karşı kullanılan sihirli bir iksire benzer. Öyle ki toplumdaki mutsuzluk halini üreten ilişkileri olağanlaştırır, kabullendirir ve sunduğu kurgusal yaşantılar aracılığıyla bireylere bir sahte mutluluk hali önerir. Bunun koşulu, bireyin zihninde beliren gündelik sorunları bir süre askıya alması ve kültürel ürünler aracılığıyla kendisine sunulan kurgusal yaşantıları özümsemesidir. ...Her koşulda birey - tıpkı diğer kültürel ürünlerde olduğu gibi – tekeller tarafından kendisine sunulan tüketim tercihleriyle sınırlanır. Bu noktada örneğin bir sinema filminden ya da televizyon dizisinden anımsadığı ürünlere uyum sağlamaya çalışır. (Kulak, 2017, s. 15-16)

Popüler kavramının, modern toplumun halka nüfus etmiş bir nevi “halk kültürü” haline geldiği söylene de onu “özgür iradesinin bir ifadesi” olarak ele almak yanıltıcıdır. Popüler kültür, mal üretimine ve pazarlamaya, dağıtım ve tüketim biçimlerine dayanan bir süreci ifade eder ve toplum bilincinin yönetiminden doğan bir sonuçtur.

Bireyi, satın alma, pratik kullanma ve hızlı tüketme üçgeninde tutarak onu “alışveriş sepeti ile çöp sepeti” arasına sıkıştıran organize bir yaşam biçiminin aktörü haline getirir. Özellikle markalar üzerinden, özgür seçim adı altında sunulan güdümlü bir yaşam kültürünün, bireyin alt bilincinde olgunlaşması sağlanmaktadır. Popüler kültür; metanın yüceltildiği, bireyin ve giderek toplum bilincinin bu yüceliğe onay verdiği süreçler bütünüdür. Bu onay, bireyin ruhu ile varlığı arasındaki çelişkilerden doğan kimlik arayışlarına yerleşir.

Sonsuz bir arzulama peşinde olan ve asla tatmin olmayan bireyin bu durumunu Bauman şu şekilde özetler; (...) ulaşılabilecek standart yoktur çünkü;

bitiş çizgisi daima koşucuyla ilerler, amaçlar onlara ulaşmaya çabalayandan her zaman bir ya da iki adım daha öndedir. (Bauman, 1999, s. 110)

Popüler kültür TV programları, popüler sanatçı, popüler basın vb. etkileşim yolları ile modernist kavramları ambalajlayarak topluma sunar. Popüler kültür, her bireyi, yeni kimlik fenomenleri ile sistemin içinde tutar, “imaj her şeydir” sloganı ile motive eder ve bunun yaşam için zorunluluğuna ikna olmuş bir popülasyon yaratmayı amaçlar. Böylece bireyden topluma, toplumdan kitlelere bulaşan bir yaşam ve değerler ekolojisi yaratılmış olur.

Popüler kültürün bilinç yönetimindeki yeni aracı ve iletişim fenomeni internettir. İnternet yeni ve küresel mitlerin yaratılması ve bunların popüler konuma taşınması için ideal ve sonsuz fırsatlar sunmaktadır. Tüketim ile standartlaşan, bir anlamda yaşamı standartlaştırılmış birey, internette “sörf yapma” özgürlüğüne kavuşmakta, bir yandan “e-sosyal” bir aktör olarak dijital dünyanın kolektif paylaşımcısı olurken aynı zamanda a-sosyal bir kişiliğe doğru savrulmaktadır. Bu paradoks, popüler kültürün yüzyıl öncesinde yaşam bulmaya başladığı varlığını, bugün yeniden anlamamıza yardımcı olmaktadır. Popüler Kültür, yaşamın özneliği ile “mış” gibi olan arasındaki, değişmez ikilemin adıdır.

Popüler düşler ile beslenen tüketim kültürü, yaşam boyu kitlelerin bilinç ve davranışlarının biçimlendirilmesiyle gelen, kitlelerin aktif katılımı ile gerçekleşen ve sürdürülen ahmakça alışverişe ve birkaç kullanımdan sonra köşeye atılmaya dayanan bir yaşam/ilişki tarzıdır. (Erdoğan, 2004, s. 13)

20. yüzyılın iletişim ve bilişim devrimi popüler kültürü bambaşka bir evrensel kültür havuzuna taşımaktadır. Her nesneyi, bilgiyi ve düşünceyi slogan düzeyine taşıyarak mecrası bir düzeyde ele alan internet, sosyolojik bir olgu olarak popüler kültür dünyasının başat aktörü durumundadır.

Kültür ve bilginin internet ile elitiz bir çizgiden çıkarak genelin, sözde “eşit” kullanımına açılmış olduğu söylenir. Çoklu paylaşım karakteri, geleneksel iletişim alışkanlığının dışında, “özgür eylemler platformu” kimliği ile yaşamı ve gündemi heteroks bir yapıda tutmaktadır. Bu arenada, doğru-yanlış, güzel-çirkin, eski-yeni ve olumlu-olumsuz bilinen her şey, bireyin dünyasına doğrudan veya ağ etkileşimleri ile dolaylı olarak dâhil olur. Kitle kültürünü, popüler manevralar ile biçimlendirmek artık çok daha kolaylaşmıştır. Öyle ki, küçük bir etki dalgası, çok kısa bir zaman içinde dünyanın diğer ucunda büyük bir tsunamiye dönüşebilmektedir. *Kitle kültürü üretim*

yasalarına göre “pop” içerik, biçim ve zevkin bir starlar ve hitler sistemi içinde, işletmenin amaçlarına göre önceden belirlenmesi ile oluşur. (Parlak, 2019)

Frankfurt Okulu’nun araştırmalarında, yüksek sanat ile kitle kültürü arasındaki sınırların birbirinden ayrılmasının zor olacağı kadar kaynaşmış olduğu vurgulanmıştır. Bu kaynaşma, günümüzde tüm açıklığı ile daha net anlaşılıyorken şüphesiz ki modern sanatçıların eserlerinde, niçin popüler verileri ve özellikle nesnelere, ifade araçları olarak kullandıkları daha kolay anlaşılır olacaktır. Özellikle modernite ve onun yansıması olan popülerite, sanatçıya malzeme ve deneyim olanakları sağlayarak onun söylem dilini zenginleştirmesinin yolunu açmıştır.

Adorno, nesnelere dünyasında ortaya çıkan her değişimin doğrudan bireyde gözlemlenebildiğini belirtir. Bunun oldukça sıradan bir örnekle dahi anlaşılabilirliğini düşünür. Örneğin eskiden bir kapının açılmasının ardından, onu yavaş, sessiz ve sıkı bir şekilde kapatma alışkanlığı, çarparak kapatılan araba kapıları ve kendiliğinden kapanan ev kapıları gibi örneklerin etkisiyle, yerine özensiz şekilde kapatma alışkanlığına bırakmıştır. Adorno eskiden kapı çarpmak, kapıyı kapattıktan sonra arkaya bakmamak ya da kapının kapatılmasıyla hiç ilgilenmemek gibi pratiklerin bir nezaketsizlik olarak kabul edildiğini, ancak yeni tüketim metalleri doğrultusunda söz konusu kabullerin değiştiğini belirtir. Bu gibi küçük örneklerin bir araya gelerek bir bütün oluşturduğunu ve böylece bireyin toplum içinde bütünüyle nesneye bağımlı, “şeyleşmiş” bir varoluş deneyimlediğini düşünür. (Kulak, 2017, s. 13)

Pop kültürün toplumlara küresel düzeyde entegre edilmesi ile tüketim olgusu, kitleler üzerinde ağır hegemonyasını kurmuş durumdadır. Kültür endüstrisinin, kendi istediği gibi üreten, yönlendiren, ihtiyaç duyduğunda yenileyerek tekrar sunan ve tüm süreçleri denetleyen hegemonyası, özgürlüğün de iyi yaşamanın da nasıl düşünülmesi gerektiğinin tanımını yapmaya devam etmektedir. Bu tespitten hareketle denebilir ki, 21. yüzyıl bireyi, tüm ekonomik ve sosyal süreçlerin bir nesnesi ve durumu olarak yeni bir dünya tanımına doğru evirilmektedir. Bu evirilme kaçınılmaz olarak, tek tipleştirme ve tüm içerikleri önemsizleştiği süreçleri de alabildiğine hızlandırmaktadır.

2.1 Popüler Kültür ve Nesne

Nesne ve “şeylere” atfedilen anlamlar, insanların toplumsal yaşamlarını nasıl biçimlendirdiklerini irdeleme ve sosyo-kültürel çözümler yapabilme olanağı vermesi bakımından değerli ölçütlerdir. Popüler kültür modern yaşama nesnelere ve şeyler üzerinden sembolik düşünme alışkanlığı yerleştirmiştir. Diyalog, prestij ve iletişim ilişkileri sembolik diller üzerinden yürütülmekte, ekonomik, estetik ve sınıfsal

farklılıklar, sembolik anlamlar üzerinden değerlendirilmektedir. Buna koşut modern çağın öne çıkan en önemli olgularından; “kimlik sorunsalı”, sanat pratiklerine doğrudan yansımaktadır. Nesnelere, sosyal alandan beslenen içerikleri ile kültür ve sanat üretiminde nasıl rol oynadıkları anlaşılabilir.

(Mant, 2017, s. 113) Resim sanatında nesne başlıklı makalesinde nesneyi şöyle tarif eder; “Düşünme, algılama, sezme ve tasarlama aracı ile var olan ve varlığını gösteren her şey nesnedir”. Sanatta ise insan ve insan ile ilişkili olan her şey nesne olabilmektedir. (Kaya, 2009. s. 118)

Popüler kültürün oluşum ve yükselme süreçlerinde nesnenin bir maddi kültür ögesi olarak “şeyleştirme” amacına hizmet ettiğini söyleyebiliriz. Pop-yaşam, nesneyi, sanal bir geçekliğe dönüştürürken kişiler üzerinden “şeyleri” imgeleminde yeni kimlik ve sosyal anlamlarla türevlendirmektedir. Pop kültür, yerleşik inanç ve değer ölçütlerini geleneksel formlarından kopararak toplumsal bilinci yeni anlamlar ile doldurma peşinde olduğundan, doğal olarak sanat nesnesini de klasik normlardan uzaklaşması kaçınılmaz olur. Nesnenin değişken ve dönüşebilen bir metabolizmaya sahip olarak varlığını sürdürdüğünü tesbit ile, onun özellikle pop kavramlarının etkisi ile biçimlenen bir kültür varlığı olduğu sonucu çıkar ki, bu da nesnenin sosyal yapının bir gerçeği oluşunu ortaya koymaktadır.

Bu bağlam sembol, mit, ikon, fetiş gibi kavramları doğurmakla birlikte bunları bireyin yaşamında filizlendirmektedir. İnsanın sosyal çevresini simgeler ile algılandığına ilişkin psikolojinin verileri göz önüne alındığında pop kültürün insandaki bu algı prosesini kullandığını ve nesneyi kutsayarak kişiyi ve toplumları manipüle etme fırsatlarına dönüştürdüğünü tespit etmek kolaylaşmaktadır. Nesnelere, anlam yüklenme işlevinde sembolik bir duruş sergiledikleri için, bireye özgü veya kitlesel bir tarzın oluşmasında da araç olabilmektedirler.

Woodward’ a göre, nesnelere insanlar adına şeyleri imlerler yani toplumsal anlamlar tesis ederler ve bu bakımdan toplumsal iş yapma kapasitesine sahiptirler. Kültürü nesnelere aracılığıyla yaratılan ve yaşanan bir şey olarak kabul edip araştırdığımızda bir yandan sosyal yapıları diğer yandan eşitsizlik ve toplumsal farklılık gibi karmaşık süreçleri daha kapsamlı olarak görmemiz mümkün olabilmektedir. Böylece nesnelere toplumsal ve ekonomik yapı ile birey-fail arasındaki hayati bağ olarak görülebilir. Bireylerin nesnelere yönelik etkileşim sürecinde yani nesnelere karşılaştıklarında, onları kullandıklarında ya da tercih etme ve hayatlarına dâhil etme sürecinde bu nesnelere kendi anlamlarını vermek zorunda kalırlar. Böylece nesnelere kendi yaşamlarında kişisel kültür ve davranış repertuarına dâhil etmiş olurlar (Woodward akt. Sankır, 2018, s.593)

Başka bir açıdan bakıldığında nesnelere üzerinden okumalar yapılarak, tüketim toplumu bağlamında popüler kültürün birey üzerinde gösterge ve temsiliyet paradigmaları yaratmaya çalıştığını fark edebiliriz. Bu farkındalık, popüler kültürün tüm etkileşim çabalarının, nesnelere kavramsal dünyaları ile oynamaktan ibaret olduğunu netleştirmektedir. Popüler kültür açısından nesne, sosyal ilişkilerin merkezine oturarak, bireyin merkezi haline dönüştürülmüştür. Böylelikle nesnenin “meta” boyutuna evirilerek mit veya bir ikon olma süreci başlamış olmaktadır.

Guy Debord'un da söylediği gibi; Tüketim toplumu yaşamı parçalara bölerek tekrar onu sunuma hazırlama girişimidir (Debord. 1996). Günümüz tüketim toplumuna baktığımızda bu gösteri ile gelen imajlar dünyasını görebiliriz. Toplumun giyinme şeklinden, düşünme biçimine kadar çok hızlı bir dönüşüm halinde olduğu görülmektedir. İnsan yaşamının artık bir imajlar dünyası ile sarmalandığını şahit olmaktayız. Debord, gösteri toplumunu tanımlarken; iktisadi üretim tarzlarının yeni dünyanın “gerçek dışı olarak” nitelendirdiği şeyi topluma sunmakta olduğunu ve onlara aracılık etmesindeki sebep ve sonuçtan oluştuğunu ifade eder. Var olan dünyanın, metalaşmış olarak gerçeklikten uzaklaşması soyut bir dünyadır. Bu dönüşümler ve imajlar toplamı, yeni toplumsal ilişki biçimlerinin bize sunduğu yeni dünyanın tüm kavramlarının içi boşaltılmış “şey”lerden ibaret olduğunun bir göstergesidir. Her şey imaj ve metadan ibarettir:

Gösterinin görünür kıldığı hem var hem de yok olan dünya, yaşanmış her şey üzerinde hâkim olan meta dünyasıdır. Ve böylece meta dünyası olduğu gibi gösterilmiş olur, çünkü bu dünyanın hareketi, insanların birbirlerinden ve global ürünlerinden uzaklaşmalarıyla özdeşir...Gösteri günümüzde üretilen nesnelere kaçınılmaz süsü, sistemin rasyonelliğinin genel açıklaması olarak ve sayıları giderek artan imaj-nesnelere doğrudan doğruya biçimlendiren ileri bir iktisadi sektör olarak güncel toplumun esas üretimidir. (Debord. 1996. s.17, 25)

Pop kültür, nesnelere bilinçli olarak mitsel ve sosyal anlamlar alanına çekmektedir. Bu nedenlerle, modern toplum yaşamında ikonlaşmış veya mitolojik evrene dâhil edilmiş bir çok nesne ile karşılaşmak olanaklıdır. Ünlü bir şarkıcının elbisesi, bir tenisçinin raketi, bir şarkıcının müzik aleti veya bir hatıra defteri, özel değerler yüklenmiş olarak bir mitos haline dönüşebilir. Popüler kültür, nesne üzerinden imgesel kurgular deneyerek, bireyin algısını hedef alan günlük illüzyonlar yaratma ereğini taşır. Tüketim nesnelere bu ereğin bir yansıması olarak sanata dahil olurken, sanatı da bir tüketim nesnesi haline sürüklediğini belirtmek zorlama bir tespit

olmayacaktır. Postmodern dönem tüketim nesnesinin en belirgin karakteri, ironi, imge ve simülasyona dayalı olmasıdır. Nesnenin sanata dahil olması, nesneye yüklenen ve giderek felsefi boyutta yorumlanmaya açık bırakılan imgeler ve dahil olduğu simülasyon dünyanın düşsel zenginliğinin keşfi ile olmuştur. Nesnedeki içerik zenginliği, pop kültürün yüklediği değer, imaj, kimlik vb. olgular, medya, iletişim ve pazarlama stratejileri ile motive edilen tüketim bağımlılığı, nesnelere üzerinden bireyin algı dünyasına transfer edilerek kapitalizmin kazanç tutkuları doyurulmaktadır. Birey ve toplum üzerinde sonu gelmez biçimde yürüyen bu süreçler, modern öncesi değerler topluluğunda nasıl, neyi, kimi, niçin gibi soruların yeniden üretilmesinde ve yeni bir insan ve post-yaşam modelinin oluşmasını sağlamıştır. Modern dönemin popüler kültürü, nesneyi kendi nesnellüğünden soyutlamaya götüren süreci başlattığından, giderek nesne, tüketme arzusunu destekleyen, arzu, doyum, belirsizlik ve özgürlük gibi modern tanımlı değerler ile buluşmuştur. Pop kültürün nesne kavramından anlaşılmasını istediği de budur. Yani pop kültür için nesne, temsil ettiği kavramı sorgusuzca yüklenen ve o kavramı bir değer olmaya değil "şey" olmaya hapsedecek bir geçici motivasyon aracıdır. Diğer taraftan, popüler kültür, postmodernizm sürecinin mayaladığı olguları nesnenin üzerine yapıştırma işi ile uğraşırken, tıpkı bireyin de bu "geçici gerçekliği" fark etmeden, sorgulamadan benimsemesini ve tüketmeye tutkulu bir bilince dönüşmesini arzulamaktadır. Oysa insanın sorgulamasız kabulleri, onun yaşamına çelişkiler olarak dâhil olmaktadır. Sanat sosyolojisi açısından bakıldığında, yaşamın sürekli bir devinim içinde olması, popüler kültürün getirmek istediği "tek-tipleştirme" ereğinin, uyum sorunları oluşturmayacağı olması düşünülemeyeceğinden sanatın, oluşan tüm sosyo-kültürel çelişkileri, insanın sorgulamasız durumundan bağımsız olarak kendi değerlendirme ve sorgulama alanına çektiğini söyleyebiliriz.. Sanatın bu vakumu, tüketim nesnelere üzerinden onları birer imaj aktörüne dönüştüren popüler kültürü, tartışma zeminine çekerek, nesneyi ve moderniteyi, izleyici ile yüzleştirme sürecini başlatmıştır.

Postmodernizm, nesnenin ve kültürel dönüşümlerinin sanatın görüş alanına girdiği modern dönemin aksine, sanatın nesnesizleştirilmesine yol açan çok yönlü çabaların yoğunlaştığına tanıklık etmektedir.

Kavramsal sanat ile düşünsel/dilsel/tanımsal bir önerme olarak nesnesizleşme eğilimine giren işlerden, günümüzde ağlar üzerinden dolaşıma giren varlıksallara, gerçek ve sanal arasında salınan yeni bedenlenmelerden, uzam ve zamanda artırılmış bir gerçekliğe doğru evrilen yeni oluş biçimlerine kadar bir post-nesne (nesne-sonrası) halinden söz edebiliriz. Öte yandan bu çatışkılı

hal, artık modernitenin insan merkezci (anthropocentric) bakış yerine, yeni bir beden olgusunun, melezliklerin ve doğal olarak da yeni oluşları (being) merkezsiz yayılımını imleyen bir pos- insan (insan sonrası) halini de görünür kılıyor. (Şahin, 2020, s.11)

Yeni imgeler ve mitler ile donatılmış nesnelerin sanatta öne çıkıyor olması, bir bakıma metalaşan kavramların, insan yaşamındaki baskın rolünü açığa çıkarmaktadır. Şüphesiz ki sürekli değişen toplumsal parametreler, sanatın görmezden gelemeyeceği bir boyuta eriştiğinden, sanat için kavramlar, mekân, çevre ve mesajın bireyin algısındaki oluş biçimleri önem kazanmıştır. Pop kültürün, insanı kobay gibi görmesi üzerinde yürüttüğü deneyimlere itiraz eden sanat, nesnenin bir sanat eserine dönüşmesi ile sanatın da ticari bir metaya, dönüşme sürecinin eş zamanlı olarak başladığının söyleyebiliriz. Diğer taraftan Postmodern dönem sanat hareketlerinden; Beden Sanatı, Süreç Sanatı, Performans Sanatı, Fluxus gibi yönelimler, sanat eserinin ticari bir dolaşım metasına dönüşme süreçlerine karşı tavır niteliğinde ortaya çıkmışlardır. Bu eğilimlerin ortaya çıkışı, nesnenin sanatı ticarete koşullayan varlığının ve bir temsiliyet ögesi olarak tercih edilmesinin terk edilmesini seslendirmektedir. 1970 yıllardan sonra postmodern eğilimlerin oluşumu ile, sanatta bir nesne olgusunun yok edilmesinin başlamış olduğunu da vurgulamak gerekir.

Sanatta, siyasette, ekonomide, cinsellikte, kent ve toplumsal yapılarda, kimlik ve bedene ilişkin yerleşik tanım ve kodlamaların yerinden edildiği sürekli bir sonra hali bu...Parçalı, eklemlı, melez yeni temsillerin, cisimleşmelerin zuhur ettiği bir tarihsellik anlayışı... (Şahin, 2020, s.11)

Postmodern dönemin sosyolojik oluşumlarına bakarak, tüketim algısının ihtiyaç odaklı değil zihinsel bir olguya dayalı olarak işlediğini söylemek zor değildir. Tüketim süreçleri, bir algı faaliyetine dönüştüğünde, hedonik, kontrolsüz, gösterişe dayalı veya sembolik (markalaşma) vb. oluşan çeşitli tüketim eğilimlerinin ortaya çıkmasını kolaylaştırmaktadır. Postmodernizmin semiyotik dünyasının, tüketme kavramı ile uyumlu olması, postmoderni, moderne karşı bir ideoloji olarak öne çıkarmaktadır. Postmodern dönemi, modern sonrası geçiş dönemi olarak tanımlayanların yanında, teknolojide beyin gücünde, bilgisayar teknolojisinde, mimaride, edebiyatta, sinema ve felsefede modernizme karşı eleştirel bir kuram olarak ortaya çıktığını savunan eleştirmenler de vardır. Postmodern anlayışın net bir tanımının yapılmasının nedeninin ise içinde birbirinden farklı kavramları içinde barındırıyor olmasına dayandırılabilir.

Özellikle sanayileşme süreçleri ve modern dönem başlarında etkisi yoğunlaşan tüketim olgusu birçok alanda olduğu gibi sosyo-kültürel alanda ve giderek sanatın içinde etkin bir dönüşüme neden olmuştur. Bu dönüşüme araç olarak, popüler kültür ve pazarlama stratejileri ikna edici motivasyonları ile öne çıkmaktadır. Psikolojik bir kuşatma altında olan birey için sıradan nesnelere, birer “arzu nesnesine” dönüşürken, toplumda sorgulama bilincini de hızla eritmektedir. Modern çağın bireyi, yeni kimlik tanımları ile kuşatılırken, sanat eserini de serbest piyasa dolaşımının birer nesnesi haline dönüştürmektedir.

Baudrillard “Kötülüğün Şeffaflığı” kitabında, sanatın her yerde olduğunu ve göstergelerin hızlı, kontrolsüz bir şekilde çoğaldığını ve bununla sanatın kendi bağımsız değerini kaybettiğini ifade eder. (Baudrillard, 2018, s.20). Böylesi bir dalgalanma, sanat eserini sıradan bir kültür malzemesine dönüştürürken, eserlerin birer ticari meta olmasının da yolunu açmıştır. Popüler kültür ve nesne ilişkisinde, nesnenin kutsanmasına dönük her yaklaşımın, sanatın da metalaşma riskini artırdığını saptamak gerekir. Sanat eserinin özgün ve değer biçilmez bir üretim olduğu düşüncesi hâkimken, modern dönemin, ekonomik değişkenleri ve dönüşen kültürel süreçleri sanatta “meta-eser” tanımının yerleşmesine şahitlik etmekteyiz. Diğer bir tespit ise bu dönemde “tüketim türü” ile “kültürün tüketimi” eş zamanlı ilerlerken, “estetik” kavramı değiştikçe sanat, sanat değiştikçe estetik kavramlar da birleşik kaplar yasası gibi birbirlerini dönüştürmüşlerdir. Bu tespit, Debord’ un, çağımızın, temsili nesneye, kopyayı aslına ve dış görünüşü de öze tercih ettiği söylemiyle örtüşmektedir.

Yaşamın, simülakr bir gösteri setine dönüşmesi, gerçeklerini özünden uzaklaşmasını koşullamıştır. Hemen her olgu, özüne değil, temsiline entegre olmaya başlamıştır: “*Her şeyden önce sanat eserine karşı dolaysız bir meydan okuma, sanatın halesini bozma, sanatın halesini başka bir kılığa sokma...*” (Featherstone, 1996, s.117) Modern toplumun, kimlik üretimi ve onunla birleşik toplumsal içerik oluşturma deneyimleri nesneyi, arzu etmekten hedonik davranışa, tutkudan fetiş bir varlığa doğru taşımıştır. Bu dönüşümlerin tüketim nesnesi ile sanat eseri arasındaki çizginin giderek belirsizleştiğini ve sanatçının varlık nedeninin sorgulanması sürecini başlatmış olduğunu görmekteyiz. Postmodern dönemde ise bu belirsizlik daha da güçlenmiştir.

Seri üretim ve tüketim aracı olarak nesne, modern ve sonrasında oluşan toplumsal değer yitimlerine ve oluşan çelişiklere ışık tutarken, pop sanatın gündelik

yaşama indirgenmiş tüm nesnelere bir anlatım aracı olarak kullandığını söyleyebiliriz.

(Şekil 2. 1)



Şekil 2. 1 Claes Oldenburg Pasta Tabanı I, 1961-62. Moma, New York

<https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/exhibitions/claes-oldenburg-the-sixties>

Pop sanatın hemen her nesnesi, popüler kültürün yarattığı kimlikler ve markalar dünyasından seçkileri içermektedir. Popüler kültürün toplumsal hayatı iyiden iyiye biçimlendirdiği 1970 ve sonrasında ise sanatın ne olduğu sorusu Andy Warhol'un çalışmalarının da hızlandırıcı etkisi ile sanat felsefesinin ve tartışmalarının gündemine oturmuştur. Nesne artık sanatın tahtını sallamaktadır.

Sanat eseri ve tüketim nesnesi arasındaki farkın sorgulandığı önemli örneklerin yapılaş amaçlarını incelediğimizde, aslında sanatçıların sisteme karşı eleştiri ve alay etme gibi tepki göstermeye yönelik olduklarını görmekteyiz. Ayrıca sanat eserinin günlük kullanım eşyaları ile eş değer tutularak sanat piyasasına sunulması onun biricikliğinin yok olmasına ilişkin çeşitli düşüncelerin ortaya atılmasına da sebep olmuştur. (Aslan, Eryılmaz, 2020, s.4538)

Postmodernizmin geleneksele karşı çıkışına eş olarak, gündelik hazır malzemelerin de bir sanat eseri olabileceği düşüncesi, dönemin pek çok sanatçısı tarafından benimsenmiştir. Jeff Koons'un çalışmaları, bu kabullenişe iyi bir örnektir.

Koons, sadece fikir geliştiren bir kişidir. Heykellerinin üretim süreçleri başka operatörler tarafından gerçekleştirilirken, bu rol paylaşımı, üretimin sanatçı tarafından gerçekleştirilmesinin zorunlu olmadığı savını gündeme taşımıştır. Örneğin; Duchamp ve Warhol gibi sanatçıların nesne-eser uygulamalarını ele aldığımızda, sanat nesnesinin yaratılmasının sanatçının fikir düzeyinden daha ileri bir emek gerektirmediğine ilişkin dönemin genel kabulünü netleştirmektedir.

Pop kültürün gündelik nesnelere, sanat eserlerini oluştururken sanatçı, pazarın tercihlerine uygun işler üretmeye de yönelmiştir. Sürecin ileriki boyutları, kendini tekrarlayan sanat nesnelere ile oluşturulan eserlerin piyasada tercih edildiğine tanıklık ederken, bu nesnelere sanatın, özgün ve özgür ruhunu da tüketmekte olduğu belirtilmektedir. Pop kültürün nesnelere üzerinden mesaj iletme alışkanlığının sanatta yaşattığı bu kendini tüketme paradoksuna özellikle dikkat çekmek gerekir. Gerek sanat nesnesinin sanat eserini metalaştırma sürecine etkisi, gerek onu tüketmeye yönelik erozyonu, pop kültür ve tüketim olgularının öne çıkan etkilerindedir. Pop kültür, sanat eserlerini dekoratif amaçlar doğrultusunda günlük tüketim nesnelere dönüştürmesini ticari erekler için ne denli verimli olduğunu keşfetmiştir. Bu oluşum, aslında tüketim ve prestij bağımlılığının uyandırdığı bir durumdur. Örneğin pek çok ünlü sanatçının eserlerinin yastık, perde, masa vb. mobilya veya başka dekoratif eşyalara baskıları veya benzerleri uygulanarak seri üretime dönüştürülmektedir. **(Şekil 2. 2)**

Tüketim ve popüler kültür ereklerinin simgesine dönüşen nesnelere kullanan sanat eserleri, nesneyi var olan işlev-simge ilişkisinden çıkararak sanatçının yaratıcı fikir dünyasına taşımaya amaçlamaktadır. Tüketim nesnesinin temsiliyetinde, her tüketicide ortak algı yaratmak öncelik iken sanatta ise, nesnelere her izleyicide farklı imgelemlere oluşturma çabasına hizmet etmektedirler. Bu bağlamda, günümüzde dahi gündelik nesnelere ile oluşturulmuş sanat eserlerinin “ne anlatmak istediği” konusu, çoğu kez tartışmalı olmaya devam etmektedir. Tartışmaların varlığı, izleyicide bir anlamda sorgulama bilincini uyandırması bakımından bir ölçüde yararlı sayılabilir. Öyle ki, pop kültürün, yaşam ilişkileri içindeki kurguları nesnenin imge dünyasının zenginleştirmektedir. Bu nedenle özellikle postmodern dönemde sanat-nesne ilişkisi, bu zenginlikten alabildiğine beslenebilmiştir.



Şekil 2. 2 Seri üretim eşyası.

<https://tr.dhgate.com/product/pablo-picasso-paintings-cushion-covers-european/537935013.html>

Kübizm, pop sanat ve Dadaizm gibi akımlar sanat nesnesinde, işlev, estetik, form, öz veya dil vb. nitelikler üzerinden sorgulama bilincini başlatmışlar ve bunu postmodern döneme miras olarak aktarmışlardır. Sanatın çelişkilerden beslenme ve sorgulama eğilimleri, tümüyle nesnenin keşfedilmeye açık, zengin mitsel ve gizemli evreninin bir çağrısı üzerinden oluşmaktadır. Bu nedenle modern ve modern sonrası süreçlerde nesne, sanatın soyut ve düşsel dünyasına dâhil olurken, sanat bu mitsel evreni görünür kılmaya yönelmiştir. Bu deneyimler, nesnenin sadece bir düzenleme objesi olmasının ötesinde, nesneyi özgün düşüncenin bir partneri olarak konumlamaktadır. Örneğin, modernizmin öncül işlerinden kolaj çalışmaları, nesnenin başka boyuta taşındığını gösterirken, nesnenin farklı açılarını aynı zaman içinde vermeyi amaçlayan kübistler, nesneyi parçalayarak yeniden düzenleme fikrini getirmişlerdir. Kübizmin önde gelen isimlerinden Picasso ve Braque'nin çalışmaları, kolaj ve asambalaj uygulamalarına örnek gösterilebilir. Bu örneklerdeki nesnelere, postmodernizmin aksine reddediş olarak değil, teknoloji ve seri üretimin birer kültürel unsurları olarak kabul görüp modernize edilmişlerdir. Diğer yandan fütüristler, sert metal malzemeleri ve büyük kütleli makine parçalarını sanat nesnesi olarak sanata dâhil ederken, Malevich ve Mondrian gibi süprematist sanatçılar, nesneyi geometrik formlar ile tanımlamaya yönelmişler ve sanatta “biçim dışı” anlayışının savunucuları

olmuşlardır. Süprematizmin savı olan; “nesnenin koşullayan ve giderek yanılısama yaratan etkisinden kurtulmak gerektiği”, belki de postmodern dönemin nesnesizleştirme girişimlerinin ilk ayak sesleri sayılabilir. Yıkıcı tavırları ile dadaistler, süprematistlerin aksine, nesneyi oldukları biçimi ile kullanmışlar ve “hazır nesne” tanımını, sanat alanına taşımışlardır. Freud'un Psikanaliz kuramının etkisi altında kalan dadaizm, nesnelere salt gerçekliğini koruyarak onu kavramsal bir boyuta taşımaya yönelmiştir. Postmodernizmin daha çok felsefi ve düşsel olanı önçelemesinin alt yapısında, dadaizmin kavramsal düşünce mottosunu sanat deneyimine açmış olmasında arayabiliriz. Böylelikle hazır nesne kullanımı ile modern öncesi bilindik tüm sanat yaklaşımlarından uzak ara farklı bir sanat yolunu açmışlardır. Hazır nesnenin bir anlamda bir sanat akımını yaratması veya döneme damgasını vuracak kadar güçlü olabilmesi, onun yeni fikirler ile yeniden yaratılabilme kapasitesinin bir sağlaması sayılabilir. Hazır nesne kullanımının devrim niteliğinde sanat arenasına girmesine ve 1950 yıllardan sonraki sanatçılara ilham olmasında, Duchamp'ı öncü sayabiliriz.

Modern içine yerleşen popüler kültür kavramını, küresel kültür endüstrisi üzerinden tüketim toplumu yaratma ereği ile kitlelerin üzerine doğru kayıp yerleşen “derinliksiz kültür” olarak nitelendirebiliriz. Bu kavram, modernleşmenin yaşamı farklılaştıran etkisinin yan oluşumu olmakla birlikte, kavramların seri üretilerek, hızlı tüketilmesi alışkanlığının toplumsal yaşama egemen olmasının da doğrudan sebebidir. Birey, insanlık merkezinde bir öznel kimlik iken, Postmodern dönemde ticaretin merkezine taşınmış bir nesne olarak konumlandırılmaktadır. Bu konumlamadan bir çıkarım olarak; 1980'li yıllardan sonra tüketme eğilimlerinin baskın olarak vücut bulmasına ve yeni satış ve motivasyon pratiklerinin kitlelere yansımaya etkenlerden birisi olarak, büyük alveriş merkezlerinin kurulması ve hızla çoğalması gösterilebilir. Sadece bu örnekleme bile, postmodern dönemin yaşam pratiklerinin nasıl globalleşme rüzgârı, modern yaşam söylemleri ve popüler kültür ile biçimlendiğini göstermeye yeterli sayılabilir. Postmodern iklim, globalleşme jargonu ve medya güdülemeleri ile bireyi tüketimin merkezinde tutmaya devam ederken, sanat sahnesine de kendi senaryolarından projeksiyon tutmaktadır.

...zaman içinde tüketim ile birlikte kişinin kendi ürettiklerine şeyleşmesi, kendine yabancılaşması, özne olarak istenç nesnesine karşı yabancılaşması ile sonuçlanmıştır. Bunu sonucunda da özne ile nesne arasındaki mesafe aralığı tüketim edimi olarak doldurulmuştur. (Hatipler, 2017, s.33)

Modern toplum süreçleri, bir yandan özgür birey ve özgür düşünce kavramlarını çoğaltırken, popüler kültür ise kitlelerin sorgulamasızca peşinden koştuğu, herkesin aynı şeylerden zevk alır hale getirildiği ve bireyde yaratıcılık ve özgürlük bilincini eriten bir organizasyonu temsil eder olmuştur. Modern toplumun birbirine böylesine zıt kutuplar oluşturan kavramlar kısılcığında sanat, ne kadar özgürlük ve özgünlük yanlısı da olsa, kolaycılık, taklit, benzeştirme gibi yaklaşımların, içine sızmasına engel olamamaktadır. Öyle ki, kitsch oluşumların popüler kültürün baskın olarak yaşama empoze ettiği; pratiklik, basitlik, taklit edilebilirlik gibi olguların sanata bir tür yansıması olarak görülebilir. Kitsch olgusuna bu bağlamda bakıldığında, sanat nesnesinin, ilkesiz ve içeriksiz olarak kullanıldığında, sanatın nerelere doğru savrulabileceğini değerlendirmiş olabiliriz. Popüler kültür yapısı gereği, kendi değerlerini, kitlelerce hızlı biçimde sindirilmesini ve çabucak tüketilmesini kolaylaştırdığından, kitsch de bu koşullamaların altında ve benzeştirmenin veya taklidin bir kusur değil, birer farklı “deneyim” alanı olduğunu benimseyen postmodern anlayışa dayanmış olarak sanatın içine eklenme fırsatını kullanmayı sürdürmektedir.

Politikada totaliter rejimlerden ziyade, açık ve çoğulcu bir demokrasi taraftarı olan post modernizmin en belirgin özellikleri şunlardır; belirsizlik, parçalanma, kurallığın bozumu, ironi, "ben" in yitimi, melezleşme, katılma, karnavallaşma, metinsellik, geleceğe dönüş (back to the future), herşey gider (anything goes)." (Soykan, 1993, s.36)

Modern ve sonrası sanatların, nesnelere ve semboller üzerine yoğunlaşması, melez “hibrit” değerlerin kutsanması ve her şeyin kabul görebileceği bir ortamın varlığından kaynaklıdır. Hiç bir şey üretmeden ve akıl yürütmeden sadece sunulanı tüketmek ile ilgilenen bir kitle kültüründe, kapitalizmin, egemenleri yaratan ruhu da hayat bulmaktadır. Postmodern dönemde altın çağını yaşayan bu ruh, taslında nesnenin tüm yaşam serüvenini anlatmaktadır. Sanat alanındaki açık sonucu ise, sanatta yaratıcılık, özgünlük veya kalite kavramları yerini, satış ve sanat borsasının tercihlerinin alması biçiminde olmuştur. Eserin, sıradan bir meta olgusuna indirgenerek, ticaretin bir malzeme değeri olarak elden ele dolaşması, postmodern dönemde bambaşka bir sanat-kültür-ticaret kuşağına girildiğini göstermektedir. Diğer yandan, tüm dünyada estirilen “globalizm” ve “pop rüzgarı” ile, tüm yerel toplumlarda ortak bir bellek oluşturulma hedefi, özellikle postmodern dönemde kapitalist ideanın adeta manifestosu haline dönüşmüştür.

Pop kültür, toplumsal bir fayda olarak değil, imaj yüklü nesnelere tüketilmesi fikrine dayalı olduğu için, nesnenin kullanımından doğan hazzın yarattığı kitlesel motivasyonlar, aynı zamanda çelişkilerin ve farklılıkların su yüzüne çıkmasını sağladığında, bu sonuçlar, postmodern sanat üretimlerine birer içerik olarak transfer olmaktadır. Artık, nesnelere yüklenmiş; “hayallerin ve hazların” tüketilmesi söz konusudur ve sanat bu sarmalı sorgulamak ve izleyici ile yüzleştirmek çabasına girmektedir. Sanat nesnelere, bu yüzleşmelerin aracı olmayı yüklenirken, bir “sorgulama varlığı” olarak tekrar doğmaktadır. Her doğuş bir nesneyi, kendini yaratan koşulların önemsizleştiği ve onlardan bağımsızlaştığı bir dünyada tutarak, eserin yeni öznesi halinde yeniden var etmektedir. Nesnenin bu süreçlere evrilmesi, şüphesiz ki kendiliğinden olmamaktadır. Nesne, postmodern bir eserin içinden izleyiciye; “yaşamın tek öznesi artık insan değildir” mesajını doğrudan seslenir hale gelmiştir.. İnsan ise bu postmodern eserin mesajını, şöyle okuyacaktır; popüler kültür kavramları ve onun kutsanmış nesnelere, sanatı da, insanı da ve yaşamı da adım adım ele geçirmektedir. Salt bu yüzden “içeriğin” değer yitimine girdiği postmodern ortama, kitsch gibi niteliği tartışmalı bir çok performans doluşabilmektedir. O nedenle özgünlük, estetik veya içerik kaygısı gütmeyen tüm çalışmalar, postmodernin içinde kendine bir ölçüde yer bulabilmektedir. Aynı zamanda postmodern kavrayış, pop kültürün eşliğinde geleneksel kitle kültürü karşıtlığı üzerinden yürüdüğü için, değiştirilmesi zor; ülke, inanç, tarih ve aile gibi bazı yerleşik kabulleri tümüyle yok etmeden, onları kendi yaşam ilişkilerinin amaçları doğrultusunda kullanma pratikliğini de göstermektedir. Öyle de olsa, geniş kitleleri yönlendirme ereğinden vazgeçmeyen popüler kültürün nesne tutkusu ve postmodern parametreleri avantaja çevirme karakteri değişmemektedir. Bu noktada belirlenmesi gereken şey; geniş kitlelerin beğeni kültürünün, sanat üreticisi ile ilişkisinin kaçınılmaz olarak “paradoksal” bir ilişki biçimine dönüşmekte olduğudur. Nitekim sanatta gerçeklik kavramının tartışmaya açılması da bir bakıma bu paradoksa işaret ederken tüm gözleri sanat nesnelere üzerine çevirmektedir. Gerçek olana bağlılığın, “yeni gerçeklik” kavramı ile terk edilmeye başlanmasını, bir paradoks olarak görebilmek yanında, bireyde kolektif bir sorgulama bilincini de tetiklemiş olmasını paradokslardan çıkan bir fayda olarak da görmek olasıdır.

Yeni gerçekçilik akımı; bu tüketim kültürünün bir izdüşümü olarak ve gerçeğin yeniden kurgulanmasına ilişkin bir söylemi getirmektedir. Kavramsal sanatın yolunu

açarak, atık ve buluntu nesnelere bir araya getirilerek, gerçeklik olgusunun yeniden tartışılmasını amaçlamışlardır. Sıradan nesnelere sanat eserine dönüştürmekle ünlü olan; Arman, eserleri için; “Benim çalışmalarımın anlamı parçalar halindedir. Anlam kullandığım nesneye bağlıdır.” İfadesi ile nesne - anlam ilişkisine verdiği önemi ifade etmektedir. Ayrıca, bir mekanın fiziksel ya da hayali olarak kullanıp kullanılmayacağına kavramsal sorgulamasını da gündeme taşımıştır. Yves Klein’ın boş bir galeriyi sergilediği “Boşluk” enstalasyonu, gelip geçiciliğe bir gönderme olarak ve Arman’ın, “dolu” adıyla sergilediği buluntu nesnelere, gelip geçiciliğin bir yansımasına ve tüketim çılgınlığına göndermeler olarak algılanabilir. Buradan görünen sonuç; popüler kültürün bireyde oluşmasını istemediği sorgulama bilinci, onun yarattığı nesnelere, sanatta birer sorgulama diline dönüşerek insanın algı dünyasına geri gönderilmiş olmaktadır. Nitekim pop sanat da bu gündelik olanın gerçekliğini sanatın sorgulama alanı içine çekerek modern bireyin, kendi tüketme kültürü ile yüzleşmesine alan açmaktadır.

...böylelikle Pop-art bir içerik arayışını, anlam yaratımını betimlemekten çok gündelik yaşam, olağan nesnelere sıradan, kişisel bir bakış sonucunda elde edilen sıradan ve kişisel tarzın sunumu olarak kendini belirlemektedir. (Erdal 2010, s. 9)

Modernin ve postmodernin diğer sanat dalları da, tıpkı pop sanat gibi yaşamın içinde olup - bitenlere göz attıklarında, özellikle pop kültürün gündelik olan ile nesneye olan tapınması ve bunun üzerinden insanı baskılama girişimleri ile tanışmışlardır. Nitekim bu dönemin görünen ve hissedilen tüm verilerini, sanat-fikir ediminde birer rezerv olarak kullanmışlardır. Bu rezerv bolluğu, postmodern dönemde sanat için bir avantaj gibi görünse de, “nesnenin gerçeği” ile “nesnel gerçeklik” arasındaki farkın kaynaşmasına neden olsa da, gerçekçilik sorgulamasını gündemden düşürmeye yetmemiştir. Yine de bu veri; sanat olan ile vasat olan arasındaki çizginin erimesine, sanatın modern yaşamla nasıl benzeştiğine kanıt sayılabilir. Bu kaynaşma, gündelik tüketim nesnelere birer sanat nesnesine dönüşmesinin zamanla kabul görmesini kolaylaştırmıştır. Bu durum ise, bizi tüketim nesnelere, sanatın da bir tüketim nesnesine dönüşmesinde iyiden iyiye sorumlu olabileceği çıkarımına götürmektedir.

Andy Warhol'un çalışmaları nesneyi, tüketim-kent-popüler kültür bağlamında biçimlenen yaşamın içinden alarak, eserin bir nesnesi haline getirmekle, yaşamı onun üzerinden sahneye (izleyiciye) yansıtabildiğini göstermektedir. Bu tip çabalardan,

nesnenin tekil veya çoğul kullanılması ile anlam arayışının önemini yitirdiğini ve onun yerine mesaj ve yeni bir estetik yaklaşımının önceliğinin önemli kılındığını anlamaktayız. Baudrillard'ın, modern dönem sanat yaklaşımları için “trans-estetik” dediği tanımlama, bu duruma işaret niteliğindedir.

Sanat yönelmiş olduğu gerçekten kurtulunca kendi gerçekliğini kurmaktadır; böylece sanatın varoluşu sorusu sorulmayan "görülecek bir şeyin olmadığı düz anlamda görüntüler, izsiz, gölgesiz, sonuçsuz görüntüler" dünyası olan üst gerçeklik içerisinde sanat kendini yinelemektedir. (Baudrillard, 2010, s.23)

Son tahlilde tüketim, buluntu, üretim nesnelere veya tüm obje ve nesnelere sanat alanında sanatın "şeyleştirilmesi" sürecinde katkıları olduğunu söylemek yanlış olmaz. Ayrıca tüketim çılgınlığı ve pop kültür desteği altında nesnenin alabildiğince serbest dolaşımına koşut olarak gelişen, ticaret ediminin tüm imgesel ve fantastik uygulamaları ile, modern sanatın özerklik, işlevsellik, ideoloji ve politik tavır vb. ölçütleri modernitenin esnek ruhunda kaynaştıklarını tespit etmek olanaklıdır. Öte yandan bu modern kaynaşmalardan sanat yansıyan; nesneye bağımlılık, belirsizleşme veya çeşitliliğin değerli bulunması, giderek öznenin yitimine yol açan deneyimleme süreçlerinin de önünü açmıştır. Her sanatsal deneyim, kendi içinde tekrar çeşitlenmekte ve bu özgür deneyim coşkusundan doğan eserlerin, izleyici ile iletişime girebilme becerisi de bir o kadar zayıflayabilmektedir. Nesnenin estetik formu, modern eserler için yeterli bir gerekçe sayılsa bile, izleyici cephesinden eserin mesajının algılanması ile sanatçının nesne yanlısı olmasının doğru orantılı işlemediğini de görmek gerekir. İster modern, ister postmodern tavrı olsun, sanatçının nesnenin kimliğini yeniden belirleyerek izleyiciye aktarması, tıpkı döneminin ruhu gibi yeniden ve sürekli olarak bir “estetik” ve “anlam” karmaşasının gündemde kalmasına neden olmaktadır. Çünkü, nesnelere kendi varlık nedenlerini ve yaratan anlamlarını doğal yoldan sanatın içine de taşıdıklarından, modern eser, nesnenin geçmiş anlam dizgelerinin, izleyicinin bilincinden sıyrılmasına yeterli motivasyon verememektedir. İzleyici düzeyinde yaşanan bu sorunsal, kuramcılarının ve sanatçıların tüm incelikli ve akademik yazılmış metinlerinin rehberliğine rağmen günümüzde dahi, aşılmış görünmemektedir.

2.2 Sanatta Bireycilik Etkisi

Kapitalist ekono-politiği, toplumsal yaşamı biçimlendirme gücünü elinde tutan yeni dünya düzeni mülkiyet, prestij ve güç kavramlarını birbirini doğuran süreçler olarak ele alır. “Sosyo-Ekonomik Statü” kavramı ise, toplumsal sınıfları kümülatif olarak değil, ayrı ayrı ele almayı esas almaktadır. Bireyler ise, modern yaşamdaki sınıfsal konumlarının da farkında olarak, mülkiyet, güç ve prestij üzerinden kendini diğer bireylerden farklı kılabilmeyi de arayışlarına yönelmiştir. Bu akış, 20. yüzyılın tüm toplumsal değer ve kavramlarını dönüştürerek, sembolik düşturları yaşamın merkezine konumlanmakta ve onun, bireyi yeniden ve tekrar tekrar tanımlamasına doğru yayılmaktadır.

Modernitenin üretim-tüketim ilişkileri etrafında şekillendirdiği kentsel yaşam, bireylerin yaşadıkları kenti daha farklı deneyimlemelerine neden olmuştur. Tüketim, artık ihtiyaç bağlamından uzaklaşarak sembolleşmektedir. Sanayi öncesi dönemde var olan sınıfsal farklılıkların ana temeli olan zenginlik gösterimi ve kuşaklararası aktarım, yeni nesil kentlerde ortadan kalkmuştur; artık bireyler işbölümü ve elde edilen gelirin dağılımı etrafında sınıfsal bakımdan farklılaşmışlar. (Önkal, 2019, s. 71)

Modernite sonrası tüketim alışkanlıklarının, kanıksanmış olması, büyük kentlere sıkıştırılmış insan yığınlarını ortak alışkanlıklara yöneltti. Bu yönelimler, aynı zamanda bireyin özellikle kitle kültürü içindeki varoluş ve kimlik bunalımlarının, sosyolojik olgu olarak oluşmasını getirmiştir. Bireyin vücut ölçülerinden, yeme içme kültürüne, eğlence anlayışından, teknolojinin nimetlerine sahip olmaya kadar hemen her şey, bireyin özelinde modern kültürünün yeni olgularına dönüşmektedir. Yeni çağın statü algısı bireyi, zengin insanın prestij gösterilerini taklit etmeye yöneltmekte ve böylelikle metanın kutsanması, birey üzerinden geniş kitlelere tekrar enfekte olmaktadır.

Prestijin öncüleri sayılan zenginlik aktörleri, kendilerinin çoğalan taklitlerini gördükçe yeni arayışlara girmekte ve her uygulama aşağıya doğru bireyi yeniden iştahlandırarak manipüle etmekte ve nesne, ikonik bir güce dönüşerek bireyin algısını tekrar sarmaktadır. Metalar kültürü, 21. yüzyılın gerçeği olarak yaşamın iktidarını ele geçirdiği sosyal bir olguya dönüşmüştür. Ve daha da geriye giderek denebilir ki; bu iktidarın ayak sesleri, yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra insanın “bireycilik” merkezine doğru ilerlemeye başlamıştır. *Bireyselleşme, yalnız sınıf ilişkilerini*

maskeleyem ve karartmakta değil ama halk kitlelerinin bölünmesinde ve yalıtılmasında da etkin rol oynayan bir homojenleşmedir. (Bıçakçı, 2008, s. 8)

Bireycilik, Pop Kültürün yaratılmasında kitlesel alt yapının mihenk noktasıdır. Birey, toplumsal varlığını ve kimliğini borçlu olduğu kültür endüstrisi tarafından yeni etik, düşünsel ve iletişim sistemlerine dâhil edilerek imaj yaratma yollarına yönlendirilir. Bu yolların sayısı, sayılamayacak kadar çok, ayrıştırılmayacak kadar giriftir. Nitekim bu karmaşa, modern yaşamın özgürlüklerine ulaşma vaadi ile bireyi sürekli kendine vakumlar. Bireyin gündelik modunu, diğer bir söyleyişle; modasını, yeniden üretir. 21. yüzyılın bireyi, iyilerin-kötülerin veya doğruların-yanlışların imgeleşen dünyasında var olma çabası içinde, egosantrik bir ruha doğru savrulur. “Benmerkezci” veya “önce ben önemliyim” diyen bir ruh ve değerler sisteminin içinde bir tür “tikelcilik” fotoğrafına doğru yükselir. Toplumda değer bulan diğer düşünce ve davranış modelleri ile özdeşlik içinde yaşamaya devam eder. Özenme ve hayranlık duyguları, kişiliğinin boşluklarına dolar ve sürekli tamamlanmaya muhtaç açık bir bilinç ile tüketmeye bağımlı bir sürecin parçası haline gelir. Böylelikle ve özellikle, orta sınıfın ortalama bilinç ve gelir düzeyine sahip bireyleri, bu ortalaması tutturulmaya çalışılan yaşamın ortasında, sembol ve simgelerin kuşatması altında modernist savrulmaların ve bir möbius sendromu içine çekilmiş bulunur. Bundan sonra artık bir nesne kadar nesneleşmiş birey, “bireycilik” şapkasıyla, popüler kültürün ve sanatın kıta sahanlığında gözetim altındadır. *“Edgar Morin’e göre, ortalama kültürü üreten kültür endüstrisidir. Kültür endüstrisinin yeni üretim biçiminde “ortalama estetik”, “ortalama cesaret”, “ortalama zeka” ve “ortalama aptallık” üstün tutulmaktadır.* (Bıçakçı, 2020)

20. yüzyılın yakın zamanlarına tarihlenen nihilizm, bireyciliğin gelişmesinde ve bireyin toplumsal defans geliştirmesine güçlü destek vermiştir. Her türlü otoriteyi, kanun ve kuralı kabullenmeyen bu düşünce biçimi; her gerçeği ve değeri ve giderek her şeyi inkâr eder. Varlığı yok sayar, bilgiye şüphe ile bakar ve sosyal baskı ve kontrolü kabul etmez. Bu düşünce sistemi, bir yandan avangard ruhu okşarken, diğer yandan da kapitalizmin kolektivizme karşı olan duruşunu içeriden beslemiştir. Öyle ki nihilizm, kapitalizmin bireye; “sen önemlisin”, “başkasının sorunu seni ilgilendirmez”, “önce senin mutluluğun ve hazzın önemli” vb. söylemlerinin bireyler üzerinde konumlanması için ideal bir aşî niteliğindedir.

21. yüzyılın internet-birey argümanı özelde, “insanın, kendini var etme ve sanal kimlik arayışına” dayalıdır. Sosyal medya terapileri ve sanal gerçeklik

promosyonları ile biçimlendirilen birey, diğer yandan popüler kültürün her şeyi sorgulamasız kabullenen “dijital midesinde” kendine yer edinmeye çalışır. Özne gerçeklik ile sanal gerçeklik yer değiştirmekte ve önüne “e-“ veya sonuna “.com” gelen her dijital ortam, bireyin yeni yaşam ekolojisine dönüştürmektedir. Arkasından yığınlarca belirsizliği ve soru işaretlerini getiren bu ekoloji, özellikle modern sanatlarla çelişkiler, olgular, nesnelere ve imgeler dünyasına olan ilgisine sürekli malzeme taşımaya devam etmektedir.

2.3 Hedonik Tüketim; Çöp Uygarlığı

Modern sanat eserlerinde, topluma, meta kültürüne ve bireye yönelen bakış açılarında, tüketim alışkanlıklarının kişiye ve kitlelere yansıyan etkilerinden söz edilebilir. Haz almaya dönen tüketim eylemi ile bireyler, ürünlerin işlevi ve faydasının ötesinde, sahip olma, düş veya fantezilerini yaşama, estetik saplantısı, marka ile kişiliğini özdeş tutma gibi kavramlarla, salt gerçekliğin ötesindeki bir alana dâhil olurlar. Ve doğal olarak haz ve mutluluğun eşdeğer kılındığı bir dünyanın parçası haline gelirler. Hazza dayalı tüketme eğilimi, kent-kitle kültüründen kaynaklı bir bilinç mutasyonudur.

20. yüzyılın sonlarına doğru hızını artıran modernitenin “cici” sistemi; kapitalizm, aslen bireyin kendisini tüketmesinin, yeni mekânları olan; alışveriş merkezlerinde ifade etmeye başlamıştır. Kent insanı, yeni bir tüketim alışkanlığını daha, kendi karmaşık kimlik evrenine dâhil etmektedir. Modern birey, iş yaşamının dışındaki tüm zamanlarını bu karmaşık tüketim evreninin oluşturduğu organize merkezlerde konumlamaktadır. Alışveriş yapmak, eğlenmek, yemek, dinlenmek, arkadaş buluşmaları yapmak vb. sosyal gereklerinin hemen tümünü, bu merkezlerde karşılamaya yönelmektedir. Sosyal yaşamın öznel ve organik ilişkileri yerine, bu merkezlerin “inorganik organizasyonlarını” tercih eder duruma gelmektedir. Toplumu, tüketme hazzına doğru manipüle eden bu cezbedici mekanlar, bireyleri mekan bağımlılığına dönüştüren işlevleri ile bir mega çöp üretme makineleri gibi sürekli “satın alma fikri” pompalamaktadırlar. Değersizleştirilen zamanların merkezleri haline dönüşen AVM’ler, hedonik duyguları tetikleyen işlevleri ile metalaşma çağının temsilcileri sayılabilirler. “Değişerek farklılaş” sloganı, modanın bir miti olarak bu merkezlerden kişinin bilinçaltı merkezlerine taşınmaktadır. Bu uyarıcılardan, moda,

bireyselliği ifade etmenin ve farklı olduğunu ispatın en etkili ve kestirme yolu olarak diğer haz motivasyonlarından ayrılır. Giysinin kısa yoldan etkileme ve mesaj iletme özelliği, hazzın yaşanmasına ve popüler ideolojilerin ruhuna uygun bir olgudur. Göz alıcı vitrinlerde ideal vücut ölçülerine sahip mankenlere giydirilen elbiseler, kişiye “sen de özel olabilirsin” diye seslenmektedirler. Kendini sürekli yeni baştan yaratmanın aktif aracı olan moda, modern toplumun önüne geçilemez haz alanlarından birisi olmaya devam etmektedir.

Storry ve Childs'a göre, "giyinme şeklimiz; toplumsal cinsiyet, ırk, sınıf ve yaş gibi kimliklerimizin farklı yönlerini sağlamaştırmaya ya da yıkmaya hizmet eder." (1997: 171). ...Bu nedenle moda, farklı toplumsal gruplar içinde ve arasında toplu olarak anlaşılabilir ve paylaşılan bir dizi sembolik değer taşır. Bu tür bir imaj yaratımının kilit özelliği, toplumsal cinsiyet, ırk ve etnisiteyle sınıf geçmişi ve yaş gibi önde gelen kimlik bileşenlerinin geliştirilmesi ya da müzakere edilmesidir. Modanın bu tür "kişiselleştirilmiş" kimliklerin inşası için sağladığı imkânlar, onun çağdaş kentli kitle toplumu düzeyinde bireylerin bireyselliklerini ve eşsizliklerini sergileyebildikleri bir gösterişçi tüketim biçimi olan "bireyciliğin övülmesi"ne (Mort, 1996: 16) önayak olduğuna ilişkin iddialara yol açtı

...Breward, çağdaş moda endüstrisinin modayı yaşam tarzının ve zevkin barometresi olarak pazarlamadaki etkinliğiyle, yeni uluslararası bir stil dili yarattığını söylüyor. Breward'a göre moda, "toplumsal ve coğrafi sınırların ötesinde hemen erişilebilen bir tür çağdaş Esperanto halini aldı. Bu bağlamda moda değişimi ...kültürel deneyim ya da 'yaşam tarzı'nın kısa yoldan ifadesidir." (1995:229).

"Moda, belirlenmiş bir yapının taklididir ve bu nedenle sosyal adaptasyon ihtiyacının giderilmesini sağlar; bireyi herkesin yürüdüğü yolda yürümeye teşvik eder, her bireyin tek bir örneğe dönüştürülmesini sağlayan bir durum yaratır. Aynı zamanda bir dereceye kadar; ayırım, farklılaşma eğilimi, değişiklik ve bireysel karşıtlık ihtiyacını karşılar. (Frisby ve Featherstone içinde, 1997: 189)"(Bennett, 2013, s. 155-165)

Nesnelerin kullanım değeri ile anlam değeri kişilerin aklında yer değiştirdiğinde, “simgesel değer kavramı” yerleşmeye başlamış olmaktadır. Gerçekte gereksizce veya yararsızca görülen tüm ölçsüz harcamalar, prestij yüklenmiş nesnelerin yüceltilen dünyasında iştahını sürdürmektedir. Buna rağmen tüketim planlayıcıları, seslerinin tonunu düşürmeden ve “daha fazlasını iste, daha fazlasını” diyerek, “happening” olgusunu, fayda-ihtiyaç postullarını bireyin algı dünyasında tutmaya devam etmektedir.

2.4. Pop-Tan Pazarlama

1963 yılında Gerhard Richter ve Konrad Lueg Düsseldorf'taki Möbelhaus Berges mobilya mağazasında, Pop İle Yaşamak "Leben mit Pop" adıyla iki takım elbiseli adamın sıradan bir evde değil mobilya mağazasında oturmaları ile yaptıkları performansları, kapitalist gerçekçilik için önemli bir örnek olmuştur. (Şekil 2. 3) Sanatçılar metaforik ifade biçimlerinden kaçınmak isteği ile dekoratif nesnelere, dergiler ve gazeteleri kullanarak kapitalizmin orta sınıfa daha iyi bir yaşam vadedene söylemine dikkatleri çekmek istemişlerdi.



Şekil 2. 3 Gerhard Richter ve Konrad Lueg, Pop ile Yaşamak, Kapitalist Gerçekçilik İçin Bir Gösteri. Düsseldorf'taki Möbelhaus Berges mobilya mağazasında. 1963. Fotoğraf: Reiner Ruthenbeck, Ren Sanat Sahnesinin Sanatsal Fotoğrafçılığı Arşivi (AFORK). Düsseldorf

https://www.artforum.com/uploads/guide.002/id24692/press_release.pdf

Kapitalist gerçekçilik 20.yüzyılın başlarında ABD' de ortaya çıkan pragmatizm, kapitalizmin faydalı bir üretim şekline sahip olduğunu ve dünyanın bu şekilde sürekli ilerleyeceğini söyleyen bir felsefeydi özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası sermayenin yükselişi, devletleri dahi yönetebilecek güçte "imparator şirketler" in doğuşunu sağlarken, toplumların bir tüketim çılgınlığına doğru

savrulmasını da beraberinde getirmiştir. Mark Fisher'in kapitalist gerçekliğin gücünün sanayileşme ile başlayan tüm önceki dönemleri kapsamamasından ve tüketme arzusundan kaynaklandığı düşüncesini taşıyordu. Ona göre, ister dinsel, ister cinsel, tüm kültürel varlıkları hatta Das Kapital'i bile, parasal değere çevirme gücüdür bu.¹

Kapitalizm, tüketme arzusunu popülerleştirdiği yeni kavramlar ile güçlendirirken parayı "kutsal kaçınılmazlık" fikri ile modern yaşamın içine enjekte etmektedir. Bu nedenle modern ve sonrasının insanı, bütün yaşamını onu elde etmeye adanmıştır. Bu "kaçınılmazlık" duygusu, popüler kültürün, geleneğin bağlamını eriten yaklaşımlarının, birey tarafından kabullenişini kolaylaştırırken, her türlü pazarlama stratejilerine biat eder hale getirmektedir. Kapitalist gerçekçilik, bireye mevcut durumu değiştiremeyeceğini fısıldarken onu, alternatif düşünce üretmeye umudu kalmamış sıradan bir ekonomik aktör statüsüne indirgemektedir. Bunlara ek olarak bireyin başa çıkması gereken bir diğer basınç da, reklamcılık, fotoğraf, sinema ve televizyonun gelişmesiyle birlikte görsel ve pazarlama manipülasyondaki olağanüstü artıştır. Pop kültür ve hemen her şeyi toptan pazarlamanın (Pop-tan Pazarlama) işbirliği, her yerde hayatı belirlemekte, kontrol ve denetim, teknolojik olanaklar eşliğinde hayal edilmeyecek derecede bireydeki direniş duygusunu yok etmektedir. Kendi içine böylesine sıkıca kapatılmış birey, sadece dış dünyanın sesine kapılmış olarak hayal kurabilmekte, kitle kültürü ile popüler kültür arasındaki çelişkiler içine kaynamaktadır. Böylelikle pop propagandalar ve sınıfsal ayrışmalar içerisinde, artık gerçek nesnelere herhangi bir ilişkilerinin kalıp kalmadığı bile şüpheli olan göstergeler (simülasyon) ve manipülasyon çağı başlamış olmaktadır. Modernizm ve sonrasını içine alan bu çağın sanatçıları ise kitle kültürünün manipülasyonlarını kabullendikleri ve kolektif yabancılaşmayı yumuşattıkları gerekçesiyle eleştirilmektedirler. Bu tür eleştiriler aslen, 20. yüzyıl sanat süreçlerinin toplumsal karmaşanın ve kapitalist sistemin altında gerçek yerlerini arayan bir didinmeye kapıldıkları görüşünden kaynaklıdır. Bu dönemde her şeyin kapitalist gerçekçiliğin ekonomik yasalarına ve ilkelerine bağlı olduğu düşünülürse, bu eleştirileri tümüyle yersiz bulmamak gerekir. Ayrıca bu eleştiriler, çağdaş sanatın esas tarihsel çerçevesi

¹ <https://www.meer.com/en/10444-living-with-pop-a-reproduction-of-capitalist-realism>

(İzlenme tarihi 07.04.2022)

olarak modernist geleneğin bağlamını da hesaba katmamaktadır. Modernist gelenek, popüleriteyi, sosyo-kültürel alanlardan görsel üretme pratiği, alıntılama, parodi ve taklit gibi olguları durmaksızın olumlarken kullandığı kaynakların, kapitalist gerçekliğin belirgin, albenili ve standart yaşam kurgularından devşirme olduğunu da belirginleştirmektedir. Öte yandan pazarlanan ikonlar, “şeyleşme” olgusunu, modern yaşamın bir parçası haline getirmektedir.

“Kapitalist realist sanatçılardan; Sigmar Polke (**Şekil 2. 4**) gibi Lichtenstein ve Warhol gibi sanatçıların da, reklamcılığa ve “düşük” meta kültürüne ait nesnelere ikonik temsilleri kadar, mekanik olarak çoğaltılmış yüksek sanat eseri kataloğuna ait fetiş imgelerini de kullanmaları tesadüf olmamalı. “Dolayısıyla Polke’nin 1963 de, Düsseldorfta, bir kasap dükkânında açtığı sergi gibi diğer çalışmaları da, tarihsel açıdan bir kavşak noktasında durmaktadır. Öyle ki, bu çalışmaların, kapitalist gerçeklik platosunda modernizmin inanırlılığını kaybettiği savının yükseldiği bir dönemde doğduğunu gözlemleyebiliriz.”² Nitekim bu savları dillendirenlere göre, modernizmin değer yitimi, bireysel veya estetik koşulların değil, politik ve doğrudan kapitalist gerçekliğin sürekli devinim pompalayan basıncı sonucudur. Moda, simülakryum ve manipülasyon bu devinimi sürekli canlı tutmaya adanmış olgular olarak belirginleşmektedir.

² <https://www.e-skop.com/skopbulten/kapitalist-realizm/3755> (İzlenme tarihi 07.04.2022)



Şekil 2. 4 Sigmar Polke Polke. Astronot Gibi. 1968. Londra

<https://www.tate.org.uk/tate-etc/issue-32-autumn-2014/contemporary-visionary-part-i>

Günümüzde dijital medyanın yaygınlık kazanması, tüketim süreçlerinin yönetilmesi ve bağımlılığının yeni versiyonlarının yaratılması için yeni stratejileri pazarlamanın gündemine taşımaktadır. Çünkü; modern ideolojiler ve popüler kültür, tüketim odaklı olduklarından, her şeyi kuşatan bir algı yönetimini, ana hedef olarak ajandalarında tutmaktadırlar. Bu nedenle reklam vermek, toplumun büyük kesimlerine ulaşma ve etkileme aracı olarak alternatifsiz bir pazarlama gerekliliğine dönüşür. Doğrudan kitle kültürüne yönelen bu etkinlikler, sanatın kullanım alanına giren konulara da içerik sağlarlar. Bir konserve kutusuna yüklenen imgeler, tıraş bıçağının orjinal dizaynına dayatılan algılar vb. nesne temelli yaklaşımlar, medyanın ortama sunduğu motivasyonlar sayesinde, sanatın algı sahasında yerini bulmuş ve dikkat çekici olabilmişlerdir. Bu etkileşim, sanat ile her türlü obje arasında sonsuz

varyasyonlar doğuran, fikir - hissediş düzeyinde bir ilişkinin başlamasına neden olmaktadır. Örneğin, ürünün tanıtımına yönelik yapılan bir afiş ya da ambalaj, sanatçının dünyasında bir imgelem veya öznel bir varlık olmaya aday haline gelebilmektedir. “*Biliniyorsan o halde varsın*” motivasyonu, bireyi tanımlayan bir tüketim toplum mottosu haline gelmiştir. Reklamcılığın ve pazarlamanın taktikleri ve metanın propagandasına yönelen diğer eylemler, bu mottoya hizmet ederken, diğer yandan faydalı olana ulaşım ve bilgilenmenin sosyolojik partneri olarak görev yaparlar. Kent insanının ruhsal yalnızlığı, reklamlardaki söylemlerle bilinçaltına fısıldanır ve bireyin yalnızlığına doğru tetiklenen kitlesel bir tüketim fayı yaratır.

Milyonlarca televizyon izleyicisinin her biri televizyondaki reklamlara karşı olabilir, ama bu reklamlar yine de devam eder. Bu tüketimin öncelikle tek tek kişilere yönelik bir söylem olarak düzenlenmesi ve bu asgari değiş tokuştaki doyumlari ve düş kırıklıkları ile kendini tüketmek eğiliminde olmasıdır. (Baudrillard, 2018, s. 101)

Bu fay hattı, modern toplumun çelişkiler değirmenine sürekli su taşır. Sürekli tüketim sürekli ürün çeşitliliğini doğurur, seçenekler arttıkça konfor olanakları artar ve konfor olgusu geleneksel alışkanlıkların yerini tümüyle teslim alır. Döngü, kişinin kontrolünden çıkar ve toplumun bu sürüklenişe direnme hâkimiyeti azalır.

Örneğin, konserve yemek lansmanları, kentin koşturan insanına zaman kazandırmayı vaat etmektedir. E-ticaret ve bol ürün seçenekleri, çok seçenekli ödeme koşulları, uzun vadeli kredi olanakları ve bir sonraki aya ötelenebilen taklitler sanal avantajlar, tüketme eylemlerini sürekli teşvik etmektedir. Ürünün pratik yararlarının, işlevden kavramından sıyrılarak imgeleştirilmesi ve kavramsal bir boyutla algılanması bu sayede olanaklı olur. Ve yine bu sayede yeni bir yaşamın anlamına ve değerine endekslenmiş her meta, kendini aşarak popüler kültürün birer aktörüne dönüşür. Metanın, prestij unsuru olarak sunulması, sınıflar arası kültürel farklılıkların sanal bir streçle üstünü kapatmakta ve sunulan kavramların bireyleri birleştiren, eşit ve özgür kılan ortak değer yargıları olarak algılanmasını sağlar. Bilinçaltına fısıldanan replik şudur; “Kültürel farklılık da neymiş? Herkes aynı şeylerden zevk almalı ve aynı şeyleri istemelidir. Aynı davranış modelleri geliştirmeli, seçenekleri bol olmalı ancak aynı algı proseslerine dâhil olmalıdır. Ancak bu sayede herkes özgür ve eşit olunabilir”.

Giysiden kozmetiğe, yiyecekte motorlu taşıtlara ve akla gelen hemen her şey, bireyin olmak istediği kimliğe dönüşmesi için bir arzu nesnesine dönüşür. Takıdan mobilyaya, cinsellikten ruhsal terapiye kadar her şeye yeni kavramlar yüklenerek bireyin çelişkiler dünyasında stoklanır. Bireyin gerçekte kendine yabancılaşmasını

itiraf eden bu çelişkiler, popun pazarlama stratejileri ile bireyin diğerlerinden farklı olması için neleri yapması gerektiğini söyleyen popüler öğretilerle kamufle edilir. “Pop-tan” pazarlama yapmak, tüketim ideolojisinin toplumu ve bireyi toptan dönüştürmeye amaçlayan kültür endüstrisinin yirminci yüzyıl keşiflerinden birisidir. “Pop-tan pazarlama” ironik bir ifade olması yanında, toplumun büyük çelişkilerini hazırlayan kaynakları açık etmektedir. Bu çelişkiler, 20. yüzyılın ortalarından itibaren gelişen sanat yaklaşımlarına esin olmakla birlikte günümüzde de sanata taşınmaya devam etmektedir.

21. yüzyılın yakın geleceğinde nesnelere yüklü simge ve imgelerin, bireyin tüm benliğini sarmaya devam edeceği görülmektedir. Bu sarılmış benlik, örneğin çağdaş sanatı, “şimdinin” durumunu ve şimdiden görünen geleceğin kavramlarını, tekrar ve yeniden tartışmaya açacaktır çünkü diğer, insanın salt kendisi için değil, kendisine gerçek diye sunulan şeyleri yapmak zorunda oluşu daha da kıvamlanacak, özgürlük ve modern kimlik vaatleri arttıkça, bireyin kendine ve geleceğine yabancılaşması da artmaya devam edecektir.(Şekil 2.5)



Şekil 2. 5 Joseph Kosuth. Bir ve Üç Lamba. 1965. Modern Sanatlar Müzesiz. NY

<https://www.wikiart.org/en/joseph-kosuth/one-and-three-lamps>

BÖLÜM 3

3. NESNE OLGUSUNA BAKIŞ

İnsan çevresi ile etkileşime girmeye başladığı andan itibaren nesne ile bir ilişki kurma sürecine girmiş olur ve bu etkileşimle birlikte de her nesne farklı anlam ve çağrışımları yansıtmayı başlar. Bu süreçte nesnelerin her bir insanın kültüre, yaşanmışlığa, zamana, kişiye özel oluşuna göre anlam ve işlevselliği açısından değişiklik gösterebileceği söylenebilir.

Aristoteles'in dört neden öğretisine göre madde, dört boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; Maddi “materialis”, Formel “formalis”, Etken “fail” ve Ereksel “finalis” nedenlerdir. Bu maddelerden; etken ve ereksel boyutlar, sanat yapıtında etkin bir anlam oluşumunu yaratması bakımından önemlidir. Anlam, nesnenin gösterge değerini ön plana çıkarken mesajın iletimini kolaylaştırmaktadır

Sanayi dönemi ile birlikte tüketimin artışı ile nesne, işlev değeri dışında gösterge değeri de yüklenmiştir. Modern üretim koşullarının hâkim olduğu toplumların tüm yaşamı, devasa bir gösteri birikimi olarak görünür. Dolaysızca yaşanmış olan her şey yerini bir temsile bırakarak uzaklaşmıştır. (Debord, 1996, s.8)

Modern dönemde bir nesnenin sanat nesnesine dönüşebilmesi, onun “biçimsel” ve “kavram” açısından dolgusu ve sanatçının özgünlüğünü yansıtabilme kapasitesi ile doğru orantılıdır. “Biçim mi önce gelir, kavram mı önce gelir?” sorusu ise modern dönemde anlamını yitirmiş görünmektedir. Estetik, denge ve kompozisyon kuralları gibi hiyerarşiler, modern sanatlar içerisinde tümüyle keskin bir değişim sürecine girmiştir. Örneğin; “estetik” konusu çağdaş sanat süreçlerinde sanatın gündemine dahi girememektedir. Doğal olarak bu süreçlerde nesnenin yükleneceği estetik normlar veya estetiği tanımlayan kıyaslamalar önemini yitirmektedir. Bu nedenle modern dönem ile başlayarak nesne kullanımının estetik kaygıdan uzak, sadece kavramsal bir temsiliyet boyutuna taşınmış olduğunu söylemek yerinde

olacaktır. Biçimsellik ile kavramsallığın birlikte değerlendirilmesinin, bu dönemin sanat fikrinin ne olduğunun anlaşılması bakımından bir veri sayabiliriz.

Öte yandan nesne ve kavramın karşılıklı alışveriş içinde olması, sanat nesnesinin sadece bir tema unsuru olarak görülmesi fikrini de ortadan kaldırmaktadır. Nesnenin gizil evrenine dayalı olarak oluşturulan; “öteki içerik”, sadece bir tema değil, aynı zamanda eserin formatif yönünün de kurgulanmasını sağlamaktadır. “Öteki içerik” kavramı, özellikle postmodern dönemde; insan bedeninin bir sanat nesnesine dönüştürülmesi ile birlikte üst seviyeye taşınmıştır. Felix Gonzalez Torres’in iki aynadan oluşan; “isimsiz” adlı çalışması nesne-kavram birlikteliğine verilecek örneklerden biri sayılabilir.

Sanatçının iç dünyası ile sınırlı ve sorgulamasız eser üretimleri yerini, 20. yüzyılın gerçekleri ve geçmiş ile hesaplaşma dürtüsüne bırakmıştır. 20. yüzyılın sosyo-ekonomik alanından yansıyan etkiler, dönemin geleceğe dönük bir projektör ile sanat nesnelere ve ifade biçimleri üzerinde geniş açılımlar yaratmıştır. Çünkü üretme teknikleri sanata hızlı bir ivme kazandırırken, seçilen nesnelere ile ifadeyi örgüleme arzusu giderek yükselmiştir. Bu alan içinde, estetik yasalar, gelenek vb. olgulardan bağımsız eserlerin alabildiğine çoğaldığını gözlemleyebiliriz. Hazır veya buluntu nesnelere sanatta kullanılması, bu geniş ve özgür iklimin sonuçlarıdır. Nesnelere kavramlar ile özdeşleştirme arzusu, aslen nesne ile izleyici arasındaki ilişkiyi de ön plana çekmektedir. Sanat nesnesi görevi gereği etkileşim vadeden bir yapıda olmasına bakarak, modern sonrası sanat deneyimlerinin çeşitlenmesinin nedenlerini anlayabiliriz. Nesnenin anlam taşıma özelliği, bazen aynı anda çok anlam yüklenebilmesi (ironi) onun, dönüştürülebilir bir araç olduğunu da göstermektedir. Diğer bir söyleyişle nesne, sanat nesnesi olmaya yönelirken, çok seçenekli bir varlık olarak sanatçının imgelem dünyasına katılabilmektedir. Öyle ki, bugünün nesnelere modern sanat süreçlerinden çok farklı bir kullanım ve görünüm düzeyine erişmiş olması, yakın geçmişte, Duchamp ile uyandırılan sorgulayıcı aklın yükselişi sayesinde olmuştur. Modern sonrasında alabildiğine hızlanan bu süreç, nesnelere kontrolsüz bir biçimde çoğalması yanında, onun gösterge değerinin kısa ömürlü oluşunu da hazırlamıştır. “Kısa ömürlülük”, “değersizleştirme”, “benzeştirme” gibi olgular ve giderek kimlik oluşturma, sınıfsal katmanlaşma ve özgürleşme adı altında büyüyen eşitsizlik, olgularına bakarak, her şeyden önce sanat nesnesinin aslen bir sosyo-kültür ögesi olduğunu okumak gerekir. (Eroğlu, 2021, s. 7,8) Bu okuma ile nesnenin popüler kültür paradigmasının etkisinde, anlam ve işlevi yönünden sürekli çeşitlenerek, sanat

eserinin çok boyutlu kültürel mesajlarına eklenmesinin zor olmadığını da çıkarabiliriz.

Popüler kültür, modern yaşamın bir gerçeği olarak nesnel dünyasını, tüketim amaçları doğrultusunda özelleştirerek sosyal yaşama konumlamaktadır. Bu konumlama, sanat dallarının tümü üzerinde nesnenin etkileri, rolleri ve işlevleri açısından yeni ifade yollarını getirmiştir. Popüler kültür, nesnenin bir amaç için etkin bir araç olabilme işlevini kullanırken, sanat nesnesi için yapılmaya çalışılan tanımların postmodern dönemde de yeniden gözden geçirilmesi gereğini doğurmuştur. Bu nedenle, modern dönemin nesne üzerindeki referanslarına bakarak sanat nesnesinin tanımına daha gerçekçi yaklaşabiliriz. Sanat nesnesi; sanatçının yaratıcı düşünce ve söylemlerinin yüklemi ile yeni bir öz ve nitelik kazanarak, kendi üzerinden bir sesleniş verebilen ve izleyici ile diyalog geliştirebilen “konuşan” bir varlıktır. Sanat nesnesi; nesnenin bilindik nitelikleri olan; boyutları, hacmi ve ağırlığı ile cansız bir obje tanımının ötesinde, sanatçının düşünce gücünü taşıyan bir gerçekliktir. Bu gerçeklik, bir obje veya tablonun kendisi olabileceği gibi, bir mekân veya bir yerleştirmenin bütünü de olabilmektedir. Belki de bu gerçeklik, bir renk lekesi veya deneysel bir eylem biçimi “video, fotoğraf vb.”da olabilir. O nedenle sanat nesnesini; öznenin veya imgenin içine yerleştiği her türlü form olarak nitelendirmek yanlış olmayacaktır. Salt kütle olma özelliği dışında, onun bilindik görüntüsünün arkasındaki zihnin yeniden boyutlandırıldığı malzemedir. Bu tanımlardan hareketle sanat nesnesinin, her türlü niteliği kendinde sahiplendiği ve salt nesne dışındaki her şeyi kapsadığını söylemek anlamlı olacaktır. Ve daha geniş anlamı ile sanat nesnesi; içsel derinliğini felsefe üzerinden kurgulanmış zihin faaliyetlerinin bir sonucu olarak kazanan, soyut ya da somut organizmalar olarak kabul edilebilir. Sosyoloji açısından sanat nesnesi; çağrışım yüklü ve yaşamın tüm yönleri ile ilişkilendirilmiş, alışılmadık bir tavırla ortaya çıkarak izleyicide iletişimi umut eden bir mantık kütesidir. Sanat nesnesinin varlık tanımına ilişkin yapılmaya çalışılan bu tanımların ortak paydası; nesnenin bir ileti ve anlatı diline sahip kılınmadan sanat eseri ile bütünleşmesinin olanaklı olamayacağıdır. Bu nedenle sanat nesnesi, izleyicide sorgulama bilincini tetikleyerek anlam ve nedensellik ilişkisi kurduran, farklı ve yeni bir estetik profildir. Onlar modern zamanlara ve çağına şahitlik eden birer “janr” öğeleridir. Nesnelere anlamları, toplumsal ve kültürel alana ait verilere ve ilişkilere dayalı olurlar. Nesnelere, yaşamın yapısını, karakterini, değer yargılarını ve kültür katmanlarını farklılık veya çelişkileri ve giderek tüketim olgularını sembolleştirerek ortaya koyan birer etkileşim dilidir.

Öyle ki, eserde yapısal bütünlüğü sağlamaya hizmet ederler ve imgenin daha güçlü olmasını da desteklerler. Nesne, eserin duyuşal yükünü taşıyarak, mesajın bütünselliği ile kaynaşır ve ancak bu sayede eser tümüyle bir sanat nesnesi haline de dönüşebilir.

Objenin bir sanat nesnesi olarak tartışılmaya açılması modern dönemde olmuştur. Bu tartışmalar, nesnenin imgelem, estetik ve süje-obje ilişkilerine dönük olarak boyutlanırken, aynı zamanda her sanatçının kendine özgü nesne-kavram ilişkisi geliştirmesine neden olmuştur. Sanatçının zihninde oluşturduğu imgelem ile nesne, bir yaratı nesnesine dönüşerek mesajın esere bağlanmasını sağlamaktadır. Bu bağlanmada nesne eser üstünde farklı kimliklere dönüşür ve insandan insana farklı algılar oluştururlar. Onu vazgeçilmez kılan; esere farklı görevler ile bağlanabilme yeteneğidir. Dönemlerin etkisi, sanatçının nesneye bakışını dönüştürdüğu gibi aynı akımlar içinde dahi nesnenin temsiliyet ve sorumlulukları değişebilmektedir. Örneğin; Rönesans ile aklın yükseliş, modern kent yaşantısının getirdiği yeni kavramlar, Barok sanatta abartının önemsenmesi, Neolojizm’ de doğa ve sadeliğin öncelemeşi gibi değişkenler, sanat tarihi boyunca nesne algısını sürekli yenilemiştir. Sanat nesnesi, var olan bir objenin yeniden yorumlanması olarak doğabileceği gibi sanatçının doğrudan kendi yorumu ile oluşturulan zihinsel bir formu da olabilmektedir. Nesne üzerine tanımlanan yorumların çeşitlenmesi, bir anlamda karmaşa oluşturmakla birlikte özellikle modern sanatta, sanatçı tarafından nesne, her türlü irdelenmeye açık haldedir. Bu nedenle nesnenin rolü; sürekli bir değişim içinde kalmaktadır. Bu değişimlerden birisi de nesnenin formunun tutkulu imgelere dönüştürülebilmesidir. Öyle ki bu tip dönüşümler, örneğin; fetiş nesnelere oluşumunu sağlarken, nesnelere üzerinde imgelem zenginliği yaratmanın sonsuz olabileceği fikrini de beraberinde getirmektedir.

Braque ve Picasso'nun parçalanmış nesnelere, Kosult'un yazı-mevcut nesne-resim buluşmaları, Duchamp'ın hazır nesnelere, Rene Magritte'nin bilinen nesnelere yeni isimler kazandırması gibi bir çok sanatçının farklı önermeleri ve sorgulamaları, sanat nesnesinin değişimini, başkalaşımını, metamorfozunu ortaya koyar. (Kaya, 2009, s. 120)

Görülüyor ki 20. yüzyılın modern dünyasında değişen toplumsal yapılar ve düşünce özgürlüğünün yükselmesi, sonucunda sanatta nesne gerçeği, sanatçının kendisini özgürce ortaya koyma idealine göre şekillenmektedir. Örneğin Romantizm’de nesne; duygunun öneminin vurgulanmasına hizmet ederken Realizm’de, incelikle işlenmiş ve “birebir benzerlik” arayışına cevap vermektedir. Empresyonizm’de nesne, rengin değişimlerinin izlenmesine yardımcı olurken, rengin

kendisi soyut sanatta adeta nesnel bir bedene bürünmektedir. Öte yandan kübizm, nesnelere giderek matematiksel bir algı ile geometrik bir yapılanmaya sokarken, birden fazla bakış açısının doğmasını, dolayısıyla nesnenin başka bir yaklaşımla yorumlanmasını sanata kazandırmıştır.

İzlenimcilere göre görünen nesnelere, kendilerini bize görünmek için sunmuyorlardı. Tersine, nesnelere birbiriyle sürekli alış-veriş içinde bulduklarından yakalanması güç, hareketli şeylerdi. Kübistlere göre görünenler tek bir gözün görebildiği şeyler değil. Verilen bir nesnenin (ya da insanın) çevresindeki tüm noktalardan alınabilecek görünümlerin toplamıydı. (Berger, 1999, s.18)

Modern dönem sanatçısı; nesnenin sanatsal değerini ve eserin söylemini, onu izleyicinin deneyimlerine ve bilincine devretmektedir. 20. yüzyılın ilk yarısında hızlı bir biçimde genişleyen kentleşme ve beraberinde doğan yeni “değer” kavramları, sanata hâkim olurken geleneksel olanı reddediş bilinci de yükselmiştir. Modern zamanlara kadar kabul gören estetik normlar, modern dönemde bir kenara bırakılmış, doğrudan nesnenin kendisi tuval üzerine konumlandırılmıştır. Günlük yaşam malzemeleri, eserde yüzey ögesi olarak kullanılırken, nesne-mekan ilişkisinin kurulması da bu dönemde öne çıkmıştır. Nesne-mekan ilişkisiyle esere yüklenen yeni etkiler, estetik olgusunun sorgulanmasına terk edilmesine ve nesnenin boyut değiştirmesine neden olmaktadır. Bu gerçeği Baudrillard, sanat eyleminin aslen bir nesneyi sanat nesnesine dönüştürmekten ibaret olduğunu ve sanatın neredeyse bir büyü gibi dünyanın tamamını hazır nesneye dönüştürdüğünü vurgulamaktadır. Soyut sanatta, doğrudan nesne kullanımı olmasa da fırça ve renk vuruşlarının birer nesne formu yarattığı kabul gören bir görüştür. Sonuçta renk lekeleri, tıpkı bir nesne gibi duygu aktarımının birer formu olduğu için onları soyut için bir nesne gibi değerlendirmek olanaklı görünmektedir. Soyutun, bir şeyin özü olduğuna atıfta bulunarak, soyut sanatta da nesnenin özüne inildiği sonucunu çıkarmak uzak durmayacaktır. Kübizm, non-figüratif, konstrüktivizm ve süprematizm gibi çeşitli akımları içinde barındıran soyut evren, kendine özgü bir nesne yorumu ortaya koymayı, tüm soyut akımların ortak paydası haline getirmiştir. Öte yandan kavramsal sanatta nesne tüm yalınlığı ile yer alırken, örneğin; sürrealist yaklaşımda nesne, bilinçaltının düşsel evreninden doğmaktadır. Nesne, sanata ve sanatçı evrenine yepyeni anlatımlar kazandırabilen bir sahne aktörüdür. Sanatçının doğaya ve düşünce evrenine bağlı olmasının kaçınılmazlığı göz önünde tutulursa, sanatın nesneye tutkulu oluşunu da daha rahat anlayabiliriz. Diğer yandan, sanatın nesne tutkusu, yine sanatın

kendisi tarafından eleştirilen bir konu olmuştur. Malevich, insan nesnelere dünyasını tasarlayabiliyorsa pekâlâ onu dışlayabilir demektedir. Dada hareketi ile nesnede estetiğin gereği tamamen terk edilirken, Duchamp gibi sanatçılar, seri üretim objelerine getirdikleri farklı yüklemeler ile sanat nesnesini kavramsal bir boyuta taşımışlardır. Ve bu yaklaşımlar, aynı nesnenin farklı zamanlarda farklı sanatçılar tarafından, farklı anlamlar yüklenerek kullanılmasına geniş bir kabulleniş yaratmıştır. Nesnenin basit değişimler ile asli işlevinden uzaklaştırılarak kullanılması, nesneyi sürekli yaratıcılığın yeni boyutlarına taşımaktadır. Örneğin Duchamp pisuarı, su girişinin tersine çevirerek kullanılması, Da Vinci'nin Mona Lisa tablosuna bıyık koyması gibi yorumlar, nesneye yaratıcı anlamlar ve işlevler yükleme çabası olarak görülebilir. Sürrealistler ise nesnelere görülmeye alışık olunan biçimler ve işlevlerinin dışında kullanarak, izleyicide sorgulama, şaşırtma ve bir paradoks yaratma fırsatı olarak değerlendirmektedirler. Dada hareketinin olduğu gibi sürrealizmin de önemli bir dayanağını oluşturan objet trovvé egemen bilgi rejiminden, onu sarmalayan estetik, işlevsel ve anlamsal bağlamından koparılmış, yeniden anlamlandırılmaya açılmış herhangi bir nesnedir. Ontolojisinin dönüştürülmesine açıktır. (Ojalvo, R.Skopbülten, 11.11.202/1)

Örneğin Salvador Dali'nin Belleğin Azmi tablosu ve Meret Oppenheim Object **(Şekil 3.1)** adlı çalışmalarını sorgulama oluşturma isteğine örnek gösterilebilir. Rene Magritte'in gerçek görünümlü bir pipoyu resmettiği; "Bu bir pipo değildir" adlı tablosu, nesnenin bilindik anlamının değişmesine ve başkalaşmasına diğer bir örnektir. Bu tablo, isim ile bir nesnenin tanımlanmasının ötesine geçerek, izleyiciye anlam ve sorgulamanın kişiden kişiye değişiyor olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Post-Fordist üretime bağlı kitlesel tüketim kültürünün yoğun etkilerinin yaşandığı 20. yüzyılın ikinci yarısında, pop sanat, minimalizm, konsept art gibi yaklaşımlar, nesnenin doğrudan kendisini ve var olan imgesi ile bütünleşik kullanmak istemişlerdir. Örneğin minimalist sanatçı Donald Judd, basit geometrik öğelerle tasarladığı mobilyaları sergilerken, kadim sanat-tasarım tartışmasını yeniden yükseltmiştir. Örneğin; Scott Burton, kendi tasarım nesnelere, hem işlevsel olmayı, hem de anlamsal (sanat nesnesi) olmayı aynı anda gerçekleştirdiğini savunurken, Judd ise bu düşünceye, nesneye bakan izleyicinin niyetine bağlı olarak anlamın zorunlu olarak değişmiş olacağı ve bu nedenle bir nesnenin aynı anda iki şeyi gerçekleştiremeyeceği düşüncesi ile karşı çıkmaktadır.

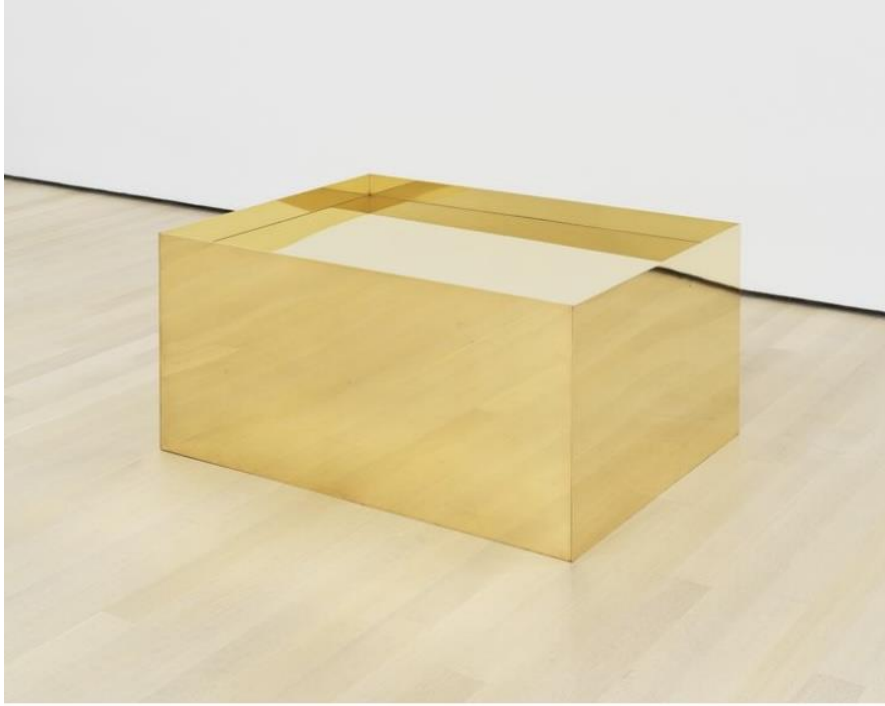


Şekil 3. 1 Meret Oppenheim. Nesne. 1936. Modern Sanat Müzesi. Moma. New York.

<https://www.khanacademy.org/humanities/ap-art-history/late-europe-and-americas/modernity-ap/a/meret-oppenheim-object-fur-covered-cup-saucer-and-spoon>

Tartışmanın özü; nesnendeki “işlevsellik” ile izleyicinin “anlam” çıkarımı arasındaki öncelik üzerinedir. Bu tartışma bir bakıma, deneyimlenmesi tümüyle izleyiciye bırakılmış bir nesne, artık tanımsız bir nesne olmaktan uzak mıdır? yoksa, işlev ve anlam birbirine bitişik iki olgu mudur? sorusunun doğması doğal görülmelidir. Örneğin, Judd’un çalışmalarından konuya bakıldığında (Şekil 3.2), onun iç mekanda sergilediği nesnelere ile etkileşime giren izleyicinin, nesnelere sanat ile olan örgüsünü anlama sorunu yaşamaması, bu tartışmayı haklı göstermektedir. Diğer bir minimalist; Robert Morris’in çalışmalarında kullandığı farklı nesnelere, özellikle iç mekana özgü açılı nesne açılı ve yansımaları ile örtüştürürken, izleyicide yanılısama etkileri oluşturur peşindedir. Açığı kaybeden izleyici nesne-mekân ilişkisinde bocalamaktadır ve anlam üretmekten uzaklaşmaktadır. Morris’in çalışmalarında nesne bir anlamda illüzyon öğelerine dönüşmektedir. Minimalizmin tetiklediği bu

tartışmanın yığıldı nokta ise; varlık amacı ve işlevi belli olan bir nesnenin, izleyicinin önüne sanat olarak çıkarılmasıdır.³



Şekil 3. 2 Donald Judd. İsimsiz. 1968. Moma Müzesi. USA

<https://www.moma.org/collection/works/81787>

Örneğin Andy Warhol'un tüketim nesnelere, bilenen biçimleri ile yeni bir kavramlaştırma çabasına dâhil olurlar. Seri üretim Brillo kutuları ile yaptığı düzenleme, modern toplumun yoğun tüketim alışkanlıklarına bir gönderme niteliğindedir.

3.1 Modernizmde Nesnenin Krallığı ve Temsil Krizi

19. yüzyılın son çeyreği, sanat coğrafyasında nesnelere kutsandığı ve krallığını ilan ettiği bir dönem olarak tarihteki yerini almıştır. Giderek bu kutsama,

³ <https://www.e-skop.com/skopbulten/minimalizmin-paradoksu-uzerine/2980>
(İzlenme tarihi 07.04.2022)

semboller ve imgeler dünyasının, 20. yüzyılda çağdaş sanatın yörüngesine bütünüyle hâkim olduğunu göstermektedir.

20. yüzyılda, ancak tükettikçe varlığını sürdürebilen dünya, yakın geçmişin sosyo-kültürel mirasını hızla değiştirip, sanatı da alabildiğine dönüştürmüştür. Tüketim ürünlerine birer sanat nesnesi olarak kullanılması, “ready-made” kavramının gündeme girmesi ile oluştu. Tüketim nesnelere, dadaist yaklaşım ve pop sanatı, kavramsal sanat gibi sanat akımları ve giderek Güncel Sanat’ın, insan-yaşam ilişkisini irdeleyen eserlerin malzemelerine dönüştüler. Örneğin; 1950 sonrasında adı geçen neo dadaizmin, eleştirel ve reddediş tavrı, estetiğin klasik kurallarının yok edilmesine yöneldi. Bu yöneliş sanat nesnesi ediminde, ambalajlardan doğal ve hazır malzemelerden kolaj tekniği ile oluşturulan yapıtların çoğalmasına neden oldu. Aslen bu deneyimler, estetik algının yerleşik kurallarının terk edilmesini temsil ediyordu. Diğer bir söyleyişle; sanatın bilindik kalıplara hapsedildiği iddiası ile yeni sanat ve estetik fikrinin; “estetiksizliğin doğuşu” anlamına gelebilecek bağımsız bir sanat düzeninin çatışmasına işaret etmektedir. Bu yeni düzeni haykıranlardan birisi olan Duchamp; eserlerini sergilemek için, günlük hayatta kullanılmak üzere üretilen nesnelere bir araya getirdi. New York’ta açtığı; “Hazır-nesne” olarak isimlendirdiği sergisiyle, nesnelere işlevselliğini göz ardı ederek, sanata ilişkin yerleşik temsiliyet fikrinin tersine bir yaklaşımla, objelerin birer sanat eseri olabileceği savı üzerine bir sorgulama yolu açıyordu. Diğer yandan bu sergi, nesnelere kompozit edilmiş biçimleri, onun felsefesini oluşturan; ironi, mizah ve belirsizlik gibi argümanlara olan eğilimleri de yansıtmaktaydı. Öyle ki; bu eğilimler, onun, sanata salt estetik açıdan bakılmasına ve yerleşik yargılar ile değerlendirilmesine de karşı çıkışına işaret etmekteydi. (Şekil 3.3)

(...) Duchamp’a göre sanat eseri, sanatçı ile iletişim kurması için bir araç ve bu iletişim yolunun da sanatçının tamamen öznel tepkileriyle oluşturduğu büyülü bir ayindir. Duchamp’ın sanat eserinde asıl ilgilendiği, bu yaratıcı edimdir. (Kuspit, 2018, s. 35)



Şekil 3. 3 Marcel Duchamp. Fountain. 1917 orijinalinin 1950 kopyası.

<https://www.wannart.com/sanatta-tabulari-yikan-bir-isim-marcel-duchamp/>

Modern dünyanın sunduğu yeni yaşam kurguları, nesnenin doğrudan sosyal bir dil olarak kullanılmasının da yolunu açmıştır. Sanatçıların nesne ile özne arasına, felsefi bir boyut yerleştirme istekleri, modern toplumun sosyo-kültürel paradigmalardan, sanatı da kurumsal bir düzleme taşımaya başladığına işaret ediyordu. Bu dönüşümler, nesnenin sembolleşmesi ya da nesnenin varlığını kuşatan kavramın yeniden yorumlanması anlamına gelmekteydi. Nesne artık maddesel olmaktan çıkarak, bilinç düzeyinde çağrışımı tetikleyen öznel bir varlığa dönüşmüştür. Nesne, gündelik-faydacı işlevini aşarak, özüne işlenen yeni bir temsiliyet yüklenirken. Nesne, bir kavram öznesi olarak izleyiciyle buluşmakta ve sanatçının eleştirel perspektifini iletme şansı vermektedir. Nesnelere bir mikrofon gibi kullanan eserler giderek farklı söylem dillerinin ve kavramsal sanatın doğuşuna hızlandırıcı etkisi olmuştur. Örneğin, ilk zamanlarda doğrudan bireyin bilincine yönelen; kavramsal sanat, toplumsal değişimlerin, bireyler üzerinde yarattığı kuşatması ifade etmeye yoğunlaşmıştır.

Sol LeWitt, Kavramsal sanatta özne nesne ilişkisini çevreleyen ve yukarıda ifade edilen tespiti bir anlamda açıklayan şu görüşü ileri sürmektedir;

(...)Sanat eserinin neye benzediği çok önemli değildir. Fiziksel biçimi varsa bir şeye benzemelidir. Sonunda hangi biçimi alırsa alsın bir fikirle başlamasıdır.

Sanatçının ilgilendiği şey kavrama ve gerçekleştirme sürecidir. Sanatçı tarafından fiziksel gerçekliğe kavuşturulduktan sonra eser, sanatçı da dahil herkesin algısına açıktır. (“Algı” sözcüğünü duyu verilerinin yakalanması, fikrin nesnel anlaşılması ve eşzamanlı olarak ikisinin de öznel bir yorumlanması anlamında kullanıyorum.) (Harrison, Wood, 2016, s. 893)

Çağdaş sanatın temsil biçimlerindeki zenginliği sağlayan etkilerden biri de pop sanattır. Pop sanat, sadece soyut sanata karşı çıkmak ve popüler kültür tüketimini kucaklamak için değil aynı zamanda ikinci dünya savaşına sebep olan toplumla da alay etmeyi amaçlamıştı. Bu nedenle, sanatçılar güncel kitle kültürüne yönelip onlarla ilgilenmişlerdir. (Hodge, 2018, s. 169)

Öyle ki, Pop art, herhangi bir yoruma dayalı bir mesaj iletmek yerine, akla gelen hemen her şeyi, ön şartız ortaya koyabilme fikrine dayanır. Pop sanat gündelik yaşamın nesnelere yeniden sanata dâhil ederken Braque ve Picasso ile başlayan ve sonrasında Duchamp ile farklı bir boyuta evirilen hazır nesnelere sanatta yer bulmasına da yeni bir bakış açısı getirmiştir. Pop sanat kullandığı nesnelere Amerikan kültürünü ve ideolojisini yansıtmaktadır.. Bu ideoloji Amerikan hayranlığının bütün sembollerini ve buluntu nesnelere tüm argümanlarını günlük hayattan imgeler ile toplumlara sunmuşlardır. Pop sanatın İngiltere’deki yansımada ise; Hoggart ve Williams’ın popüler kültür ile ilgili araştırmaları önemli rol oynamıştır. Sanatçılar artık kültürün kitle iletişim araçları ile gelişen teknolojinin toplumu nasıl şekillendirdiğinin farkına varmışlardır. Richard Hamilton ve David Hockney gibi pop sanat sanatçılar bu farkındalığı sanat edimine dönüştürmüş ve İngiliz pop sanatının sembolleri haline gelmişlerdir. Aynı dönemlerde Amerika’daki pop sanat hareketinin öncülerinden; Tom Wesselmann, Claes Oldenburg, Roy Lichtenstein ve Andy Warhol gibi isimlerde 20. yüzyılın sanatındaki bu değişime imza atmışlardır.

Postmodern sanatı temsil eden pop sanat’ın Japonya’daki yansımalarının en önemli temsilcilerinden olan, Ushio Shinohara, Masami Teraoka gibi sanatçılar ise geleneksel Japon sanatı tekniği olan Ukiyo-e ahşap baskı tekniğini Pop sanatın floresan renklerini ve Japon kültürüne ait olmayan kot kumaş, fötr şapka gibi nesnelere resimlerinde kullanmışlardır. Kültürler arası zıtlıkları vurgulamış, Teraoka’nın McDonald’s Hamburgerleri ile yaptığı resim serisi ile Amerikan Kültürünün Japonya’ da yaygınlaşmasına dikkat çekmişlerdir. (Şekil 3.4)



Şekil 3. 4 Masami. Bir kase çorba ve elinde hamburger tutan dövme'li kadın. 1980. McDonald's hamburgerleri Japonya'yı işgal ediyor. USA.

<https://www.masamiteraoka.com/mcdonalds-hamburgers-invading-japan-series>

Pop sanatın önemli sanatçılarından diğer bir Japon sanatçı Yayoi Kusama, küçük yaşlardan itibaren görmeye başladığı halüsinasyonları, kullandığı puantiye ve nokta desenleriyle pop hayata dâhil olan nesnelere, sanatında kullanmaktadır. (Şekil 3.4)

Sanatta nesne-temsiliyet sorgulamasının içinde kalan akımlardan biri de minimalizmdir. Minimalizm, “kavramsal” olanı öncelemeyi, sanatçının kişisel ifadelerinden sıyrılarak eserle izleyiciyi baş başa bırakmayı temel almaktaydı. Bu sayede, nesnenin salt estetiği ve fiziksel yapının içindeki mesajı deneyimlemesinin yolunu açmak istiyordu. Nesneyi, izleyicinin deneyim dünyasına mal etme düşüncesi, estetiğin ve temsiliyet fikrinin kitlelerce yeniden sorgulanmasını amaçlamıştır. Kavramsal sanat ve minimalizm, mesajları en yalın haliyle nesnelere yüklerken, diğer yandan yakın gelecekte doğacak; çağdaş sanatın alabildiğince özgür kalacak zeminini hazırlamışlardır.

Minimalizmin öncülerinden sanatçı Frank Stella; “Gördüğümüz, gördüğünüzdür”. (Hodge, 2018, s. 169) derken, minimalizm fikrinin özünü özetler gibiydi. Minimalist sanatçılar, nesnelere kendinden çok izleyicilerin ne hissettikleri ve ne düşündükleri ile ilgileniyorlardı.



Şekil 3. 5 Yayoi Kusama. Dans Eden Kabak. 2020. New York Botanik Bahçesi. New York.

<https://www.studiomercado.com/post/yayoi-kusama-botanik-bahce-cosmic-nature-sergi>

Temsiliyet sorgulaması, ikinci dünya savaşı sonrası soyut dışavurumculuk akımının da hedefine girmiştir. Non-figüratif ya da temsili olmayan sanat olarak bilinen soyut sanatın, savaş sonrası toplumun, tepki dolu ruhundan beslendiğini söyleyebiliriz. Tepkinin dışı vurumu, temsiliyet evrenine yeni bir boyut getiriyordu. Dönemin ruhu, geçmişin tüm argümanlarını tartışma konusu yaparken, Soyut Dışavurumculuğun “kendiliğindenlik” ve “bireysellik” gibi öznel ve içgüdüsel eylemlerle oluşan eserleri, geçmişin temsiliyet fikrini aşarak, yaşanan çağı yeniden tartışmaya açıyordu.

Bu dönemde, kavram ile nesnenin eşdeğer tutulması, nesneyi “teпки nesnesi” olarak izleyicinin karşısına çıkarmıştır. Öyle ki, bu dönüşmenin hemen tüm arayışları, “şeylerin” bağlamlarını değiştirmeye yönelmektedir. Böylelikle gündelik ve sıradan nesnelere, gerçek-üstü bir kimlik ile insan algısında yeni bir boyut kazanmıştır. Teknolojinin hızlı gelişimi, sanat malzemelerinin kullanım biçimlerini de sınırsızlaştırdı. Boya dışında, video, bilgisayar ve dijital mekanlar, popüler yaşam katmanlarına bağlı olarak sanata birer birer dâhil olmaya başlamışlardır.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra endüstriyel, teknolojik gelişmeler ve üretim hız kazanarak; özellikle 1950 ve 1960 sonrası Amerikan toplumunda köklü değişimleri başlatmıştır. Toplumsal ve kültürel dinamiklerin dönüşümü, sosyolojik açıdan ülkede sanat üretimleri de etkilemiştir. Kitle iletişim araçları, kültür endüstrisi ve popüler kültürün bütünüyle toplumsal yaşamda varlık göstermiş olduğu bir dönemde, sanatçıların üretimlerindeki konu, malzeme ve teknikler de bu gelişmelerin paralelinde kavramsal bir evrime uğramışlardır. O dönemin genç sanatçılarından olan Robert Rauschenberg, “Combines” serisi'ndeki çalışmalarında, endüstriyel ve buluntu nesnelere kullanarak, kendine özgü yeni teknik ve üslup anlayışı geliştirmiştir. Sanatçı, içinde deneysellik barındıran “Combines” serisindeki üretimlerinde, nesne ve malzeme konusunda herhangi bir kısıtlama olmaksızın geleneksel boya anlayışına aşan farklı uygulamalarda bulunmuştur.

Robert Rauschenberg'in tuvalin sınırlarını aşarak yaptığı çalışmaları, o dönemde devrim niteliği yaratmış ve Duchamp'tan etkilenecek, resme kavramsallık kazandıracak müdahaleleri ile hazır nesnelere eserlerine dâhil etmiştir. Rauschenberg'in “Bed” adlı ünlü çalışmasında; ressam arkadaşının kendisine hediye ettiği patchwork yorganını, kanvas alacak parası olmadığı için tuval gibi kullanarak ona yastık ve çarşafını da ekleyerek soyut bir kompozisyon oluşturmuştur. (Şekil 3.6), (Şekil 3.7) Bunu yaparken Rauschenberg, resim hem sanatla hem de hayatla ilgilidir mesajını iletmekte ve kendisinin her ikisinin arasındaki boşlukta hareket etmeye çalıştığını dile getirmektedir. Resimlerini yorgan, yastık, gazete, heykel, çöp, resim gibi şeylerin üzerine yaparak, sanatın sadece tuval üzerine resim yapmaktan fazlası olduğunu göstermek istemiştir.

Modern sanat bireysel dışavurumlarla, etkileyici bir şekilde biçim, nesne, ifade ve renk kullanımları ile adından söz ettirse de modern sanat, modern dönem insanında karşılığını bulmuş muydu? Onlar için sanat ve nesne niçin birleşmişti? Kant'a göre modern sanat ve modernizmin önemi, sanatın özgürce bir alan olması ve sanatçının ise üstün bir yaratıcı olarak kutsanmasıydı. Ona göre; sanatsal edim öğrenilebilir bir şey değil, doğuştan getirilen bir şeydir. Sanat tek başına var olabilir ve sanatçı kurallarını kendisi yaratabilir. Clement Greenberg ise; Modernizmin sadece sanat ve edebiyattan meydana gelmediğini ve yeni bir olgu olduğunu ifade etmiştir.

Duchamp, sanat dünyasını sanatın ne olduğunu tanımlamaya zorlamıştır. Onun hazır nesnelere modern sanatın önünü açarken modern sanatçıları geleneğe karşı

nesneyi bilerek bozmaya koyulmuşlardı. Bunu yapmalarındaki amaç; ifadeyi ve soyutlamayı daha da güçlendirmektir.



Şekil 3. 6 Robert Rauschenberg, Yatak. 1955. San Diego.

https://www.moma.org/learn/moma_learning/robert-rauschenberg-bed-1955/

Şekil 3. 7 Robert Rauschenberg. Monogram. 1959. San Diego.

https://www.researchgate.net/figure/Robert-Rauschenberg-Monogram-combine-painting-36-x-54-x-54-1959-United-States_fig1_293423766

1890 yılından 1950 yıllarına kadar süre gelen modernizm olgusu, “eski” ile “yeni” kavramının arkaik dönemdeki tanımlarını yakın da tarihe taşır. Öyle ki, modern kelimesinin kökenine, M.S. 5. yüzyılda Hristiyan Roma literatüründe rastlanmaktadır. “Modernus” kelimesi ile ilk izine rastladığımız modernlik kavramı; pagan dönemin çok tanrılı mitolojisine sahip derin geçmişine karşıt olarak, yeni olan inanç olgusunu temsil amacıyla kullanılmış olduğu anlaşılmaktadır. (Perşembe, 2003, s. 160) “Yeni” terimi, paganizmin çok tanrılı inanç kültürüne karşı, Hristiyanlığın tek tanrılı, inanış sistemi üzerinden anlam bulmuşken, bu algı tarihin ilerleyen dönemlerinde, yaşamın gelenekselleri ile geleceğin ayrımını betimlemek için kullanılmıştır. Özellikle Avrupa tarihinin birçok döneminde “eski” olarak tanımlanan kavramların yerine “yeni” adı ile tanımlanan karşılaştırmalara rastlanır. Örneğin; Rönesans’ın getirdiği vizyon,

Avrupa'nın yüzyıllara dayalı karanlığından sıyrılmasına neden olurken, “yeni” kavramını”, “yeni bir dünyanın” doğusu olarak tarihe geçirmiştir. Büyük krallıklar ve teokratik devlet yapılarını yıkan Cumhuriyet, özgürlük, bireysel haklar vb. yeni dünya toplumuna ait argümanlar, eski dünya düzenine karşı bir modernite olarak ortaya çıkmıştır.

Coğrafi ve bilimsel keşiflerde, eskinin yerine gelmiş yeni oluşumlara şahitlik etmektedir. Bazı oluşumlar, “yeni bir gelişme” olarak kabul edilse bile, gelecek veya uygarlık vaat etmekte uzak olabilmektedirler. Diğer bir söyleyişi ile yeni olan her şey, olumlu toplumsal değişimleri ve yükselen bir geleceğe işaret etmediğini, bazı tarihi verilere dayanarak öne sürebiliriz. Örneğin; Avrupa'nın karanlık bir süreci olan ortaçağın engizisyon dönemi, Avrupa için yaşamın tüm kesitlerinde eskiyi aratacak denli bir dönem olmuş ve uzun yıllar Avrupa'yı etkisi altına almıştı. Bu durumda, bu oluşumun o dönem için yeni olmasına karşın modern olarak nitelendirilmesi mümkün değildir. Öyleyse, modern kavramı, salt yeni ile eskisi arasındaki bir değişimin adı değil “yeninin” evrensel ilkeleri ile eskinin yerine geçip geçemediği ile ilgilidir. Teknolojideki gelişmelerin, bilgi ve iletişimi dünyamıza gelecekçi ve evrensel bir boyut kazandırmış olmasını nasıl algılıyorsak, moderniteyi de aynı kavramsal boyutu ile değerlendirmemiz gerekir.

Geçmiş ile gelecek arasında; “eski–yeni” tanımlı olarak yerleştirilen tüm değişimlerin, sosyolojinin temel argümanlarından bağımsız olduğu düşünülemez. Şüphesiz ki, modernite sosyolojik bir olgu olarak, yaşamın tüm katmanlarına izlerini bırakmaktadır. Bırakılmış olan izler, modernizm, açısından siyasette sanatta, düşün dünyasında, toplumsal ve kültürel alanlara kadar büyük ve köklü değişiklikleri ifade eder.

Modernizm, sanat ve edebiyattan ibaret değildir. Kültürümüzde gerçekten yaşayan ne varsa, günümüzde modernizm hemen hepsini kapsar. Tarihsel bir yenilik olduğu da ortada. Batı uygarlığı, dönüp kendi temellerini sorgulayan ilk uygarlık değilse de, bu işi en ileri noktalara götürmüş uygarlıktır. (Batur, 2017, s. 419)

15. , 20. yüzyıl arasında Avrupa'nın yaşadığı her alandaki değişim süreçlerini ifade etmek için kullanılan modernite kavramı, farklı tarih dilimlerini diğer dilimlerden yalıtarak önümüze getirmiştir. Marshall Berman'ın “Katı olan buharlaşıyor” başlığı altındaki eserinde söz ettiği yalıtımlar bunlardır. Örneğin (premodernizm), orta ve geç dönemler olarak üç bölümde adlandırdığı modernizm, ona göre, 16. yüzyılın başlarından 18. yüzyılın başlarına kadar, 1789 Fransız

Devrimini de içine alan iki yüz yıllık bir döneme ait süreci betimlemektedir. Marx'ın, makineleşme ile birlikte sermayenin yükselişi ve modern yaşam paradigmaları, toplumların tüm ahlak, doğa, yaş, cinsiyet, gibi kavramların sınırlarını yok eden büyük kalkışma yarattığını vurgulaması, (Kapital, Cilt 1), M. Berman'ın yerleşik değerlerin buharlaşmasına yaptığı perspektifi netleştirmektedir. Öte yandan, modern ve tinsel çelişkilerin varlığı ile değer erozyonuna gönderme yapan; Goethe'nin Faust'unda da, bireyin gerçeklik ile sahte olan arasındaki savaşı vurgulanırken, modernitenin politika ile psikolojiyi bütünleyerek, evrensel olan ile egemen sermayenin sunduğu değerler arasında oluşturduğu çelişkileri de gün yüzüne çıkarmaktadır. "Katı olan her şey buharlaşıp havaya karışıyor", bu güçlü imgelemi, Rimbaud ya da Nietzsche'nin, Rilke ya da Yeats'in "Her şey dağılıyor," "Merkez yer değiştiriyor" gibi betimlemeleri ile taraftar bulmakta, bu benzeri tanımlar, çağdaş dünyanın ters bir akıntıya kapıldığını göstermesi bakımından Marks'ın manifestosu ile örtüşmektedir. "Katı olan her şey buharlaşıp havaya karışıyor, kutsal olan her şey dünyevileşiyor ve insanlar nihayet kendi gerçek yaşam koşulları ve diğer insanlarla ilişkileriyle yüzleşmeye zorlanıyorlar.", "Marx zaman boyutu içinde hareket ederek süregiden tarihsel drama ve travmayı gözler önünde canlandırmaya çalışmaktadır. Demektedir ki, kutsallık hâlesi (aura) yok olmuştur ve var olmayanla yüzleşmedikçe yaşadığımız şimdiki zamanı anlayamayız." (Berman, 1994) Marx'a göre; bireyler ve toplumlar hepsi birden, katı olan her şeyi eriten bu nüfuz edici modernist sürecin hem öznesi, hem de nesnesidirler. Marx'ın manifestosu, modernist kültürün en derin öngörülerinden bazılarını dile getirirken, bir yandan da onun derin çelişkilerini fotoğraflamaktadır. Özellikle de modernist kültürle onu doğuran burjuva ekonomisi ve tüketim toplumu - "modernleşme"nin dünyası- arasındaki ilişkiyi netleştirmektedir. Buradan çıkacak sonuç, modernizmin özü ile burjuvanın sanıldığından daha çok ortak bir yön ve disiplinleri paylaştıklarıdır. Böylelikle günümüz toplumlarının modern dünya hakkında paylaştığı birçok önemli oluşumların, modernizm ile kapitalist ideallerin garip olduğu kadar o denli güçlü diyalektik bağlılıklarından kaynaklandığını görebiliriz. Bu nedenle, 21. yüzyılın çağdaş dünyasındaki, değersizleştirme, hedonizm, mahremiyetin yok oluşu, temsiliyetin evrimi ve nesnenin bir söylem diline dönüştürülmesi gibi olguların anlaşılması ise, modernizmin ve sonraki süreçlerin özünün iyi kavranmasına bağlı olmaktadır.

Benim anlayışıma göre modernizmin özü, bir disiplinin karakteristik yöntemlerini o disiplinin kendisini eleştirmek için kullanmakta yatar. (Batur, 2017, s. 424) Bu tespit,

modernizmi çağdaş sanata ulaştıran süreçlere ışık tutan, öncül fikirlerden kabul edilir. Buradan, yöntemler oluşturmanın sadece bir sanat dalına ait olamayacağı sonucu çıkmaktadır ki aynı zamanda modernizmin geçmişle bağlarını tümüyle koparmadığına ilişkin bir çıkarımı da tanıma dâhil eder. Diğer taraftan, modernizmin “egzistansiyalist” (varoluşçu) gerçeğinden kaynaklı “yıkıcı” karakterini de göz ardı etmemek gerekmektedir. Öyle de olsa, geçmişin değer ve ölçütlerini doğrudan hedef almaz. Onun içindir ki örneğin; Leonardo, Raphael, Rembrandt gibi eskinin sanatçıları modern dünyada saygınlıklarından bir şey kaybetmemişlerdir. Çünkü; sanat özü itibari ile kesintisiz süreçler bütünüdür ve akımlar birbirlerini dışlasalar dahi sanatçılar tarihsel varoluş gerçeklerini ve değerlerini yitirmemişlerdir. *Geçmiş sanat olmasaydı, eski mükemmellik standartlarını sürdürme ihtiyacı ve dürtüsü olmasaydı, modernist sanat diye bir şey olmazdı.* (Batur, 2017, s. 419) Sanatın üzerinde yükseldiği değişkenler, modernizm ve ardıllarının etkileri göz ardı edilerek tanımlanamazlar. Öyle ki Postmodernizm, Fütürizm, Sürrealizm ve Avangard gibi akımların, çağın değişimlerini yorumlamaları, Çağdaş Sanatın da kendi yolunu ve ifade biçimlerini derinden etkilemiştir. Ayrıca, tüketim kültürü, teknoloji iletişim, siyaset, ekonomi, kentleşme ve “yeni çağın bireyi” gibi olgular da Çağdaş Sanatın ontolojik oluşumunda yer almışlardır. Raymond Williams’a göre; Çağdaş Sanat, derinleşmeye üsluplaşmaya, içe dönmeye, içsel olarak kendinden kuşku duymaya, öz eleştiriye yönelen bir harekettir. Çağdaş Sanat Modernizmin, zamanın teknolojik, ideolojik ve siyasal değişimlerinden etkilenmesinden doğan kapsamlı bir sanat ekolojisinin üzerinde kurulmuş bir disiplindir.

1980 sonrasında merkezi Avrupa olan geniş bir coğrafyada örneğin Berlin, Viyana Paris, Münih, Londra, New York, Kopenhag ve Moskova’da muhteşem bir hızla yayılan ve 2. Dünya savaşı sonrası en yüksek seviyesine ulaşan süreç, yakın tarihin modernizm alanı olarak tanımlanır.

Marshall Berman’a göre modern olmak; “...bizlere serüven, güç, coşku, gelişme, kendimizi ve dünyayı dönüştürme olanakları vaat eden, ama bir yandan da sahip olduğumuz her şeyi, bildiğimiz her şeyi, her şeyi yok etmekle tehdit eden bir ortamda bulmaktır kendimizi. Modern ortamlar ve deneyimler coğrafi ve etnik, sınıfsal ve ulusal, dinsel ve ideolojik sınırların ötesine geçer, modernliğin, bu anlamda insanlığı birleştirdiği söylenebilir. (Erden, 2016, s. 14)

Modernitenin tanımı, temelde 19. yüzyılı efsunlayan; endüstrileşme ve onun ivme kazandırdığı kentleşme olgusuna dayanmaktadır. Siyasi ve bilimsel değişimlerin

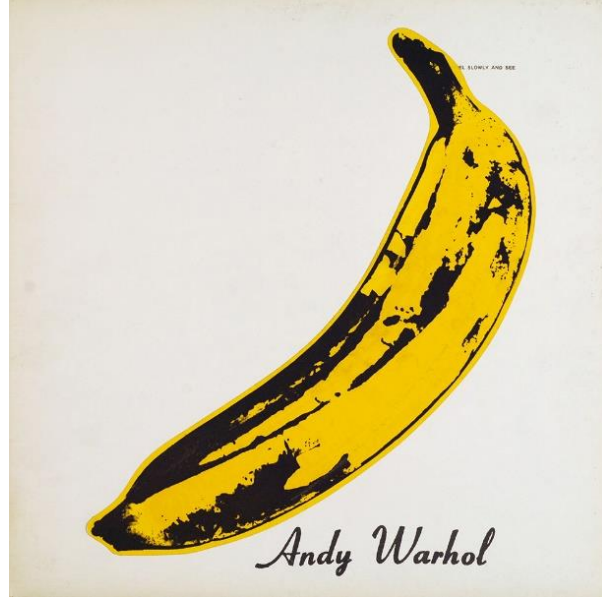
etkisi ile sanat tarihinin en üretken dönemi olarak kabul edilebilir. İnsanın varoluşunun doğal olana bağlılığına karşı organik olmayan, kentsel çatışmaları bireyin üstüne yükleyip dururken, sanatın çelişkilere yönelen kadim bakışlarını da tetiklemiştir.

Örneğin, Paul Gauguin'in, Vincent Van Gogh'un ve ekspresyonistlerin doğaya ve içsel olana dönme arzularında bu tip çelişkilerin etkileri görülür. Öyle ki, başka bir dünyaya doğru yeni fikirler üretme misyonu, giderek modern dünyanın sanat akımlarının misyonuna dönüşmüştür. Nitekim modern sanatların tüm manifestolarında, değiştirme arzusu, karşı durma veya yaşama müdahale etme istekleri vurgulanmaktadır. Yalnızca bu çelişkilerin varlığı dahi, Modern Sanatın, nesnelere dünyasına ve imgeler evrenine dahil olmuş ruhunun kökenlerine işaret etmeye yeterli sayılabilir.

Özgür temsiliyetlerin söylemini taşıyan nesnelere, çağdaş sanata giden süreçlerde en çılgın deneyimlere dahil olmaya devam ettiler. Bu ilerleyiş nesnenin indirgenmesi ve nesnenin seçimi arasında gören Young ve Priest'e göre; Duchamp hazır nesne kararını verirken bir yandan "tekil olan"ı sanat etkinliği içerisinde adlandırarak ortaya koymuştur. Böylece Duchamp'ın seçiminin "rastgele" değil, her şeyin sanat olabileceği ön kabulüyle gerçekleştiği söylenmektedir. (Young, 2016)

Günlük kullanım nesnelere sanat nesnesine dönüşmesinin boyutları o denli aşmıştır ki, günümüz sanatçıları, neredeyse nesne ile sanat arasındaki ilişkiyi tümüyle deneyim alanının içine taşımış durumdadırlar. Bu deneyimler, sanatta nesnenin temsiliyet olgusunun yeni göstergelerle çoğaltılmasını getirmiştir. Bu duruma örnek olarak; Andy Warhol'un 1967de yaptığı muz resimlemesinin (**Şekil.3.8**) esere yüklemek istediği temsiliyet ile Maurizio Cattelan, sıradışı sanat - nesne sunumu (**Şekil 3. 9**) ile kurgulamak istediği temsiliyet çoğaltması örnek verilebilir. Sanatçının Andy Warhol muzunu, duvara bantlayarak oluşturduğu bir tür yergi, "sanat eseri nedir?" sorusunu tüm şiddeti ile tekrar gündeme taşıyor niteliktedir. Bu sergileme biçimi, yine sanatçının el emeğini içermeyen bir nesnenin sanat nesnesi olarak kullanılması dürtüsünün ve Andy Warhol, Duchamp ve Jeff Koons'un yarattığı ruhun devam ettiğini göstermektedir. Temsiliyet tartışması, siyasette, sosyolojide, ekonomide ve giderek de sanatın tüm dallarında, 1935 ve sonrası yılların konjonktürel iklimi içinde dönemin temel sorunsalı olduğu görülmektedir. Bu tartışmanın, nesne dilinin ve "nesnede öznellik" ilişkisinin keşfini ve bu ilişkinin yeniden yorumlanmasını gündeme taşıdığı söylenebilir. Kuşkusuz bu dönem, nesnenin ve özne kavramlarının sanatta başat olduğu gerçeğini netleştirmektedir. Nesne, sıradan bir obje

değildir artık. Anlam derinliği ile bütünleşik ve sanatçıdan sanatçıya değişen ve zenginleşen bir evrenin yüklenicisi olmuştur.



Şekil 3. 8 Andy Warhol. Kadife Yeraltı ve Nico. 1967. New York.

<https://www.milandesignagenda.com/andy-warhols-pop-art-exhibition-at-palazzo-reale/>



Şekil 3. 9 Maurizio Cattelan. Son Yargı 2021- 2022. Çin

<https://Artpil.Com/Announcements/Maurizio-Cattelan-The-Last-Judgment/>

Özne ise, içinde bulunduğu nesnel kabuğun dışına çıkarak, imge dünyasında yeni bir varlığa dönüşmektedir. Temsiliyet krizinin kaynağı olan bu dönüşüm, aslen nesnenin değil, bir anlamda metalaşma rüzgârı içindeki öznenin, değişken olabilen varlık ve anlam krallığını ilan ettiğini söylemek yerinde olabilir.

Varlığı, düşünce ve maddenin bir ürünü olarak ele alan düalizim, özne nesne ilişkisini temellendirmek bakımından önemli bir kuramdır. Kuramı ortaya atan; Descartes'e göre varlığın özü, zihnin (ruhun) bağımsızlığı ve maddenin (nesne) arasında, özleri bakımından ayrı iki kavramdan (tözden) oluşmaktadır. Descartes, gerçekliğin ve anlamın, birbirlerine indirgenemeyen bu iki tözün işbirliğine bağlı olarak biçimlendiğini vurgulamaktadır. (Descartes, 2020) Descartes'in kartezyen ayrımı, varlık bilincinin, ruhun düşünme niteliğine (*res cogitans*) göre ve maddenin kütleli var oluş gerçeği (*res extensa*) üzerinden, ilk bakışta karşıt gibi duran ikicil etkileşimin sonucunda oluştuğunu belirtmektedir. Kartezyen felsefesi, doğru bilginin varlığını ortaya koymaya çalışırken, tüm şüpheleri ortadan kaldırmayı amaçlayan kesin bir bilgiye ulaşmanın önemini vurgulamaktadır. Descartes'in metodolojik şüphesi, şüpheyi araştırmanın bir yöntemi olarak ortaya koyarken, kesin bilginin zaman ve koşullar değiştikçe tekrar gözden geçirilmesini zorunlu saymaktadır. Bu yaklaşım, özne ve madde (nesne) ilişkisinin ve temsiliyet bağlamlarının da değişebileceğine işaret etmektedir.

Öte yandan, Fenomenoloji (görüngü bilimi) ve kurucusu Edmund Husserl'e göre, "gerçek" tanımının, insandan insana değişmekte olduğunu ve bu nedenle tüm kavramların gözden geçirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. (Husserl, 2004) Temel olarak; "öz" denen şeyin, bilinç tarafından üretildiğini, yaşanan fiziksel dünyanın herkes için aynı anlamı taşımadığını ve onun göreceli olduğunu esas almaktadır. Bu vurgu, maddenin (nesne) anlam ve değerinin, insanın ve toplumların yaşam biçimleri, eğitim, algıları ve coğrafi ortamlara göre değişmesinin kaçınılmaz olabileceğini tespit etmektedir. Bu doğrultuda, düalizim ve fenomenolojinin, varlık bilinci, zihin-madde ilişkisi ve bilgi olguları üzerinde çatışan yönleri olsa da, modern ve sonrasında, özne-nesne-temsiliyet üçlüsünde sanata özgür bir alan açmış olduklarını görmek yerinde olacaktır. Bu iki felsefe, Öz-özne ve nesne bağlamlarını temellendirmede ve karşılaştırmaları daha net bir düzleme taşımamızda yardımcı olacaklardır. Buradan hareketle özne-nesne bağlamlarına ilişkin aşağıdaki karşılaştırmaları yapabiliriz;

- Nesne, salt bir kütle iddiasında iken, özne; bu kütle içinde var olan, “izlenim, algı ve imgelemden oluşan üç yetiyi aynı anda sahiplenen bilinç varlığıdır.
- Nesne, kişiyi tatmak, koklamak ve dokunmak duyuları ile karşılarken, özne ise; tüm duyularla eşgüdüm halinde “görüyorum” diyerek onların yerine geçer. Bu alelade bir etkileniş değil, o anda yerinde duran nesnenin temsiliyetini, bilinçsel düzlemden fark edıştır. Özne, bu algının bizatihi kendisidir.
- Nesne, geçmişteki olgulara işaret ederken özne; şimdiki anda varlığını sürdüren ve kişiden kişiye çeşitlenen bağımsız ve özgün bir olguya işaret eder. Öznenin “anda” var olma özelliği, çağdaş sanatın “şimdiki anı kutsayan ideası” ile ve modernitenin kutsadığı; “özgürleşme” kavramı ile eşleşmektedir. Bu eşleşmeler, “sanatın, nesne-özne ilişkisinden ayrı tanımlanamaz” söylemine güç vermektedir.

İmgeleme asıl anlamıyla yaklaşan düşünürlerden biri Jean Paul Sarte (1905-1980) olmuştur. Ona göre, imgelemede önemli olan onun aşkın bir nitelik taşımasıdır. Filozofun imgeleme yönelmiş bilinç dediği şey, yaşadığımız dünyayı bir aşma hareketidir; bunu yapabilen özgürdür. Böylece Sarte, imgelem ile özgürlük arasındaki derin bağı ortaya koyar. İmgelem dünyadan yakasını sıyırmaktır. Gerçekliğin her bakımdan tutsağı olarak kalacak kişi, hiçbir zaman özgür olamayacaktır”. (Tanilli, 1999, s. 104)

- Nesne, öncelikle yaratımındaki fonksiyonellikle ilintili iken, özne; algının, nesneyi insan bedeniyle deneyime sokmasının sonucu oluşan içsel (psişik) kavrayıştır.

Tanilli’ye göre, modern düşüncede beden; dünyaya karışmanın ve orada kesin olarak bulunmanın bir aracıdır. Gerçekliğe asıl açılışı dile getirir ve fiziksel pratik, her çeşit algının koşuludur.

Bu tanımlar, “algı nesnelere ile ilişkimizde nasıl oluşuyor?” sorusunu gündeme getirmektedir. Nesne-özne ilişkisinin gerçeğine yönelen bu soruya yanıt olarak; biçim (*Gestalt*) psikolojisini ortaya atanlar, algıda bütünlük ve yapıların önemine vurgu yapmaktadırlar.

Gestalt’a göre, algıda aklın rolünü abartmamalı; öyle bir nesnelere dünyasına gözlerimizi açarız ki, bütün bunlar, alışkanlıklarımızdan, bilgi ve yargılarımızdan bağımsız, “iyi biçim” yasasına göre birden düzene girer gruplaşırlar; en yalın ve tutarlı yasa budur. Dağınık duyumlardan yola çıkarak algılanan bir biçimi ortaya koyan akıl değildir; biçim duyulmuştur ya da

birden algılanmıştır. Algı; bir duyular bütününü değil, tersine her algı bir bütünün birden algılanışıdır. (Tanilli, 1999, s. 100)

Daha sonraki yıllarda bu görüş de eleştirilecektir. Algı, aklın bir hareketi değildir; lakin algılayanın arzu ve alışkanlıklarının da rol oynadığı savı dillendirilmektedir.

- Nesne, var olandır, Özne ise o nesne karşımızda olmasa dahi imgelemi ile yaşayandır.

Bütün bu tanımlardan çıkan ortak nokta; nesnenin gerçek (reel) varlığının kavranmasında ve algıda, asıl rolü oynayan şeyin bireyin kendisi olduğudur. Algı; sürekli değişen bir ortamda bitmemiş bir şeydir ve giderek görecektir. Bu “görecelik oyununa, Velazquez’in, Nedimeler (*Las Meninas*) tablosu örnek verilebilir.

(Şekil 3. 10)



Şekil 3. 10 Velazquez. Nedimeler 1656. Prado Müzesi. İspanya

<https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/las-meninas/9fdc7800-9ade-48b0-ab8b-edee94ea877f>

M. Foucault'nun bu tablo için yaptığı analizde, tabloyu izleyen; T. Gautier'in şaşkınlık ile “tablo nerede?” dediğine vurgu yaparak tablonun sihirli bir interior etkisine sahip olduğunu belirtmektedir. Tablodaki mekân, figürleri dizilişleri, bakış

yönleri, kapı ve pencerelerin konumu, açılarda derinlik algısı ve girift perspektif kurguları tam bir iç-dış mekân ve zaman karmaşası yaratmaktadır. Tümöyle bilinçli olarak kurgulanan mekânda. “algıda görecelik” kavramı gerçekleşiyor. (Foucault, 2001, s. 10)

Örneğin; tablodaki aynada görünen kral ve kraliçenin beli belirsiz yansımaları, kişiye özel bir yorumla iktidarların gelip geçici olduğuna bir gönderme sayılabilir. Sanatçının kendisinin tablo dışında olması beklenirken içinde yer alması, onun yerine seyircinin de bir tiyatro sahnesini izler gibi mekâna bakıyor olması, zamanda iç dış ikilemi verirken mekân, herkesin “ana dâhil olabileceğinin” temsiliyetine dönüşüyor. Bu karmaşayı artıran her şey, resme dâhil olarak resmin sınırlarını zorlamaktadır. Öyle ki; tablodaki bu girift ilişkiler, tek zamanda çok eylem ve tek eylemde çok zaman kavramları ile iyice kuvvetlendirmektedir. Seyirci tabloya bakarken, aslen tabloya bakanın Velazquez olduğunun farkına varıyor. Ancak sanatçı kendini tablonun içine konumlarken, tablonun içindeki figürler de kendilerini yaratan ve tablonun dışında duran sanatçıya, seyirciye ve kraliçeye aynı anda bakmaktadırlar. Bu tablonun daha ilgi çekici noktası ise, birçok özneyi içinde barındırırken, aynı zamanda tek bir nesneden oluşuyor olmasıdır. Velazquez tablonun içerisinde yer alan diğer figürlerle birlikte, izleyicinin de baktığı bir özne olmakta ve aynı zamanda kendisi tablonun dışından bakan izleyiciler ile birlikte tabloya bakan öznelere biri olmaktadır. Bu tabloda, tek zamanda üç ayrı eylem ve üç ayrı mekân oluşuyor. Bu mekânlar; tablonun dışındaki dünya, gerçek mekânın içindeki dünya ve aynaya yansıyan gerçekte görünmeyen ama varlığı hissedilen bir dünyadır. Bu tablo bütünüyle kendisini nesne olarak tanımlarken özneyi, görünenin arkasındaki olup bitenler olarak ilan ediyor. Nesnelere arasındaki ilişkide temsiliyetin bu denli gizli tutulması, algılamayı bilinçli olarak zorlamaya dönüktür. Özü açığa vuran birçok temsilde olduğu gibi Nedimeler (*Las Meninas*) tablosunda da görünenin gizemi ile görenin görünmez olması bütünleşik hale gelmektedir. Bu tablodaki temsiliyet, nesne ve özne arasındaki kaotik anlam transferlerinin içinden doğmaktadır. Bu transferlerin hissedilen izleri, öznenin nesne ile yer değiştirmesine kanıt olurken, tablodaki analizin temel çıkarımı olarak netleşmektedir. Bu analizde tespit edildiği üzere, “algıda görecelik kavramı”, sanat-nesne ilişkisini ve onun bilinen temsiliyet klişelerini yıkmakta ve nesnenin kişinin bilincinde, kişiye özel imgelem uzayı yarattığına şahit olunmaktadır. Bu uzayın keşfi, sanatta temsiliyet krizinin başlangıcı sayılabilir. Diğer yandan, nesnelere varlığına dayalı sonsuz imgelem uzayını anlayabilmek ve giderek çağdaş sanatın “nesne-meta-

özne” ilişkisinde doğru analiz yapabilmek için temsiliyetin tarihsel sürecini ve pop kültürün katalizör etkisi ile oluşan sosyolojik çatışmaları da fotoğraflamayı göz ardı etmemek gerekecektir.

Modern Dönemde yeni bir yöntem ile döneminin sert biçimde sorgulama ve alışlagelmiş kabulleri reddetme yaklaşım, sanatta avangard ile başlamıştır. Avangard bir askerlik terimi olarak öncü birlik anlamında iken, 1840’ların siyasi dünyasında köklü değişimler anlamını ifade etmiştir. Sanatta ise manevi açıdan topluma yön gösteren ve ürettiği nesnelerin duygularını aktararak, burjuvaziye tepkiyi yoğunlaştıran, Avangard, özünde eleştirel bir refleksi sanata taşıırken, modernist dünyanın basit nesnelere, reddedişi ve direniş fikrini yükseltmek için eleştirilerini keskinleştirerek kullanmıştır. Ne var ki kültür endüstrisinin yarattığı argümanların, sanatın içine sızmasının ve küresel sermayenin dünya düzenine yeni rotalar çizmeye koyulması, avangard isyanı tetiklemiş, onu popüler kültür ve onun yarattığı “kitsch” kavramları ile savaşa yöneltmiştir. Diğer yandan teknoloji ve küresel yenilikler Avangardı da etkisi altına alarak onu, dönüşüme zorlamıştır. Bu nedenle avangardın reddetme ve kitle kültürüne direnme manifestosunun, 20. yüzyılın sonuna gelindiğinde başka bir boyut kazandığı görülmektedir.

Duchamp’ın hazır nesnelere sergilediği anda, bir sanayi ürünü olma gerçeğini nesneden sıyrarak, dönemin estetik kabullerinin sorgulanmasının yolunu açtığından, adeta sanatın herkesin yapabileceği bir eylem olduğuna ilişkin bir savı ortaya atmış olmaktadır. Bu sav, aynı zamanda doğrudan, burjuvazinin ve kültür endüstrisinin, özgürleşme adı ile topluma kodladığı şeyleri reddettiğini haykırmaktadır.

Duchamp'a göre, "Bay Mutt'un pisuarı kendi elleri ile yapıp yapmadığı bir önem taşımaz ama pisuarı SEÇEN odur. Gündelik hayata ait sıradan bir şeyi alıp öyle bir sunar ki, onun yararlılık bakımından taşıdığı önem, edindiği yeni unvan ve getirdiği yeni bakış açısı tarafından silinir. Bay Mutt sunduğu nesneye ait yeni bir düşünce yaratır. (Bürger, 2017, s. 20)

20. yüzyıla gelindiğinde tüketim nesnelere fetiş objeleri olmaya doğru evrilmeye başlamıştır. Hal Foster; Bürger’in “Gerçeğin Geri Dönüşü: Yüzyılın Sonunda Avangard” adlı çalışmasında, fetişleşen nesne kavramını seslendirmektedir. Bununla da Avangard tartışmalarına yeni farklı bir boyut kazandırır. Foster’ın, bu çalışmasında yer verdiği bölümlerden biri de “gösterge tutkusu” hakkında Postmodernist bir çözümleme yapmasıdır.

Direnış anlarında açığa çıkan, kolektif kodlara baktığımız zaman karşılıklı bir ilişki görüyoruz. Bu yüzden de, popüler kültürün, basitleştirilmiş formlarla da olsa gündemde tuttuğu anti-kapitalist/anarşist/asi kahramanlarının ve isyan

temalarının, direnişi beslemesinin ve beraberlik hissini kolaylaştırmasının yanı sıra, direnişin de bu referanslara ne yaptığına bakmak gerekiyor. Daha önceden tüketim kültürünün bir parçası olarak, film, kitap veya onların uzantısı ürünler şeklinde dolaşımda olan bir imge, kolektif hareketin, direniş dilinin parçası haline geldiği zaman kendisi de değişime uğruyor. Bu değişimi, imgenin, oturduğu yeni bağlam dolayısıyla ve o bağlamdaki diğer referanslarla ilişki halinde, bir dereceye kadar politikleşmesi olarak tanımlayabiliriz. (Kuryel, 2015, s. 41-42)

Görülüyor ki; Avangardın tüm nesnelere ve onların içinde yuvalanan imgelere bakışı diğer modern sanatları da tüm nesnelere iddialı birer sembolik aktörlere dönüşmesi üzerinde birleştirmiştir. Avangarda göre sanatın söylemi, nesnenin üzerinden geçmiş ile hesaplaşmanın iddiasına sahip olmalıdır. Bu nedenle üzerine güç yüklenmiş nesne kavramsal bir dile bürünerek yaşama ilişkin neredeyse bir aforizmaya dönüşmektedir. Ve özne bu aforizmanın dili ile oluşan bir derinlik kazanır. Böylelikle reddedişin tavrı, nesne üzerinden dile gelmekte ve özne bu bakış açısını, dönemin sanat anlayışına büyük puntolarla kaydetmektedir. Öznenin, “reddediş” taşıyan ruhu, özne–nesne ilişkileriyle kendini tanımlayabilmesi için çağdaş sanata bir kılavuz niteliğinde fotoğraf vermektedir.

1960’lı yıllara doğru Avangard Sanat hareketleri içinde olan, Situasyonist Enternasyonaller, radikal ve politik bir etkiye sahiptiler. Gerçeküstücülük, Cobra gibi sanat akımları kapitalist sisteme karşı eleştirel teori geliştirmiş ve pratik üretmiş devrimci sanat hareketidir. “Kurulu durum” ismini verdikleri ve bilindik sanat nesnelere kullanmak yerine, kurulu durumlar oluşturarak sanatı ticarileşmeden kurtaracakları düşüncesindeydiler. Onlar için hazır nesne ile sanat eserleri üretmeye çalışmak, artık geçersiz bir yöntemdi. Hazır nesne, sanatçının yaratma rolünü ele geçirmeye çalışsa da, ortaya çıkan nesne, estetik bir nesne olarak tartışmaya açıktı. Estetik, biçimden daha önde olmalıydı.

20. yüzyılın ortalarında ise Modernizmin Amerika’daki en önemli kuramcısı ve destekleyicisi Clement Greenberg olmuştur. Modernist Amerikan sanatının kurulması onunla birlikte olmuştur. Pop Sanat ve Kavramcılığı (conceptualism) reddetmiş, “Avant Garde and Kitsch” (1939) adlı ünlü denemesi ile de ticari popüler kültürden hoşlanmadığı dile getirmiştir. Bu yüzden önemli bir dönem, sanat çevresinden destek bulamamıştır. Fakat bu denemesi onun eleştirmen olarak tanınmasını sağlamıştır. Greenberg “Kitsch” düşüncesinin Kültürün Endüstriyelmesiyle başladığını söyler. Yerel halkın insanları kentlere taşınmaya başladıkça tüketim kültürü daha fazla artmış ve her şey tüketim nesnesi haline gelerek pazarlanmaya başlamıştır. Greenberg’in

gözünde kitsch sentetik bir sanattır, gösteriş meraklısı ve formüllere dayanan bir olgudur. İçinde buldukları zamanın sahte bir yansımasıdır. Greenberg bazı resimlerin fazlaca formüllere dayandığını eleştirerek onları, yapılması basit ve kolay anlaşılır olduğunu düşünerek eleştirmiştir. Ona göre kitsch'te şaşırtıcı bir şey yoktur. Charles Baudelaire'in tanımıyla ise kitsch, her türlü hayal gücünü, yaratıcılığı ve dolayısıyla özgünlüğü dışlayan taklit veya eğreti iş olarak ifade eder.

Avangard sanatın baskın olduğu bir dönemde, popüler kültür nesnelere, herkesin beğenisine hitap eden şeyler; kedi yavruları, Eyfel Kulesi, romantik aşıklar gibi fikirleri işleyen çalışmalar niteliksiz aşağı görülmüş ve dönemin sanat anlayışı tarafından dışlanmıştır. Avangardı ve savunucuları tarafından dışlanan bütün bu olgular, zamanla bazı sanatçıların kabulü haline gelerek "Popüler Sanat" denen yeni bir akımın filizlenmesini sağlamışlardır.

Clement Greenberg Avangard ve Kitsch için yazdığı makalesinde; Avangardın ortaya çıkışı ile eşzamanlı olarak, sanayileşmiş batıda yeni ikinci bir kültür fenomeni ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Almanların Kitsch adını verdikleri şeyin; popüler, renkli baskılarıyla birlikte ticari sanat ve edebiyat, dergi kapakları, çizimler, reklamlar, romanlar baskıları. Tin Pan Alley müziği, tap dansı, Hollywood filmleri vb. şeylerin hoş karşılanmasını, Batı Avrupa ve Amerika kitlelerini kentleştiren ve yaygın okuryazarlık denen şeyi ortaya koyan sanayi devriminin bir ürünü olduğunu dile getirir. Şehirlere proletarya ve küçük burjuva olarak yerleşen köylüler, var olabilmek için okuyup yazmayı öğrendiler, ama şehrin modern kültüründen haz almak için gerekli boş vakit ve rahatlığa sahip olamadılar. Yine de, arka planı taşra kültürüne yeni kentli kitleler, için düşünülmüş olan ersatz (ikame) kültür, kitsch sunduğu ham malzeme olarak gerçek kültürün, alçaltılmış ve akademikleşmiş simülarkını benimsemeye başladılar. Kitsch bir başkasının yerini alan, ikame deneyimler ve sahte doyumlar, anlamında kullanılmakta olup, kitsch kavramı aldatıcı olan her şeyin simgesidir olarak genel bir tanıma taşınmıştır.

3.2 Postmodernizm Döneminde Nesne-Özne;

Genel postmodernizm, "Modernizm sonrası zaman" anlamında kullanılmaktadır. Çağdaş sanat; nesnel olmayan, temsili olmayan, figüratif olmayan, imgeci olmayan, ekspresyonist veya öznel olmayan yeni bir dünya mı arıyor? sorusunun cevabı; postmodernizmin süreçlerinde saklıdır. Modernizm idaelize edilmiş

bir dünyanın veya yeni bir yaşam tanımının peşindeyken, postmodernizm avangardın aksine sembolleşmiş kavramlar, idealar, yeni bir nesn-özne ilişkisinin üzerinde durmadığı gibi doğru–yanlış, iyi–kötü, geçmiş–gelecek vb. antinomiler ile de ilgilenmez. Bu nedenle postmodernizm üzerinden bir “mutlak gerçeklik” tartışması yapılamamaktadır. Postmodernin bu duruşu, genel olarak bir çelişki içerir. Çünkü, ilgilenmediği değerler silsilesine rağmen, modern kültüre ait temel kavram ve bakış açılarının çözümlenmesi üzerinde durmaktadır. Bu nedenle, bir taraftan modernizme karşı bir tavır içinde iken bir taraftan da onun devamı olma niteliğini taşıyor görünmektedir. Bu ikircil duruş onu, özne-nesne ilişkisinde ve kavramlar ile değerler arasındaki çözümlenmelerinde belirsiz bir çizgiye taşımaktadır.

Postmodernizmin tarihini net bir şekilde ortaya koymak, postmodernizmin yapısı gereği şimdilik mümkün değildir. (...)Çünkü kesin sınırlar, mutlak gerçekler, evrensel anlatılara olan kuşkuları doğal olarak tarihini ve ne olduğunu da belirlemeyi muğlaklaştırmaktadır.⁴

Postmodernizm, geçmişle bir bağ kurmak ile ilgilenmediği gibi, açık bir karşıtlık içinde de görünmemektedir. Postmodern değerler, öznenin kavramsallığına farklı yaklaşımlar getirirken, bilgiyi, teknolojinin hegemonyasına girmiş haliyle, sıradanlaşmış ve yıpranmış bir olgu olarak görmektedir. Özneyi kuşatan yeni bir kavram üretmek için bilginin referans değerini düşük bulmaktadır. Ona göre bilgi, olsa olsa, öznenin değer kaybına neden olacak bir etki yapmaktan öteye gidemez. *Değerler tablosundaki bu muğlaklık, bu işlevsizleşme hatta kavramların boşa düşmesi, Postmodern özneyi yeni bir tür nihilizme kadar götürür ki bu Postmodern öznenin bilgiyle kurduğu ilişkinin bir sonucudur.* (Somoncu, 2017, s. 68)

Postmodernizmin İkinci Dünya Savaşı sonrasında, ülkelerin kendilerini yeniden yaratma çabasının izdüşümü olarak, yeni tanımlamaların peşine düşmüştür. Öyle ki o, Modernizmin ideal tanımlar dünyasına bitişik bir zaman dilimi içinde varlık göstermeye çalışırken, onu, idealizme karşı koyacağı yeni kavramların arayışına sokmuştur.

“Postmodernizm kelimesine ilk olarak modernizmin etkisinin zayıflamaya başladığı 1940’lı yıllarda rastlamaktayız. İkinci Dünya Savaşı ile beraber 1950’li yıllarda edebiyat alanındaki eleştirilerde kullanılmaya başlanan postmodernizm terimi, 1960’ların mimari eserleri üzerindeki etkisi ile daha da popüler hale gelmiştir. Ancak literatüre geçmesi, İngiliz tarihçi Arnold Joseph Toynbee’nin postmodernizm kelimesini 1974 yılında eserinde kullanması ile

⁴ <https://evrimagaci.org/postmodern-felsefe-postmodernizm-nedir-8238> (İzleneme tarihi 02.11.2021)

olmuştur. Arnold Joseph Toynbee, batının İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemini “postmodern” olarak tanımlamaktadır.⁵”

Postmodernizmin anlam ve söylemin sonsuz türevlerini oluşturma özgürlüğü, bu türevlerin yüklendiği her nesneyi, neredeyse bir varlık olarak, yok oluş evrenine atmaktadır. Nesnelere, kendi özgül ağırlıklarını ve boyutlarını kaybederek, onlara yüklenen anlamın gücünü taşımaya başlarlar. Nesnenin temsiliyeti, artık kendi varlığının dışındaki Postmodern dünyanın yeni kavramlarından ibarettir. Postmodern dönem için Jean Baudrillard, nesneye imgesel (düşsel) bir ifade yüklemektedir.

Postmodernistler, kendilerini geçmişten kurtarmaya adanmışken nesnenin veya sembollerin özerk yapılarını tümüyle saf dışı etmeye yönelmişlerdir. Postmodernizmi, Modernizm öncesine konumlandıran olduğu gibi, her ikisini de geleneksel nesne-özne-sembol ve kavram ilişkilerinin yeniden biçimlendirilmesi olarak tanımlayan eleştirmenler de olmuştur. Bu kafa karıştırıcı durum Postmodern teoriyi, bir dil sorunu olarak göstermektedir. Bu yönüyle Postmodernizm, Çağdaş Sanatın anlamlar ve imler dünyasına doğrudan ve net değerler devretmeyen, ancak reddedici karakterini Avangart duyguya yakın tutan bir sanat kodlaması olarak anlaşılmaktadır. Ve bu konum onu pratik anlamıyla bir tanımlama sorununa dönüştürmektedir.

Postmodernizmin orijinallik arayışının, onun tüketim çağında nesnenin yeniden ve sayısızca üretilebilirlik kavramıyla kurduğu ironik bir ilişkiye dayandığını söyleyebiliriz. Bu dönemde, “yeniden üretim nesnelere”, olarak tanımlanan sanayi ürünleri, geçmişte yaşanmış nesnelere ve imgelerin yerini almaya devam ederken, günümüzde dahi varlığını sürdüren; “ne olsa gider” söyleminin, tüketim toplumunun sosyal bilincine bu dönemde yerleştiğini ifade edebiliriz. Bu durum, postmodernist dönemde, her nesnenin farklı anlamlara indirgenmiş olarak sunulduğunu göstermektedir. Bu gerçekliğe bazı kuramcılar, “nesnenin meşrulaştırılması” tanımını getirmişlerdir. Aslında, postmodern dönem, nesnenin temsiliyet gücünün, “yeniden üretim” ve “meşrulaştırma” sorununun önceki dönemlerde olmadığı kadar karmaşık yaşandığını tanımlar. Bu karmaşa postmodernizmi, modernizmden sadece teoride ayırıyor olması bakımından değil “olumsuzlaştırma” tavrı nedeniyle, sanat tarihinin en önemli iddialarından olan; “sanatının sonunun geldiği” manifestosuna kadar götürmüştür. Baudrillard, bu sonuca ilişkin sanat ile gerçeklik arasındaki ayrımın

⁵ <https://decombo.com/postmodernizm-nedir-ozellikleri-nelerdir> (İzlenme tarihi 07.11.2021)

bütünüyle kaybolduğunu, çünkü; ikisinin de “simulakr” algı evrenine girdiğini vurgulamaktadır.

Postmodern yaklaşım özne, nesne ve eylem arasındaki doğrusal dizgi veya ilişki düzeni (sentegmatik) yerine, yer değiştirmeli ve çoktan seçmeli (pragmatik) ilişki düzeni getirmekte ve imgeyi yeni bir benzeti düzlemine çekmektedir. Doğrusal birleştirme dizgisi ile yer değiştirme arasındaki bu basit görünen ikili karşıtlık, Postmodernizmin içine girdiği karmaşanın oluşumunda etkin olmuştur. *Barthes semiyolojik çözümlemenin dile geri döndüğünü söylüyordu. Bu anlayış, Baudrillard'ın daha radikal "sanat gerçekliğe bütünüyle nüfuz etti" görüşünü haber veriyordu. Artık sanat da gerçeklik de tam bir benzeşim tutumuna düşmüştü.* (Appignanesi, 1998, s. 48) *Lyotard, postmodern tutumu “bütün üst anlatılara karşı kuşkuculuk” olarak tanımlamaktadır.* (Lafçı, 2002)

Lyotard'ın bahsettiği, “Postmodernist Kuşkuculuk”, örneğin; yüzyılın toplumsal ideası olarak tanımlanan Marksist, Sosyalist fikrin, çok kısa süre içinde ömrünü tamamladığına gönderme yaparak, başından beri bu fikri kuşku ile bakmanın doğru bir tutum olduğunu kanıtlar gibidir. Lyotard'a göre post-modern durum, hem maddi koşullardaki değişimleri hem de düşünsel alandaki kopuşları içeren bir sürecin toplam ifadesidir. Buna yol açan her şeyden önce derin bir inançsızlık hali ya da başka bir deyişle kökensel bir kuşkidir. Lyotard'a göre, modernist büyük anlatıların gerileyişi ve çöküşü, bilginin kendisindeki belirleyici bir kayma dolayısıyla kaçınılmaz görünmektedir. Bu durum içerisinde, Lyotard bilgiyle ilgili modernist hedeflerin tamamen tartışmalı olduklarını belirtir ve amaçlarla ilgili bu tartışmayı bir karara bağlamanın sağlam ya da nihai bir yolunun olmadığını vurgulamaktadır. Burada ortaya ölçülemezlik ya da karşılaştırılmazlık denilen teorik sorun çıkmaktadır. Buna göre artık büyük anlatılar olarak adlandırdığı modernizme ilişkin; ilerleme, aydınlanma, rasyonellik, özgürlük, evrensellik vb. kavramların inandırıcı olmadığını ileri sürmektedir.. Modernizmin sonrası ya da ötesi olarak algılanan süreci Lyotard Postmodern “Durum” olarak tanımlarken ve aynı adlı kitabında moderniteyi ve modern düşüncüyü bu bağlamda sorunsallaştırmaktadır. Ona göre kapitalist üretim tarzının sürekliliği, bir tür "kandırmaca konsensüsü"ne bağlıdır."Postmodern" olan her şeyin yeniden üretime açıkça bağımlı olmasının ve ondan kaynaklanmasının nedeni de budur. Oyun, bir tür bilginin imal edilmesi oyunudur. Lyotard'un bu vurgusu, günümüzde bilgisayar ağları ve manipüle edilen bilgi yoluyla çok sayıda insanın yönlendirilebilen ve aslında sanayi ve popüler kültür tarafından nesneleştirilen bireyi ve posmodern yaşamı açıklar

niteliktedir. İletişim teknolojileri ile doğmuş yeni bilgi tüketicisi, hazır durumdaki bir kandırmaca oyununa bellek yitimiyle girmektedir ve algı yönetimi, bireyi bir postmodernite mitinin oluşumunun nesnesi haline getirmektedir. (Lyotard, 2013)

Bu nedenle postmodern anlayış bireyi nesneye, ironik bir enerji ve inandırıcılık vermeye çalışırken şüphecilik, kandırmaca ve taklidin, yaşamın her alanına yerleşmesinin de yolunu açmıştır. Ve bu modernist kuşatma küresel boyuttadır.

Öte yandan örneğin; Baudrillard'ın Disneyland örneklemesi, mimarlık disiplinde elektronik benzeştirme yolları vb. dünyanın her yerine uzanan uygulamaların, postmodernin ileri sürdüğü; “yerel olma” ideasından tümüyle bağımsızlaştığını göstermektedir.

Felsefi düşünsel arka planda nesnenin ve öznenin gerçekliği, temsili, ifade biçimi, düşünülgü ve duyulur olanın bağdaşıp bağdaşmayacağı problemi kendisini sanatsal yaratma alanında başlıca konstrüktivizm, romantizm, sembolizm tartışmalarında gösterir.

“Biçimi belirleyen işlevidir” sözü, sanayileşen toplumsal yaşamın, sanata getirdiği yeni bir biçimsel ifade zenginliğini tanımlamaktadır. (Antmen, 2017, s. 104) Bu ifade “inşa etme ve nesnenin işlevselliği” kavramlarının egemenliğini göstermektedir. Var olan nesnelere, yeniden üretilmeyip sanatçının aklındaki inşa fikri ile bir konsept biçimlendirmesi olarak zihinsel bir deneyime dönüştürülerek kullanılır. Böylelikle konstrüktivist süreçte nesne yeni bir plastik ifadeye ve imgeye dönüşür. Tahta, demir, cam gibi özgün malzemeler, üç boyutlu kompozisyonlar, rölyefler ve düzlemsel olmayan katmanlı formlar, yeni mimari kütlelerin tasarlanması için kullanılmaya başlanmıştır. Nesnelere sanatçı tarafından yeniden tasarlanması ile yapıt yeni bir gerçeklik kazanmaktadır. Postmodern dönemde konstrüktivistler, endüstriyel makine parçaları ile insan bilincini sentezleyerek yeni plastik etkiler yaratma çabası içinde oldular. Bu çaba, nesnenin yeniden ve başka bir görsel evrene taşınması ile birlikte eskisinde farklı bir görünüme kavuşması ve doğal olarak bir içerik–anlam değişimi ile sonuçlanmaktadır.

Yanılsamaya odaklanan betimlemeden, inşaaya doğru gelişen resim, sanatçının biçimlerinde gerçeklik kazanır. Sanatçı tarafından oluşturulan biçimler gerçeklik olarak sunulunca, dış dünyaya ait nesnelere yeniden üretimi değil, nesnenin sanatçı tarafından yaratılması söz konusu olur. Sonuçta sanat yapıtı, biçim ve malzeme açısından günlük yaşamın nesnelere uzak bir görünüm arz eder. (Frascina ve Harrison 1982,138) (Öndin, 2009, s. 43)

Konstrüktivizmde Tatlin'in vurguladığı sanatta toplumsal erek kaygısı, Kandisky ve Malevich'in, sanatın amacının toplumsal değil bireysel bir uygulama olduğuna ilişkin görüşleri, konstrüktivizme yön vermiştir. Konstrüktivizmin ontolojik tanımlaması, Naum Gabo (1890-1977) ve Anton Pevsner "1920'de Gerçekçi Bildiri" adı ile yayınladıkları bildiride netleştirilmektedir. Bu bildiri Konstrüktivizmin beş ana ilkesini tanımlarken, nesnenin, rengin, çizginin, ritmin, düzlemin, hacmin, uzamın, kütlelenin sanattaki yeri ve işlevine yeni bir yaklaşım getirmektedir.

Biz hacmi, uzamın resimsel ve plastik formu olarak kabul etmiyoruz; Hiç kimse uzamı, sıvının yardla ölçülmemesi gibi hacim ile ölçemez. Uzama bakın, sonsuz derinlikten başka nedir? Biliyoruz ki, derinlik sadece uzamın resimsel ve plastik formudur. Heykelde, kütleyle heykel elemanı olarak kabul etmiyoruz. Her mühendis bilir ki, katı bir cismin statik güçleri ve onun materyal gücü kütlelenin niceliğine dayanmaz. ... Fakat siz heykeltıraşlar eski-çağın ön yargısına bağlı olanlar, hala hacmin kütlede ayrılmayacağı inancındasınız. Biz dört tonluk kütle ile yaratılan hacmi dört düzlem ile yaratmaktayız. Biz, sanattaki bin senelik kuruntu olan statik ritmi plastik sanatlarda tek eleman olarak görmeyi kabul etmiyoruz. Biz sanatta, gerçek zamanı algılayışımızın temel formları olarak kinetik ritmi, yeni bir eleman olarak kabul ediyoruz. (Gabo ve Pevsner, 1996, 299) (Öndin, 2009, s. 45)

Konstrüktivizmde nesne, deneysel bir malzemedir ve nesneyi parçalanıp ayrıntıların öne çıkarılması ile onun tasarımsal değer objesi haline dönüştürülmesi önceliklidir. Nesnelerin kendi anlamları, onların özünü belirlemediği gibi diğer parçalarla bütünleşik bir güç olgusuna dönüşmesi istenmektedir. Sembolik veya anlatımcı durumdan uzaklaşılarak nesnelere en yalın biçimi ile ve rastlantısal olmayan hesaplanmış ölçeklenmelerle organize edilmesi Konstrüktivizmin temel ilkesi olmuştur. Organizasyon isteği, Konstrüktivizmin mimari kütleler oluşturma konusunda yaratıcı bir ifade gücüne sahip olmasını geliştirmiştir. Bu anlamda Konstrüktivist nesnelere, yaratıcı gücün sonsuz varyasyonlarının oluşturulmasında birer puzzle görevi görerek, eseri rasyonel ve geometrik formlar dünyasına dâhil etmemektedir.

Güçlü hayal dünyaları ile sembolik imgeler ve yaratma ve yüksek hissediş seviyelerine taşınmış duygular dünyası olarak tanımlayabileceğimiz romantizm, toplumsal değişimleri, insanlık değerleri ve yeni dünya algısını seslendirmektedir. Romantizm, sembolik bir anlatım biçimine yönelmiş, insanın yaşam ve doğa ile ilişkisinde verdiği duygusal tepkileri takip ederek, bunları iddialı vurgularla anlatma yolunu açmıştır. Charles Baudelaire; *Romantizm, tam olarak ne sadece konunun seçiminde ne de gerçeğin kendisinde bulunur, aslen bir hissediş biçimidir.* (Hodge,

2018, s. 58) der. Örneğin Francisco de Goya'nın savaş sahneleri hayal ürünü birçok imgeyi içerirken, savaşın gerçek yüzünü dramatize etmeye çalışmaktadır.

Romantizm, alışlagelmiş kabulün tersine karamsar, pasifist veya melankolik söylemlerin peşinde değildir. “Başka bir dünyanın mümkün olabileceğini” söylerken, iddianın gereği olarak geleneksel ölçülerin ve formların dışına çıkarak renklerin güçlü dilleri ile konuşmaya yönelmiştir.

Romantikler ise, özerkliği sayesinde başlı başına bir iktidar kazanan modern sanatın ontolojisini kurarlar. Modern ethos ve logos felsefelerine karşı bir sanat düşüncesi geliştirirler. Yani güzel'i, iyi'nin ve doğru'nun bilgisinden, epistemolojik egemenliğinden kurtarıp özgürleştirirler (...)Ve bu sayede özgür bir hayat işaret eder. Formun özgürleşmesi, insanlığın kurtuluşuyla ilgili umutları, ütopyaları uyandırır. (Artun, 2013, s. 23-24)

Romantizm sembolik bir dildir ve bu dilin duygularda yarattığı yüksek kariyer becerisi diğer sanat dallarını da etkisi altına almıştır. Öyle ki bu etki, Soyut Sanatın merkezine oturan “tinsel” kavramının oluşumunda kendini göstermektedir. Modernistler ortaçağ efsaneleri, mitler, geleneksel değerler ve inanç ekseninde yer alan metafizik öğretilerden ilham alarak, insanı doğayı ve yaşamı idealize etme çabasında iken, Romantizm ise yeni bir dünyanın umuduna dayalı inançlı bir iç görü ve yüksek duygular peşinde olmuştur. Yaşamın gerçek değerinin ve canlılığının, duyguların gücü ile daha çok öne çıkarılabileceğini savunur. Bu duruş, sezgi ve hayal gücüne değer yükleyen Simgencilik Akımına ve Empresyonistlere ilham verdiği söylenebilir. Öyle ki otantik olanın yansıtılmasını amaçlayan diğer sanat girişimlerinin de bu sayede simgesel anlatım biçimlerine yöneldikleri görülmektedir.

Romantizmin yeni bir dünya yaratma ideali ve bunun için, ütöpik hedefler göstermesi, 20. yüzyılın başlarında gelişen küreselleşme karşıtlığı rüzgarının etkisine girmesi ile oluşmuştur. Yeni bir direniş ruhu yaratan bu etki, romantik eserlerde güçlü karşıtlık imgelerine ve içeriklerini güçlendirdiği büyülü söylemlere dönüştürmektedir. Bu nesnel ve duygusal evren içinde insan ruhunu uyandırma çabası, bir gelecek rüyasını fotoğraflama iddiasıdır.

Her çağın rüyasında, bir sonraki çağ, imgeler halinde ve tarihin eski dönemlerine ait –yani sınıfsız topluma ait- unsurlarla birlikte belirir. Kolektif bilinçdışında saklı duran bu geçmiş birikimler, yeni olanla iç içe geçip, ömürlük binalardan geçici modalara kadar binlerce yaşam konfigürasyonunda izlerini bırakan ütopyayı doğururlar. (Kuryel, Fırat, 2015, s. 157)

Romantizmin yeni bir dünya düzenine ilişkin ütöpik yaklaşımı en yalın biçimi ile Fransız Devriminin çalkantılı süreçlerine tanık olan “Giyotin” aleti, dinsel

yargılamaların hüküm–infaz sembolü iken, Fransız devrimi ile; eskisi ile ilgisini kesen yeni bir devlet ve aydınlanma çağına dönülmüş olduğunu temsil etmektedir.

Carl Schimit şöyle diyordu; “romantikler, maddiyatçı burjuvalardan (philistine) nefret ediyorlardı. Ama belli ki onlar romantiklere bayılıyordu ve böyle bir ilişki içinde baskın konumda olan tarafın burjuvalar olduğu ortadaydı. (Kuryel, Fırat, 2015, s. 159)

Benjamin’e göre, şimdiki zaman, mitsel zamanda dolanarak geleceğin rüyasını görür. (Kuryel, Fırat, 2015, s. 157)

Romantizm, seslenişinde etkileyciliği aramaktadır. Çünkü ideal olanın mesajı verilerken etkileycilik ikna ve eyleme geçirme potansiyelidir. Bu olmaksızın bir olumlama oluşturulamayacağı iddiasındadır. Bu nedenle nesne ile dünya, veya nesne ile izleyici arasında kurduğu ilişkinin, idealist bir olumlama için kullanılması arzusundadır. Bu arzu, romantizmin dışa vuran en açık iç görüsüdür. Eric Drooker’ın “doğrudan eylem” adlı özgün baskı çalışmasında, alegorik imgelerle temsiliyet vurgusu güçlendirilmektedir. Bu vurgulama polis gücüne karşı küreselleşmeyi reddeden eylemcilerin kalkışmasını neredeyse kutsal bir çizgiye taşımaktadır. Peki neden? Çünkü; Direnmenin daima kazanmak ile sonuçlanacağına inandırmak ve duyguları harekete geçiren bir etki vermeyi istemek romantizmin yaratmak istediği ruhtur.

Duyguları yüksek seviyeye taşıyacak olan nesne veya imge kullanma stratejisini, örneğin; Francisco Goya’nın, “3 Mayıs 1808 katliamı” eserinde görmek olasıdır. Napolyon ordularının masumları katledişinde, onlara direnen insanların savunmasızlığı aslında, “yeni bir dünya mümkündür” idealine sahip olanların galip geleceklerine olan inancı, ve trajediyi göstererek yükselmek istemektedir. Resim tarihsel olan ile mitsel olanı tek bir temsil düzleminde birleştirmeye çalışmakta ve henüz gerçekleşmemiş idealleri geçmiş ve gelecek arasında bir yere oturtmaktadır.

Sembolizm ve sürrealizm nesnenin simgesel boyuta taşındığı ve klasik düşünme ritüellerini terk etme yaklaşımı gösteren iki disiplindir. Sembolizmde nesne, soyut ifadeleri oluşturmada aracı rolündedir. Ve dış dünya ile duyguları arasındaki bağın kurulması görevini üstlenmektedir. Sembolistler, realizmin ve pozitivizmin duyguları sınırlandıran yaklaşımlarından uzaklaşarak insanın iç dünyasını, huzurunu ve duygusunu ortaya çıkarmayı hedeflemişlerdir. Sembolizm, biçimin özerkliğine ilişkin süren tartışmada, gerçekliğin bilgisini taşıma görevini nesne üzerine yükleyenlere karşı çıkararak, öznel bir sezginin ondan daha önemli olduğunu söylemektedir.

Simgecilerin zihninden geçen ve ruhundan kaynaklanan şeyler, aslında betimleme çabası içinde olan soyutçuların birer dışavurumları idi. Bireysel tepkilerin ve duyguların güçlü bir şekilde yaşama geçebilmesinin yolu olarak, sembollerin kullanımı, nesnelere “bir kavrama dönüşebilme” kabiliyetlerinin keşfine yol açmıştır. Örneğin; ilk Sembolist resim olarak bilenen, Vaazdan Sonrası Beliren Görüntü, “Vision After The Sermon” dur. (Şekil 3.11) Paul Gauguin bu tablosu, insanın vicdanı ile içsel çatışmasını nesne-sembol ilişkisi ile anlatmaktadır. Tablodaki elma ağacı, insanın iyi-kötü arasındaki tercihi, yeşil yapraklar, insanın cennete dönüşünü, inek figürü insanın kurtuluşunu ve kurtuluşun ancak çalışarak elde edilebileceğinin mesajlarını vermektedir.

Gauguin aslında, dini mesajlar vermek veya incilden konuları işlemek amacıyla değildir. Gerçekte bu resim, modern bir soruna dikkat çekmektedir. Endüstriyel çağın insanların bundan önceki zamanlarda yaşayan insanların hissettikleri ruhsal bağlantıya sahip olamayacaklarını, zekice bir strateji ile ortaya koyarken, bir zaman kaydırma yöntemi uygulayarak ortaçağ dünyasından kalma bir temsiliyet olgusunu modern dünyaya transfer etmektedir. Böylelikle inanç düzeyinde bir sorgulama bilincinin oluşmasını tetiklemek istemektedir.

Sembolistler formun bu özerkliği için; *Gerçekliğin bilgisinin bir aracı olarak nesnel algının değerinin eleştirisini de kattılar, mesafeli ve öncel bir sezginin ondan önce geldiğini öne sürdüler.* (Harrison, 2015, s. 32)

Sembolik anlatım dili, duyu ve akıl yolu ile kavranabilen şeylerin arkasındaki görünmez olana tinsel yoldan erişme olanağı sunmaktadır. Sembol ile nesne arasındaki tinsel bağın, sanat üzerinden kuruluyor olmasının nedeni, tıpkı şamanizm ritüellerinde kullanılan objelerin büyüsü gibi, sanatçının yaratım nesnelere üzerinde keşfettiği bu benzer gizemli büyüdür. Bu nedenle nesne–imge ilişkisi, aynı zamanda bir geleneğin de sürdürme biçimi olmaktadır. Primitiften beslenme pratiğinin devam etmesi halinde, nesnelere üzerinden geleneğin köklerinin tüm zamanlarda silinemeyeceğini söyleyebilmek olasıdır.

Nesnelere, sanat eserlerinde gizemli anlamlar ve dürtüler yaratma yeteneği, sembolik anlatım pratiklerinin belli ölçülerde de olsa günümüze kadar taşıyabilmelerinin olanaklarını yaratmış bulunmaktadır.

Sürrealizmin nesnelere dünyası, bilinçten arınmış büyülü yaratıcı güçlerinin harekete geçirildiğini seslendirmektedir.



Şekil 3. 11 Paul Gauguin. Vaazdan Sonraki Hayal. 1888. İskoç Ulusal Galeri. İskoçya.

<https://www.sanatlaart.com/paul-gauguin-vaazdan-sonraki-hayal-eserinin-incelemesi/>

Freud'un psikanalizinin etkileri, insanın bilinç altı dünyasının sanata yansımada önemli bir faktör olmuştur. Özellikle rüyalar, bilinç altından yansıyan verileri taşıdığı için, gerçeküstücülerin üzerinde yoğunlaştığı bir alan haline gelmiştir. Sürrealistler hayal dünyasının gizemli evrenini eserlerinde yansıtabilmek için, dokulu yüzeylerde *frotaj*, *grataj*, *oneiric* ve *otomatizm* gibi teknikleri kullanarak rüyalardaki gibi yüzeylerde soyut gizemli görüntüler yaratmaya çalışmışlardır.

Sanatçı Miro çalışırken, halüsinasyon görebilmesi için kendisini uzun süre aç bıraktığını söylemektedir. Şaşırtıcı, aykırı, metafizik ve rahatsız edici etkiler yaratmak amacı ile nesnelerin simgeleştirilmiş formlarını kompozisyonlarına dahil eden gerçeküstücüler, izleyicide gördüklerini sorgulama arzularını harekete geçirmekteydiler.

Örneğin H. Bosch'un ve H. Fuseli'nin gece kabuslarını andıran resimlerinin yeniden geri dönüşüne, Sürrealizmin bilinçaltının karanlık dünyasına inme girişimleri ile şahit olunmaktadır.

Donuk bir ışık altında uzayıp giden boşluklar (Yves Tanguy), ölü kentler, kararmış ağaç kütükleri, fosilleşmiş kuşlar, teller, hur'da yığınları (Max Ernst),

makina insanlar, manken ve heykeller (S. Dali, G. de Chirico) sürrealist resimlerde en çok rastlanan motiflerdir. Bilinçaltı-öğretisine ve psikoanaliz incelemelerine yabancı olmayan biri, bu motifleri sürekli bir gerilim içinde yaşayan günümüz insanının korkulu rüyaları olarak yorumlayacaktır. (İpsiroğlu, 1979, s. 27-28)

Sürrealistler bilinçaltı dünyasını yansıtmaya çalışırken akıl ve iradenin dışında bir “otomatizm” içinde olmaya önem vermişlerdir. Marx Ernst’e göre bu yöntem “bir masal yaratma mitosunun duygusal kalıntısıdır”.

Sanatsal otomatiz, ilk gerçeküstücülük manifestosunda Andree Breton’un gerçeküstücü sanatçılar için önerdiği ifade biçimi –ruhsal otomatizm-psikanalitik tedavide kullanılan serbest çağrışım etkisini taşır. (Antmen, 2017, s. 135)

Gerçeküstücülük nesnelere, Andree Breton’ a göre gerekli olmasından çok alışkanlık gereği kullandıkları nesnelere yeni bir gözle değerlendirmesi nedeniyle önem kazanmaktadır. Örneğin görsel hafızalara kazınmış gerçeküstü nesnelere arasında S. Dali’nin “İstakoz Telefon” sayılabilir.

İspanyol ressam Joan Miro’nun kontrolü tümüyle kendi zihinsel çağrışımlarına bıraktığı soyut resimleri ile yine diğer ünlü gerçeküstücü S. Dali’nin figüratif resimlerini birleştiren de gerçeküstücülüğün, bilinçaltının bir dışavurumu alan yaratıcı süreci aklın ve mantığın düşüncesinden özgürleştirmek düşüncesidir. (Antmen, 2017, s. 137)

Nesneler, bilinçaltı dünyasından bilinç yüzeyine çıkan imgelerin, simgesel bir dile dönüşmesine hizmet etmektedir. Tanıdık gelen tüm nesnelere, başka bir forma evrilerek fonksiyonelliklerini eserde oluşturulmak istenen hayal evrenine istediğine göre değiştirmektedirler. Bunlara rağmen izleyen, o nesnenin mutasyona uğramamış önceki formunu belleğinde bularak ona yüklenen imgelem içinde ne tür bir nedene bağlı olarak kullanıldığını sorgulamaya başlamaktadır. Böylelikle izleyen, gerçeküstü bir yolculuğa başlatılmış olmaktadır. Nitekim gerçeküstü nesnenin amacı da budur. Nesne ile imgesi arasındaki ilişkinin kurgulanmasına örnek, Belçikalı ressam, René Magritte verilebilir. Magritte, birbirilerine yakın etki veren çağrışımları, farklı düzenlemeler içinde kullanarak zıtlıklar ve ikilemler yaratmaktadır. Breton’a göre Magritte, insanın güncel yaşamındaki kullandığı birçok nesnelere yeniden kurgulamaktadır. Sürrealizmin nesnelere ve figürleri, düşünce ile söylemin birleşmesi durumuna uygun olarak yeni bir figürasyon ve özgürleşme yaratmaktadır. Bu özgürleşme tam da Breton’un sözünü ettiği; “Yükselen Belirti” tanımlamasına karşılık gelmektedir. Özgürleşme nesnenin bilinçli algısından kaçılarak, gündelik

değerlendirmelerinin sınırlarından firar etmesi ile olmaktadır. Ona yüklenen yeni tasarım, onun esin değerini yükseltmektedir.

Sürrealist nesne, düzensizlik ve mantık dışı olma özelliği taşıyarak, rol değişimine uğrar; kişiyi çevreleyen nesnelere türediği halde onlardan farklı bir görünüm taşır. Böyle bir nesne, bilinçsiz edimlerin gerçekleştirilmesinden kaynaklanan tasarımlardan doğar. (Öndin, 2009, s. 63)

Fantastik ve arzuya dayalı arayışlar, rüyada görülen tuhaflıklar ve hayal gücü, nesne üzerinde farklı çağrışımlara dönüştürülürken, nesne var olan gerçeğine aykırı bir anlam evrenine sürüklenmiş olmaktadır. Nesne–kavram ilişkisi, akıl dışı birleştirmeler ile yeniden tanımlanır. Nesne, bilinen imgelerinden sıyrılarak kendisini tartışılır hale getirir. Nesnenin tartışılır olmasına örnek olarak Magritte'nin “Pay Pipo” tablosunu verebiliriz. Tablonun alt kısmında bulunan “Bu bir pipo değildir” yazısı, benzeşim ile çağrışım arasındaki ayrımı tartışmaya açmaktadır. Böylelikle gerçeğin içinden alınıp, gerçeküstü bir evrene taşınan nesne, bilinmeyene ulaşma amacına hizmet konuma gelmektedir. Böylelikle sürrealist imgelemler, bilinçaltı ve bilinçüstü iki gerçeğin dışında üçüncü bir evrende bir araya getirilmesi ile oluşurlar.

3.3 Sosyo-Politik Değişim Süreçlerinde Semboller ve Nesnelere

Kültür endüstrisinin kimliğini yansıtan popüler kültür, toplumların ve siyasetin düşün dünyasını, özellikle 20. yy. da alabildiğine şekillendirmiş durumdadır. Avrupa’da Fransız Devrimi sonrası, oluşan değişim süreçleri, boyutu, yönü ve hızı nedeni ile Dünya’da farklı sosyal yapıların oluşumu koşullanmıştır. Diğer yandan, 19. yüzyılın sanayileşme ve onu takip eden endüstrileşme süreçleri, toplumsal yaşam parametreleri üzerinde (etho) farklı kurumlar geliştirmiştir. Bunlardan en önemlisi siyasi partiler ve kapitalizmin yörüngesinde pozisyon alan; Liberal, muhafazakâr, devletçi veya serbest piyasa ekonomisi üzerinden önerilen yeni toplumsal yönetim sistemleridir. Diğer yandan bireyler, gruplar, inanç toplulukları veya toplumsal cinsiyetler arasında modernitenin yeni argümanları yerleşmeye başlamış, değişimin en çarpıcı örnekleri, kültürel ve siyasal hayatın, başat ideolojileri haline dönüşmüşlerdir. Vatandaşlık hakları, bireyin evrensel ve yerel hakları, kadın erkek eşitliği, çevre ve ekolojinin geleceği, emeğin değeri, gelirin eşit dağılımı vb. kavramlar, insan-devlet-yaşam üçgeninin temel argümanlarına dönüşmüştür. Bugünün biraz gerisinden bakıldığında, toplumsal değişimler ve oluşan yeni kültürel tipolojiler, yeni bir

dünyanın kurulmakta olduğunu işaret ediyordu. Yer yer sosyo-patolojik olgular ve karmaşaya dönüşmüş kent yaşamları, olası ideal bir düzenin ve ne zaman geleceği belirsiz bir refahın arayışlarını hızlandırmakta idi.

Birinci dünya savaşı sonrası devlet ve toplumsal düzende ideal yaşam vaatleri öneren gruplar, siyasi parti kimliği ile sosyal yaşamın içine dâhil olmuşlardır. Siyasal partiler, değerler ve inançlar üzerinden bilinç düzeyine alternatif ideolojiler üreterek, bir siyasi kültürün oluşmasını sağladılar. Varlık nedenleri siyasi partileri, toplumsal düzen için geliştirdikleri sistemleri, savundukları doktrinleri ve bağlı oldukları ilkeleri kitleler ile buluşmaya yöneltmiştir. Bu yönelim, siyasi partilerin yeni bir anlatım dili geliştirmelerinin gereğine yöneltmiştir.

Bununla birlikte, 19. yüzyıl ve sonrasında, değişen dünya düzenin siyasete getirdiği ideolojiler ile birlikte siyaset çeşitleniyordu. Kaçınılmaz olarak oluşan bu çeşitlenme temsiliyet dilinde farklı arayışları zorunlu kılmıştır. Arayışı tetikleyen bu zorunluluk, doğada var olan her nesne ve insanın ürettiği her özneyi siyasetin dilinde bir malzeme olarak kullanılması sonucunu getirmiştir. Özellikle kapitalizm karşıtı savunmalar, fikirler ve manifestolar, yerelden evrensel her türlü sembolü, kitle iletişim araçlarının ve grafik sanatlarının ustalıkla tasarımları ile ideal yaşam fısıldayan siyaset ikonları haline getirmeyi başarmışlardır. Örneğin; bir çember içinde yer alan üç açılı çizgi formuna sahip "barış sembolü", toplumların evrensel idealine ve yaşam mottosuna dönüşmüştür. Buradan anlaşılan şudur ki, her siyasi güç ve örgütlenme, kendine özgü sembolik bir anlatıma ihtiyaç duymaktadır. İdealin ve ruhun bir sembolle yaşam bulmasının kitlelerin algısını yönetmede büyük etkiler yaratıyor olduğu keşfedildikten sonra semboller, siyasetin vazgeçilmez malzemesi haline almışlardır. Ve giderek kitleleri etkilemek isteyen kişiler veya kurumlar, ilkelerini sembollerin yalın ve gizemli gücü ile buluşturmaya başlamışlardır. Kendi gerçeklerini doğrudan kitlelere taşıyan sembollerin, harekete geçiren cazibesi, siyasi partilerin ve sosyo-politik rezervasyonların değişmez bileti haline dönüşmüşlerdir. Semboller, düşüncelerin değerini yükselten ve onlara tarihsel ve kültürel zemin hazırlama özellikleri ile siyasetin daima ilgi sahasında olmuşlardır. Bu düşünceyi güçlü kılan görüşlerden birisini de, Ernst Cassirer dile getirmektedir. O, sembolün gerçekliğin edilgin bir yan gelir gibi görülmemesi gerektiğini söylerken ona göre; *sembol gerçekliğe dolaylı yoldan ulaşır ve onu yine dolaylı yoldan kurar.* (DURÇ, 2020:380) Yüzyılların mirası olan tarih simgelerinin kullanılması yanında, onların revize edilerek tekrar yaratılması da denenmiştir. Örneğin nazilerin kullandığı gamalı haç (svastika)

gerçekte Aztek uygarlığının bir ikonografisidir. Kendi anlam dilini tam dersi bir değer yüklenerek güncele adapte edilmiş sembollere örnek olması bakımından ilginçtir. Siyasi partilerin topluma kendilerini tanıtmakta afişlerin önemi büyük olmuştur. Seçim afişleri ise dönemin toplum yapısını ve ruhunu yansıtmaları bakımından önemli materyallerdir. İmge yüklenen semboller anlam ve kavrayış taşıyıcılığında, siyasete ciddi katkılar sağladıkları için giderek kitlelerin çeşitli yönde motive edilmesinde seçeneksiz hale gelmişlerdir. (**Şekil 3. 12**) Siyasi partiler, yönetsel idareler (devlet, kurumlar, örgütler), organizasyonlar, kulüpler vb. genel olarak aşağıdaki kavramları semboller üzerinden organize etmektedirler.

a- Mukaddescilik kavramı; İnanç ve bağlılık (aidiyet) duygularının güçlü tutulmasını sağlamak isteyen kurumlar mukaddes kavramını sembollerle ifade etmişlerdir. Kraliyet armaları, padişah tuğraları, dini ikonlar, rütbe pinleri, ezoterik simgeler, ülke bayraklarındaki semboller vb. örnekler mukaddescilik kavramını, kitlelerin bilincinde yerleşmesini sağladılar.

b- Hükmediş kavramı; İktidarını ve gücünü korumak sürdürmek ve kalıcı kılmak isteyen iradeler, korku, ceza veya ödüllendirme mesajları için simgeleri kullandılar. Aslan figürü, kartal figürü, çok gözlü ve çok kulaklı insan başı vb. semboller hükmedir kavramını doğrudan ilettiler.

c- Manipülasyon; Yönlendirmeler, algı yönetimi, kurgusal gerçeklik oluşturma, gizlenmiş yalanlar vb. karşıt anlamlar oluşturan duygular sembol dili ile ifade edildi.

d- Güç gösterisi; Bireysel veya kurumsal anlamda varlık gösterisi veya iktidar tutkusu veren silah, yumruk, duvar, kaslı bilekler vb. formlar, bu duygunun iletimi için sembolleştirildiler.

e- Agresiflik kazancı; Bu tip semboller, düşman yaratarak, ceza ve tehdit gibi imgeleri barındıran gizli öfke, sabotaj, saldırganlık, kaygı, fanatizm vb. duyguları bir kazanca dönüştürmeye yönelik sembollerdir. Kılıç, yıldırım, patlama efekti vb. biçimler pasif ve aktif agresiflik sembolleri bunlara örnektir.

f- Provakasyon; Kışkırtma, savunma, tehdit, infial, ajitasyon mesajları doğrudan veya saklı olarak barındıran sembollerdir. Etnik, ideolojik veya fanatik gruplara ait bayraklar veya ikonlar buna örnek verilebilir.

g- Duygusal iletişim; Romantizmin içtenlik, açıklık, sevecen vb. duyguları ifade ediş tarzı ile yüklenmiş sembollerdir.

h- Ethos/pathos/logos⁶ yakınlaşma; Halkın yaşam tarzını değer yargılarını ve mantık düzeylerine hitap eden, kültür ve tarih bilinçlerinin üzerine yoğunlaşan sembollerdir. Parti amblemleri bunlara örnek verilebilir.

ı- Politize etmek; Karşıt görüş ve pozisyon oluşturmak, çapraz algı üretimleri ile kitlelerin gerçek ile ilgisini kesmek, yönlendirmek, karmaşa ve egoizmi yüksek göstermeye yönelik sembollerdir. Gerçek fikirleri gizleyen ve bilinçaltına gönderme yapan semboller de politize etme fikrini desteklerler.

i- Kültürel betimlemeler; Tarih ve kültür gerçekte bir semboller sistemidir. Kaynağını uygarlık izlerinden alan tüm betimlemeler yanında inanç, rekabetleşme toplum düzeni felsefe dâhil birçok yoruma kaynaklı eden sembollerdir.

j- Eğitsel yaklaşımlar; Formal yaklaşımların ilişkilerini düzenleyen sembollerdir. Piktogram, bullet, infografik ikonlar bunlara örnek verilebilir.

k- Promotif amaçlar; Bir fikir veya amaç etrafında güdüleme sağlayan sembollerdir.

l- Proaktivite oluşturma; Etkileme ve cezbedici amaçlı kullanılan sembollerdir.

m- Alegorik yaklaşımlar; Temsiliyetin gücünü teatral bir karşılama ile vermenin etkisini kullanan sembollerdir. Özgürlük fikrinin, güvercin figürü ile adalet

⁶**Ethos:** Yunanca bir kelime olan ethos, karakter anlamına gelmektedir. İnandırıcı dil çatısı altında otoriteye karşı olan çekicilik ve aynı zamanda güvenilirlik demektir. Ethos, yazarı veya konuşanı karşısındaki kimseye güvenilir olarak, ve kendi argümanlarının güvenilir olduğu doğrusuna inandırmak için kullanılan bir araçtır. Bu inandırıcılık için önemli bir araçtır çünkü eğer bir kimse veya grup sizi veya sizin argümanınızı güvenilir olarak görür ise, onları kendinize inandırmak çok daha kolay olacaktır. İzlenme Tarihi (03.01.2022)

<https://www.aip.org/sites/default/files/history/teaching-guides/blanco-chilean-skies/ethos-pathos-logos-definitions-and-worksheet.pdf>

Pathos: Yunanca ızdırap veya tecrübe olarak geçen pathos, kimse veya grupların duygularına hitap eden bir inandırıcılık dili aracıdır. Pathos inandırıcı bir argüman sunma arayışı esnasında karşısındaki kitlede duygusal bir cevap uyandıran bir araçtır. karşınızdaki kitlelerin umutları ve rüyalarına karşı his uyandırarak, korku ve endişelerinin üstüne giderek veya belirli inançları ve idealleri aracılığıyla inandırmak için pathos kullanabilirsiniz. İzlenme Tarihi (03.01.2022)

<https://www.aip.org/sites/default/files/history/teaching-guides/blanco-chilean-skies/ethos-pathos-logos-definitions-and-worksheet.pdf>

Logos: Yunanca bir kelime olan Logos ise ‘kelime’ veya ‘neden’ gibi anlamlara gelebilmektedir. Retorikte logos, mantık ve nedene karşı olan bir cazibedir. Bir kitleyi mantıksal düşünceler, bilgi ve rasyonellik üzerinden inandırmaya kurulu bir araçtır. Logos inandırıcılık adı altında güçlü bir araç olabilir çünkü eğer karşınızdaki kitleye argümanınızı mantıklı ve tutarlı bir şekilde ‘kanıtlayabilirsiniz’ karşınızdaki kitlenin size inanma olasılığı artar. İzlenme Tarihi (03.01.2022)

<https://www.aip.org/sites/default/files/history/teaching-guides/blanco-chilean-skies/ethos-pathos-logos-definitions-and-worksheet.pdf>

kavramının, terazi ve Demokles'in kılıcını elinde tutan kadın figürü ile sembolize edilmesi siyasetin alegorik anlatımına örnek verilebilir.



Şekil 3. 12 İşçi Partisi Propaganda Posteri

<https://tr.pinterest.com/pin/757871443528105812/>

Sembol ve politika arasındaki ilişki, gibi zamanda kültürün ve sosyal sistemlerin sembolleri arasındaki ilişkiler bütünleşiktir. Bu bütünleşik ilişki, siyasal ve sosyal alanda (ortak semboller dünyasından) söz edilebilmesini olanaklı kılmaktadır. Bir önceki metin dizgesinde sözü geçen tüm sosyo-politik amaçlara hizmet için kullanılan yaklaşımların, semboller dünyasında karşılık bulması bu yüzdendir. Yeni bir sembol üretmek ise, siyasetle toplum arasındaki ilişkinin kurgulanması ve insanların mobilize edilmesi için politik aktörlerin başvurdukları başka bir yoldur. Bu girişimlerde sembollerin temsiliyet ufuklarını daha da genişletmektedir.

Siyasal sembolizm, genel olarak, aklın kavranılan şeyin nesnel halde kodlama çabası olduğundan, semboller ile kodlanmış temsiliyetler, kuşaklar arası transferinde önemli bir role sahiptirler. Moderniteyi temsil eden birçok sanat akımının yanında sembol dilini keskin bir ifade aracına dönüştüren Popart'ın siyasal kimliğinden de bu noktada bahsetmek gerekir. 1960'ların dünyasının Kapitalizm ve küreselleşme fikrine karşı duruş sergileyen özellikle Fransa'da Atlier Populaire'te ait sembolik afişlerde

Pop sanat grafiklerinin kullanılması, tüketim toplumunu reddediş olarak kabul edilebilir. Yenidünya düzenine "Neo Dadacı" bir provokasyon olarak tavrı aldığı söylenen Pop sanatın, siyasallaşmasının bazı kuramcılar tarafından olanaksız olduğu vurgulanmaktadır.

Her ne kadar kimi Fransız eleştirmenler tarafından sıcak karşılandıysa da, resim tekniklerini mekanikleştirmesi karşısında duyulan müthiş şaşkınlık yüzünden Pop sanat'ın popüler imge dağarcığının siyasi anlamı ve estetik hiyerarşilere kafa tutuşu büyük ölçüde gölgede kalmıştır. Atelier Populaire'in kimi afişlerinde Pop sanat'taki yüksek-düşük diyalektiği tersine çevrilmiş, ve resim siyasi afiş tasarımı için simgesel ve teknik bir kaynak haline gelmiştir. Atelier Populaire'de uyarlanan Pop sanat formlarına ilişkin bir inceleme, hem Atlantik'in iki yakası arasındaki kültürel alışverişe hem de '68 olayları sırasında sanatın siyasileşmesi sürecine ışık tutacaktır. (Considene, 2017)

M. Walzer, siyaseti birleşmenin bir sanatı, onların sembolik eylemini ise “şeyleri” duygusal ve entelektüel olarak birleştirmenin bir yolu olarak ifade eder. Ona göre;

Siyasal sembol, insanı insanla ve insanı kendisinden daha büyük bir şeyle (toplum ve Tanrı gibi) folklor/edebiyat birleştirir. Çünkü insanların oluşturduğu birliğin elle tutulur bir şekli ve maddesi olmadığı için o, sadece sembolize edilebilir. (Durç, 2020)

Semboller ile siyaset (güç-iktidar) arasında kavramsal düzeyde güçlü bağlar mevcuttur. Çünkü semboller, iktidarların pekiştirilmesi, toplumun dönüştürülmesi ve gücün kullanılması için önemli motivasyon araçlarıdır. Bu yüzden her siyasi titreşim, ruhunu ve hedeflerini temsil eden, kendine özgü sembolik bir evrene dâhil olmaya meyillidir.

3.4 Sanatta İmgelem Dünyası ve Sembol Dillerinin Uyanışı

Sanatta sembol kullanımı, sanatın iletişim boyutunu ironik, alegorik veya mesaj dili açısından zenginleştirerek destekler. Duygu ve kavramların birer imgeye dönüşmesi, simge ve formlar üzerinden hayat bulur. Mağara duvarlarından, günümüzün bilgisayar ekranlara kadar resim ve yazı ile başlayan insanlık tarihinin tüm tarihsel süreçlerinin pratiğinde var olmuş olan sembol dili, günümüzün sanatsal yaklaşımlarının da vaz geçemediği bir tutkudur. Günümüzde bu tutkuya, endüstri ve teknoloji toplumlarının ürün, üretim ve tüketim ilişkileri de dâhil olmuş bulunmaktadır.

Grafiksel yapıları nedeniyle simgeler veya semboller, kendi formlarına yüklenmiş kavramsal derinlikleri ile özdeş hale gelirler. Bu bütünleşme onları, mesajın doğrusal boyuttan iletilmesi için ideal bir araca dönüştürür. Anlamlar, sembollerini zamansızlaştırarak var olduğu zaman diliminden bu güne kadar ulaştırırlar. Anlam, sembolün formu üzerinden bir hikâyeye dönüşür ve zamanlar arası geçişkenlik özelliğine sahip olur. Örneğin, Mısır hiyeroglifleri bu zamanlar arası geçişkenliği gösteren en bilindik örneklerdendir. Öyle ki, inanç sembollerinden, doğa arketiplerine kadar her ifade biçimi, sembollerin yaratılmasına neden olmuştur. Semboller gizemli bir dünyanın arka planlarını ve kültür kodlarını keşfetmek için birer rehber olarak işlev görürler. (Şekil 3. 13, Şekil 3. 14, Şekil 3. 15)



Şekil 3. 13 Şekil Mısır Sembolleri

http://lukinok.blogspot.com/2013/06/blog-post_2961.html

Şekil 3. 14 Baphomet Sembolü

<http://grandeobraeterna.blogspot.com/2018/08/a-missa-do-caos.html>

Şekil 3. 15 Kanada Hanedan Arması

https://stringfixer.com/tr/Coat_of_arms_of_Canada

Dünya kültür mirasının varisleri olan semboller, kelime anlamı ile “*taşıyıcılık*” fonksiyonu ile eş anlamlıdır. Görünen tarafı ile görünenin arkasındaki anlam ilişkisini birlikte somutlaştırırlar. Diğer söyleyişle semboller, objektif gerçeği yok etmezler, sadece ona yeni bir boyut eklerler.

Buna göre, sembol gizli bir anlamı ortaya çıkaran bir tasvir ve temsil ettiği “gizli sırrın” bir “dışa vurumu” yani epifanisidir.⁷ Bu nedenle, mitoslar, arketipler, modeller veya prensipler yalnızca sembolik yapılarını tanıdığımız andan itibaren tanınabilir olurlar. (Gardin, 2019)



Şekil 3. 16 Afrika Adinkra Deseni

<https://www.dreamstime.com/african-adinkra-pattern-seamless-black-white-digital-art-ritual-symbols-screen-printing-nations-tribes-akans-ghana-cote-image114621075>

Şekil 3. 17 Etnik Ağaç Sembolü

<https://indonesian.alibaba.com/product-detail/laser-cut-tree-of-life-metal-wall-decor-60707845214.html>

Semboller, birçok anlamı bir arada tutma özelliğine sahiptir. Bu anlamlar birbirlerine zıt konumda olsalar dahi, onların bütünleşik ve birleştirici yapısı, sembollere sonsuz ifade ve temsiliyet gücü vermektedir (Şekil 3. 16, Şekil 3. 17)

Sembol, soyut bir kavramın, somut bir formda dile gelmesidir. Öyle ki, Yunanca “sumolon” kelimesi, bir bütüne ait iki parçayı birleştirmek anlamında kullanılmaktadır.

Bir akım olarak Sembolizm (simgecilik); 19. yüzyılın ortalarında Parnasizme karşı bir duruş olarak ortaya çıkmıştır. Parnasyenler insan duygularına, izlenimlere

⁷Epifani ~ Fr épiphanie ani ve beklenmedik manevi aydınlanma / İng epiphany 1. İsa'nın tanrısal kimliğiyle üç krallara görünmesi hadisesi ve bu hadiseyi kutlayan yortu, 2.

a.a. ~ EYun epiphaneia επιφανεια zuhur, aydınlanma, özellikle bir tanrının insanlara görünmesi < EYun epiphainō επιφαίνω birden görünme, aydınlanma, zuhur etme < EYun epi+ phainō φαίνω ışımak, aydınlanmak → fantezi, İzlenme Tarihi (25.05.2020) <https://www.etimolojiurkce.com/kelime/epifani>

önem vermemişlerdir. Onlar için değerli olan, düşüncelerdi. Sembolistler ise bu anlayışa karşı çıkıp, duygusallığa ve insanın iç dünyasına yöneldi. Dış dünya ile içsel olan arasında bir iletişim hattı kurulması için nesnelere varlıklarını taşıyıcı kabul eden sembolistler, semboller aracılığı ile insandaki bilinçten bağımsız etkileri ve izlenimleri anlatmanın yolunu kullandılar. Bu nedenle, özellikle edebiyatın şiir alanında etkin ifade biçimleri yaratan sembol dili, diğer modernist sanat akımlarının da dil seçenekleri arasında yer almıştır.

Toplumsal düzenin dışına çıkmak ve gelenekselleşmiş sanat kurallarını görmezlikten gelen sanatçılar, eserlerini bu doğrultuda üretmişlerdir. Sembolist ressamlar, görsel dili oluşturan sembollerini, mitolojiden ve düşsel imgelerden almışlardır. Sembolistler, sanatın, gündelik gerçekler yerine ancak dolaylı olarak erişilebilecek daha mutlak doğruları ele alması gerektiğine inandılar. Sembolizm'in, Ekspresyonizm ve Sürrealizm üstünde önemli ve doğrudan etkileri olmuştur. Goya ve William Blake, Sembolist resim akımının öncü ressamı olarak kabul edilir. Bununla beraber, Arnold Böcklin, Edvard Munch, Henri Fantin-Latour, Gustav Klimt, Jan Toorop, Max Klinger, Gustave Moreau gibi isimler de sembolizm akımının öncü sanatçılarıdır.

İnsan, sembolleştirme itkisine sahip olan bir varlıktır. Bu nedenle, av büyüsü ile imgeleşmiş mağara resimlerinden, kutsal inanç, kozmos ve bilinçdışı evrenin sembollerine, bildirişim piktogramlarından, sosyal yaşamın kimlik sembollerine kadar birçok sezgisel ve kültürel özellikleri içeren mesajları sembollerle yaşamına dâhil etmiştir.

20. yüzyıl modernist sanat akımlarının da çağın kültürel kodlarını izleyerek sembollerin dilini eserlerinin ifade diliyle birleştirdiklerini görmekteyiz. Bu eserlerde sayılar, yazılar ve renkler, resimde birer sembolik değer olarak varlık gösterirler. Örneğin; fantastik karakterler, mitolojinin daha ötesinde bir anlam ile izleyiciye seslenebilir. Özellikle Sürrealist eserlerde, bilinç dışının düşsel dünyasına yönelmeye doğrudan katkıda bulunurlar. Sanatçının dış dünyada herhangi bir şeye yoğunlaştığında, düşünsel dünyasında yeniden yorumlanmasına, diğer söyleyişle imgelem oluşturmaya fırsat yaratmaktadır. Her imge, kendi dışında bir görme açısı sunar. Bu ise bizi, insan zihninde bir şeyin anlama dönüşmesi için o "şeyde" yüklediğimiz "biçim- anlam" ilişkisinin kurulması gerektiği sonucuna götürmektedir.

Bir sanatçı olarak Doğa'dan etkilenerek ele aldığınız herhangi bir nesne, bizim ona yüklediğimiz anlamlar ile artık herhangi bir nesne değildir. O artık

diğerlerinden farklıdır. Çünkü ona bir anlam yüklenmiştir. Zihniniz ve düşünceleriniz ile o nesne arasında bir bağ kurmuşsunuzdur. Ve o artık sizin zihninizde bir yer edinmiştir. İşte o artık sizin için bir imgedir. (Özdağ, 2019)

Kolektif hafızada yer etmiş kavramları, gerçeğin varlığına ilişkin yorumlamalar, özlem ve yalnızlıklar, estetik normları aşma çabaları, geçmişini ve kendini anlama arayışları ve daha birçok yaklaşımı karşılayabilen semboller, yirminci yüzyılın çağdaş sanatına sonsuz imgelem olanakları ve esin kaynakları sunmaktadır.

BÖLÜM 4

4 . SANAT NESNESİNİ ÖRGÜLEYEN ÖGELER

Sanat nesnesi, ekonominin ve tüketim sisteminin temsiliyetine indirgenmiş metaların içinden öznellik, özerklik ve değer kavramları ile örgülenmiş olarak çıkarılan ve ilk bakışta görüldüğünden daha fazlası olduğunu gördüğümüz bir iletişim dilidir. Yaratıcı bilinç ise "ötekilik" arayışına dönüktür ve nesnenin örgülenme sistemini kurarak onu, adeta kendini tanıyamaz hale getirene kadar düzenlemeye devam eder. Geldiği noktada, görünenin ötesine geçebilme becerisini izleyici ile paylaşan nesne, entelektüel bir bilince doğru ayna tutmaya yönelir ve sıradan bir meta olmayı aşmış olarak, artık zaman, mekan ve uzam ilişkili bir "özne" olduğunu beyan eder.

Sanatın nesne ile genetik bağı, modernite ile başlayan olgular ve maddenin varoluş nedenleri üzerine yoğunlaşan tartışmaların ikliminde oluşmuştur. Dönemin, günümüze kadar taşıdığı bir çok problemin ve pop kültür yönelimlerinin gölgesinde üreyen sosyo-kültürel çatışkılar, aradaki bağı daha da güçlendirerek giderek vazgeçilmez kılmıştır. Nitekim günümüzde çağdaş sanatın, benzer tip toplumsal çatışkılarını gündeminde tutması, bu bağı henüz eskimediğini göstermektedir. Özellikle "post" dönemlerin, geçmişin tüm eğilimlerini saha dışına atmaya istekli antagonist (karşıcı) tavrı da, modernitenin geleneksel zeminini tümüyle ortadan kaldırmaya yetmemiştir. Zıt kutuplar arasında devam eden tüm tartışmalara rağmen nesne, dijital dönemin "nesne ve sonrası" tartışmalarının erozyonları dahil, sanatın taşıyıcı ortamında var olmaya devam etmektedir. Çünkü; sanatın, "tinsel mesajlar üretme" ereği ve bir sosyolojik veri olarak; dönem isimleri değişse de insanların isimler kadar çabuk değişmeyeceğinin gerçeği, nesne eğilimli bir bakış açısının devam etmesini sağlamaktadır. Öte yandan, nesneyi önce bir eşya statüsünde algılayan

zihin, belleğindeki izlerden sıyrılarak, aynı nesneyi "bir sanat edimi" olarak benimsemesi her dönemde zor olmuştur. Öyle ki, Heidegger'in;" dünyayı algılayışımızın birincil yolunun (fenomenolojinin iddasının tersine), doğrudan bilinç vasıtası ile olmadığı" görüşüne destek veren felsefeci; Graham Harman, çoğu zaman "şeylerle" sadece bir "malzeme" olarak ilişki kurarız, yani onlarla duyusal veya akılsal olarak karşılaşmaktansa, onları bilinçsizce kanıksarız demektedir. (Harman, 2022, s.42)

Nesnenin reaksiyonel (bir andan, diğer bir ana geçebilme) tavrından cesaret alan sanat, nesneyi "şey" olmaktan çıkararak, bilinç alanına taşımak istemektedir. Husserl'in düşüncesi; "akıl bir nesnenin özsel niteliklerini kavrarken duyuların da nesneye bağımlı olan her şeyi (ilineksel) ile kavradığını söylemektedir. (Harman, 2022, s.49)

Bu yaklaşımlardan anlaşılan, nesne, gerçek olan bir biçimsel bir varlıktır ve aynı zamanda tinsel olarak algılanan bir varlıktır. Nesnenin bu iki cepheli durumu, yaratıcı edimin "öteki içerikleri" ile eser üzerinde birleştirilmektedir. Böylelikle içerik ve farklı referanslara eş güdümlü oluşan "değer", sanat nesnesinin asli kurucu ögesi olur. Bu öge, nesneye göksel (yüksek, kuşatıcı) bir gerçeklik katarak onda bir tür ütopya oluşturur. Öznel bir dilin yerleştiği, özerk bir beden oluşumunu sağlar. Böylelikle insan bilincinin nesneye yönelen "imgelem" arayışında yolu açarak "temsiliyetin" modellenmesini kolaylaştırmış olmaktadır.

Nesnede "değer" oluşumu yanında, "simgesellik", sanat nesnesinin yaratılmasında önemli genetik kodlardan biridir. Tümüyle kültür belleği ile ilişkin olan simgesel yaklaşım, doğal olarak sosyolojik verilerden beslenmektedir. Ve insan belleğinde imgelem oluşmasında ana faktör olarak sanata dâhil olurlar. Kutsanma, haz alma veya estetik deneyimler, nesnenin simgesel boyutu ile ilgilidir. Ek olarak; nesne, dışsal faktörler ve kültürel yansımaların etkisi altında eserde sosyal bir aktör olarak sahneye çıkmış olacaktır. Bu bölümde, sanat nesnesini örgüleyen ögeler ve nesnenin "fikir enerjisini" sağlayan bileşenler, sanat eserleri üzerinden karşılaştırmalı olarak irdelenmek istenmiştir.

4.1 Nesnede Değer Kavramı Üzerine Sorgulama

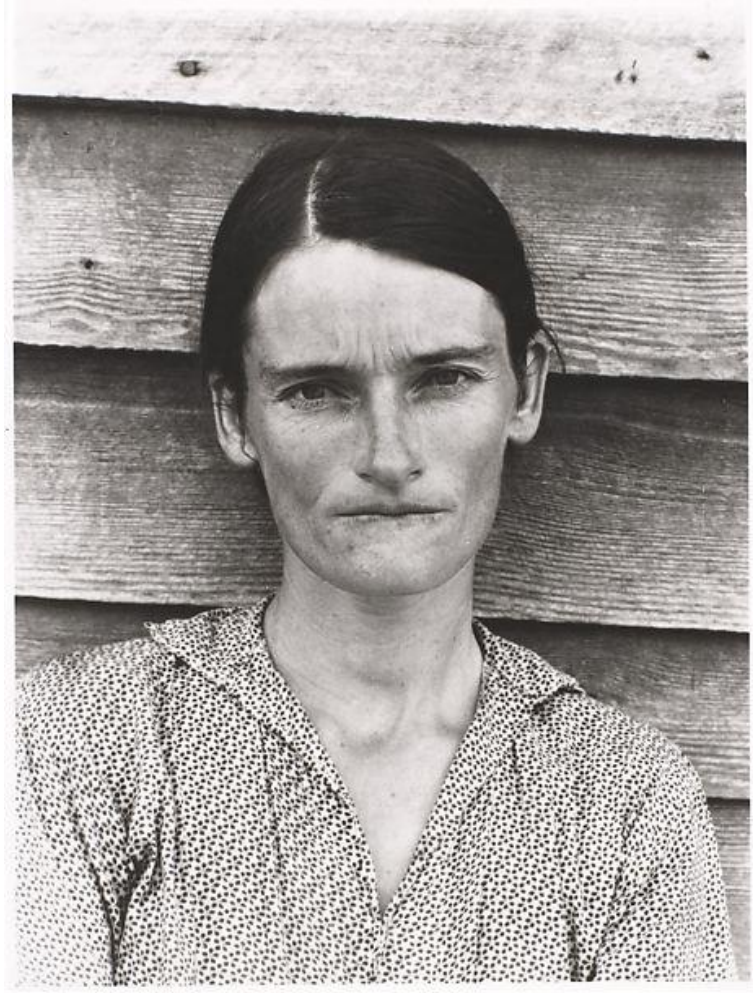
Değer, hem bireysel, hem de yerine göre kitlesel bir ölçülendirme, tartma, niteleme ve niceleme parametrelerini içerir. Böylelikle yaşamın tüm doğasına hâkim olan değer kavramı, bireysel ve toplumsal iç görüşü yaratmada en önemli faktör olmakta, insanın ve onun dışındaki dünyanın konumunu belirlemektedir. Sanatın değerini koşullayan şey ise kendini yaşamın karşısında nasıl konumlandıracağına dair iç görüşüdür. Bu iç görüşü; onun ontolojik tanımlamasının temelleri olan; insan ve topluma ilişkin çıkarımlarıdır. Çıkarımları, nesne üzerinden somutlaştırma gereği sanat için gelip çattığında sembol, söylem dili, form, yöntem ve düzenleme gibi bileşenlerin önemsenmesi kaçınılmaz olur.

Sanatta nesnenin anlatım dili, doğrudan özneye işaret ederken, sanatçıdan izleyene doğru akan düşünsel bir kanal oluşturur. Nesnenin değerini, ilk bakışta verilen emek-zaman üzerinden tanımlamak bir ölçüde geçerli olsa da, ancak akıl ve yaratım edimlerini yüklenerek sadece kendisine özel bir dil oluşturmuş olmasına ve kendisi ile temsiliyeti arasında hiyerarşik ilişkinin kurulmasına bakarak ölçebiliriz. Nesnenin yüklendiği temsiliyetin, değer üretmeye katkısı ilk sıradadır. Bu nedendir ki modern ve sonrası, sanattaki tüm arayışların, nesnenin temsiliyeti üzerinden kurgulandığı görülmektedir. Kavramsal sanat eserinde bir nesnenin varlığının kabul görmesi, onun bir temsiliyet sorumluluğu yüklenmiş olmasına bağlıdır. Temsiliyet yüklenmiş bir nesne, "değer" kavramını dolgulayacak en önemli edimini kazanmış demektir. Bu betimlemeden hareketle değer kavramını, bir anlam ve ruh edimi olarak anlamak zor olmayacaktır.

Değer, fütüristler gibi, nesnelere üzerinden üretilen bir manifesto olarak veya bazen, Rene Magritte'in 1937 de yaptığı; "çoğaltılamaz" isimli tablosunda olduğu gibi, sürekli bir kurgu, sevinç veya arayış olarak öne çıkabilmektedir. Magritte'in tüm çalışmaları, yaşam ile bireyin varlık sorunsalı arasında gidip gelen, gerçeklik ve bilinçaltı yanılsamalarına ait ikilemler içermektedir. Bu tip deneyimler, "değerin", bir akıl kurgusu ile duyuşal yükün birleştirilmesinden doğduğunu söyler gibidirler.

Fotoğraf sanatçısı; Duane Michals'ın fotoğrafları, zaman ile ironiyi kaynaştırırken, 1974 yılında yaptığı "Alice Mirror" adlı fotoğraflamasında, sıralı belirsizlikler yaratarak imgeler arasında bir yolculuğa çıkmakta, Sherrie Levine ise fotoğrafları ile "yalın gerçekliğe" ve "kaybolmayan değer" olgusuna göndermeler

yapmaktadır. Levine, gerçeğe bağlı ve “katıksız anlatımın” asli değer olduğunu betimleyen fotoğrafları ile adeta fotoğrafın çoğaltılabilir olması ile anlam ve değer kaybının olmadığını ve bu nedenle sanatta “biriciklik” ısrarının anlamsızlığını vurgulamaya çalışmaktadır. Farklı bir bakış açısı ise, fotoğrafın çoğaltılabilme pratiğinin, orijinal olanın (tek olanın) değerinin çok daha yükselmesine neden olduğu yönündedir. Walker Evans, Rodchenko gibi ustaların fotoğraflarının orijinallik niteliğiyle oynayarak, sanatın biricikliğini küçümseyen Levine’e göre orijinallik (Şekil 4.1), dünyayı sadece kopyalamaktan ibarettir. Levine, sıradan nesnelerin, sanat nesnelere dönüştürülmesi ile onlara atfedilen yüksek ticari değerleri ve de sanatsal yüceltmeleri kabullenmemektedir. Ona göre, bir eserin ticari değeri, hiçbir zaman tüketilemez ve onun kimliği, daha sonra yapılan yorumlar ile sürekli yaşayan bir nitelik kazanmaktadır.



Şekil 4. 1 Sherrie Levine. Walker Evans’tan Sonra. 1981

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/267214>

Değer kavramı, sanat eserinde "yüklem" ile eş anlama gelirken, sanatsal edimlerinin, 20. yüzyıl ve 21. yüzyılın deneyimleri içinde sürekli yeni değerler eklenerek genişletilmekte olduğu görülmektedir.

Değer, belleğimizde yer etmiş nesnelere atfettiğimiz soyut olguları, yeni karşılaşmalar ile tekrar yaşama hazzından mı oluşuyor? Veya "değer", hayranlık duyma, kutsallık, aidiyet veya anıtsallık gibi sosyolojik olgulardan mı besleniyor? Bu tip soruların yanıtını belki de sanatçı Jasper Johns'un çalışmalarından öğrenebiliriz. Sanatçının erken dönem işlerinden, 1954 yılında yaptığı "Amerikan Bayrağı" çalışmasını, tuval üzerine yağlıboya olarak çalışmak yerine, kumaş parçasını kontraplak üzerinde konumlandırmış, erimiş balmumu ve renk pigmentleri ile antik resim tekniği kullanarak, nesnenin anlamını kutsal ruh evrenine doğru yükseltmiştir. Ruh ve düşsel dünya, dışavurum ile görünür oluyorsa, gizil anlamlar, "değer" yaratmada sanata başka bir deneyim alanı daha sunuyor demektir. Salvador Dali'nin, tüm çalışmaları gibi 1936 da yaptığı; " Sivil Savaş Kehaneti, Kaynamış Fasülyelerle Konstrüksiyon" adlı çalışması da, nesnelere düşsel dünyasının, eserlere değer ürettiğine önemli bir tanıklardır. Konstrüktivist Henry Laurens'in, 1918 de yaptığı; "şişe cam" tablosu, Pablo Picasso'nun 1930 da yaptığı; "Kadın Başları" adlı heykelleri ve Joseph Beuys'un 1964'de yaptığı; " Yatak" isimli çalışmaları, bütünüyle nesne-anlam üzerinden değer arayışlarının, bilinçli bir inşa estetiğinden beslendiğini ifade etmektedir. Duchamp'ın, işlevsel amacından bağımsızlaştırılmış olarak kullandığı nesnelere yüklediği değer, onların yeni bir heykel tipi olmasından öte, izleyicide "sorgulama bilincini" harekete geçiren yaratıcı bir fikre işaret etmektedir. Bu çalışmalarda, tüketim toplumunun paradigmatları, "gerçeklik" ile "yanılsama" ikilemi üzerinde bir tür bilinç testi niteliğindedir.

Estetik değer üretiminin, eserde nesneye birden fazla açıdan bakabilmeye dayandığını söylemek ilk bakışta iddialı olsa da bu fikri destekleyen kübistleri, örneğin; Cezanne'nin 1905'de yaptığı, aynı tabloda farklı açılar ve perspektifler kullandığı; "Elmalı Şeftalili Natürmort" çalışmasını göstermek yerinde olur. Tablodaki sürahi, elmalar, masa gibi resimdeki tüm nesnelere, farklı perspektiflerle ve perspektifin genel kurallarına aykırı yerleştirilmesine rağmen, bütünsel bir estetiğin ve ritmin elde edilmesi ile başarılı görülmektedir. Bu tabloyu ve içindeki nesnelere "değer" düzlemine yükselten şey; bütünsel kurgunun, onun bileşenlerinden daha önemli olmasını savunan yaklaşımın gerçekleşmesinde yatmaktadır. Buradan yapılacak

çıkarm; "değerin", bütüne farklı açılardan bakabilme yetisini ve ürettiği yeni estetik oluşumları da kapsayabileceğidir. O halde "farklı" bakabilmek, gerçeğin kendisini daha değerli yapmaktadır diyebiliriz. Öte yandan "değerin", "okunacak bir nesneden" daha ileride ve gizil bir yerde konumlu olduğunu söylemek de olasıdır. Bu düşünceyi kuvvetlendiren bulguları, Cathy Wilkes'in, asambalaj içeren çalışmalarından edinebilmekteyiz. Sanatçının 2012 de yaptığı; "isimsiz" adlı figüratif asambalaj yerleştirmesi, doğrudan değil, önceki bilgiler ve anlam referanslarının üzerinden gidilerek daha "içsel" kavranabileceğini göstermektedir.

Değer, zaman ve mekân ile doğrusal bağı olan bir kavramdır. Bu tanım, Çağdaş kulvarda yer alan, Jeff Koons'un, balondan yapılmış hissi uyandıran animatif karakterli heykelleri ile anlam bulabilir. Bu heykeller, zaman ve koşullara göre değişen kavramların nesnelere, nesnel gerçeğin değişimini de zorunlu kıldığını, buna rağmen sanat nesnesinde bir "değer yitimi" olmayacağını gösterir cesarettedir.

Modern ve sonrası dönemlerin yarattığı toplumsal kaoslar, geleneksel "değer" yaklaşımlarının konturlarını zayıflatırken onu da modernin bir sorunsalı olarak görünür kılmaktadır. Bu durumda "değer" kavramı, her bir yeni deneyimin içinde tekrar sorgulanmakta ve biçimlendirilmektedir.. Bu duruma ilişkin bir yanıt, Allan Kaprow'un 1961 yılında yaptığı, "çevre, simülasyon, uzam" adlı çalışmasından gelmektedir. Kaprow, kullanılmış araba lastiklerini kullandığı düzenlemede, zaman-mekan bağlamında bir değer sorgulaması ve yanıtını deneyimlemektedir. Kaprow'un, Happening çalışmaları ve Carolle Schneeman'ın performansları, modernitenin insan bedeni, cinsiyete dayalı kimlik ve hazzaya dayalı duygu çatışmalarını vurgulaması bakımından ve imge ve gerçekliği yan yana kullanabilme yetisi bakımından, başarılı "değer-üretken" deneyimler sayılabilirler.

Bir sanat eserini neyin/nelerin oluşturduğu sorusu, sanatçının zihnindeki yaratıcı fikirler, estetik ve kompozisyon kriterleri, malzeme ve neredeyse hemen her şey üzerinden yanıt aramaktadır. "Düzen" veya "düzensizlik" olguları da yanıtı muhtaç başlıklar olarak bu soru alanına dâhildirler. Örneğin; Matthew Barney, heykelleri ve video performansları, saydam akışkan malzemeler (vazalin) kullanarak, düzenin düzensizliğe dönüşüne, düzensizliğin yeniden olgunlaşarak yeni bir düzen oluşturduğuna ilişkin ilgi çekici deneyimler yaşatmaktadır. Verilen mesajlar, nesnenin düzensizlik yaratmak ve tekrar düzene dönebilme meteforunu temsil etmesi

bakımından nettir. Onun, "Chrysler Imperial" 2002 enstalasyonu, "Drawing Restraint9" filmi, 2005 ve "Chremaster 3" sıçratma adlı performansları, öz-düzen ve hareketin dönüşümsel salınımlarını ve bozulup yenilenme döngüsünü yaşamaktayız. Bu deneyimler izleyici belleğine, yaşamın sürekli bozulup yeniden üreyen karakterini bir algı- değer olarak işlemektedir.

Değer, insanı ve yaşamı merkeze konumlandıran dilsel ve simgesel bir olgudur. O nedenle, özneliği ve özerkliği, zaman-mekan ve algıya göre değişse de varoluş nedeni ve gerekliliği, sanat ve nesne için günümüzde de devam etmektedir.

4.1.1 Nesneye Simgesel Uzayın Katkısı ve İç Görü

Bir gösterge imgesi olarak simgeler nesnenin varlık nedenine bağlı bir temsiliyet figürleridir aslında. Simgelerin mantıksal bir düzlemde kavranabilmesi, ona yüklenen anlamın bilinmesi ile ilgilidir. Günümüzde popüler kültürün sıkça kullandığı ikon kelimesi, tarihsel süreçte din ve inanç temelli kültürlerde kutsal sayılan kişilerin tasavvur edilerek oluşan görselleri için simge kültürünün bir yansımasıdır. Fransızca dil ailesine ait olan "ikon" kelimesi, ilk anlamıyla simgesel olanı ifade etse de, modern dünyanın yüklediği yeni anlam katmanları ile tek düze açıklanabilir bir tanım olmaktan çıkmıştır. Ancak, nesneyi simgeye dönüştürme çabası ile yine iç içedir. Bazen bir insan, bazen bir bayrak, bir kelime veya bir grup, ölçüler üstü yeni değerler yüklenmiş olarak toplumsal hayata ikon statüsü ile dahil olmaktadır.

Popüler kültürün, özellikle kültür endüstrisinin toplumları yeniden biçimlendirme çabalarında kullandıkları "ikonlaştırma" veya "sembolleştirme" etkin kullandıkları bir yöntemdir. Başarı, güzellik, adalet, paylaşma, birey olma, küreselleşme vb. birçok değer ölçütünün sık sık değiştirilerek yeniden topluma refere edilmesinde "ikon" yaratma fikri, tüketim toplumunun devamı için gerekli kapitalist stratejiyi kolaylaştırmaktadır.

İnsanı da bir nesne olarak gören, tüketim erekleri, yaşama ait değerleri, uygarlık ölçütlerine göre değil, tüketim normlarına göre insan bilincine yüklemeyi başardığı için, simgeleştirme kavramı, özellikle günümüz tüketim geleneğinde, toplumsal bir kabule dönüşmüştür.

Felsefeci Pierce, gösterge öğelerini üç başlık altında toplamaktadır; ikon, belirti ve simge. Pierce, simgenin anlaksal bir çağrışımın bellekte oluşturduğu sonuç olduğunu

söylemektedir. Simge, biçimin üzerine herhangi bir nedene bağlı olmaksızın giydirilebilir. Biçimin simge olarak değer yüklenmesi, zaman ve alışkanlıkla ilişkilidir. İkon gibi simge de izleyiciye ve onun yorumuna bağlı süreçler yaşar. Simge, nesnenin kendisi olmaklığından (*thing-ness*) çıkmış olarak onu belleğimizdeki bir çağrışımının fotoğrafı haline getirir. Belleğe yerleşen bu fotoğraf, nesneyi ortadan kaldırsak da, bizde çağrıştırdığı izi taşımaya devam eder. Diğer bir söyleyişle simgesel göstergenin, nesnenin kendi gerçeği ile artık bir ilişkisi kalmamış ve simgesel uzaya taşınmıştır. Görülen ile gösterilmek istenen arasında amaçlı bir biçimde kurulmak istenen bir bağın varlığı simgeyi içi dolu bir tasarım haline getirmektedir. Simgesel yaklaşımın aslında bir tasarım etkinliği olduğunu da söyleyebiliriz.

Bu etkinlik için, simge için değiştirilemez o nesnenin kalıtsal bir özelliğine dönüştürülmüş biçimidir de denebilir. Elbette semboller ve simgeler, bir tasarımlama sonucudur ve içine doldurulan değerler ve anlamlar ile yerine başka bir duygu transferi yapılamayacak biçimde yüceltilmiş kavram taşıyıcısıdır artık.

Simgesel davranışın sanata sağladığı evrimsel verilere bakıldığında, ilk çağ mağara resim ve objelerinden günümüzün iletişim piktogramlarına kadar geline zaman uzamında, çok sayıda coğrafi ve sosyo-kültürel etmenleri barındırdığını görebiliriz. Simgesel davranışın kökenlerini, Afrika'da bulunmuş 100.000 yıl öncesine ait taş aletler, takılar vb. objelere dayandırmak istemesek de simgeselliğin yapı taşlarının sanatın tam anlamıyla gelişmesinden önceye dayandığı bilinmektedir. Ancak, simgesel uzayın nesne ile başlayan tarihsel serüveninden önce, simgenin bir mesaj değeri olduğunun söylenebilmesi ve simgenin hemen herkes tarafından anlaşılabilir bir anlama sahip olması, sanat için daha öncelikli bir beklenti olmuştur. Yontma taş devrine ait bir objeden ana tanrıça heykelciğine kadar uzanan süreçte, her objenin bir anlatım kaygısı taşıdığı tartışmalı olsa da hayal gücünün, imgesel mesajları yaratma konusuna katkı sunduğu, psikolojinin genel kabulü olarak görülmektedir. Bu kabul ile bir nesne üzerinden simgesel bir davranış geliştirmenin, soyut bir kavramı zihinde belirginleştirme yetisi ile (hayal) ilişkili olduğunu anlamak zor değildir. Diğer bir söyleyişle nesne oluşturmanın ve ona mesaj yüklemenin öncesinde, bilişsel bir yetinin varlığının gerekli olduğudur. Bu bağlamda nesnenin, simgesel kavrayışın sözel olmayan (kelimeler ile anlatılması zor) anlamlarını ifade etmede ve sanat ile bağlarını güçlendirmede kilit rol oynadığını söyleyebiliriz.

Simge, sanat nesnesinin gerçekliği içinde gerçek olmayan bir tinsel fenomen olarak yer almaktadır. Bu nedenle sanatçının simgeleştirme yetisi, nesnenin

arkasındaki tinsel evreni bir yaratıcı iç görü ile dönüştürebilmesine bağlıdır. Bu dönüşüm bir ifade biçimine veya dile kavuşturulduğunda, nesneye özgün bir estetik ve nesnel olmayan bir gerçeklik kazandırılmış olur ki, ortaya çıkan sonuç benzersiz bir imgelemdir. Böylelikle nesneye simgesel uzayın katkısı, tümüyle imgelemin oluşması ile sonuçlanmaktadır. Öte yandan, ifade arayışı, bütünüyle simgesel bir çabadır (simgecilik) ve bu çaba, zihnin arkasında görünenlerin ortaya çıkarılmasına yöneliktir.

Modern Sanatların, simgesel kavrayış üzerinden dil geliştirme arzusu, rastlantısal olmayan ve tasarlanabilen yorumları ile kendinden önceki akımların deneyimlerini bir anlamda yeniden sentezleyerek kullanma isteğinden beslenmektedir. Değer ve anlam yüklemeye, ikon ve simge evreni, Çağdaş Sanatın rotasında farklı seçenekler yaratmak için değerlendirilmektedir.

Yücelik yüklemi ile “mini putlar” haline dönüştürülebilen ikonografik nesnelere, Çağdaş Sanatın gerçeklikten başka bir kavramsal alana geçiş dili olarak kullanılmaktadır. Örneğin “güzellik” olgusu bilinen anlamı ve kapsadığı alan Modern ve Sonrası sanatların kademeli olarak ilgi sahasından çıkmıştır.

Güzele yönelik özen ve dikkat, Antik Yunan’ın sanatsal üretim tarihine kadar gider. Yunanlılar güzel şeyleri temsil etmek ile ilgilenmişleridir. 20. yüzyıl sanatı ile güzel arasında bir uçurum ya da ayrılık vardır. Artık sanatçı güzel nesnelere tasvir etmeyi bırakıp Duchamp gibi görünüş güzelliğini terk etme girişiminde bulunmuştur. Duchamp kaçınılması gereken tehlikenin estetik zevk olduğunu söylemişti. (Alioğlu, Bayrak, 2019, s. 64)

Duchamp, 1961’de Modern Sanat Müzesinde yaptığı konuşmada, hazır yapım nesnelere, estetik kaygıdan arındırılmış sanat yapıtı oluşturmak için kullandığını ifade ederken, bir bakıma nesne üzerindeki simgesel veya ikonik dürtülerin varlığını tartışmaya açmaktaydı.

İç görü, özne ile bütünleşen ve obje ile dile gelecek olan eserin salt düşüncesidir. Bu düşünme, özü oluşturan eylemlerin, duyguların veya etik değerlerin tümünün bileşkesinden doğmakta ve sanatçının bilincinde süzülerek yeryüzüne çıkmaktadır. Sanatçı nesnelere, simgesel uzayda içerikler yüklerken, iç görüden (duyumsal) somuta (düşünsel) olana doğru bir zihin yolculuğu yapmaktadır. Böylelikle sanatçı öznel bir düzlemden bakmış olarak nesneyi biçimlendirerek onu imge yüklü bir sanat nesnesi haline dönüştürür. Nesnenin dili, belli bir kıvama yoğunlaşmış düşünce öbeğinin, sanat eserinin kendisi için veya insanlık için ne anlam taşıdığına anlatılmasına aracılık eder. Anlatım dili kuşkusuz, sanatçının yaşamı

boyunca imgesel gözlem ve tecrübelerine dayalı birikimlerinin sanata dâhil edilmesi ile oluşmaktadır.

Modern Sanat oluşmadan önce de her dönemin “yeni” kabul edilen akımları olmuştur. Söz konusu dönemlerin bu modern zaman pratiklerine iz düşüm veren etkilerini görmek mümkündür. Öyle ki, Kavramsal sanatın, Çağdaş Sanatın simgesel dünyasına ışık tutan bir alt yapı hazırlamış olduğu fikri genel kabul görmektedir.

Amerikalı sanatçı Sol Lewitt, 1967 yılında önde gelen sanat dergilerinden Artform’a şunları yazmıştır; “Kavramsal sanatta fikir ya da kavram eserlerin en önemli boyutudur. Bir sanatçı sanatın kavramsal şeklini kullandığında, bu planlama kararların önceden yapılması uygulamanın formalite bir uğraş haline gelmesi anlamına gelmektedir. (Ani Cerasi, 2021, s. 44)

Modern Sanatta, kavramsal olmaya eğilimler, postmodern ve çağdaş sanatın, deneysel girişimleri ile yeni simgesel yaklaşımlara ve anlamlara evirilmektedir.

Bugün Kavramsal sanat, Çağdaş Sanatın ne olabileceğine ilişkin kavrayışımıza tümüyle nüfuz etmiştir. Bu nedenle günlük kullanımda “kavramsal” terimi, kompozisyon ve sanatsal ustalığın geleneksel anlayışına uymayan bir sanatı ifade etmektedir. (Ani Cerasi, 2021, s. 45)

Sanatın katkıları ile simgesel uzayın genişlemesi, neredeyse sonsuz anlatım olanaklarını oluşturmuştur. Bu nedenle sadece nesnelere üzerinden değil müzik, ışık vb. elle tutulamayan birçok araçlar kullanarak en etkili bir biçimde mesaj iletebilmenin yolları da sanat edimine dahil olmuşlardır. Britanyalı Martin Creed’in “ışıklar yanıp sönüyor” (**Şekil 4.2**) adlı enstalasyonu ve Kübalı sanatçı Felix Gonzalez Torres’in “şeker yığınları” adı ile bilinen enstalasyonu, kavram–simge ilişkisinde Postmodern ve sonrasında evirilen dünyasına örnek olarak verilebilir.

Bu noktada gösterge ile simgeyi eşit anlamlarda görmemek gerekir. Göstergeler göreceli olarak zamana, kültüre veya ortama göre simgeleşebilirlerken simgeler de bir gösterge niteliğine dönüşebilirler. Ancak, simgeler kişinin veya sanatçının tinsel evrenine (anlam evreni) ait olmakta, göstergeler ise fiziksel var oluş evrenine ait olgulardır. O nedenle simgeler, nesnede anlam konusuna, göstergeler ise daha çok dil, yapılandırma iş görme konularına dâhildirler. Nesne ise, eserde kullanılan simgelerin bir birleri ile ilişkileri ve anlam özellikleri değiştikçe, kendisi de başka anlamlara tutunabilmektedir.

Nesnede anlam veya değer değişkenliği ve pop kültürün genel geçer uygulamaları, çağdaş yaşamın bir sorunsalı olarak karşımızdadır. Modern sanat, bu

sorunsalın kendi özneliliği ile ortasında olup hissediş ve düşünsel dünyasında daha da karmaşık hale getirmeye devam etmektedir.



Şekil 4. 2 Martin Creed. No: 227 Işıklar Yanıp Sönüyor. 2000. Moma, New York

<http://www.martincreed.com/site/works>

Bu sorulara şimdiki zamanda her hangi bir teorik açıklama net olarak ortaya konabilmiş görünmemekle birlikte, bu soruların sanat ve nesneye ilişkin üretilmesinin yanıltıcı bir bakış olduğunu belirtenler de vardır. Kaldı ki, modern sanatın üzerinde yoğunlaşan bu tartışmalar, postmodernitenin üzerindeki tartışmaların paralelinde çağdaş sanatın üzerinden de devam ettirilmektedir.

(...)çeşitli kurumlar, dergiler, eleştirmenler ve sanat tarihçileri açıkça Çağdaş Sanat nedir? diye soruyor. Bu oldukça tuzaklı bir soru; çünkü bu soruyu ortaya atanlar salt günümüzde ne tür bir sanat icra edildiğini sormuyorlar. Aslına bakarsanız “Çağdaş Sanat kavramı”, birden çok anlam barındırması, hangi bağlamda kullanıldığı değişebilen, geniş kapsamlı ve pek çok farklı şeyi ifade edebilen bir terim haline geldi. (Artun, 2014, s. 95)

Gözden geçirilmiş tüm pop versiyonların haricinde kendi iç görüşünün çeşitliliğinde bir sakınca göremeyen Çağdaş Sanat, postmodern sanatlar, pop kültürünün tahammülsüz baskısı altında olmaya devam ederken, onun verilerini avantaja

çevirmeye çalışmaktadır. Malzeme, biçim ve bağlam ilişkisi içerisinde izleyiciyi ana fikir üzerinde simgesel bir yoğunlaştırmaya yöneltmektedir. Bu çaba ve yeniden üretim telaşı öyle yoğundur ki, Postmodern sanatta olduğu gibi Çağdaş Sanatın da ontolojisini, gittikçe artan bir ivme ile simgesel veriler ve tanımlar ile doldurmaya devam etmektedir. Onun adı ile açılan galeri, müze ve diğer sanat birimleri bu ontolojik olgunlaşmanın yükseldiğine ve sanat çevrelerince kabul edildiğine işaret etmektedir.

Çağdaş anlayışta en önemli fark izleyicinin konumudur. İzleyici farklı mekân ve zamanlarda var olabileceğinden sanatçı da onu farklı zaman ve mekanlarda sanatın bir parçası haline getirmek istemektedir. Bu durumda tüm algılar, simgesel uzayın süzgecinden geçer ve eserin yüklemi, bazen bir mekân, bazen kopyalama, taklit veya bilinçli ya da bilinçsiz aktarımlar biçiminde gerçekleşebilmektedir. “Olabilirlik” kelimesi, tam da Çağdaş Sanatın özgürleşen ruhunu ifade etmektedir. Bu ruh simgesel uzayın çok kapsamlı ve esnek duruşundan doğmakta ve sanat eserlerinin iç görüsünde, zengin çıkarımlar yaratabilmektedir. Ve nesne–simge kulvarında, varlığın yeniden çözümlenmesinin zengin olanaklarını barındırmaktadır. Çağdaş sanat tam da bu nedenle simgesel uzayın katkısına sırtına dayanmış olarak sanat edimine ilişkin “her şey olabilir” söylemini dile getirebilmektedir.

4.1.2 Fetişizm ve Fetiş Nesnelere

Fetişizm, sanata yansıyan biçimi dışında, topluma yansıyan yönü ile yaşamın pratiğinde yer almış bir kavramdır. Antropolojik olarak eski insan varlığını tanımlarken, modern toplumda, markalaşma arzusunun, moda ve tüketim bağımlılığını koşullayan bir olguyu anlatmaktadır. Gerçek olan ile simgesel olanın birbiriyle savaştığı bir kavram olan fetişizm, tatmin etme kapasitesi yükseltilmiş nesne veya fikir olarak da tanımlanabilir.

Pop Kültürün tetiklediği içsel dürtülerin, nesnelere veya fikirler üzerine yoğunlaştırılarak tapınma veya tutkulu bağımlılığa dönüştürülmesi, Modern Çağın psikozlarından biridir. Özellikle tüketim ve satın alma eğilimleri, yaratma amacı ile tasarlanan bazı nesnelere ve simgeler, insanları bir tür “fetiş köleliğe” doğru motive etmeye amaçlamaktadır. Buradan fetiş olgusu yeryüzüne çıkarak bireyin haz evrenine dâhil olurlar. Önemli olan fetişizmin, iyi veya kötü karşılığında tartışılmasında değil etkileri ve sağladığı toplumsal verilerin yaşama nasıl geçtiği ve özü itibarıyla insan–

nesne-simge ilişkisini ve insan–fikir–arzu üçgeninin, kültürel bağlamda nasıl pratize olduğunu.

Fetişizmi toplumsal değerlerin bir işareti olarak görmeye başlayan Baudrillard için fetiş nesnesi, sahibinin toplumsal statüsünü gösterir. Burada fetiş, sahip olmadığı özelliklere sahip olduğuna inanılan gerçek olmayan bir nesne değil, maddi kültür yoluyla toplumsal değere aracılık etmenin bir yoludur. (Dante, s. 2)

Modern kültürde nesne işaret edilen konumdadır ve ideolojik bir yük taşır. Nesne üzerindeki yük (değer) kültür tarafından pozitif olarak kodlanır ve bütünsel bir hissediş ile kaplanarak, bir “çekicilik vakumu” yaratılmış olur. Buradan çıkan anlamıyla özne ve nesnenin birleşmesi, nesnenin anlamını dönüştüren, bir “yer değiştirme” ilişkisinin devreye girdiğine işaret etmektedir.

Baudrillard anlamların değiş tokuş edildiği bir “kod”un işlemleriyle kolaylaştırılan meta ve göstergenin bir olduğu inancıydı. Baudrillard, nesnelere büyük bir değere sahip olduğunu hayal eden “metafetişizm” fikrinden memnun değildi, bunun yerine, nesnelere “kod” tarafından yönetilen anlam alışverişine girmek için gösterenler halinde soyutlandıklarını savundu. (Krauss, s. 693)

Fetişleri, patolojik bir eğilim gibi gören değerlendirmelere bakarak, bu eğilimlerin sanatta içerik oluşturmasında, nesnenin önemini ve temsiliyet değerini gözden kaçırmamak gerekir. Çünkü fetiş algısı, toplumsal değerler kazanmış, nesnede biriken farklı dini, ekonomik veya erotik yüklemeleri içerebilir.

(...) ancak bu toplumsal ilişkilerin genel olarak değil, belirli bir öznelik dolayımında ele alınması zorunludur. Aksi takdirde maddi varlıkların belirli toplumsal biçimlere kendilerinde sahipmiş gibi görünmesi olgusunun açıklanması mümkün değildir. (Aslan, 2017, s. 1)

Fetişizm olgusu, nesnelere, onların sahip olmadıkları bazı özellikler yüklemeye ilgili bir olgu olduğunu ve onun duygusal olarak algılanan bir düzlemde durduğunu belirtmek gerekir.

Fetişizm, nesnenin içindeki duygu yükünü veya fetişleşme rolünü, değerli-değersiz, çirkin-güzel, zevkli veya acı demeden, doğrudan kullanmakta ve nesneyi akıl ötesi bir çağrışıma ve değere dönüştürerek, bunun üzerinden tutku söylemleri üretmektedir. Diğer bir bakış açısı da fetiş nesnenin, ve insanlar arasındaki ilişkilerin meta değerleri üzerinden nasıl yozlaştığının fark edilmesine olanak sağladığına ilişkin betimlemedir.

Sanatın nesnesi, amaca göre fetiş bir içerik ile dolgunlaşarak, insanın kendisi ile yüzleşmesinin aracı haline getirilmektedir.

Çağdaş Sanata belirgin farklılıklar getiren “fetiş etki” ve “yeniden üretim” pratikleri bu fırsatların sonucudur. (Şekil 4.3)



Şekil 4. 3 Allen Jones. Sandalye. 1969

<https://www.invaluable.com/auction-lot/allen-jones-14-c-044f6a0037>

Tüketim toplumunun alışveriş doğası, özenmek, öykünmek ya da kültürel etkileşim gibi etmenleri, Postmodern sürecin hazırladığı zeminler ve bir de tarihsel sürecin birikimleri, “Adem Havva”, “Çıplak Afrodit”, “Venüs’ün Doğuşu” vb. tablolarındaki arketiplerin fetiş ruhunu Çağdaş Sanata taşımaktadır. Böylelikle fetişizm, bir bakıma “mit kültürü” nün modern versiyonları ile yeniden Çağdaş Sanatın ilgi alanına dâhil olmuş ve imgesellik yeni öykünmelere evrilirken geçmişten gelen egzotik ve oryantal bağlarını yaşatmaktadır.

Çağdaş yaşamın kendine mal etme ve sahiplenme arzuları, fetişizm ile nesnenin ruhsal eylemine dönüşmeye ve Çağdaş Sanatın pratiklerinde var olmaya devam edecektir.

4.2 Olgular, Bellek ve Güncel Yansımalar

Kapitalist üretim şartlarının egemen olduğu kitlelerin yönelimleri, salt gerçeklikle her şeyin temsil yoluyla aktarılması arasında gidip gelmektedir. İmajlar kutsandıkça ve yanılısımaları arttıkça, taklidi aslı ile temsili gerçeklik ile karıştırıp kaynaştıran yeni bir yaşam akışı oluşmakta, bilinçten bağımsızlaştırılmış değerler ve nesne üzerine konumlanmış yeni bir dünya görüntüsü giderek somutlaşmaktadır.

Tüketimin kutsandığı özellikle postmodern dönemde, imaj ve doyum olgusuna entegre edilmiş nesnelere, popüler kültürün güdüleyen arz talep ilişkisini ve bireycilik egosunu yükselten karakterine hizmet ederler. Öyle ki, insanda var olan geçicilik duygusunu, tüketme eğilimlerini ve kendini yok etme belleğini körükleyen popüler kültür, yeni kavramları ile bireyi ve toplumu dizayn etmektedir. Popüler kültürün imaj ve ikon yaratma çılgınlığına fırsat bulabilmesi, nesnelere anlam ve algı yüklenebilme özelliğinin keşfi ile olanaklı olabilmektedir. Nesnenin sanat eserinde bir kompozisyon ögesi olarak kullanılmasının ötesine geçilmesi de, yaşamda görünür hale gelen sonsuz tüketim nesnelere ve imaj zenginliğinin beraberinde getirdiği yeni sosyo-kültürler paradigmalara dayanmaktadır. Günlük tüketim nesnelere, asambalajlara, buluntu nesnelere kadar bir çok malzeme, sanatın içine farklı deneyimler ile dahil olmuşlardır.

Özellikle Postmodern dönemde (1960'lar ve sonrası) nesne üzerinden yeni dil ve söylemler geliştirilişken, nesne-özne ilişkisine ilişkin felsefi söylemlerin yoğunlaşmasına şahitlik edilmektedir. Dadaizmin etkisi, sürrealizmin bilinç altına eğilimi, nesneyi, düşsel ve giderek kavramsal bir boyuta doğru taşımıştır. Modern süreçler, nesnenin imgesel boyutunu güçlendirirken, pop sanatın nesneyi bir "sahne yıldızı" gibi görmesi, nesnenin kavramsal bir dile doğru evirilmeye başladığına işaret etmektedir.

Kavramsal sanatın buluntu nesnelere, yazılara, fotoğraftan videoya ve giderek tüm dijital disiplinlere kadar bir çok alan içinde söylem geliştirme eğilimi onun

enbelirgin bir özelliğidir. Kavramsal sanatın öncülerinden olan Joseph Kosuth, 'bir ve üç sandalye' adlı eserinde, aynı anlama gelen üç farklı göstergeden, üç farklı gerçeklik yansıyabileceğinin bir kanıtlanmasını yaşatmaktadır. Nitekim bu tip deneyimlerdeki olgu; nesnenin metalaşma sürecine karşı duruş ile nesnenin biçim ve estetik kaygısından arındırılmış olarak, fikrin ön plana çıkarılmasıdır.

Popüler kültürün toplum üzerindeki hegomonik tavrı, insanlarda ortak ve kalıtsal bir bellek yaratmaktadır. Bu nedenle imaj yüklü nesnelere, artık sıradan bir obje olmanın ötesine geçmiş olarak sonradan sanata dâhil olmaktadır. Diğer bir söyleyişle, nesnelere, üzerindeki sosyo-kültürel yükleri ile bir nesne olmaktan öteye geçerek, ortak belleğin bir yansıması olarak düşünülmektedir. Böylelikle, bellekteki tüm çelişkiler, sorular, kabullenişler, alışkanlıklar, sanal gerçeklikler ve inanışlar, nesne ile birlikte sanatın sorgulama alanına taşınmış olmaktadır. Duchamp, M. Oppenheim, Magritte ve A. Warhol gibi sanatçılar, ortak bellek üzerinden giderek nesnelere, ancak ondan bağımsız olacak biçimde kavramsal uzamın içine çekmek istemişlerdir. Bu süreçte insan bedeninin de, bir sanat nesnesi olarak öne çıktığını görmekteyiz. Cindy Sherman, Hans Ballmer gibi sanatçılar insan bedenlerini ve kuklaları kullanarak yaptıkları çalışmalarla, arzulanan nesne, cinsiyet, kimlik sorunsalı, yabancılaşma ve iğreti olma gibi kavramları izleyiciler ile buluştururken, postmodernin değer yargıları ve popüler kültür güdülemeleri ile yüzleşmeyi önermektedirler. Böylelikle eş zamanlı olarak ve yaşamın doğal akışı gereği, popüler kültürün simülasyonları ile güdülenmiş bellekte, gerçeğin ne olduğuna ilişkin izlerin kayboluşu da sanatın gündemine taşınmış olmaktadır. Baudrillard, bir “gerçeklik” sorunsalını tespit ederek, konuyu kuramsal bir seviyeden ele almış, gerçeklik olgusunu, tüketim toplumuna entegre edilmiş bir “nesnelere sistemi” olarak tanımlamaktadır. Ona göre her şey yerini, simülasyon evrenine bırakmaktadır. (Çam, 2019, 45).

Modern nesne algısı, kitle iletişim alanlarının yarattığı yeni kültürel motivasyonların içinde biçimlenirken, estetik algının da boyut değiştirmesine neden olmuştur. Nesne, sanat alanına çekilmeden önceki süreçlerde, imaj ve estetik yüklenimleri ile beraber var olduğundan, nesnenin ilk defa veya son olarak sanat alanına çekilmiş olduğu ve bu nedenle estetik ve tinsel donanım yükleniyor olduğu sanısına düşmemek gerekir. Onun sanat nesnesine dönüşmesi, nesnenin varoluş estetiğinin sadece boyut değiştirmesi ile ilgilidir. Buna ilişkin izlenimleri, modern sanatlardaki

yüzeysel kolaj çalışmalarında, asambalaj deneyimlerinde veya buluntu nesnelere ile yapılan rastlantısal ve derinliksiz düzenlemelerden edinebiliriz. Örneğin Modern Sanatın iddiası olan; sıradan her türlü nesne, kendi varoluş formu ile bir yüzey veya mekan ile ilişkilendirildiğinde, bir sanat eserine dönüşebileceği ve bunu için başkaca estetik kaygıların sanatçı için gerekli olmadığı söylemi üzerinde durulursa, her şeyden önce bir nesnenin salt varlığının, sanat yapmak için yeterli kabul edildiğini saptayabiliriz.

Öyle ki, Jeff Koons, Ashley Bickerton ve H. Steinbach gibi sanatçılar, sıradan gündelik nesnelere kullanarak onların üzerinden tüketim toplumu, popüler kültür imgelerini, pazarlama olgusunu sorgulama alanına çekmek istemektedirler. Pop nesnenin temsiliyet rolünün beyan edilmesindeki amaç ise popüler kültürün ve tüketim olgusunun belirleyiciliğini, yaratılan simülasyonları, bireysel tercihlerimizin ve öznel gerçekliğin yitirilişini, genel bir perspektif içinde ifşa etmekten ibarettir. Buradan hareketle, nesne, simülasyon ve yeni oluşturulan olguların birbirlerinin içine girerek karışmaları nedeniyle kaçınılmaz olarak gerçeklik olgusunun ve eserin gerçekte bir sanat eseri sayılıp sayılmama tartışmasının da sanatın sorgulama alanına taşınmış olduğunu görebiliriz. Nitekim dijital dünyanın kültürel olguları, simülasyon yaratmada başat rol oynarken, gerçeğin yerini alan “yeni gerçeklik” kavramı, yaşamı sarmalamış olduğundan, “mış” gibi yaşamak, yeni gerçekliğin dijital kültür aynasındaki yansıması olarak açığa çıkmaktadır.

Öyle ki, popüler sürece dâhil olan her olgunun sanatın pratiklerine transfer edilmesi ile “gerçeklik” olgusunun da sürekli devinim içinde kalmasına ve yeniden gözden geçirilmesini koşullamaktadır. Baudrillard, bu transferler ile “estetik” olgusunun yok oluşuna işaret ederken bu işaretten, popüler kültürün olgu ve biçim üretme tutkusundan yaşama empoze ettiği illüzyondan kurtulmanın ne kadar güç olabileceği sonucunu çıkarabiliriz. Bu nedenle modern ve postmodern dönem içinde oluşan sanat disiplinlerinin ne olduklarından çok, nesnenin insan zihninde yarattığı olgunun ve kazandırdığı bilinç-kültür ediminin daha önemli olduğu görüşü öne çıkarılabilir. Bu görüş, popüler dünyanın dijital-sanal çoğaltmaların insan belleğine işleyen etkileri için tutarlı bir sorgulama başlatabilir. Öyle ki, modern yaşamın gerçekliğinde dile getirilen; “herkesin 15 dakikalığına meşhur olabileceğine” ilişkin söylemler, sanal gerçekliğin ve modern paradigmalardan, insan belleğine iyiden iyiye yerleşeceğini göstermiştir. Nitekim 21. Yüzyılın güncel gerçeklerine baktığımızda ise

dijital çağın sanal evreninde, anlık yaşanan, hızla tüketilen, ve yanıp-sönen şöhret olma olgusunun gerçekleştiği gözlenmektedir.. Kısa sürelik yani geçicilik ve buna koşut olarak gelen değersizleşme olgusu, postmodern ruhunun günümüzde de yaşatmaya devam ederken, nesnenin geleneksel bağlarından tümüyle koparıldığını da açık etmektedir.

Özellikle kavramsal sanatın ileriki evrelerinde ise nesnenin kendi özerkliğinden iyice bağımsızlaştırıldığını belirtmek gerekir. Bundan anlaşılması gereken; nesnenin yok oluşu değil, pop kültürün simülasyon evreni içinde onun yeni bir zihinsel boyuta geçmiş olduğudur. Bu nedenle, popüler kültürün her şeyi sıradanlaştırması, nesneyi de sıradanlaştırma rüzgarına çektiğinden, onu arkaik bağlarından koparmak ve sanatta zihinsel bir aktöre dönüştürmek kolaylaşmıştır. Popüler kültürün yayılma politikalarına entegre edilen medya ve kitle iletişim kanalları, nesnenin işlevsel ve duygusal bağlarından kopararak kullanılmasında önemli faktör olmuşken bir yandan nesneyi var etmeye de devam etmiştir. Sanat, bu varlığı eş zamanlı olarak kendi içine taşımakta, daha güçlü bir temsiliyet ögesi olarak kavramsal boyutta yaşatmaya devam etmektedir. Bu süreçler, nesneyi sanatta sadece bir yüzey ögesi olmaktan çıkararak, örneğin heykel disiplinlerinin yeni yorumları içinde öznel katkılar sunmaya adapte etmiştir.

Örneğin; 1970' li yıllardan sonra melez (hibrit) malzeme kullanımları, , resim ile heykel arasındaki mesafenin erimesine katkı sunmuşlardır. Bu bağlamda kavramsal sanat, bu erimeyi sağlayan sınırlar arası geçişi kaldırmış, yeni bir form üretme ihtiyacını yok sayarak, uygun bulduğu her nesneyi, uygun bulduğu her yerde ve sanatçının öngördüğü uygun dizgeler ile sergilemekten çekinmemiştir. Marcel Broodthors'ın kartal imgelemi (**Şekil 4. 4**) ile yaptığı düzenlemeler, resim ve heykel arasındaki sınırları kaldırmakta ve diğer yandan sanatın sonunun geldiğine ilişkin söylemler içermektedir.



Şekil 4. 4 Marcel Broodthers'in kartal imgelemi

<https://www.e-skop.com/skopbulten/marcel-broodthaers-modern-sanat-muzesi-kartallar-departmani/2522>

Donalt Judd'un, 'Untitled' (1986) adlı çalışmasında, gözenekli kağıt kutular ile yaptığı düzenlemeler, bilindik resim tekniklerinin dışında sanatın başka bir alana taşınıyor olduğunu gösterir niteliktedir. Öte yandan, video sanatı gibi nesnesiz deneyimler, nesnenin sanat için ne kadar gerekli olduğuna ilişkin sorgulamaları da beraberinde getirmektedir. Bu noktadan bakıldığında, sanatta nesnelerin kullanım ile başlayan “sanatın sonunun geldiğine” ilişkin iddiaların, nesnesiz üretilen dijital sanat gibi deneyimler için nasıl bir boyut kazanacağı da ayrı bir tartışma konusu olmaktadır. Diğer yandan popüler kültürün "gelip-geçicilik" mottosu altında, nesnenin yüceltildiği denemelerin de uzun süreli olamayacağını ve süreç içinde nesne üzerine başka anlam ve paradoksların yükleneceğine dair bir öngörü oluşturmak, giderek sanal evrende nesnesiz sanat süreçlerinin başlamasını anlamakta kolaylık sağlayabilir. Krauss'un, her şeyin buluntu obje ve nesnelere üzerinden imgelendirilmesi çabasının, estetik ile metalaşmanın çarpışması olarak görmesini de konuya dahil ettiğimizde, postmodern dönemin sanatta bir temsiliyet karmaşasına tanıklık ettiğini söyleyebiliriz. Reklamlar, iletişim teknolojileri ve dijital dünya tarafından sonsuz üretilen yeni kavramlar, bu karmaşanın daha da girift olmasına neden olmakta ve estetik özerkliğin (otonomi) kaçınılmaz olarak ve sürekli tartışma gündeminde kalmasını sağlamaktadır. Özellikle dijital teknolojinin açtığı yeni mecralar sayesinde, bazı sanatçılar da yeni deneyim

alanları bulmuşlardır. Bu arayışları, popüler kültürün genel geçer kabullerinin terk edilmeye başlandığına yormak, henüz erkendir. Yine de popüler kültürün dijital dünyaya entegrasyonunun güçlü etkilerinin oluştuğuna dair bir dizi fotoğrafı da açığa çıkarmaktadır.

Örneğin; Coleman ve Kentrige gibi sanatçılar, ışık, video, optik etkiler, el kamerası, ses, animasyon gibi teknolojinin verilerini ve sanat üretiminde söylem diline adapte edecek her türlü sanal pratiğini denemeye koyulmuşlardır. Buradan görülen panorama, postmodern nesneye ilişkin söylemlerin, yeni bir “post-mecra” durumuna doğru evirilmeye başladığıdır. Bu konuda Marcel Broodthars'ın çalışmaları, öncü olarak kabul edilebilir. Diğer yandan 1970 sonrası optik denemeler, sinema ve video teknolojilerinin gelişmesi ve ışık ve yansıma üzerinden söylem oluşturma eğilimlerinin artması sanatın, nesne ısrarından sıyrılarak, izleyici de dâhil, bir çok bileşenden oluşan mecrasal bir geleceğe doğru yol aldığına işaret etmektedir. Aynı zaman aralığında kavramsal sanatın düşünce sürecini yansıtan ileri düzey çalışmalar, nesnelere sadece son ürün haline getirirken sanatçı ile eserin fiziksel gelişimi arasındaki bağı giderek kaybolmasını da doğurmuştur. Bu uzaklaşma, nesne olarak sanatın, giderek nesnenin kutsallaştırılmasında anlam kaybına uğradığını göstermektedir. Nitekim kavramsalın üst seviye çalışmalarında, izleyicinin “ bilindik bir şeyler görme” eğilimini karşılayacak türden şeylerin olmayışı, nesnelere sanattan uzaklaştığı fikrini güçlendirmektedir. Kavramsal sanat ise, izleyiciden daha fazla zaman ayırarak, mekandaki kavramsal uzamı anlamaya çalışmalarını talep etmektedir. Onun izleyicide, nesneye dayalı basit bir anlam arayışını değil ayrıntıya dayalı eleştirel bir aklı öncelediğini söyleyebiliriz. Bazı güncel kavramsal işler, kurgu veya nesneye dayalı basit anlam yaratma yolunu denemişlerse de hala izleyicilerden, eserin görünüşlerine göre eleştiri almaya devam etmektedirler. Ancak Kavramsal sanatın bu sabit tavrına rağmen, yeni arayışların daha kapsamlı yapılmasından ve bir o kadar da eleştiriye açık olmasından sanatçıları alıkoymamaktadır. Kavramsal sanatın öncüsü kabul edilen M. Duchamp'ın, “fikrin estetikten önce olduğunu” vurgulamasına karşın, eleştirmen C. Greenberg'in, formun estetiğine içerikten daha önde bir değer atfetmesine benzer karşıtlıklar, postmodern dönemde de “nesneli-nesnesiz sanat” üzerinden kurulmuştur. Sosyal yaşam ve sanat bağlamında gelişen bu tip karşıtlıkların sürekli üremesi, pop kültürün yarattığı çelişkilerin, geleneksel ile olan savaşın ve değişimin sürekli devingen olma halinin bir yansıması olarak görebiliriz.

Kuramsal yaklaşımların, nesnesiz yeni denemeler ile öne çıkışına, Art&Language topluluğu ile tanık olunmaktadır. Bu yaklaşım, ikonik nesnelere birer işaret diline (semiosis) dönüştürerek, içerik veya anlam üretme hipotezine dayanmaktadır. Başlangıçta bu hipotezler, birer deneme niteliğinde de olsa, kavramsal sanat döneminin diğer sanatçılarından farklı kılan yönleri ile zenginleştirilmiştir. Nesnenin deneysel araştırmalardaki rolüne, Donald Judd'un 1967'de yaptığı; "Untitled" adını verdiği, 12 adet diktörgen metal prizma ünitesi ile yaptığı çalışma örnek verilebilir. Bu çalışma yeni bir nesne-heykel anlayışını sanata taşımaktadır. Art&Language grubunda yer alan; Terry Atkinson ve Michael Baldwin'in çalışmaları, kullanılan malzeme üzerinden bir söylem dilinin yaratılması ve biçimin dile çevrilmesinin ilk örnekleri sayılabilir. Bu tip deneyimlerin, örneğin, soyut dışavurumlara daha özgür bir alan açmakta olduğunu göstermektedir. Bu bakış açısı ile önceki sanat formlarının nesnelere "metalara" indirgediğini ifade eden J. Kosuth gibi sanatçılar, kavramsal sanat ile nesne ilişkisinde, estetiğin tamamlayıcı bir öğe olmadığını savunmuşlardır. Bu tip sanatçıların yaptığı deneyimler, nesneden bağımsız sadece içeriğe dayalı sanat üretmenin daha özgür olabileceğine vurgu yapmaktadır. Nesneden bağımsız deneyimler süreci, ikibinli yılların öncesi ve sonrasında, sanatta "nesnesizlik" kavramının ortaya atılmasına zemin hazırlamıştır.

Öte yandan özellikle bilgisayarın görsel yaratmadaki geniş olanaklarının sanatta nesnesizlik söylemini güçlendirmiş olduğu görülmektedir. Kabul edilmelidir ki; bilgisayar üzerinden yaratılan oluşumlar, bir sanat yapıtını üstün kılan; algı, duygu, zihin ve ruh bileşenlerini, ses, temas ve ışık etkisi ile izleyicide yeniden yaratmaya çalışmaktadır. Bu etkinin oluşumu, nesnesiz görsel yaratmaya olanak sağlayan; çoğaltma, fotoğraf, video, enstelasyon veya müzik gibi geleneksel formların dijital teknoloji ile işbirliğine dayanmaktadır. Öte yandan, yazılım, sanal gerçeklik ve network vb. sanatlar, diğerlerinden bağımsız bir oluşum içinde ayrı bir kulvardan hızla ilerlemektedir. Bu tip özgür arayışlar, sanatta nesnesizlik kavramının gündeme oturmasını anlamlı bulmamızı sağlamaktadır.

Sanatta nesnesizliğin kuramsal tartışmasına girmeden, postmodern süreçte, sanat nesnesinin fiziksel varlığı ile ilgilenmenin günümüzde eskisi kadar cazip gelmediğini söyleyebiliriz. Çünkü, hemen tüm güncel deneyimler, eserin arkasındaki fikrin üzerinde yoğunlaşma isteği ağırlıklı olarak ve dizginlemez bir coşku ile nesneden bağımsız bir dijital-sanal evrende yoğunlaşmış bulunmaktadır.

Sanatın nesne ile bağının zayıflama süreci, kavramsal sanattan önce aslen sürrealizm ve dadaizmle başladığı kabul edilmektedir. Postmodern zamanlarda ise nesne veya formun varlığı sanatta halen söz konusu olmasına rağmen, “önemsizliği” vurgulanmaya başlanmıştır. Çünkü, anlam veya söylem, sayı, fotoğraf, ses veya daha birçok nesnesiz yol ile ifade edilebilir hale geldiğinden, ortaya atılacak bir kuram, kendi başına sanatsal bir eylem olarak yeterli görülmektedir. Bu kabulleniş, izlenecek bir nesnenin olması gereğini de kendiliğinden ortadan kaldırmaktadır. Nesnenin sürrealizm ve dadaizmle başlayan yorumlanması, kavramsal sanatlarda nesnenin sanat için gereksizliğine kadar genişlemiştir.

1970 yılında, Ian Burn ve Mel Ramsden, son iki yıldaki 'kavramsal çalışmaların çoğunun sonucunun', nesnelere havasını dikkatlice temizlemek olduğunu söylemiş. Ursula Mayer, 'sanat nesnesinin ortadan kaldırılması' ve 'nesnenin nesnesizleştirilmesi'nden bahsetmiştir. Terry Cohn 'tarafsız bir bakış açısı' sunarken, Jack Burnham, yeni yeni nesnelere 'nesnesizler' demiştir. Bununla birlikte, bu eleştirmenler 'artık' maddilik ile ilgili ciddi tartışmalarda bulunamazlar. Bir sanat nesnesinin, kendi içinde, nesnel bir maddi boyutta, fevkalade bir boyut kazandığı inancına sahip görünüyorlar. Böylece, Kavramsal sanat'ın estetik bağlamında tartışılması için, yeni problemler ve olasılıklar ortaya konmaktadır. Bu, nesnesizliği bir reddetme olarak anlamak yerine, nesnel varlık ile olan bağlantısının ötesinde bir madde çokluğunun kapsamlı ve temel olarak yeniden düşünülmesi olarak anlaşılabilir. (Şahiner, 2020, s.59)

Popüler kültürün, her şeyi metalaştırarak “önemsizleştirilmesi” ve ticari bir çerçeve içine ele alması, sanatın da buna karşıt bir pozisyonda konumlanmasını doğurduğundan, nesnesizleştirme eğilimi, bu karşıt duruşun bir tepkisi olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle, nesnesiz sanat düşüncesi, ileri postmodern dönemin bir kimliği olarak öne çıkmaktadır. Nesne maddi niteliğinden sıyrılarak, fikir ve yeni kavramlar dünyasına taşınmaktadır. Kavramlaştırma kontrol, güç ve pop kültürün beslediği kapitalist ideallere karşı dururken, bir anlamda sosyo-politik bir tavrıdır. Çelişki gibi görünen durum ise sanatın nesneden bağımsız olma iddiası ile nesneyi tümüyle terk edememe kararsızlığıdır. Bu nedenle post modern dönemde, nesne ile nesnenin ötesine konumlanan fikir öbeğinin bir arada kurgulanmasından kaynaklanan doğal bir paradoks yaşandığı söylenebilir. Bu paradoksun varlığı bir bakıma üretken kabul edilebilir. Öyle ki, nesnenin kavramsal bir bağlama geçişte köprüsü gibi değerlendirilmesi, özellikle network sistemlere dayalı deneyimlerde, yaratıcı süreçlerin oluşmasına neden olmaktadır. Dijital dünya, sanatı bilgisayar programlarına taşırken, nesnenin bu yeni sanat arayışlarının dışında tutulması

sonucunu doğurmaktadır. Matthew Fuller, Georg Fleischman ve H. Übermorgen'in çalışmaları, bilgisayar potansiyellerine dayalı kavramsal arayışlara örnek verilebilir.

Nesneyi daha derinlikli ve özgür bir anlayışla deneyimleyebilmek için onu yok etmeyi dahi göze almanın zorunluluğuna dikkat çeken sanatçı G. Matta çalışmaları,, sanatın aslen bir süreç işi olduğuna gönderme yapmaktadır. Sanatın bir süreç işi olduğunu savunan diğer bir sanatçı ise Robert Simithson'dur. Bu deneyimler, nesnesiz sanat dünyasını, “sistem estetiği” veya “süreç estetiği” gibi yepyeni olgular ile tanıştırmaktadır. Süreç estetiği; aksiyon, etki ve üretim odaklı olarak tanımlanırken, sistem estetiği ise işlem, dolaşım ve gelişim odaklı olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda örneğin; sistem estetiğine, sanatçı Hans Haacken'in yaptığı; 'MoMA Oylaması' adlı çalışması örnek gösterilebilir. Bu çalışmada sanatçı, ABD'nin Hindişin konusundaki politikasına, müzeyi ziyaret edenlerce nasıl bakıldığına ilişkin bir deneysel uygulamayı gerçekleştirmektedir. Öyle ki, bu ve benzeri olguların ilk oluşumlarını, 1970 ve sonrasında sibernetiğin sanatsal uygulamaları ve içerikleri zenginleştirme avantajları sunan süreçlerinde aramak yerinde olacaktır. Devam eden zaman dilimlerinde postmodern sanatçılar, nesnenin teknolojik dönüşüme uyarlanmasında bir sınırlama getirmek yerine, dijitalin getirdiği kavramsal ve gösterge olanaklarını alabildiğine deneyimlemeyi tercih etmişlerdir. Onlar için siber ortam, gerçeğin araştırılmasının yeni platformu ve kavramlaştırma çabalarının yeni ve avantajlı ortamından ibarettir.

Kavramsal sanatın teknolojiye eklemlenmesi, gündelik hayat ile sanatın yakın temas içine girmesini de sağlamıştır. Bu entegrasyon, kimlik, politika ve sosyo-kültürel etkileşimler gibi olguların yeniden modellenmesini gerektirirken, bilgi toplumuna ilişkin popüler geçerlilikler, iletişim teknolojileri ve dijital evrenin vakum etkisi 21. yüzyılı tümüyle içine çekmeye devam etmektedir. Doğal olarak postmodern sanatların fiziksel evrenden sanal evrene geçişleri, beraberinde yeni güncel sorgulamaları doğurmuştur. Örneğin; dijitalin nesnesizlik ağında, sanat teknolojiye mi uyarlanmalıdır, teknoloji mi sanatın hizmetinde olmalıdır? Sorusu, güncele hakim tartışma başlıklarından birisidir. Her varsayımda sanal evrenin özne-nesne, nesne-kavram, öznellik-benzerlik, biricik olma-çoğaltma, sanat-uzam vb. karşılaştırmaların uzun bir süre daha canlı tutacağı söylenebilir. Buradan yapılacak çıkarım ise, nesnesiz bir ortamda “biçimsel” bir estetiğin ötesine geçilerek, “söylemsel” bir estetiğe doğru yol alınıyor olduğudur. Bilgisayarın ekran yüzeyleri dışında kentsel açık hava

evreninde ise mimari yüzeylerde uygulanmaya başlayan özellikle dev led ekranlar ve duvar yüzeylerine lazer yansıtımlar da nesnesiz bir sanat söylemlerini güçlendiren uygulamalardan olmuştur. Bu noktada, 1980 ve sonrası aydınlatmalı elektronik ekranlar (led) ,açık havada en tercih edilen sanat araçları haline gelmiş olsa da, başka farklı uygulamalar ile, örneğin; sokak afişleri, boyalı tabelalar, çeşitli kent mobilyaları, (duraklar, banklar), duvar resimleri (grafity) fotoğraflar, ses, video vb. araçlar, kent interlandına hâkim olmaya başladığından, bu mecralar da sanat-mesaj ilişkisi içinde geniş kitleler ile etkin bulaşmayı gerçekleştirilmektedir. Bu noktada Jenny Holzer'den söz etmek yerinde olur. Metin tabanlı ışık projeksiyonları, 1996'dan bu yana Holzer'in neo-kavramsal sanat pratiğini oluşturmaktadır. Sanatçının özellikle kamusalın büyük boyutlarına yansıttığı metinler ve fikirler, toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik koşullara getirdiği eleştirilerin, büyük kitlelerde etki ve bellek oluşturma eylemi biçimindedir. Ve giderek içinde gerilim, çatışma, çeşitli karşıtlıklar bulunan, metinlerini diğer mecralara da dağıtarak (T-shirtler, posterler vb.) faaliyet alanlarını ve kitleler ile kültürel temasını genişletmiştir. Holzer'in çalışmaları (Şekil 4. 5), ölüm, şiddet, trajedi, cinsiyet ayrımı, cinsel suçlar vb. kültürel olguları işlerken, materyal ile dili birleştirmekte ve kitleye ait olguları doğrudan kitlelerle buluşturma çabası içine girmektedir. Öte yandan onu led uygulamaları, büyük mimari yapılara yönelik yansıtımları (projeksiyonları) ve kullandığı ışıklı panoları ile yarattığı; adeta heykelsi denebilecek enstelasyonlar, nesnenin kütleli bir varlık olmak dışında ışıklı bir varlık da olabildiğini iddia eder niteliktedir.



Şekil 4. 5 Jenny Holzer. Londra Binasında Işık Projeksiyonu. 2006. Londra.

https://www.xwhos.com/person/jenny_holzer-whois.html

4.2.1 Yeni Pop Nesil Dijital Kültür ve Nesne

20. yüzyıl başları, gündelik yaşamın çatışmalarının yoğunlaştığı ve sembolik kod olarak nesnel bir dünya algısının yerleşmeye başladığı yıllar olarak tanımlanabilir. Bu dönem, pop dünyasının ve sermayenin bir kimlik olarak ortaya çıkışına şahitlik eden postmodern dönemin izlerini taşımaktadır. *Postmodern iddianın özü, tüketimin aşırı metalaşma kültürü dahilinde var olduğudur. Bu kültürde yenilik, güzellik ve statü tüketicilerin zihninde adeta ilahi bir niteliğe sahiptir ve kişisel kimliğin oluşumunda kilit rol oynar.* (Woodward, 2016, s.186)

Maddi kültür çatışmaları, statü kazanma tutkusunun, sosyo-psikolojik temellerine dayanmaktadır. İnsanın nesnelere üzerinden taktim edilme çağı, onların sahip oldukları kıyafetten, motorlu taşıtlara, cep telefonundan kişisel eşyalarına, çevresinden, yıllık gelirine kadar her şeyi değer kategorisi içine almış bulunmaktadır. Yeni nesil üniformaları ile dolaşan insanlar düşüncelere ve işlevselliğe göre değil çevre ile iletişim kurmayı sağlayan yeni maddi kültür yüklemeleri ile tanımlanmaktadır. Bu çatışmalar, yaşam tarzı, beğenilen ve tercihler üzerinde yoğunlaşmakta, işlevsellik yerini statü ve takdim olgusuna bırakmaktadır. Diğer yandan modern sonrası yaşam, toplumsal rol ve bir kimlik sorunsalı olarak kişinin kendisi hakkındaki kaygılarına dahil olmuştur. Bu kaygı temelde pop kültürün, medyanın ve 21. yüzyılın iletişim, var oluş ve sanal gerçeklik gibi paradigmaları, yaşama sahip olma, mensup olma, gösterdiği şey olma, farklı olma vb... duygular ile güdülenmektedir.

Kültür Endüstrisi, pop ve geçicilik nesnelere, büyük bir beceri ile insana değer ve cazibe vadeden sembollere dönüştürerek yeni bir estetik çağına "üst kültürü" adıyla yaşama geçirmiştir. Yakın on yıllık geçmişte "üstün nitelik" örneğinin; pahalı bir araca sahip olmanın karşılığı iken "şimdiki" birey retro tarzı bir kolyeyi, bir eğlence anını veya dâhil olduğu internet gruplarını kendisinin yaşam ve kimlik fotoğrafı olarak kodlamaktadır. Geçmişin toplumsal üstünlük argümanları, tekil düzeydeki kariyer ve itibar kavramları ile yer değiştirmiştir.

Yapı, düzenleme ve evrensel yaşam modelleri vurgusundan uzaklaşan bu yeni toplumsal oluşumların ve örüntülerin boyutlarına odaklanan James Côté geç modern toplumun bireylerden "kimlik sermayesi" biçimlerini geliştirmelerini ve uygulamalarını talep ettiğini söyler; "Bireylerin geç modern toplumun engellerinin yarattığı hileli geçitleri müzakere etmeye giriştiklerinde kullandıkları sermayedir" bu. (Woodward, 2016, s. 1)

Modern dünyanın gündelik yaşamın içinde bir ölçüde tanımlanabilen doğru bilginin, öznel gerçekliğin ve kentleşme bilincinin bütünüyle çözünerek, özensizleştirme, değersizleşme, edilgenleşme, doymak bilmez haz, indirgenme, sanal gerçeği kutsama, örgütlenmiş tüketim, yüceltilen yanılısma vb. kavramlar insan bilincinin altından yürütülen sistematik gizli senaryolara dönüşmüş görünmektedir. 20. yüzyılın kültürel referanslarında fay hatları değişmekte ve teknoloji, iletişim ve sanal gerçeklik üzerine kurulmaktadır. Bu üçlü, yeni insan ve yaşam biçimini belirlemekte, önüne gelen her değeri yıkararak yeni bir yaşam diji-kültür iklim yaratmaktadır. Neredeyse beş yılda bir yeni bir kuşak tanımlamasının olduğu bu süreçte, insanlara bireysel özgürlük alanlarını, verildiği söylemi, kadim kolektif deneyim alanlarını, yok etmekte, paylaşma kültürünün artık bundan sonra, nesnellik üzerinden yürütüleceğini haykırmaktadır. Ne var ki, bu sürecin nereye varacağı kaygısı bir yana, şimdiden değişimin kişiyi vakumlayan etkisi, “mekanik toplum” ve “sentetik insan” kurgusunun adım adım gerçekleştiği göstermektedir.

Dijital çağ olarak tanımlanan yeni bir uygarlık arenasına içine giren insan çok katmanlı bir yaşam alanına çekilmiş durumdadır. Tartışma aslen bu değildir. Tartışma, her değişim ve dönüşümde olduğu gibi önceki insan, önceki bilgi, önceki değer vb. kavramların, robotlaşan insanın veya insanlaşan robotların geleceğinde nasıl boyut alacağı konusudur. Robotların ilkel uygulamaları olan “*robo-sapientler*” tümel yaşamın sorgulanmasının ve insanın evrendeki yerine ilişkin gelecek kaygısının şimdiden yolunu açmış bulunmaktadır.

Dijital dünya her bireyin, her şeyini her yerde paylaşabilme platformu sağlarken, insanı tehlike ve konforu, sosyal ile a-sosyal, doğru bilgi ile manipülasyon vb. çatışmalar ile tanıştırmaktadır. Sayısı hızla artan bu çatışmalar teknolojinin getirdiği yarar-zarar tartışmalarının sıcaklığında devam etmektedir.

İletişim-bilişim teknolojisinin öncülüğü ve onun sağladığı erişim kolaylıkları kendi içerisinde kıvamlanan yeni bir çağ ve kültür yapısını oluşturmaktadır. Bu yapı, küreselleşme fikrine dahil olan “bilgi toplumu” tanımı ile yeni bir boyut kazanmaktadır. Alvin Toffler’in, “üçüncü dalga” dediği bu dijital süreçte bilgi, yaşamın merkezine oturmakta ve teknolojiden yararlanma olanağı, bu iletişim literatürünü kavramaya zorunlu kılmaktadır. Bu adaptasyon zorunluluğu toplumu kendi içinde dijital evrende yer alabilenler, dijital erişim alanında var olmayı, gerçekleştiremeyenler olmak üzere ikiye ayıran bir sosyolojik yapı üretmektedir. Çünkü, böylesine kendisine özel bir dönüşüm ve kendisine özel bir dijital bireyi,

kendisi ile kaçınılmaz olarak entegre olmaya koşullamaktadır. Diğer yandan bu değişimlere entegre olabilen bireylerin dijital çağda kalıcı olabilecekleri düşüncesi de toplumsal algıda iyiden iyiye kabullenilmiş görülmektedir ve giderek. Yeni nesil kavramı, “dijital dünya” kavramı ile özdeş bir algıya oturmuştur Romantizmin “yeni bir dünya mümkündür” adeta, “elektronik ruha” dönüşmüş olarak kendini evrimleştirmektedir. Yaşamın temel taşıyıcısı olan ekonomi, bilgiye dayalı yeni üretim biçimlerine doğru evrilirken; (e-ticaret bunlardan biridir), kolay erişim olanakları ile sosyal yaşam, “yükseltilmiş konforlar” ile tanışmaktadır. “Hiçbir yer ulaşılmaz değildir” söylemi, bilgi toplumunun mottosu olmuş ve “ihtiyaçlar sınırsız” söylemi de küresel ekonominin gerçekliğine dönüşmüştür. Bu dönüşüm bireyin kendisini gösterme eğilimine, varoluşunu ve yaratıcılık fırsatlarını değerlendirmeye yöneltmiştir.

Yalnızca bir sanatçı dış dünyada bulduğu malzemelerden bir heykel yaratabilir. Dijital yerliler, kendi “doğal habitatları” olarak medya manzaralarını, yaratıcılık, ifade ve ticaret için kaynak kabul etmektedirler. Kendini ifade etme ve sahiplik konularındaki dengeler gelecekte yasal tartışmalar açısından önemli hale gelecektir. (Karabulut, 2015, s. 11-23)

21. yüzyıl, bilginin sermaye kadar gerekli olacağını ve bilginin başına bir sermaye niteliğine dönüşeceğini ve ülkelerin enformatif dinamiklerin “dijital dünya” gezegenine taşındığını gerektiğini göstermektedir. Bugün gelinen yer ise insanlığın, bambaşka bir uygarlığa doğru dönüştüğünü işaret etmekte ve paranın simgesel üstünlüğü, bilginin gücüne doğru kaymaktadır. Örneğin, yapay zeka, insanın yerine düşünebilen, bilgiyi çoğaltabilen ve karar verebilen bir oluşuma doğru giderken, hayallerin sınırlarını zorlayan bir evren ütopyasının nasıl yavaş yavaş oluştuğuna şahit olunmaktadır. Yüz yüze iletişim yerini, dolayimli ve anlıksal dijital temaslarla farklı bir boyutta çoğaltmaktadır. İnsanın insanla diyalogu yerini, insan–yazılım arasında kurulan yeni iletişim dillerine, algoritmalarına bırakmaktadır. Üretim araçları küçülmekte, çalışma ortamları ve ofisler, cep telefonu boyutlarına indirgenmiş bulunmaktadır. Öte yandan toplumsal ve bireysel uzaklaşmalar ve aile yapılarında değişim süreçleri başlamış durumdadır. Örneğin; bir zamanların televizyonları için söylenen; insanlar arası diyalogu ortadan kaldırdığı inancı, şimdi her bir odaya giren bilgisayarlar ve kişiye özel tablet ve cep telefonları ile daha da derinleşmektedir. Diğer bir söyleyişle; iletişim olanakları arttıkça, aynı evdeki insanlar arasındaki sosyal mesafelerde giderek uzak ara açılmaktadır. Arkadaşlık, dostluk kavramları değişmekle birlikte, sanal tanıdıklar ve çevre potansiyelleri artmaktadır. Ancak görüne o ki;

bununla güçlü dostluk ve arkadaşlıkların yaratıldığını söylemek olanaklı değildir. Bu ve benzeri karşıtlıklar içinde dijital nesil, her toplumda aynı paradigmlar ile büyümektedir. Ülkeler, kentler ve hatta köyler seviyesinde farklı eğitim, kültür, tarıma bağlı ekonomi ve benzeri durumlar, dijital kabul ve adaptasyonu her toplum için farklı kılmaktadır.

En önemlisi de dijitalleşme süreci hızlandıkça özellikle bizim gibi gelişme sürecini genel düzeyde henüz tamamlayamamış toplumlarda bilgi gediği dediğimiz şey çok daha genişleyecektir. Toplumun bir kısmı kent ortamında söz konusu teknolojilere kolayca erişirken bir diğer kısmı hala sanayi döneminin, hatta feodal dönemin koşulları içerisinde yaşamaya devam ediyorsa, bu çok büyük bir sorundur ve çözümü için derhal önlem alınması gerekmektedir. (Güngör, 2018, s. 150)

Ancak her birey ortak bir sistemin içine dâhil olduğundan, seçenek ve özgürlük, simülasyonların hegemonyasına girmiş bulunmaktadır. Teknolojinin determinasyonu, insanı nesnel bir figür olarak ele almakta ve onu teknoloji bağımlılığına doğru çekmektedir. Nesneyi sanata dönüştüren süreçleri, şimdi insanı nesneye dönüştüren süreçlere evrilmiş durumdadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasından sonra bireylerin ortaya koydukları yeni kimlik biçimleri, kolektif toplumsal hareketleri yapısal bir değişime uğratarken, bir yandan da yeni bir aktivist karakteri örneği sergilemektedir. Bu yeni karakter, toplumsal hareketlerin yeni medya ortamlarına taşınmasıyla, toplumsal özne anlayışını yapısal değişime uğratarak Niedzwiecki'nin ifadesiyle "ben özelim" algısıyla yeni bir özne oluşturmaktadır. (Eyüpoğlu, 2017, s. 107)

Dijital evren, kişinin ve toplumların kararlarını, düşüncelerini, eylemlerini ve öznel-etik değerlerini adeta silbaştan değiştirme potansiyeli taşıdığından, popüler kültürden ticarete, gündelik yaşamdan, ülkelerin varlık nedenine kadar, hemen her şeyi dönüştürecek bir uzaya doğru genişlemektedir. Bir benzetme yapmak gerekirse Fütürizmin "mekanik hızı" yücelten yaklaşımı dijital çağın iletişim ve varoluş uzamında ağlar arasında anlık dolaşıma ve hologram görüntü transferine kadar büyüyen bir "ışık hızı" geleceğine doğru evrilmiş durumdadır.

Görünen o dur ki, dijital uygarlık içsel paradoksları ve sancıları ile birlikte doğmaktadır. Somut gerçeklik sanal gerçekliğe, nesne ise tüm varlığını insanın yeni bir everende varoluş çabasına devretmiş görünmektedir. Dijital kültür bu durumu kabullenen bir nesil üzerinden beslenmeye devam etmektedir. Dijital çağın kuramları, gerçeklik ve dışındaki dijital evrene ait, nasıl tanımlanmaktadırlar? 21. yüzyıl

biçimciliğinin ve insan-nesne örneklendirilmelerin çoğalmasi ile felsefi tanımlara gerek kalmaksızın yakın gelecekte göreceğimizi söyleyebiliriz.

4.2.2 Çağdaş Sanat Sürecinde Yozlaşma, Dağılma, Taklit ve Bozmacılık

Çağdaş karmaşa ve değer bilgisini yeniden kurgulama girişimleri; özne ve öznellik arasındaki bağların geleneksel çağrışımları yerine, dönemsel olarak yeniden üretilen yaklaşımları doğurmuştur. Geleneksel olana getirilen her yeni yaklaşım geleneksel söylemi gündemde tutarken, aynı zamanda yeni tartışmalara da bir anlamda kapı açmaktadır.

21. yüzyıla geçiş sürecinde yer alan avangard, dadaizm gibi hareketler ve fluxus gibi akımlar, yerleşik kültür ile hesaplaşması ve özellikle her şeyi olumsuzlaştırma takıntısı, yerleşik olan her bilginin güncel iddialar ile karşılaştırmaya itmiştir. Modern tüketim kültürünün 1960'lardan sonra toplumlara iyice nüfuz etmeye başlaması, değer ve gerçekçilik kavramlarına yeni öneriler getirilmesine neden olmuştur. Örneğin; pop sanatın ve Kavramsal sanatın bazı niteliklerini barındıran ve atık malzemeler ile her türlü nesneyi (buluntu nesnelere) kullanan "yeni gerçekçilik" akımı, modern yaşamın tersine bir yaşam şekli önermektedir.

Yeni gerçekçiliğın manifestosunu yazan Fransız sanat eleştirmeni Pierre Restany' e (1930-2003) göre; "Tüm dillerin ve üslupların tükendiği bir nokta" söz konusudur. Yeni gerçekçilik ise "artık çoktan miadını doldurmuş olan resim ve heykel alanında yeni bir formül değildir." "peki biz ne öneriyoruz?" diye sorar. Restany şöyle yanıtlar; "gerçeğin kavramsal düşsel bir prizmadan geçirilmiş bir yansıması değil, ta kendisinin algılanmasının o tutku dolu macerasın". (Antmen, 2017, s. 175)

Reddeden ve yıkıcı önerilerin tümü, bir yandan çelişkileri yeni yüzyıla taşıırken, diğer yandan günümüz ile kategorik tanımlamalar arasındaki mesafelerin giderek açılmasının alt yapısını oluşturmuşlardır. Dijital çağ olarak tanımlanan sanal evren sistemi, bireyseliçiliğın yükseltirken ortamlardan kendi payına düşen her şeyi yapmaktadır. Düzen ve tutarlılık kavramının karşısında, yozlaşma, değersizleştirme ve taklit gibi olguların önü alınamaz bir biçimde yaşamda yer tutmasına şahit olunmaktadır. Zamanın ilerleyişine eklemlenen bu değerler, 21. Yüzyıl sanat deneyimlerinin kabulleniş testinden geçerken, sanattı da geçmişi ile karşı karşıya getirmiş durumdadır. Reddetme yerine kabulleniş geleneksel imgeleri kabulden çok varlığını reddetmeden ve ancak yeniden kurgulamak biçiminde algılanmaktadır.

Marina Abramovic, Cindy Sherman gibi sanatçılar alternatif kurguları ile öner çıkarken, kabulleniş ve “sentezcilik” yaklaşımı yeni bir sanatsal dürtü olarak görünse de bir “şeyin” in başka bir yöntemle dünyasındaki “şeye” taşınıyor olduğuna işaret etmesi bakımından önemli bir dönüşümdür. Örneğin; Eğretileme dili “metafor” sanatın etkilemek ve mesaj iletmek amacına yönelik bir yöntem olarak kullanılırken “şey” lerin taşınması, bozmacılık ve değersizleştirmeyi sanatın deneyim alanına taşımıştır. Metafor dili doğru kullanılmadığında ise “benzetme” (simile), ... “gibi”... “miş gibi” algılara dayanan uygulamalar, onların sanatsal karşılığını sürekli tartışma alanında tutmaya devam edeceği görünmektedir.

Eğretileme, benzetmenin daha üstünde bir kavramdır. Eğretileme sadece bir şeyi başka bir şeye benzetmek değil, benzetilen şeyin yapısal özelliklerinden anlamsal ifadesinden yararlanarak ve kendi bünyesine katarak anlamını güçlendirme yoludur. (Önan, 2021, s. 480-488)

Benzetme, taşıma, sentezleme ve eğretileme gibi yapılar gerçek anlam ve dayanaklarını kaybettiklerinde yozlaşma veya taklit gibi başka eğilimlerin yolu açılmaktadır. Örneğin *kitsch*, bunlardan biridir. Eşdeğer olmayan bir şeyin diğeri ile aynı düzleme taşınma çabası olarak niteleyebileceğimiz *kitsch* uygulamaları, aslen kendine özel, insanın güç ile var olma arayışının bir yansımasıdır. Değer bilgisi üretmeyen popüler kültürün, “benzeştirme” olgusunu etik normlara dahil etmesi ile *kitsch*, sanatın sürekliliği ve gölgesi altında varlığını sürdürebilmektedir. İçerik ve sanatsal pratikleri bakımından bir “eşdeğer olma” arayışı olan *kitsch*, sanatsal olana karşı değil ona eklenme çabası olarak nitelense de “sanatın sonunun geldiği, sanatın herkes için, her estetik alan için ve her kültürel düzey için” olabileceğini seslendirilen iddia sahiplerinin iddiaların ve kurumların desteğini kazanmış görünmektedir.

(...) Quinn ilham kaynaklarının İtalyan Rönesans Sanatçıları olduğunu söylese de, yapıtının Bağdat’taki zafer takı “Qadisiyah Kılıçları” ile taşıdığı görsel benzerlik gözden kaçmaz, el figürleri, figürlerin yay biçiminde yerleşimi ve yücelik duygusunun açığa çıkmasını sağlayan büyük boyut. Zafer takımın *kitsch* olduğu konusunda hemen herkes hemfikirdir. Bu konuda bir tartışma yoktur. (Alioğlu, 2019, s. 95)

Bir anlamda güncel dile yerleşmiş bulunan “zevkler ve renkle tartışılmaz” söylemini dünyada gövde gösterisi haline getirmiş olan *kitsch*, ülkemizde de varlık göstermektedir. Pera Müzesi’nde Şubat 2021’de açılan ABD, Brezilya, Fransa, Rusya gibi ülkelerden katılan 13 sanatçının, “zevk meselesi” başlıklı sergisi bütünü ile *kitsch* işleri içermektedir. Ucuz, alt kültür ve taklit anlamları ile yüklü *kitsch*, özü nedeniyle

farklı zamanlarda farklı anlamlara bürünebilmektedir. *Kitsch*'in zamana ve sanata eklenerek var olabilme çabası, onun dağılma süreçlerini de beraberinde getirmektedir. *Kitsch* değer bilgisini kendi dünyasında yeniden biçimlendirirken avangardın reddediş söyleminden destek aldığıda bazı eleştirmenler tarafından ifade edilmektedir. Ancak bölüm başlığımızın özü, bu ilişkiye değil, bozulmanın veya dağılmanın birbirine destek üreten bu gibi süreçlerin sonucu olduğuna işaret etmemizi söylemektedir. Özellikle “değersizleştirme” kavramı postmodernin meta kültüründen türeyerek insanı, toplumu, estetiğin yüzyıllara dayalı anlamlarını yeniden ele almaya zorlayan; hâkimiyetini kurmuş görünmektedir. Öyle ki değersizleştirme geçicilik olgusunu geçicilik olgusu ise kullan at kültürünü olumlayarak, bireyin ve kitlelerin gündelik hayatının ve başka başka kültür standartlarının oluşmasında etken olmaktadır. Süreçlere bakıldığında gelenekler geçmişten şu ana kadar devingen bir olgu olarak var olmaya devam etmekle birlikte, olmakla birlikte “şimdi” nin geçmiş ile ayrışan yönleri, gelecek uzamda onları da birer geleneğe dönüşebilirler. Bu nedenle şu soru akla gelmektedir. Yeniden üretim ve yeni değer yüklemelerin kalıcılığı pop sanatın konserve kutuları veya yeni türetilen Postmodern nesnelere imgeler, 21. yüzyılda ne ölçüde geleceğe taşınabilecektir? Bu soruya yanıt; bozmaya, taklide veya değersizleştirmeye dönük çabaların, sanat adına yeni deneyimler olduğu söylene de arayışların insanın öznel varoluş üzerinde tutunacağı şüphelidir. Konu, Çağdaş Sanat arenasına çekildiğinde ise özgürleşmenin yeni adımları olarak değerlendirilen bu olgular, insan-yaşam-sanat düzleminde var olmayan ve yerini aramaya devam ettiği söylenebilir.

Çağdaş Sanat, taklidi ve bozulmayı reddeden yeni nesne ve imgeleri üretirken bozmacılık yöntemini de kullanması, izleyicide mesajı algılama zorluğu doğurmakta, eserin kolay anlaşılabilir olma beklentilerini zorlamaktadır. Doğaldır ki, dijital çağ insanın bilgi, etik ve varoluş anlamlarını yeniden masaya yatırmış ona başka ve bir deneyim alanı açmıştır. Artık yeni roller vardır ve gerçeklik ile insana sunulan şeyin yeni gerçeklik olarak kabul edilmesi arasındaki bağı bilgi oluşturma stratejileri belirlemektedir. O nedenle aldatma, bir değer konusu değil, günlük hayatın olağan rutinine dönüşürken, taklit edimi ise vicdan duygusundan bağımsız sanata bir çeşni katmak veya mesaj iletmenin başka bir yolu olarak kabul görmektedir.

“Zamanın ruhu” -Hegel’in Zeitgeist dediği- nedir? Yalın bir dille söylersem, bu, bir çağda olan bitenlerde etkili olan ve onlarda yansıyan ana anlayışların, belirli bir çağı karakterize eden fikirlerin -bu arada da moda fikirlerin - bütünüdür dile getiren bir terimdir. ... yani “zamanın ruhu” insan olmayla pek

bağdaşmayan fikirler de olabilir. Bana sorarsanız, çoğu zaman da böyle oluyor. Fikirlerin özelliğine bakmak gerekir. (Aydeniz, 2021, s. 5,6)

Çağdaş zamanlar bozulma, taklit ve değersizleştirmeye giden süreçleri bilgi üretiminin sürece dâhil olması ile oldukça girift bir hale getirmiştir. Bu girift yapı özellikle Çağdaş Sanat içinde örgülenmeye çalışsa dahi, onun üzerinden varlığını devam ettirmekten öteye yaratma edimine bir katkı sağlamadığını görmek gerekir. Çünkü 21. yüzyıl insanının özgürleşirken aynı anda onu yalnızlaşan sentetik bir karaktere doğru dönüştürürken Çağdaş Sanat, bozulma ve bu bağlamda oluşan sosyolojik değişimleri sanat ve bireyin sorgulama bilincine bir katkı olarak nasıl kazandırıyor henüz net değildir.

Öyle görünüyor ki; “çağdaş” kavramı düpedüz nafile boş bir kavramdır; aslına bakarsanız, “Çağdaş Sanat” kavramının meşru bir teori geliştirme niyetinden de ziyade bir ikileme bulama ihtiyacının sonucu olarak sanatta bu kadar merkezi hale gelmiş olabileceğinden pek haksız sayılmayız. (...)”Çağdaş’ta “yeni”nin kuşattığı -değişime ve mümkün alternatiflere ilişkin- ütopyacı beklentinin esamisi okunmaz. “Çağdaş Sanat” kavramının dışı dokunur bir içeriği olmadığının en iyi göstergesi, her türlü pratik ayarlamaya açık olmasıdır”. (Artun, 2014, s. 7,8)

Çağdaş sanat, kendi söylemlerini “kronolojik bir kabulleniş ile” , çağdaş ufku olan fikirler olarak görmesi, bir yana onun kültürel bozulma ve “gerçeğin” değerine yabancılaştırma süreçlerine katkı sunması “Çağdaş” teriminin, anlam sorunsalını açığa çıkarmaktadır. Buna rağmen Çağdaş Sanatın küresel bir sanat olma iddiası bu nedenle sıradışı görünsede onun toplumsal-millî-etnik değerlerde, sınırları görmezden gelen ve her şeyi birbiri içine örüntüleyen duruşu, müzayede, galeriler, koleksiyonerler ve sanat borsasının beklentilerini arkasına almış olarak, yatay bir obezlikle genişlemeye devam ettiğini söyleyebiliriz. Bu obezlik, ne bulursa yiyen bir insan metaforunu yansıtmaktadır. Tam da bu nedenle siyasal ve düşünsel boyuttaki tüm kültürel alıntıların onda yer bulması anlam kazanır. Diğer bir çıkarsama da Çağdaş Sanatın bozulma, taklit ve değersizleştirme gibi etik söylemleri belirsiz bir çerçevede tutma eğilimidir. Mevcut ile yetinmeyi, şimdi ve burada olanla anlaşmayı daha elverişli bulan Çağdaş Sanat, değersizleştirme, bozmacılık veya geleceğin değer bilgileri ile ilişki kurması veya çözümsel perspektife sahip olması beklenemez. Ona göre bozulma da, değersizleşme de bugünün gerçeğidir. Neden bozuluyor? Bu soruya Çağdaş Sanatın vereceği bir cevap olabilir ancak önemli olan bozulmanın nedeni değil onun rasyonel kapasitesidir. Bu nedenle Çağdaş Sanatın bu tip sorulara mesafeli duruşunu

ve değer erozyonu, taklit veya bozmacılık gibi oluşumlara yanıtız kalışını anlayabiliriz.

4.2.3 Kapitalizmin İcatları ve Kullan–At Kültürü

Modern yaşam seçenekleri, pop sunumlar, yeni kimlik, sınıf ve değer tanımlamaları, kültür endüstrisi, çatışma ve kaos, kapitalizmin perspektifini belirleyen onun karakteristik özellikleridir. 19. yüzyıl, değişen dünyanın modernizm geleneksel ile her alanda tartışmaya girdiği bir yüzyıl olmuştur. İdeal olana dönüşüm, ülkelerin aydınlatma süreçleri yüklenen birey kavramını uygar bir çizgiye doğru olgunlaştır da tarihsel süreçler ve sosyo-kültürel etkiler, sanayi, teknoloji, kentleşme ve tüketim olguları umulan yönde uygarlaşma yaratmamıştır Öyle ki, ekonomik, kültürel ve siyasal alanda ki olgular, öncelikle bireyin gelecekte daha iyi ve daha özgür olacağı inancını vaadediyordu. Ancak ve giderek özgür birey yerine, indirgenmiş birey olgusu, günümüzde 21. yüzyıl sosyolojisinin temel sorunsalı haline gelmiştir.

Modernizm, kapitalizm, kentleşme ve tüketim gibi olguların yüklemi, bireyin tüm inanç ve kolektif yaşam deneyimlerini değiştirdiğini söyleyebiliriz. Nüfus arttıkça insan daha da yalnızlaşmaktadır. Sosyal çatışmaların oluşumu, tüketim olgusunun topluma daha derin yerleşmesini doğurmakta ve birey bir eşya/nesne statüsüne doğru biçimlendirilmektedir.

Kapitalizm, sadece bireyin değer ve algılama dünyasını yeniden biçimlendirmekle yetinmemektedir. Algının oluşumuna destek verecek tüm sosyal ve ekonomik dinamikleri organize ederek, bireyde “duyarsızlık” oluşturmanın peşinden gitmektedir. Duyarsızlık oluşturma, kişiyi metalaşmaya götüren ereklar için ideal bir yöntemdir. Örneğin kentlerin metropollere evirildiği kalablık ortamlarda sık sık değişen yaşam parametreleri, kişinin olup bitene karşı duyarsızlığını güdülemektedir. O nedenle günlük yaşamın parametreleri sıklıkla değiştirilmektedir. Bu durum bir anlamda psikolojinin, "sık aralıklarla tekrarlanan değişimler, bireylerin ilgi alanından ve odaklanma isteğinden uzaklaşmasını sağlar " söyleminin, yaşama uyarlanmış biçimidir. Bu nedenle insan, çevresine ve kendine ilişkin konulara duyarsızlaşması kaçınılmaz olmaktadır.

“George Simmel’in “Modern Kültürde Çatışma” adlı eserinde söz ettiği gibi, metropol insanında kendini dışarıya kapatma eğilimi, yalnızlaştırma ve duyarsızlaştırma

oluşturmaktadır. Duyarsızlaşan kitleler, kapitalizmin istediği ideal sosyolojik iklimi oluşturmaya hizmet eder hale gelmektedir.

Dijital teknoloji, “e-sosyal” bireyler yaratırken diğer taraftan “a-sosyal” bireyler toplumunu adım adım oluşturmaya devam etmektedir. Psikolojinin verileri kapitalizmin erekleri için kullanılabilir yöntemlere dönüştürürken özellikle Pop Kültürün iletişim teknolojileri ile sınırların yok edilmesine fırsat yakalaması, bireylerde kendini güvende hissetmeme psikozunu hızlandırmaktadır.

Duygusal mesafe ve kendini dışarıya kapatma gibi eylemler içsel güvenliğin sağlandığı düşüncesiyle kendini gösterirken; özellikle metropolün simgesi haline gelen güvenli sitelerde dışarıya karşı güvenliğimizi sağladığı düşüncesiyle gün geçtikçe çoğalmaktadır.(Dinçer, 2021, s. 572)

Güvensizlik, duyarsızlık ve kentsel devrimin zorlu yaşam koşullarının gerilimi, 21. yüzyılın kültürünü, eskisinden tümüyle ayırıştırarak, kendi içinde de çatışmalı bir sürece doğru götürmüştür.

Kentleşme sorunları ve kapitalizmin bireyin yaşamına sunduğu modeller ve kurduğu hegemonik temaslar Çağdaş Sanatın radarına 21.yüzyıl ile girmiş bulunmaktadır. Dönemin özellikle, savaş, özgürlükler, cinsiyet, kimlik sorunsalları, sorunsalı, toplumsal bilinç gibi olgular, sanat penceresinden izleyiciye yansıtılmaktadır.

Çağdaş Sanatta kentleşme konusuna bir diğer yaklaşım örneği olarak Çinli performans ve fotoğraf sanatçısı Liu Bolin’in eserleri gösterilebilir. Sanatçının çalışmaları kent içinde saklanma ve kamufler eylemleri üzerine şekillenmektedir. (...) Bolin çalışmalarında kent olgusunu ekonomi, siyasi ve toplumsal sorunlar çerçevesinde eleştirel bir yaklaşımla ele almaktadır. En iyi bilinen projeleri arasında “Şehirde Saklanma” serisi 2005 yılında performans sanatı olarak başlayan bir seri fotoğraf yerleştirmedir.(Dinçer, 2021, s. 573)

Günümüzde kapitalizmin, hava kirliliği, doğanın ve canlı türlerinin yok olması gibi yaşam alanlarında yarattığı tahrip edici sonuçlar ve doğan karmaşa, dizginlenemez biçimde devam etmektedir. Öyle ki, görkemi ile geleceği söylenen kapitalist uygarlık, her şeyi yıkarak ve bozarak toplumsal ve kültürel karmaşayı üretmeye devam etmektedir. Modernizmin , "özgürleşme" iddiası, burjuvazinin ve pop kültürün ters yöndeki amaçları ile "güdülen insanı" yaratmaktadır.. Kapitalizm, Pop kültür eliyle bireyleri rollere indirgeyen ve " seçenek özgürlüktür” söylemi ile onu tüketmeye ve kitleleri güdülenmeye açık hale getiren yöntemleri, 21.yy’ın dünyasına yerleşmiş görülmektedir. Liu Bolin, ‘Hidding In The City’ (Şekil 4.2) ve ‘The Winter

Solstice” isimli çalışmalarında, insanın içinde yaşadığı çağda kayboluşuna ve doğan nasıl tahrip edildiğine işaret edilmektedir.

İnsanın Pop Kültür kuşatması altında güdülenen bilinci, yaygın bir tüketme eğilimine dönüşürken, nesnelere üzerinden mutluluk yaşamayı kabullenmiş görünmektedir. Çünkü; popüler kültür, insan ruhunu kendi pazarlama amaçlarına çekmiş durumdadır.

Nesnelerin, tüketme arzusunda doymayan bir haz yaratabileceği (Hedonizm), hemen her şeyi, kişinin temel ihtiyacı gibi gösteren bir algıyı sağlayabileceği düşüncesi, kapitalizmin yöntemlerinden birisidir. Bu nedenle tüketme hazzı ve toplumsal statü arayışı, herkesi kendine çekmektedir. “Limitsiz Harcama” cümlesi çağın alışveriş literatüründeki değişmez yerini almıştır. “3 alana 1 bedava” kampanyaları, hediye çekleri, satın alınan malın iadesi ve değiştirme olanakları, online sipariş, kredi kartı ile ve taksitli ödeme olanakları, “şimdi al, sonra öde” vb. yığınlarca uyuşturucu reçeteler, kitleleri peşinden koşturmaya devam etmektedir. Kapitalizmin Pop kültür aracılığıyla sunduğu bu ve benzeri reçetelerin onlarcasını söyleyebilmek olasıdır.

Her gerilim kendi diyalektiğini yaratır. Piyasa toplumsal yapıyla kültürün kesitiği yer olduğundan, son elli yılda olan şey, ekonominin kültürün gösterdiği yaşam tarzlarını üretmeye yönelmiş olmasıdır. Yani sadece alanlar arasında bir çelişki olduğu gibi, o gerilim ekonomik alanın kendisi içinde de başka bir çelişki yarattı. Kapitalist girişim dünyasında, üretim ve örgütlenme sahalarındaki göstermelik ahlak yine de çalışma, ertelenen tatmin, mesleki yönelim, işe bağlılık ahlakıdır. Fakat pazarlama kısmında, cilalı ihtişam ve seks imgeleriyle paketlenen metaların satışı, arzunun yüz hatlarının şehvetli bir tatminini vaat eden hazcı bir yaşam tarzını besliyor. (Harrison, Wood, 2015, s. 1174)

İnsanların sürekli arzu etmeleri kapitalist tüketim süreçlerinin kesintisiz ve artarak devam etmesi isteğini garantilenmiş olmaktadır. Tatmin üzerinden satın alınan her şey, kısa süreli kullanıldıktan sonra cazibesini kaybetmektedir. Tüketmenin atık üreten sonuçlarına bakıldığında, kısa süreli kullanıma girmiş ve sonra atılmış nesnelere dünyası ile karşılaşmaktayız. Diego Bianchi’nin 2015 yılında yaptığı “Atık Üstüne Atık” adlı sergisi tümüyle atık malzemelerden oluşturulmuş, "kullandıktan sonra at" kültürüne dikkat çekmektedir. Sanatçının 13. İstanbul Bienalindeki “ya pazar ya ölüm” çalışması, (Şekil 4. 7) insanın tüketme bağımlılığını, gerçekte bireyleri yok oluşa doğru nasıl savrulduğunu göstermesi bakımından dikkate değerdir.



Şekil 4. 6 Liu Bolin. Şehirde Saklanma-Su Krizi. 2013

<https://terremoto.mx/en/online/diego-bianchi/>



Şekil 4. 7 Diego Bianchi. Atık Üstüne Atık (detay). 2015. Enstalasyon. Pérez Sanat Müzesi, Miami.

<https://terremoto.mx/en/online/diego-bianchi/>

Kapitalizmin ruhu, ticaretin ve kazancın nasıl sağlanacağına yönelik akıl oyunları ile örülüdür. Tüketici oluşturmak, onların sadakatli bağımlılıklarını sağlamak ve rakiplerini de yok etmek amacını önceleyen bir dünya görüşüne bağlıdır. Kapitalist bir kafa için bir mesleğin karakteristik ve etik görüşleri değil, daima kazanç odaklı girişimcilik önemlidir. Psikolojiyi kollanmak, sosyo-kültürel çatışmalardan fırsat üretmek ve matematik bu kafadaki ereklerin temel yöntemleri olarak uygulanmaktadır. Örneğin " kar hedefi" koymak, toplumsal literatüre bu ve benzeri yöntemler sayesinde girmiştir. Hedeflere ulaşmak için örneğin; konjonktüre bağlı hareket eden "kapitalist kafa", kişinin tüm yaşam alanlarına ve düşünce dünyasına girebilmek için tüm güncel ve pop dinamikleri takip etmektedir. insan bireysel varlığı ile bu amaçlara hizmet eden bir nesnedir ve sadece bu nedenle önemli bir varlıktır. Şu soruyu sordüğümüzde kapitalist yöntemlerin ve popüler kültür ereklerinin insanı nereye doğru sürüklediğini daha net anlayabiliriz; Neden sürekli tüketmeden olamıyor?

Pet şişe, kâğıt bardak, kâğıt havlular, poşet torba, ıslak mendil vb. nesnelere üzerinden simgeleştirilen "kullan-at" kavramının, kişiler arasındaki ilişkilere de yansıdığını görmek zor değildir. Başka kişinin varlığı, kişinin işine yaradığı sürece önemlidir. Kişinin diğeri ile "iş" bittiği zaman, o kişi de kullanılıp atılacak bir nesneye dönüşmüş olmaktadır. Modern toplumun kültürel deformasyonlarına örneklerden biri sayılabilecek bu durum, insanı da kısa ömürlü tüketim ürünleri kategorisine dâhil etmektedir. Ayrıca kısa ömürlü ürünlerin hemen çöpe dönüşmesi, günümüzün büyük küresel çevre sorunlarını artırmaya devam etmektedir. Diğer yandan dayanıklı tüketim ürünleri dâhil çok sayıda ürün, cihaz ve teknolojik ekipmanlar amaçlı olarak kısa ömürlü olarak üretilmektedir. Uzun süre dayanımlı ürünler ise "modası geçti" yargılaması ile önemsizleştirilmektedir. Nitekim bu yargının oluşturulması da Pop Kültür motivasyonlarından birisidir. Buna neden olarak, üretimin talepten fazla olmasına gerekçe gösterilse de sürekli tüketmeyi güdüleyen pazarlama stratejileri, talebin ve üretimin doğal akışına bağlılığını çoktan terk etmiş durumdadır. Çünkü; Kapitalizm, talep oluşmasını beklemez, talebi bizatihi kendi yaratır. Kapitalizmin mutlu yaşam vaatleri, insanın özgürlüğü üzerine inşa edilirken beraberinde getirdiği kültürel yozlaşma, çevre ve enerji sorunlarının hızla artışı gibi yığınlarca sorunlar bireyin ve kitlelerin çaresizliğini de çoğaltmaktadır. 21. yüzyılın bireyi, sürekli tüketirken aynı zamanda kendini de tüketen bir tür olarak, Modernlik ve Pop söylemler içinde hızla silinmektedir. Belki de Kapitalizmin gerçek muradı buradan sonra başlayacaktır.

4.2.4 Nesne ve Pop Kültür Profiline Etik

İletişim ve bilgi iletişim çağında insanların nasıl davranması ve yaşaması gerektiği konuları, çoğunlukla özü ve içeriğinden bağımsız olarak yeni tanımlar ile kodlanmaktadır. Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, etik yapıların oluşmasında ve toplumsal kültürün içerisinde yer bulunmasında etkindir. Öte yandan etik, insanın bilinç düzeyi ve davranışları üzerinde belirleyici ve yol gösterici niteliği ile yaşamın her alanı ile bağlantılıdır. Kendini yenileyebilen, değişken ve dinamik bir yapı göstermekte ve insanın düşünceleri ile sosyal yaşam arasında denge ve ölçüme referansı olarak görev yapmaktadır. Yerel olmaktan öte evrensel değerler üzerinden düşünce üretmeye yöneliktir. *“Toplumsal yaşamda ahlâk, daha çok töre anlamında tutum ve davranışları ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Etik ise bir sürecin ve nasıl sorusunun anlatımıdır. Bir başka ifadeyle; etik usul veya biçim, ahlâk ise esas ya da içerik ile ilgilenmektedir.”* (Mahmutoğlu, 2009, s. 227)

Doğruluk vicdan sorumluluk vb. olguların evrensel ortak tanımları, yerel düzeyde farklı sonuçlara karşılık gelmektedir. Bu bağlamda ahlak, ortak değerlerin farklı kültürlerin yerel kabullerine ve algılarına bağlı olarak şekillenmektedir. Etik kavramı ise bilimsel düşünce disiplini içerisinde felsefenin insanın varoluşuna ilişkin evrensel ortak değerlere ilişkindir.

Modernitenin ve bilgi çağının birbirini çoğalttığı; 21. yüzyılın bu zaman diliminde, yerleşik etik normlarının hızlı değişimine şahit olunmaktadır. Bilim ve teknolojiadaki gelişmeler, insanın gelecekteki etik normları yeniden dizayn etmekte, iyi-kötü, doğru-yanlış vb. karşıtlıkların, değişir-değişmez olguların ve başkaca bir çok değer kavramlarının irdelenmesine yönelmektedir. Toplumların birbirlerine göre ayrışan demografik normları, çağın iletişim-bilişim süreçlerinde, yeni eklemler kazanmaktadır. İletişim teknolojisinin "bireysel" alanları genişletmesi ile, kolektif kararların ve toplumsal duyarlılığın önemi, bireysel beklentilerin gerisine düşmektedir. Bireysel istemleri oluşturan alanlar ise bireyin özgür iradesi dışındaki motivasyonlarla sürekli yönlendirilmektedir. Örneğin; "kötülük" kavramı evrensel ortak etik anlayışından sıyrılarak, modernitenin bireyi önceleyen mottosu üzerinden birinden diğerine göreceli anlamlara doğru evirilmektedir.

Öznenin (insanın) pratik yaşam süreçlerini gözlemleyen etik, bireyin özerkliğinin geri planda kaldığı düştüğü günümüzde, bulanık bir o olarak

algılanmaktadır. Bu bulanıklık, güncel ve pratik yaşamda yorumların saklanması, ortak değerler yerine kişisel otoritelerin öne çıkmasına neden olmaktadır.

Aslında bugün etik, “olup bitenler”le nasıl ilişki kurduğumuzu belirleyen bu ilkeye, tarihsel durumlarla (insan hakları etiği), teknik-bilimsel durumlarla (tıbbi etik-bio etik), toplumsal durumlarla (bir arada yaşama etiği), medya durumları ile (iletişim etiği)vb. ilgili yorumlarımızı düzenlemenin muğlak bir biçimine işaret etmektedir. (Badiou, 2013, s. 17)

Günümüz etik tartışmaları, geleneksel yaklaşım ile evrensel bir tanıma dâhil edilmeye çalışılan insan öznesi üzerine yoğunlaşmaktadır. İletişim ve dijital çağın insan tanımı ile geleneksel kabuller arasında ifade, özgürlük, düşünce, tercih gibi başlıklar öne çıkan çatışma konuları olarak görünür durumdadır. Bu profil, insanın ve yaşama ilişkin tanımların, Pop Kültür aracılığı ile amaçlı olarak sürekli bir belirsizlik içinde tutulduğuna tespit niteliğindedir. Etiğin, ötekini tanımlayan, farklılıkların ve çok kültürlülük üzerinden yürüttüğü ontolojik tanımların karşısında, kişinin dijital dünyada imgesel varoluş girişimleri ile sınırların ötesinde bireysel varoluş durumu belirlemektedir.

Bu kapsamda etik olarak ifade edilen “toplumsal prensipler ve teamüller” ve ahlâk olarak ifade edilen “etik ilkelerin uygulaması” devreye girmekte; hangi davranışın etik ilkelere uygun, hangisinin etik dışı, hangi davranışın ahlaki, hangisinin ahlâk dışı (ahlâksızlık) olduğu sık sık tartışılmaktadır.(Aktaş 2014, s. 22)

Modern çağ etiğinde başat ölçü; “faydacılık” kavramıdır. "En çok kişiye, en çok iletişim ve en az kişiye en çok sayıda kar", söylemi kapitalist sistemin ekonomi ve iletişim dünyasına getirdiği bir söylemdir. Bu söylemin çağımızda kabul gören anlayışa dönüşmesi kapitalist sistemin hâkimiyetinin doğrusal sonuçları nedeniyledir. Toplum, en yüksek fayda, kurallar, küresel iletişim, yazılımlar, network ağları, data, vb. argümanlar ile çerçevelenmekte ve bu süreçler yeni iş etiği kavramlarının gündeme girmesine neden olmaktadır. Ayrımcılık, kayırma, rüşvet, mobbing, görevi kötüye kullanma, cinsel taciz, şiddet vb. bunun gibi etik dışı davranışlar dışında paydaş, çözüm ortaklığı, müşteri memnuniyeti gibi kavramlar da iş etiği literatürüne dâhil olmaktadır.

21. yüzyıl değişiminin boyutunu kestiremeyecek bir hız ile ilerlemektedir. Ekonomik, siyasal, iletişim dünyasının değişkenleri, insan hayatını radikal düzeyde dönüştürmektedir. Hızla değişen kültür katmanları içinde, değişen algı ve buna bağlı üretilen yeni anlamlar neredeyse bu çağın tüm yaşam alanlarında birey ve toplumları biçimlendirmektedir. Bu biçimlendirme süreçleri kültürel yaşamın önemli bir

bölümünü kaplayan inanç olgusuna da yönelmiştir. Örneğin ülkemizde özellikle mimarideki tasarımlar, ibadethanelerin tarzlarını, modadaki etkiler ise inanç temelli giyim tarzlarını değiştirebilmektedir. İnanç olgusu, bireysel bir alandan kamusal alanlara taşınması gözlenirken çağdaş toplumların değer ölçütleri içinde yeni sorular oluşturmaktadır.

Acaba dintoplumların kurulmasında, gelişmesinde, devam etmesinde ve de çöküşünde bir rol oynamakta mıydı? Soru tersinden sorulacak olursa, gelişmiş ya dagelişmemiş toplumlarda dinin etki boyutu nedir? Dinsel inanışlar ile toplum tiplerine göre farklılık gösteriyor mu, gösteriyorsa bu farklılıkların özü, önemi ve anlamı neydi?(Cirhinlioğlu, 2008, s. 438)

İnanç üzerinden aidiyet kavramı, dijital dünyada bir dışlanma faktörü olarak yer almamaktadır. Dijital göçmenler, inancın doğmaktık sınırlarını aşarak neredeyse bilinen kabullerin tamamını tartışmaya açmaktadır. Sanal gerçeklik, insan algısını yeniden tasarlamakta, üretilen diyagramlar ve gösterge bilim dizgeleri ile değer taşıma, eş zamanlılık, nedensellik vb. kavramlar ile zihnin ve algı proseslerinin yeniden kurgulandığı süreçler yaşanmaktadır. Bilişim devrimi olarak adlandırılan bu süreçler, gerçek ile sanal olanın eş zamanlı yarışına sahne olmaktadır. Bilgi ve değerlerin sanal dünyaya taşınması, beraberinde nesnenin bilinen anlamlarının başkalaşım geçirmesini koştulamaktadır.

Dijital iletişim teknolojik gelişmeleri aynı zamanda dünyanın da giderek küçülmesine neden olmakta ve McLuhan'ın ifadesiyle "küresel köy haline" dönüştürmektedir. McLuhan'ın "küresel köyü" günümüzde paradoksal olarak bireylerin dijital ilişkilerinde samimiyet ve güven duygusunun bir taraftan gelişimine olanak sağlarken öte taraftan kırılmasına ya da yok olmasına yol açmaktadır.(Baran, Hazer, Öztürk, 2010, s. IV)

Dijital dünyada sonsuz sayıda üretilen simülasyonlar, salt gerçekliğin yeri ile savaşmaktadır. Örneğin; hipergerçeklik, hemen her şeyin kendi öznel anlam ve bağlamlarından koparılmasını getirmekte ve salt gerçekliğin manüpile edilerek yönetilmesini kolaylaştırmaktadır.

İmgelerin saldırısına maruz kalan öznenin her türden hakikat arayışı sonuçsuz kalacaktır. Nihilist bir kabulleniş, en acısız çözüm olarak görünmektedir. Bu durum; yaşadığımız çağı, gerçeğin ve anlamın yitirildiği simülasyon çağı olarak adlandırmasına yol açar. Burada, karşımıza temsil sorunu çıkar. Çünkü imgeler artık hiçbir şeyi temsil etmemektedir. (Sayar, 2015, s. 1)

Simülasyonun mantığı, her gerçeği ve nesneyi kendi yörüngesinde eritme anlayışına dayanır. Bu nedenle algı manipülasyonu ve anlam yetimi çağın her alanına yayılmış durumdadır.

4.2.5 Yeni Medya Sanatı, Mahremiyet ve Geçicilik

İnsan kavrayışı ile var olan bir varlıktır. Geleceğin biçimlenmesi, her yüz yılda bir önceki dönemlerin ve "şimdinin" sunduğu şeylerin varlığına dayanmaktadır. Aktarma, taklit, öykünme, taşıma, kandırmaca vb olgular Postmodernin sanat alanını motive ettiği olgularından bazılarıdır. Çelişkinin doğuşu, yeni kabuller ile genel kabullerin bir arada bulunmasına dayandığından, kimlik yaratma üzerinden hak görülen her yöntem,yeni çelişkilerin doğmasına ve karşılığında yeni adaptasyonların güncel hayata girmesine yol açmaktadır. Sanatçı Serkan Özkaya'nın, 1998 yılında yaptığı Moma'da Pablo Picasso adlı çalışması için, Avignonlu kadınlar resminin önünde, Picasso maskesi kullanarak yaptığı performans çalışması, orjinal-kopya sorunsalını gündeme taşıırken, Bruce Hight, Picasso'ya öykünerek yaptığı "Quality Foundation" çalışmalarında ise cinsiyetçiliğinin sorgulanmasına istemektedir.

Küresel ekonominin ve internet normlarının geçerlilik kazandığı etkileşim programlarına katılım vb. çoklu ortam kültürü, yeni deneyim süreçlerinin yolunu açmaktadır. Teorik söylemlere dayanarak sanat oluşturmak, bu deneyim süreçlerinin bir sonucu olmakla beraber, yeni medya sanatı ile gündemde farklı bir hattan ilerleyen özerk bir yaklaşım kendini göstermektedir. Bilişim teknolojilerinin sağladığı olanaklar, sanatın teknoloji ile yeni formasyon geliştirilmesinin olanağını sağlamaktadır. Yeni medya sanatı üzerinde çalışan sanatçılar, sanat dünyasının yeni söylemlerini ve pratiklerini oluştururken temsiliyet, mahremiyet ve geçicilik gibi toplumsal olguların da zeminlerini hazırlamaktadır. Çoklu katılım, teoriye dayalı görsel üretimler vb. paradigmlar bir yandan yeni ilhamlar sunarken diğer yandan bu oluşumlara kuşku ile yaklaşan Rosalind Krauss gibi yazarları ve eleştirileri üzerine çekmektedir.

Bu deneyimler; ilişkisellik, açıklık, ulaşılabilirlik, paylaşılabilirlik ve katılımcılık gibi yeni alımlama modellerine dayanmakta. Yeni medya sanatının nesnesiz bir sanat fikrine dayanması, bu ortamın imaj üretimi, dağıtımı ve yayılımı açısından da dramatik farklar yaratmasına sebep veriyor. (Şahiner, 2015, s. 115)

Dijital konjonktür, yeni medya sanatında, değiştirilebilme, sonsuz çoğaltılabilme ve yenilenebilme olanakları sunarken, yeni deneyim süreçlerinin oluşmasının yolunu açmaktadır. Örneğin Ken Goldberg'ın, "Telegarden"(1995), Liam Gillick'in, "Geçersiz Kılınan Üretim, Moca" (2008), Peter Koglerin Documenta x Karel (1997) de ki duvarı düzenlemesi, Stelarc'in (2012) de Melbourne'de yaptığı,

"Ear On Arm Respension" adlı performans çalışması ve Ray Asascort'un (2010) yılında yaptığı, "La Plissure Du Text 2/3" adlı çalışmalar, "yeni medyanın" sanat-dil yönelimlerine örnek verilebilir. Öyle ki, yeni medya fikirleri, dijital kimlikler ve dijital ortamda yaratılan nesnelere, çağdaş yaşamın oluşa gelmiş bakış açısı ile örtüşmektedir. Yeni medya sanatı, modernizm'in biçimsel öğeler oluşturmaya dayalı yaklaşımından uzak, geleneksel olmayan nesne ve teknikleri ile öne çıkarken, özerk bir malzeme ve söylem dili yaratmaktadır. Rirkrit Tiravanija'nın Venedik Biyanali'ndeki (1990) yerleştirmesi, söylem ve malzeme yaklaşımına örnek verilebilir. Bu yerleştirmede, içinde Çin çorbasının bulunduğu açık ambalajlar, mekânda bir köşeye stoklanmıştı. Sanatçı, ziyaretçilerden bu çorbalardan sıcak suyun içine atarak içmelerini istiyordu. İlişkisel estetik kavramı yeni medya sanatı ile güncelle girmesi Çağdaş Sanatın, dünyayı daha iyi yaşayabilmek ile ilgili amacına uyum göstermiştir. İlişkisel estetik kavramının uygulamaya geçirildiği başka bir örnek ise, Felix Gonzalez-Torres'in şeker ambalajlarını mekânda yığınlar halinde sergilemesi ve izleyicilerin onları tüketmesini sağladığı enstelasyonu gösterilebilir. Buradan anlaşılan, yeni medya sanatının sosyal etkileşim, görüntü, müzik, metinler ve paylaşma fikirlerine dayandığıdır.

(...) Bourriaud da benzer şekilde; Her bir sanat yapıtı ancak paylaşılan bir dünyada yaşayabilir, her sanatçının işi dünyayla ilgili bir ilişki sunar, bu ilişkiler her seferinde bir diğerine sebebiyet vererek sonsuzluğa açılımlarınır., demektedir. (Şahiner, 2015, s. 123-124)

Öte yandan 15 yıldan daha fazla tarihi olmayan dijital nano ve biyo teknolojilerindeki gelişmelerin sanatçılar tarafından yeni formasyonlarla sunulmasıyla yeni bir bakış ve etkileşim bilincinin oluşmaya başladığını söyleyebiliriz.

Bilgisayar oyunlarının modifikasyonu, siberformans, robotik ve jeneratif (generative) sanat gibi birçok alt dala ayrılan yeni medya sanatında algoritmik mimari, kod yazılımı, "render" etme, ara yüz, ağ, "hack", veri kartografisi, "real time" gibi kavramlar temel araçlara dönüşmüş durumda. (Yetişkin, 2012, s. 1)

İnternetin multimedya olanakları yeni medya sanatının doğuşuna neden olduğu gibi bireyin varoluş koşullarını yeniden tanımlanmaktadır. Öyle ki; bilindik "mahrem alan" kavramını tartışmaya açan ve manipülasyon fırsatları yaratan, kontrolden uzakinternet kullanımı bunlardan biridir. Bireyin kimliğinin, sosyal medyada herkes için, her yerde paylaşım unsuru haline gelmiş olması ve bu sayede takipçi sayısını artırma arzusu olağan üretimlere dönüşmektedir. Dahası, yeni dünyada var olma şansı,

sosyal medyada paylaşılabilir olma gerçeğine dayanmaktadır. Bu nedenle kişisel bilgilerine kolaylıkla ağlar üzerinden ulaşılmasının yanı sıra, kişinin kendisi ile ilgili her türlü bilgiyi gönüllü olarak paylaşımına açması, internetin olağan kabul edilen olgularından birisi olmuştur.

Daha önce televizyonlarda yayınlanan ve belgeselle gerçeklik arasındaki sınırı bulanıklaştırıp röntgencilikte, teşhircilikte ve kinizmde sınır tanımayan Big Brother/Biri Bizi Gözetliyor (Mattelart, 2012, s.146) gibi programlarla yarışmacıların hayatları, tanınır olma ya da maddi ödül gibi motivasyonlar karşılığında, kameralarla belli bir süreliğine gözetlenmekle birlikte, özel hayatı-mahremiyeti gözetlemenin ve göstermenin, toplumun her kesiminde bu kadar geniş ölçekte yaşanması, sosyal medya aracılığıyla olmuştur. (Aydın, 2014, s. 136)

Geleneksel medyanın kısıtlama konularını aşan internet ve sosyal ağlar mahremiyetin kapsamı hakkında günümüze kadar hiçbir mecranın gerçekleştiremediği düzeyde yayılmaya ve sınırları sürekli aşındırmaya devam etmektedir. Dürbün objesinin, özel hayata röntgencilik eğilimi ile ilişkin alınması,, toplumsal tepkilere neden olurken, fiziksel baskı veya çeşitli kısıtlamalara gerek olmaksızın kurulan kamera sistemler (gözetleyen dijital gözler) ise özel ve kamusal alanın her yerine yayılmış durumdadır. Gözetleyen göz, hastane, okul,sokak, iş yeri, toplu taşıma araçları, asansörler, IP adreslerinde, kimlik kartlarında vb. hemen her yerde varlığını hissettirmektedir. Mahrem olan ile açık olan sınırların yok oluşunu yaşayan birey, aynı zamanda kendi kimliğini de gönüllü olarak bir paylaşım nesnesi haline getirmektedir.

(...)yeni teknolojilere daha mesafeli ve eleştirel bir yerde konumlanan Baudrillard, günümüzde yaşanan sanal gerçeklikler ve siberuzayın özne/nesne, kamusal/özel karşıtlıkları arasındaki ayrımları yok ettiğine dikkat çeker. Buna göre "iletişim esrikliği içindeki kişiler, gizlilik, mahrem alan, içtenlik; hatta birey dahil olmak üzere her şeyin enformasyon ve iletişim içinde tamamen çözüldüğü" bir dünyada yaşarlar.(Aydın, 2014, s. 139)

Ev içi yaşamı, aile içerikleri, konum bilgisi, tatiller vb. gönüllü paylaşımlar, mahremiyet sınırlarının eskisi kadar önemsenmediğini göstermektedir. Yeni çağın temel sorunsalı olan, ben aslen kimim ve şu an neredeyim? sorusuna götüren bu süreçler, farklı toplumsal travmaların oluşmasına da neden olmaktadır. Birey, mahremiyetinin sınırları kaldırılmış olarak, artık bölünmüş, taşınmış ve sosyal medyanın tüm ağları boyunca dağıtılmış bir nesne konumuna yerleşmiştir. Bu konum aidiyet veya tabi olma kavramlarından öte, çok katmanlı ve karışıklı heterojen (çok türlü) kültür ve kimlik oluşumunun görünür hale. Değişim süreçleri, teknoloji ile iç içe

girmiş olan güncel sanat dijital destekli yeni arayışlar ve üretimler gerçekleştirirken, yerel ve global düzeyde kültürel sorunlara da dikkat çekmektedir. Yeni Medya Sanatın Dijital Art, Internet Art, Net-Art gibi güncel arayışları ve oluşturduğu etkileşim potansiyeli, geleneksel eser-izleyici ilişkisini de rafa kaldırmaktadır. Dijital teknolojinin yakın geçmişi hatta bir öncekini, rafa kaldırma eğilimi beraberinde "kalıcı olmama" veya "geçicilik" gibi kavramları da güncele taşımaktadır. "Anı yaşamak" söylemi, Pop Kültür rüzgârı ile anlam bulamacına dönüştürülmekte, insanın varoluş gerçeğinden kaynaklı "kalıcı olma" dürtüsünü de yok etmektedir. Ortalama sosyal medya kullanıcıları birçok paylaşım sitesinde sayısız, profil grup veya portali dolaşırken, kendine sunulan yoğun içerikten sıkılan başka bir kitlenin oluşmasına neden olmaktadır. Güncel ve düzenli veri akışı değil kullanıcı ile doğrudan ilgili olan içeriklerin sunulmasına yönelik yeni kullanıcı profili artık bireysel beklentilerinin doğrudan karşılanmasını talep etmektedir. Twitter kullanıcılarının, Twitter'ı dijital evrenin hızına uyum sağlamak konusunda yetersiz kaldığı eleştirilerinin oluşmuş olması da, değişimin ve beklentilerin ne denli hızlı değiştiğine işaret etmektedir. Her şey bir öncesinden daha hızlı ve geçici olmakta, her geçici olan ise başka bir ilginç içerikli sunumun, devreye sokulmasını koştulamaktadır. Bilginin sanal ortamda stoklanabilmesi ve geriye dönük tekrar bakılabilmeye olanağı dile getirilmekle birlikte, İçeriğin hızlı tüketilmesi, değerlerin de kısa ömürlü olarak yaşandığı gerçeğini göstermektedir.

Öte yandan Öznelliğin anlamı, internetin;" her yerde, her zaman" mottosu ile özdeş bir algıya oturmakta ve onu "kayıtlı bir nesne" statüsüne taşımaktadır. Ulaşılması ve çok sayıda türetilmiş kopya bilgiler, gelenekselin; "az olan değerlidir" kavramı ile savaşıma devam etmektedir. Snapchat gibi bazı portallar, şimdiki kabullendirmeyi ve anlık olanı değerli görmeyi önemserken, kalıcı bir mecra gibi günü belgelemeyi değil var olduğu hali ile o günün tüketilmesini kutsallaştırmaktadır. Gelip-geçicilik olgusu, sadece sosyal medyanın kitlelere yaşattığı bir duygu değildir.

Öyle ki, Dijital Çağın ve "Dijital Popun" her türlü kültürel saldırısının altında, "özerk bireyin" giderek daha eriyeceğini söyleyebiliriz. Dijital dünyanın popülerliği içine doğan, yeni "dijital çocuklar" özerk kimlik arayışının gereği olmadığına ve kendi ekseninde kapalı bir ilişki içinde her şeyin geçiciliğine inandırılmış olarak yaşamaya başlamışlardır.

Tutarlı kimlik normlarının ve değer bilgisinin yerleşmediği birey ve toplumlarda, bireyin mahremiyet sorgulaması ve kalıcılığın değer yetimi, her zaman

gündemde kalacaktır. Ve kaçınılmaz olarak günümüz sanatçıları tarafından sorgulanmaya devam edecektir.

BÖLÜM 5

5. SONUÇ

Nesnel gerçeklik ya da maddesencililiğin insan düşüncesi ile özdeş olmadığını ve onun içinde uyarlanmaya zorlansa da, insanın var oluş gerçeğinin nesnenin temsiliyet çabaları içinde kaybolmayacağını görmek gerekir. Tüketim toplumunun ve pop kültürün bireyleri, nesnel gerçeklik düzeyine indirildiği ve bu kimliklere yeni özneler yükleyerek tanımlandığı için, çağdaş dünyanın bireyinin başka şeylere bağlılığını daha da artırmaktadır. İnsanın özne ile nesne arasına sıkıştırılma çabası, onu öznel kimliği dışındaki başka bir var oluş fotoğrafına doğru sürüklemektedir.

20. yüzyılın belirgin dönüşümü kendini temsil alanlarından yoksun kimliklerin üzerine kurgulanmıştır. Farklı kültürlerin kendini sanat yolu ile ifade etmeye çalışması bu dönüşümün geniş kitlelere yansımaya neden olmaktadır. Çağdaş sanatın nesne-özne ve kimlik odaklı yaklaşımı, onu zorunlu olarak kimlik politikalarının içine dâhil etmektedir. Irk, etnik, cinsiyet ya da eşcinsellik gibi kimlik farklılıklarının örneğin çağdaş sanat sergilerinde yer almaya başlaması bu oluşumu belirginleştirirken, kimlik ve sınıf farklılıklarının ifade edilme arayışları, bilindik sanat ölçütlerinin dışına çıkılması gerektiğini göstermektedir. Fotoğraf sanatından enstalasyona kadar farklı ifade biçimleriyle, cinsel kimlik veya ırkçılık gibi konuların işlenmesi, sanatın, çağın sürekli değişimi ile şimdiki duruma ayna tuttuğuna işaret eder. Pop ve tüketme kültüründen esin alan ve bireyi çevreleyen koşullardan etkilenen modern sanatlar, içinde bulunduğu zamanı yorumlamak için resim, heykel, film, fotoğraf, performans ve dijital teknolojilerin tüm olanaklarını her türlü nesne ve yaratım malzemelerini ve dahi eline ne geçiyorsa bütün bunları, bilindik estetik kaygı gütmeksizin, sadece fikir ve mesaj iletmek amacı ile kullanmışlardır. Öyle ki, bu yaklaşımlar çağdaş sanatı da

kendine özel bir arayışa doğru götürmekle birlikte, giderek onun tam olarak nasıl tanımlanabileceği sorunsalını da sürekli gündemde tutmuştur. Yine de çağdaş sanatın, çeşitli kuramcılar ve eleştirmenler tarafından dile getirilen genel geçer tanımlarına rastlamak olasıdır.

Modernitenin küresel etkiler altında, kültürel farklılıkları ve değer değişimlerini takip ederek, dijital teknolojinin değişim rüzgârını arkasına almış olan ve yaşadığımız dünyanın çelişkileri üzerinde insanı düşünmeye çağıran aslında sert mizaçlı bir toplumsal bilinç olduğu söylenebilir. Onun için, değişim oluştukça, o da değişir.

Düşünceler geliştikçe, o da gelişir. Sanatın küresel ağlara dahil olması onun etkileşimli olarak kurgulanmasının da mümkün olabileceğini göstermiştir. İnternetin çağımızı yeniden şekillendirdiği dünyasından farklı yolları kullanarak farklı deneyimler geliştiren çağdaş sanatçılar, net.art dolaşım ağları ile tüm dünyaya seslenebilmektedir. Bu yüzden gerek sanal ortamda, gerek galeri/sergi ortamında gerçekleştirilen sergileri, deneyimleyen ve paylaşan izleyici profili, 21. yüzyılın öne çıkan olgusundan olmuştur. Deneyimleyen izleyici, doğal yoldan nesnenin dünyasına girmiş olduğundan alıntılama, kopya, taklit veya yeniden üretim gibi yöntemler, fikir iletmeye yardımcı olduğu gerekçisi ile meşrulaşmaktadır. Özellikle modern dönem eserlerde etkisi büyük olan hazır nesnelere (ready made), yalın hali ile ve bazen tek başına, yaratıcı söylemin doğrudan kendisi olabilmektedir. Modern sanatlarda olduğu gibi çağdaş sanatı bir anlamda hazır nesne krallığına dönüştüren şey nesnenin çok kişilikli olmasının keşfidir. Nesne bir yandan izleyiciye gündelik işlevini hatırlatırken diğer yandan estetik bir yapıyı veya söylemi temsil etmektedir. Sıradan bir nesne imgeleme taşınırken onu kendi başına bir sanat eseri olarak tanımlamak da her otoritenin kabul ettiği bir tanımlama değildir. Tüketim nesnesi, bir temsiliyeti yüklenmiş olsa dahi, sanat eseri olarak bir “değer” tartışması içinde kalmaya devam edecektir.

Modern, postmodern ve çağdaş adı altında yapılan eserlerin popüler olması bazı sanat tacirlerinin konumları, etkileri ve sanatın geleceğine ilişkin tuttukları projektörlerin anlaşılmasını gerektirir çağdaş sanatın özeline bakarsak; o, geleceğin biçimlerine henüz sahip olmadığımız için “şimdinin” sunduğu şeyler ile yetinmektedir. İmgelem, nesne, özne ve gerçekçilik yaklaşımlarının tümü, bugünün ve yaşanacak her yeni günün getirdikleri ile sınırlı olacağından çağdaşın tüm zamanlarda varolabilme iddiasının yeterli destek bulacağı şüpheli gelebilir. Ancak galeri ve müze gibi koruyucu yapılar 21. yüzyıl sanatının, popülerleştirilen, sanat tacirlerinin pazar

oluşturma ve yatırım fırsatı yaratma yöntemlerinden biri olduğunu görmekteyiz. Çağdaş sanatın henüz saydamlaşmayan tanımını pazarının spekülasyonlara açık tutulmasının yolunu açmaktadır. Öyle ki, spekülasyonun devamlılığı, pazarın desteklediği bir durum olduğundan, çağdaş sanatın popüleritesini, pahalılaşmasını ve giderek bir kazanç aracı olarak yükselmesi sonucunu doğurmaktadır. Ayrıca çağdaş sanat pazarı her dönemde olduğu gibi sanatçıyı, markalaştırma yöntemini de kullanarak, pazarı taşıyacak lokomotifler etrafında bir şatış yörüngesi oluşturmaktadırlar. Çağdaş sanatın global pazarında “sanatçıyı markalaştırma” stratejisine örnek olarak Damien Hirst’u verebiliriz. (Bayrak 2012, s. 241)

Çağdaş sanat pazarının karmaşık ilişkileri ters etki yaparak pazarın yıllık hacmini sıra dışı bir büyüklüğe taşımaktadır. Pazarın büyümesinin galeriler, müzayedeler ve özel satışlar olmak üzere üç temel kanal üzerinden ivme kazandığını söyleyebiliriz. Diğer yandan, pazarın asıl aktivasyonu sanatçının ismi, sergiler, yeni eğilimler, sanat tacirleri, koleksiyonerler, eleştirmenler, sanat tarihçileri, medya, okullar, kurumsal ve bireysel yatırımcılar tarafından belirlenmektedir. Pazarın bazı kurumsal aktörleri meşru ve ilkesel duruşlarını devam ettirirken başka girişimciler, eserleri seçerek veya eser üretimini sınırlayarak, pazarın arz-talep ilişkisini denetleme rollerini üstlenmiştir. Örneğin; Galerie Eigen+Art, Alman sanatçı Matthias Weischer’in eserlerinin sayısını sınırlayarak fiyatların istenen seviyede oluşması için pazarı kontrol altında tutmayı amaçlamaktadır. Çağdaş sanat eserlerinin satılma veya el değiştirme süreçleri girift bir pazar ağının işleyişi ile yürütölmektedir. Öyle ki, iletişim teknolojisinin sağladığı olanakları küçük bir galerinin dahi uluslararası ağlara katılarak satış yapabilmesinin olanağını vermektedir.

Sanat tacirleri ve koleksiyonerler ellerinde bulunan eserlerin fiyatlarını yükseltmek için alıcı pozisyonunda müzayedelere katılarak beklentinin üzerinde fiyat artırmaları pazarın manipöle edilebilen başka bir yönünü de göstermektedir. Çağdaş sanat eserlerinin pazardaki dolaşımları çoğu zaman eserlerin sınıflandırılması ile bağlantılı olmuştur. “Çöp”, “alternatif” ve “çarpıcı” adı ile yapılan bu tanımlamalar yatırım riski veya kazanç garantisi üzerinden yapılmaktadır. Eserin “çarpıcı” kategorisinde yer alması sanatçının marka olması için önemli bir seviye olarak görölmektedir. Bu nedenle tacirler genç sanatçılara yönelmekte ve onların kariyerlerini yönetmek istemekte özellikle genç mezunları finanse etmektedirler. Pop kültürün medyatikleştirme potasına girmiş sanatçılar için sanat borsası onlara daha fazla ilgi geliştirmektedir. Öte yandan müzayede satışlarında fiyatı artan eserlerin

otomatik olarak galeri satış fiyatlarının da yükselmesi sağlanmış olmaktadır. Buradan galeri, müzayede, koleksiyoner ve sanat tacirlerinden oluşan sıralı ilişkilerin birbirini tetikleyerek ticaretin büyütüldüğü sonucunu çıkarabiliriz. Bu bağlamda sanatçının markalaşması pazarlama ve kazanç ilişkisinde önemli bir etken olmaktadır. Popüler kültürün marka olmaya atfettiği önem sanatçı ile sanat dünyasının ilişkilerinin, üretici-tüketici düzeyine indirilmiş bulunmaktadır. Hirschman gibi bazı isimler pazarlama anlayışı ile sanatın varoluş gerçeğinin bağdaşmayacağını söyleseler de Schröder gibi bazı kuramcılarda sanat ile ticaret arasındaki yakın ilişkiyi olumlamaktadırlar. Onlara göre sanatçı var olabilmek ve hayat döngüsü içindeki kalabilmek için eserin ticaret ilişkisi içine dahil edilmesi kaçınılmazdır. Ancak her türlü girift satış eylemlerine karşı eseri üreten ve altındaki imza pazar piramidinin tepesinde yer alamaya devam etmektedir. Çağdaş sanatın üretim-ticaret ilişkisi global dünya düzeneği ve serbest piyasa politikalarının içinde şekillenmektedir. 1900’lü yıllarda dünyada kısıtlı sayıda yapılan bienaller 2000’li yıllarda 50 sayısını geçmiş, sanat fuarları ise 150 sayısını aşmış görünmektedir. Online müzayedeler ise müzayede satışlarını son on yılda katlayarak artırmaktadır. Modern ve sonrası dönem eserlerinin, birer yatırım nesnesine ve prestij imgesine dönüştüğüne işaret eden süreçler, dünyada etkinliklerin artması, sanat tacirlerinin ve mecraların sayısını hızla yükseltmesini getirmiştir. Bu durum zorunlu olarak pazarın girift ilişkilerini daha da artırmaktadır. Pazarın bağlı ilişkileri sanatçıyı marka olmaya, koleksiyonerlerin, müzelerin, akademilerin ve galerilerin kendilerini sanatın ticaretinde var olmaya koşullamaktadır. Pazarın kendini sanatçı üzerinden dönüştürme ve genişletme yollarının tümü bu pazar katmanları arasında yer alan herkes tarafından benimsenmiş görünmektedir.

Modern dünya, nesnenin kutsallaştırıldığı bir söylem dilini benimsemiştir. Bu söylem dili modern ve sonrası sanatların tümünü merkezine çekmiş ve giderek çağdaş sanatın deneyim alanında doruk noktasına ulaşmıştır. 20. yüzyıl başlarında hızlanan sanayileşmenin özellikle otomotiv sanayinin gelişmesi ile birlikte bu söylem İtalyan sanatçıların etkisi ile de dile getirilir olmuştur. Fütürizm bu süreçlerden birisidir ve en önemli temsilcisi ise Marinetti’dir. “*Dünyanın görkemine yeni bir güzellik eklendihızın güzelliği*” Filippo Tommaso Marinetti. (Hodge, 2018, s. 111)

Fütürizmin hedefi, geleceğin hız çağına özgü tüm deneyimlerine uygulanabilecek kadar esnek bir dil yaratmaktır. Fütürist hız coşkusu, bir yarış otomobilinin Samothrake Nikesi’nden daha güzel olduğunu iddia ederek makine estetiğini ön plana taşır. (Öndin, 2009, s. 39)

Makine ile insanın özdeşleşmesine dayalı yeni bir imgelem dilinin kapısını aralayan Fütürizm, cephesini tümüyle geleceğe çevirmiştir. Bu nedenle geçmişin estetik değerleri ve sanatsal gelenekleri ile yollarını ayırmaktadır. Onun yerine makineleşme, kentleşme, uygarlık bilinci ve hız kavramlarını ön plana çıkarmaktadır. Ona göre her şeyin harekete bağlı değişimi geleceğin temel belirleyicisidir ve tüm yaşamı etkisi altına alacaktır.

Endüstrinin hızlı gelişimi ve bu gelişimin etkisi altında kalan diğer ülkelerin sanatçıları da kuşatarak sanat eserlerinde, makine formlarını ve fonksiyonlarını nesne ve özneleri haline dönüştürmeye başlamışlardır. Ve bunu takip eden süreçlerde özerk bir biçim–imge dilinin doğuşu gerçekleşmiştir.

"Eve Giren Sokak", "Uzaklaşan Lokomotifler", "Araba Sarsıntısı", "Otomobil ve Gürültü", "Güneşin Önünden Geçen Merkür" fütürist sanatçıların resimlerine koydukları bu isimlerden anlaşılacağı üzere endüstri öğelerini simgeleştirerek yeni bir çağrışım yaratmayı öncelmişlerdir.

Bilimsel buluşlarla sezgisel ya da imgesel yaklaşımları bir araya getirmeye çalışan fütürist eser dinamizm, zaman ve uzam kavramları içine nesneyi oturtmaktadır. Özellikle sanayi nesnelere üzerinden toplumsal değişimin ve geleceğin izdüşümlerini eserlerine yansıtmaya çalışırken geleceği olumlayan bir sanat yörüngesinde kalmaktadır.

Fütürizmin nesneye olan tutkusu ve neredeyse bir gelecek fanatizmine dönüşen iddiası dönemin faşist ve komünist manifestoları için kullanılabilen bir fırsat yaratmıştır.

Fütürist yaklaşım, zaman ve mekanı tek bir imgede birleştirmeyi ve nesnenin içine girerek ona bir dinamizm katma arayışında olmaktadır.

Birçok sanat akımının önemseydiği geçmiş ile bağın koparılması arzusu Fütürizm içinde öncelikli olmuştur. *Marinetti'nin Fütürist manifestosunda açıkça belirttiği gibi sanat ancak geçmişin ölü ellerinden kendini kurtardığında yaşayacak bir alan bulur.* (Öndin, 2009, s. 40)

Nesnenin anlamının dinamizm olarak kurgulanması alışlagelen renk ve form anlayışından farklılaşma zorunluluğunu getirmiştir. Mevcut değerlere eleştirel saldırılar sadece fütürizm ile olmamıştır, dadaizm de mevcut kalıpları reddetme üzerine yükselmektedir. Öte yandan mevcut değerleri eleştirmeden teknolojiye ve endüstriyel etkilerden aldığı esinle fütürizm ile aynı yolu tutturana diğer akım ise konstruktivizm olmuştur. Bunların içinde imgesel yaklaşımları ile tepkisel

saldırganlığı en yüksek olan fütürizmdir. Geleneksel tutuculuk olarak tanımlanan her şey fütürizmin saldırı sahasına girmektedir. Sadece hareket halinde olanı değil sessiz, görüntünün ve kokunun da eserin imgelem inşasında bir ivme unsuru olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu akımların yarattığı iklim; manifestolar ile sanatta nesnenin vazgeçilmezliğini yansıtmaktadır. Bu doğrultuda 1960 yılından sonra genel tartışma konusu, “sanatın nesneye olan gereksinimi“ başlığını taşımaktadır. Bu dönemde, Duchamp ile birlikte başlayan hazır nesne kullanımı devam ettirilirken dadaizm ile benzer özellikler taşıyan fluxus nesnenin sanat serüvenini hazır nesnelere kullanarak devam ettirmiştir. Burjuva sistemini tümüyle hedef almış fluxus hareketi, anı önemseyen, güncel yaşamı sanatın içine dahil eden ve artık malzemeleri kullanarak sanatın ne olması gerektiğini tartışmaya açan bir süreci başlatmıştır.

Estetik kaygısı yerine toplumsal olayları, yermeyi öznel nesne üretmek yerine seri üretime uygun nesnelere kullanmayı hedefleyen fluxus, nesneyi işlevsiz ve gündelik meta statüsüne doğru sürüklemiştir. Nesnedeki bu statü değişimi, fluxusun yaratmaya çalıştığı “kısa ömürlülük” ve “geçicilik” fikirlerinin öne çıkarılmasında önemli bir etken olmuştur.

“Fluxus”un sanattan çok hayatı değiştirmek yönündeki ideali, birçok sanatçının doğrudan hayatın kendisine, gündelik yaşamın yansıttıklarına odaklanmasına neden olmuş, televizyon ekranlarının yanı sıra şişeler, konserve kutuları, sandalyeler, çeşitli müzik aletleri, fotoğraflar, atık kâğıt parçaları, kasetler, plaklar ve daha pek çok hazır-nesneyle çok sayıda assemblaj gerçekleştirilmiştir. Bu yapıtların genellikle küçük boyutlarda olması da Fluxus”çuların sanat nesnesine yönelik tavrının bir göstergesidir. (Antmen, 2017, s. 206)

1950’li yıllarda, yırtık afiş parçaları ile yapılan kolajların (dekolaj) ve “dekolaj happening” adı ile bilinen doğaçlama performansların gerçekleştirilmeye başlanması fluxus ruhunun uyanışını yansıtır. Kağıt, plastik vb. kısa ömürlü nesnelere ve zamanla değişime uğrayan malzemelere bir anlamda sanatın nesnesiz olması gerektiğine ilişkin iddialarda direnmektedir. Daniel Spoerri, çatal bıçak ve yemek artıklarından oluşan bir dizi malzemeyi, bir masa yüzeyine sabitleyerek dikey pozisyonda duvarda sergilemiş, Piero Manzoni ise her hangi bir hazır nesne üzerine imzasını atarak “değersizlik sanata dahil midir?” sorusunu tartışmaya açmışlardır. Dondurulmuş veya preslenmiş nesnelere oluşturduğu assemblajlar, sanatçının nefesi ile şişirilmiş balon heykeller, plastik fanus içinde sergilenen insan bedeni, oyuncaklar ve daha birçok malzeme ile yapılan çalışmalar, fluxus ile geleneksel anlayışa savaş açmış oldular. Oysa kübizm, fütürizm ve dadaizm gelenekseli reddederken dahi geçmiş ile bağını bütünüyle

koparmamış olmasına karşın fluxus, nesneyi olur–olmaz her yer ve şarta uygulayarak nesne–özne ilişkisinin sanatın temel gerçeği olduğuna ilişkin genel kabulü de tümüyle terk etmiş görünmektedir. Fluxus’un hemen her şeyi kullanmaktan ve kaynaştırmaktan geri durmayan tavrı ve kaos yaratma saplantısı nesnenin sanat değeri olarak var olma direncini adeta zorlamaktadır. Çoğu zaman izleyicinin de doğrudan içinde yer aldığı yaratıcılık sürecine katıldığı doğaçlama çalışmalarının ön plana çıktığı fluxus akımı ses, müzik ve mekan argümanlarını ve onunla ilişkili radyo, konser salonu vb. nesne ve ortamları da kullanmıştır. Böylelikle farklı disiplinler arasındaki sınırları yok eden performanslar gelişmiştir.

Joseph Beuys’un “Ölü bir tavşana resimler nasıl anlatılır” adlı doğaçlaması, nesne, mekan ve tiyatronun bütünleşik ele alınmasına önemli bir örnektir. Bu performans, çift anlam yükü taşıdığı kadar, toplumsal bir duruş da sergilemektedir. Fluxus’un nesne ile varoluş biçimi arasındaki bağ, onun karakteri olan “yıkıcı” olma iddiasının ve “ajitasyon” arayışının ciddiyetinin sorgulanmasına ilişkin göndermelerinin içinde konumlanmaktadır.

Nesne ile, temsiliyeti arasındaki, çoklu ilişkinin kaos yaratan sonuçları ile dönemi aşan özgün bir duruş sergilemesi, fluxusu devrimci bir akım olarak, dönemine damga vurmasına neden olmuştur.

Diğer yandan pop sanatın, sanat gündemine taşıdığı; sanayi üretim mallarının nedenli estetik bir forma sahip olduğunu savunurken bu tür kullanımlara getirilen eleştiriler geçmişte kaldığı için çağdaş sanatın, aklın bildiği tüm nesnelere yeniden yaratma girişimleri artık tartışma konusu olmamaktadır. Çağdaş sanatın nesnesi salt nesne olması yanında, sanatçının sanatsal deneyimleri ile şekillenen bir değere dönüşmektedir. Bu süreçte çoğaltılabilir olma özelliği ile kullanılan nesne, öznel bir anlama bürünerek bir eser olma değerine ulaşmaktadır. Jasper Johns’un bayrak çalışmasının birçok sanatçı tarafından öykünerek farklı malzemeler ile yeniden üretilmiş olması ve her bir çalışmanın farklı bir temsiliyet duygusu kazanması, “aynı nesnenin farklı anlam değerlerine bürünebilir” olduğuna işaret eder. Örneğin; Janine Antoni, Lilibeth Cuenca Rasmussen, gibi sanatçıların insan uzuvları ile yaptıkları resimler, çağdaş sanatta insan bedenini toplumsal çelişkilerin birer anlatım nesnesi olarak kullanılması eğilimini doğurmuştur. Bu eğilim, günümüz sanat yaklaşımlarında kabul görerek, insan dahil her türlü tüketim nesnesini, çağdaş sanatta da, toplumsal kimlik çatışmalarında bir anlatım dili olarak kullanılmasını sağlamıştır. Nesnenin, bir tür anlatım diline dönüşebilme potansiyeli, mesaj taşıyabilme özelliği, temsiliyet

yeteneği, simgeleşme özelliği, diğer nesne ile bağ kurabilme kabiliyeti, değerler yüklenebilmesi ve izleyici ile etkileşim sağlaması için, modern ve postmodern sanatlarda olduğu gibi çağdaş sanata da elverişli olanaklar sunmaktadır. Diğer yandan nesnenin yeniden inşa edilebilme, parçalanabilme, bireysel veya kitlesel olabilme, ironik veya alegorik anlamlar yüklenebilme özellikleri de, sanatçının yeni imgeler oluşturmada sonsuz fırsatlar sağlamaktadır. Nesne, sadece kendisi için var olabildiği gibi gerçek ile çağrışım arasında da köprü kurabilmektedir. Popüler kültürün duygusal ve zihinsel düzlemlerde yaratmaya çalıştığı yeni algı ve kimlik kurguları için nesnelere dünyasının bu çok yönlü karakteri, modernden günümüze kadar geleb hem tüm sanat akımlarında doruk noktasına taşımaktadır.

Popüler kültür özü itibariyle hegomoniktir. Evrensel değerler yerine, güncel ve geçici değerleri kutsallaştıran, tüm farklılıkların zenginliğine saygı yerine, eşitlikçi ancak kendi içinde hiyerarşik bir yapıyı barındıran, çok kültürlülük adı altında statü merkezli, heterodoks bir yaşam ve kimliksiz bireyler yaratma formudur. Bu form, kapitalizmin amacına dönük her türlü toplumsal karşıtlıkları keşfeder ve ondan fayda üretmeyi hedefler. Denebilir ki pop kültür, toplumsal ilişkiler ve çatışmalar üzerine inşa edilmiş, ekonomi temelli bir toplumu ve bireyi inşa projesidir. Piyasa, marka, ikon gibi birtakım semboller üzerinden bireyler arasındaki farklılığı ve özneliği, yeni şifreler ile (imgelerle) kodlandırarak yaşamın içine dahil etme peşindedir. Kesin olan şudur ki; popülerizm, tüketim ile ilgili tüm motivasyonlar, kimlik ile ilgili üretilen imgelerin ve nesnelere dili ile yürütülür. Bu nedenle pop kültürün yaşatılabilmesi, sürekli yeni imgeler oluşturularak, onların yönetilmesine bağlıdır. Daha çok çalışmaya koşullayan kitle tüketim kültürü sanatı da kimlik ile ilgili üretilen imgelerin ve nesnelere dili ve yarattığı sosyo-kültürel çelişkileriyle kendine çekmiştir.

Nesne yönelimli sanatların tümü, sosyo kültürel gelişmelerden ve özellikle popüler kültürün dizayn ettiği tüm yaşam alanlarından nasıl etkilenmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu etki altında modern ve modern sonrası dönemde sanatın ne tür bir süreçte doğru evrilmekte olduğunu takip ettiğimizde, popüler kültürün etkisi altında değişen toplumların güdülenme deneyimlerinin gölgesinde oluşan çelişkileri net olarak tespit edebiliriz. Aynı zamanda bireyin ve toplumun, modernitenin taşıdığı yaşama yeni kavramları ve metalaşan değer ölçütleri ile simüle edilen dünyanın içinden bakarak, nesne ve objelerin sanat bağlamında görelili kullanımlarının ve söylem dillerinin geliştiğini keşfetmiş oluruz.

Nesne, sanayi toplumundan bilgi toplumuna giden dönemde, yaşamın kurgusunda öznenin yerine geçerek yaşamın başat aktörü olmak konumunu devralmıştır. Sürekli devinim halinde olan popüler yaşam ve onun nesnelere, yer-yer duygusal yer-yer gerçekçi kimlikleri ile dolaylı veya doğrudan sanatın içine dâhil olmuşlar ve nesnenin, özerk gerçekliğinden başka, sanatta bir çok yeni anlam ve temsiliyet tartışmalarına yol açmışlardır. Nesneyi ilk var eden, sanatın kendisi olmadığı gibi, onun nesnel gerçekliğinin yaratıcısı da değildir. Çünkü, popüler kültür, odağına aldığı her bir nesneyi yer aldığı işlev veya konumundan farklılaştırarak imgesiz, yüklemsiz veya türevsiz bırakmamaktadır. O halde sıradan bir obje, tüketim nesnesine dönüşmeden önce, popüler kültürün satış için motive eden tezgahından geçmektedir. İster geniş anlamıyla, ister dar anlamıyla ele alınmış olsun nesne, imgeleşmiş olarak ve bir toplumsal belleğin oluşturulmasına hazırlanmış olduktan sonra sanatın sorgulama ve temsiliyet alanına dâhil olmaktadır.

Popüler kültür, her şeyi sıradanlaştırmaktadır. Bu indirgeme insanda geçicilik, değersizlik ve teslimiyet olgularını güçlendirirken, sanatta nesne odaklı söylemlerin de çeşitlenmesini koşullandırmıştır. Popüler kültürde hangi kavramı konuşursak konuşalım, içinde mutlaka bir tür “nesneleştirme fikri”nin var olduğu görülmektedir. Çünkü popüler kültür, kendi içsel bileşenlerini (satış, pazarlama vb.) ve dışsal bileşenlerini (kapitalist erekler, küreselleşme, kültür endüstrisi vb.) kendi amaçları için nesneye vererek, toplumu dönüştürmeye çalışırken dayandığı yegâne şey kitlelerin tüm yaşam alanlarına saçılmış nesnelere üzerinde konumlandığı; imajlar ve kavramlardır. Bu kavramların sık aralıklar ile değişiyor ve yenileniyor olmasına karşın, bireyin yaşamında kalıtsal oluşumlar yarattığını belirtmemiz gerekir. Böylelikle her bir değişim, kendi titreşim dalgasını oluşturarak, diğer bir değişim dalgası ile birleşir ve kesişen kümelerde uzun süren ve çatışma alanları oluştururlar. Postmodern sanattaki “estetik” veya “gerçeklik” gibi tartışmalar, popüler kültür ve tüketim olgusunun yarattığı bu etik ve sosyo-kültürel girdabın birer yansımasıdır. Öte yandan; popüler kültürün sıradanlaştırma, geçicilik vurgusu ve cezbedici imajlar yaratma bağımlılığı, nesneyi de özellikle sanat alanında sürekli bir tartışma zemininde tutmaktadır. Bunun nedeni, nesnenin gerçeklik ve temsiliyet kavramları içinde sürekli yer değiştirebilme potansiyeli, postmodernin paradoksal karakteri ile uyumlu olmasıdır. Çünkü, postmodern, durağanlığı değil sürekli devinimi önemserken, gelip-geçiciliği, belirsizliği ve rastlantısal olanı yüceltmektedir. Pop kültür her şeyde olduğu gibi nesneyi de postmodernin sıradanlaştırma kavramına dahil ederken, nesnenin

bizatihi kendisini yok etme süreçlerini, özellikle “kullan-at” alışkanları yaratarak hızlandırmaktadır. Bu bakımdan postmodern dönemde yitirilmiş “değer yitimi” yaşamın her alanına yayılmış olarak ve nesnenin de geçici olduğunu giderek kendini de yok edebilir bir potansiyel ile yüklenmiş olduğunu ortaya koyar. Pop-nesnenin her an vazgeçilebilir olması fikrine atıfla, özellikle kavramsal sanat, “Nesnesiz Sanat” söylemini savunur durumda olmuştur.

Kavramsal sanat, pop sanat gibi akımlar ve avangard gibi duruşlar nesnenin, sınırlarını ve temsiliyet gücünü yokladıkları denemelerle, sanayi toplumunun pop ve tüketim belleğini yansıtırken, bir anlamda “nesneden vazgeçilerek” başka söylem dilleri oluşturabilme arayışına cesaret vermişlerdir.. Bireyler ve toplumlar, pop motivasyonlar tarafından sürekli güdülenirken diğer yandan, nesne kavramı da, boyut değiştirmeye devam etmiştir. Nesne yeni boyutlar kazandıkça postmodern ilhamlar, sanata doluşmaya başlamışlardır. Bu süreçte, birbirini karşılıklı yürüten iki kuvvet gibi, sanat ve nesnenin zaman ve mekân görüleri de çeşitlenmeye devam etmiştir. Öyle ki postmodern algı, ”çeşitliliği”, tıpkı pop kültür gibi bir “zenginlik” olarak ve farklı deneyimleri, sanatsal açılımların “gereği” olarak yüceltmektedir. Bu yaklaşım her durumda kabul görmüş değildir. Örneğin; nesnenin üzerinde yapılan illüzyonlar ile fetiş bir simgeye dönüşmesi, öykünmeler ve kitsch, gibi melez oluşumlar postmodern ilhamlar ile manipüle edilmiş nesnenin yeni post-kimliklerinden sayılmakta ve içeriksiz deneyimler olarak görülmektedir. Çeşit ve deneyimlemeye açık duruş, nesne üzerinde kimlik tartışmalarının çeşitliliği ve yoğunlaşmasına neden olurken, sanatı da, nesneye bağımlıktan sıyrılma dürtüsüne itmiştir. Bu arayışı kuvvetlendiren şey ise postmodernin ruhunun, nesnenin popüler kültür aracılığı ile simüle edilen ruhu ile örtüşmesidir. Bu örtüşmelerin tümü, kavramsal arayışların, yeni gerçekçilik olgusunun ve estetiğin, nesneden bağımsız da oluşturulabileceği fikrini sanata empoze etmiştir. Sanal bir evrene doğru yayılan popüler kültür, her şeyi alt-üst ederken, sanatın farklı kavramsal arayışlara yönelmesini de uyandırmıştır. Nesnenin ve giderek sanatın varoluş nedenleri ile temsiliyet ve bağlamlarının ne olduğu fikrinin önemini yitirmesinde, dijital teknolojinin ve bu dünyada yer alan popüler kozmosun ezici baskısı olduğunu vurgulayabiliriz.

Dijital kozmos, sağladığı avantajlar ile bireydeki ve tutkuları birbiriyle kaynaştırarak kitlelere sunmakta, haz ve bağımlılık yaratma ideasını devam ettirmektedir. Bu nedenle, yeni sanatsal fikirlerin dijital kozmosun vakumuna kapılması ve orada yer arama çabalarına yönelmesi şaşırtıcı değildir. Nesnenin

kullanımı ile başlayan, “sanatın sonunun geldiğine ilişkin bilindik tartışmalar” artık yeni bir sanal düzlükte devam eder durumdadır. Bu uzamda yer alan görüngülerden (fenomen) birisi olan; sanal gerçeklik, modernin kuşatması altında olan nesnenin (kuşatılmış nesne), temsiliyetini, estetiğini ve söylemlerin yöntemliliğini esrarengiz yeni bir yolculuğa çıkarmıştır.

2000’li yılların başlarında hızlanan; nesnenin esrarengiz sanal yolculuğuna katılan çağdaş sanat, bir yandan da dijital popülarizmin çağrılarına kulak kabartmış durumdadır. Bu çağırının etkileri ile postmodernin nesnesizleşen sanatı, sanal evrende kavramsal edimleri ile arasındaki bağlarını da zayıflatmaktadır. Nesnenin Duchamp ile başlayan sanatsal yolculuğu, gerçeklik kavramı ve sanatın özneliği olgusu, Şimdilerden sonra simulakr ve nesnesiz bir kozmosda “her şey sanal ve her şey bir o kadar gerçek” retoriği ile yeniden ele alınacaktır.

Postmodern dönemde, popüler kültürün güdüleme bileşenleri ile yaratılan sanatta nesne odaklı temsiliyet kavramını sürekli tartışma halinde tutan teatral süreç, Çağdaş sonrasına da taşımaya devam edecektir. Ve sanatta nesnenin geleceği, varlık veya temsiliyet değeri dijital popülarizmin güdümünde ve sanal evrenin belirlediği paradigmlar içinden şekillenecektir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. (2009). *Kültür Endüstrisi*. (N. Ülner & M. Tüzel & E. Gen. Çev.). İstanbul. İletişim Yayınları.
- Aktaş, A. (2014). *Etik-Ahlâk İlişkisi ve Etiğin Gelişim Süreci*. Journal of International Management and Social Researches Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 22.
- Alioğlu, N. Bayrak, B. (2019). *Çağdaş Sanatta Anlam Sorunu Üzerine Bir Deneme*. İstanbul. Literatür Yayınları, 95.
- An, K. Cerasi, J. (2021). *Kim Korkar Çağdaş Sanattan*. İstanbul. (M. Üstünipek Çev.). Hayalperest Yayınları.
- Aydın, B. (2014). *Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Anlayışının Dönüşümü* <https://dergipark.org.tr/tr/pub/isaucider/issue/31610/375956> (Erişim Tarihi: 27. 04. 2021)
- Artun, A. (2013). *Sanat Manifestoları Avangard Sanat ve Direniş*. 3.Basım. İstanbul. İletişim Yayınları.
- Aslan, T., Eryılmaz, B. E., (2020). *Günümüz Sanatında Tüketim Nesnesi Olarak Sanat Eseri*. DOI No: <http://dx.doi.org/10.29228/Joh.47224> (Erişim Tarihi: 01.02.2022)
- Badiou, A. (2013). *Etik / Kötülük Kavrayışı Üzerine Bir Deneme*. 3. Basım. İstanbul.
- Bayrak, B. (2012). *Çağdaş Sanat Pazarında Bir Marka Olmak: Bir Vaka İncelemesi Olarak Damien Hirst*. NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2 (2012) 240-255
- Baudrillard, J. (2018). *Tüketim Toplumu. Söylence / Yapıları*. (N. Tural ve F. Keskin Çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2010). *Kötülüğün Şeffaflığı*. (I. Errgüden Çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.

- Baudrillard, J. (2018). *Kötülüğün Şeffaflığı/Aşırı Fenomenler Üzerine Bir Deneme*. (I. Ergüden ve E. Abora Çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2021). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır Çev.). İstanbul. Doğu Batı Yayınları.
- Berman, M. (1999). *Katı Olan Herşey Buharlaşıyor*. İstanbul. İletişim Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. Çev. Ü. Öktem. İstanbul. Sarmal Yayınevi
- Çam, N. (2019). *Jean Baudrillard'ın Felsefesinde Gerçeklik Problemi*. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yayımlanmış yüksek lisans tezi)
- Dumbardze, A. & Hudson, S. (2013). *Contemporary Art 1989 To Present*. John Wiley & Sons, Inc. Oxford, UK.
- Debord, G. (1996). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*. (Ekmekçi A, Taşkent O. Çev.). Ayrıntı Yayınları. İstanbul.
- Descartes, R. (2020). *-Aklını İyi Yönetmek ve Bilimlerde Hakikati Aramak İçin- Yöntem Üzerine Konuşma*. İstanbul. ISBN: 9786257070188
- Erden, E. O. (2016). *Modern Sanatın Kısa Tarihi*. İstanbul. Hayalperest Yayınevi.
- Erdoğan, İ. (2004). *Kelimeler ve Şeyler, İnsan Bilimlerinin Bir Arkeolojisi*. (3. Baskı). İstanbul, İmge Yayınevi.
- Eroğlu, S. (2021). *On Yenilikçiyle Pop Sanat*. Genç Destek Medya Grubu. İstanbul
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (M. Küçük Çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2001). *Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine*. Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi, Kasım 2004, Y. 5, 57.
- Gardin, N. Olorenshaw, R. Gardin, J. Klein, O. (2019). *Larousse Semboller Sözlüğü*. (B. Akşit Çev.). İstanbul. Bilge Kültür Sanat.
- Gans Herbaert, J., (2017). *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*. (E. Onaran İncirlioğlu Çev). 5. Baskı, Yapı kredi Yayınları.
- Harrison, C. Wood, P. (2016). *Sanat Ve Kuram 1900-2000 Değişen Fikirler Antolojisi*. (S. Gürses Çev.). 2. Basım. İstanbul. Küre Yayınları.
- Harman, Graham. (2022). *Sanat ve Nesnelere*. (O. Karayemiş Çev.). 1. Basım. Ayrıntı Yayınları. İstanbul.
- Hatıplı, M. 201, *Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya*. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/303934>. (Erişim Tarihi: 25.02.2021)

- Horkeimer, M. Adorno, T. W. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği-Felsefi Fragmanlar*. (N. Ülner-E. Karadoğan Öztarhan Çev.). İstanbul. Kabalcı Yayınları.
- Hodge, S. (2018). *Gerçekten Bilmeniz Gereken 50 Sanat Fikri*. (E. Gözğü Çev.). 7. Basım. İstanbul. Domingo Bkz Yayıncılık.
- Husserl, Edmund. (2004). *Fenomenoloji Üzerine Beş Ders*. İstanbul. Bilim ve Sanat Yayınları.
- İpsiroglu, N. İpsiroglu, M. (1979). *Sanatta Devrim*. İstanbul. Ada Yayınları
- Kaya, Y. (2015). *Sanatçı-Nesne İlişkisi Bağlamında, Resim Sanatında Nesne Sürekliliği, Zorunluluğu, Metamorfozu ve Manipülasyonu*. İdil Dergisi. Cilt 5, Sayı 20, Volume 5, Issue 20. DOI: 10.7816/idil-05-20-09. 118, 120.
- Karabulut, B. (2018). *Bilgi Tolumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler, Melezler*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı 21, 2015. 11-23.
- Kulak, Ö. (2017). *Theodor Adorno : Kültür Endüstrisinin Kısacasında Kültür*. 2. Basım. İthaki Yayınları.
- Kuryel, A. Fırat Özden, B. (2015). *Küresel Ayaklanmalar Çağında Direniş ve Estetik*. 1. Basım. İstanbul. İletişim Yayıncılık.
- Lafçı, A. (2002). *Postmodernizmi Anlamak. İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*.
<http://www.isguc.org/?p=article&id=126&cilt=4&sayi=1&yil=2002>
- Lyotard, J.F. (2013). *Postmodern Durum*. 1. Basım. Bilgesu Yayıncılık.
- Mahmutoğlu, A. (2009). *Etik ve Ahlak Benzerlikler, Farklılıklar ve İlişkiler*.
<https://www.etik.gov.tr/wp-content/uploads/2019/03/abdulkadirmahmutoglu-etikveahlak-benzerliklerfarkliliklar.pdf>. (Erişim İzni: 01.04.2022)
- Mahiroğulları, A. (2011). *Endüstri Devrimi Sonrasında Emeğin İstismarını Belgeleyen İki Eser: Germinal ve Dokumacılar*.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusoskon/issue/9520/118927> (Erişim İzni: 01.04.2022)
- Güngör, N. (2021). *Dijital Çağın İnsanı*.
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/768128> (Erişim İzni: 02.01.2022)
- Ojaşvo, R. (2021), *Sürrealizm Yaşıyor, Sürrealizm ve Mimarlık; Mimarlığın Öteki Yüzünü Aramak*. Skopbülten.
<https://www.e-skop.com/> (Erişim İzni: 27.12.2021)

- Öndin, N. (2009). *XX. Yüzyıl Sanatının Kuramsal Dili Anlamsal Sorgulamalar*. İstanbul. Mimar Sinan Görsel Sanatlar Üniversitesi Yayınları. *Açısından Kent Deneyimi*. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Yıl:8 Sayı:16
- Özdağ D. E. (2019). *İmge ve İmgelem Üzerine Hiç Düşündünüz Mü?*
<https://www.enpolitik.com/kose-yazisi/1733/imge-ve-imgelem-olgusu> (Erişim İzni: 01.04.2022)
- Parlak, H. (2019). *Popüler Kültür Kavramının Yaşamdaki Yeri ve Etkileri*.
<https://oggito.com/icerikler/populer-kultur-kavraminin-yasamdaki-yeri-ve-etkileri/63977> (Erişim İzni: 12.12.2021)
- Perşembe, E. (2019). *Modernlik ve Postmodernlikte Din Problemi*.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/omuifd/issue/20302/215522> (Erişim İzni: 12.12.2021)
- Postmodernizm Özel Sayısı, Yıl 3, 2017, s. 64-70 Yükleme Tarihi: 28.04.2017
<https://decombo.com/postmodernizm-nedir-ozellikleri-nelerdir> (Erişim İzni: 12.12.2021)
- Rosalind, K. Y. Bois, A. Benjamin H. D. Buchloh, Joselit, D. *Art Since 1900 Modernism Antimodernism Postmodernism*. Thames & Hudson, Printed in China
- Stallabrass, J. (2016). *Sanat Aş. Çağdaş Sanat Ve Bienaller*. (E. Soğancılar Çev.) İletişim Yayınları.
- Sayar, M. (2015). *Anlam ve Anlamsızlık Arasında Çağdaş Sanat*. *Sanat Dünyamız Dergisi*. 148. 100-102.
- Sankır, H. (2018). *Bir Maddi Kültür Ögesi Olarak Sanat Nesnesi*.
https://turkishstudies.net/turkishstudies?mod=tammetin&makaleadi=&makal eurl=820121672_30Sank%C4%B1rHasan-sos-587-608.pdf&key=21474 (Erişim İzni: 01.04.2022)
- Somuncu, S. *Postmodern Yöntem Arayışları Bağlamında Özne-Bilgi İlişkinine Bir Giriş Denemesi*. HİKMET-Akademik Edebiyat Dergisi [Journal of Academic Literature], Gelenek ve Postmodernizm Özel Sayısı, Yıl 3, 2017, ss. 64-70 Yükleme Tarihi: 28.04.2017 - Kabul Tarihi: 10.06.2017.
<https://decombo.com/postmodernizm-nedir-ozellikleri-nelerdir> (Erişim İzni: 01.04.2022)
- Soykan, Ö. N. (1993). *Türkiye'den Felsefe Manzaraları*. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul

- Şahiner, R. (2013). *Sanatta Postmodern Kırılmalar*. 2. Basım. İstanbul. Ütopya Yayınları.
- Şahiner, R. (2020), *Sanatta Post Nesne, Post İnsan*. İstanbul. Ütopya Yayınevi
- Tanilli, S. (1999). *Yaratıcı Aklın Sentezi*. 5. Basım. İstanbul. Adam Yayınları.
- Taş, H. Y. *Dördüncü Sanayi Devrimi'nin (Endüstri 4.0) Çalışma Hayatına ve İstihdama Muhtemel Etkileri*. 1. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi- International Journal of Society Researches, ISSN:2528-9527 E-ISSN : 2528-9535 Yıl Year : 8 Cilt Volume:9 Sayı Issue :16 Aralık December 2018 Makalenin Geliş Tarihi Received Date:06/11/2018 Makalenin Kabul Tarihi Accepted Date: 05/12/2018 <http://opusjournal.net>. (Erişim İzni: 18.03.2022)
- Yapıcı, H. *Devrime Giden Yol (Modern Dünyada Gündelik Hayat-Henri Lefebvre)*. https://www.academia.edu/13394307/Devrime_Giden_Yol_Modern_D%C3%BCnyada_G%C3%BCndelik_Hayat_Henri_Lefebvre (Erişim İzni: 01.03.2022)
- Yavuz, Ş. (2013). *Türk Toplumunun Tüketim Toplumuna Dönüşümünde Reklamcılığın Rolü*. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi Copyright. 36 Bahar, Sayı: 36. E-ISSN: 2147-4524 (Erişim İzni: 01.03.2022)
- Yetkşin, E. (2012). *Sular Artık Tersine Akıyor: Yeni Medya Sanatı Nasıl Okunabilir?* Art Unlimited https://www.academia.edu/2044021/Yeni_Medya_Sanat%C4%B1_Nas%C4%B1_Okunabilir. (Erişim İzni: 01.03.2022)
- Young, D. Priest, G. (2016). *It Is and It Isn't*. Aeon Magazine. <https://aeon.co/essays/how-can- Duchamp-s-fountain-be-both-art-and-not-art> (Erişim İzni: 01.03.2022)
- Yılmaz, M. (2013). *Modernden Postmoderne Sanat*. 2. Basım. Ütopya Yayınevi. Ankara
- Woodward, I. (2016). *Maddi Kültür Anlamak*. (B. F. Adar Çev.). 1. Basım. İşbankası Yayınları.

ÖZGEÇMİŞ

EKLER

