

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RESİM ANABİLİM DALI
RESİM BİLİM DALI**



**POPÜLER KÜLTÜR İMGELERİNİN KAVRAMSAL
SANATTA KULLANIMI**

FUNDA DELİKTAŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN:
DR. ÖĞR. ÜYESİ MEHMET SUSUZ**

KONYA-2022

	<p>T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü</p>	
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Funda DELİKTAŞ		
	Numarası	17811901011		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Resim/Resim		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SUSUZ		
Tezin Adı	Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Funda DELİKTAŞ

ÖN SÖZ (TEŞEKKÜR)



Tezin yazım sürecinde her türlü desteği veren tez danışmanı hocam Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SUSUZ' a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Araştırma süresince desteğini esirgemeyen hocalarım Prof. Mustafa KÜÇÜKÖNER, Doç. Ahmet TÜRE, Doç. Dr. Oğuz YURTTADUR, Dr. Öğr. Üyesi Tayfur ÖZTÜRK ve Öğr. Gör. Mustafa SÖNMEZ' e teşekkür ederim. Bu sürecin başından itibaren her zaman yanımda olan, maddi ve manevi her türlü desteğini benden esirgemeyen aileme ve arkadaşlarıma müteşekkirim.

“Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı” başlıklı bu çalışmanın oluşum sürecinde, özellikle kavramsal çerçevenin biçimlendirilmesinde, kaynakçada belirtilen kaynaklardan yararlanmışım. Bu çalışmanın oluşumuna katkısı olan ve kaynakça da belirtilen bilimsel çalışmaların yazarlarına teşekkür ederim.

Funda DELİKTAŞ

Konya / 2022

	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü	
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

ÖZET



Öğrencinin	Adı Soyadı	Funda DELİKTAŞ		
	Numarası	17811901011		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Resim/ Resim		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SUSUZ		
Tezin Adı	Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı			

1900’lü yıllardan sonra dünyada yaşanan savaşlar tahmin edilebilenin ötesinde toplumsal sorunları ortaya çıkartmıştır. 1950 sonrasında toplumlar ekonomik anlamda yaşadıkları çöküşün ardından toparlanma sürecine girmeye başlamışlardır. Bu dönemlerde özellikle Batı toplumları endüstrileşme hareketleriyle ekonomik anlamda bir çıkış aramışlardır. Yeni endüstri kuruluşlarının ortaya çıktığı ve yeni üretim mekanizmalarına (fordizm/seri üretim) geçildiği bu dönemde, öncelikli olarak gündelik yaşamın bir parçası olan tüketim nesnelere seri şekilde üretilmeye başlanmıştır. Üretilen bu nesnelere topluma ulaştırılması büyük önem taşımıştır.

Savaşlardan çıkan toplumların yaşadığı ekonomik sıkıntılar, üretilen tüketim nesnelere toplum tarafından satın alınmasını zorlaştırmıştır. Bu noktada, üretim-tüketim dengesinin sağlanmasına yönelik farklı stratejiler kullanılmaya başlanmıştır. Sadece üretimin değil, aynı zamanda tüketimin de arttırılmasına yönelik kitle iletişim araçları yoğun şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Gazete, dergi, afiş, reklam, vb. iletişim araçları aracılığıyla tüketim nesnelere topluma tanıtılarak tüketim sürecinin arttırılması amaçlanmıştır. Bu noktada, Pop Art önemli bir misyon üstlenmiştir. Sanatın toplum üzerindeki etkili yapısı, Pop Art sanatçılarının eserlerinde kullandıkları popüler kültür imgeleri ile farklı bir aşamaya geçmiştir. Özellikle Andy Warhol’un eserlerinde kullanılan gündelik yaşamın bir parçası olan nesnelere varlığı ‘endüstri, üretim ve tüketim’ kavramlarının birbiriyle olan etkileşimine vurgu yapar. Bu eserlerin ‘Tüketim Kültürü’ne yönelik çağrışımları, kavramsal özellikler barındırır.

'Popüler Kùltür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı' başlıklı bu tezde 1950 sonrası ortaya çıkan, kavramsal dokuları barındıran sanatsal formlarda kullanılan popüler kùltür imgeleri incelenmiştir. Bu eserlerin bazıları tüketimi özendirme, toplumu tüketime yönlendirme potansiyeline vurgu yapar. Bazı eserlerde ise, kapitalist sistemin ortaya çıkarttığı tüketim kùltürüne karşı eleştirel bir bakış açısı karşımıza çıkar. Her iki durumda da sanatçılar fikirlerini ortaya koyma noktasında toplumların yoğun şekilde tüketim arzusu içerisinde oldukları tüketim nesnelerini kullanarak eserlerini oluşturmuşlardır. Tez'de bu bağlamda incelenen eserlerde kullanılan popüler kùltür imgeleri, toplumların sosyokùltürel yapıları bağlamında ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Kavramsal Sanat, Kùltür, İmge, Popüler Kùltür

	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü	
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

ABSTRACT

Author's	Name Surname	Funda DELİKTAŞ		
	Student Number	17811901011		
	Department	Painting		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SUSUZ		
Title of the Thesis/Dissertation	Use Of Popular Culture Images in Conceptual Art			

The wars in the world after the 1900s have revealed social problems beyond what can be expected. After 1950, societies started to enter the recovery process after the economic collapse they experienced. In these periods, especially Western societies sought an economic exit with industrialization movements. In this period, when new industrial establishments emerged and new production mechanisms (fordism/mass production) were introduced, mass production of consumption objects, which are primarily a part of daily life, began. The delivery of these produced objects to the society was of great importance.

The economic difficulties experienced by the societies that emerged from the wars made it difficult for the society to purchase the consumption objects produced. At this point, different strategies have started to be used to ensure the production-consumption balance. Mass media has started to be used intensively to increase not only production but also consumption. Newspaper, magazine, poster, advertisement, etc. It is aimed to increase the consumption process by introducing the consumption objects to the society through communication tools. At this point, Pop Art has undertaken an important mission. The influential structure of art on society has gone to a different stage with the popular culture images used by Pop Art artists in their works. The existence of objects that are a part of everyday life, especially used in Andy Warhol's works, emphasizes the interaction of the concepts of 'industry, production and

consumption'. The connotations of these works towards the 'Culture of Consumption' contain conceptual features.

In this thesis titled 'Use Of Popular Culture Images in Conceptual Art', popular culture images that emerged after 1950 and used in artistic forms containing conceptual textures were examined. Some of these works emphasize the potential of encouraging consumption and directing society towards consumption. On the other hand, in some works, we come across a critical point of view against the consumption culture created by the capitalist system. In both cases, the artists created their works by using the 'consumption objects' that societies have intense desire to consume at the point of revealing their ideas. In this thesis, popular culture images used in the works examined in this context are discussed in the context of sociocultural structures of societies.

Keywords: Art, Conceptual Art, Culture, Image, Popular Cultur

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	i
ÖN SÖZ (TEŞEKKÜR).....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ.....	1
1.1.Araştırmanın Problemi.....	3
1.2.Araştırmanın Amacı.....	4
1.3.Araştırmanın Önemi.....	4
1.4.Varsayımlar (Sayıltılar).....	5
1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5
1.6.Araştırmanın Yöntemi.....	6

İKİNCİ BÖLÜM

SANATIN GELİŞİM SÜRECİ

2.1.Sanat Kavramı.....	7
2.1.1.Sanatta Avangart Hareketler.....	11
2.2. Çağdaş Sanat.....	14
2.2.1. Kavramsal Sanatın Düşünsel Temelleri.....	21

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜR VE SANAT

3.1.Kültür Kavramı.....	25
3.1.1 Popüler Kültür.....	28
3.1.2 Tüketim Kültürü.....	33
3.1.2.1 Endüstrileşme.....	38
3.1.2.2 Fordizm.....	39
3.1.2.3 Reklam.....	40
3.1.2.4 İmge.....	41
3.3.Popüler Kültür Sanat İlişkisi.....	43

3.3.1.Pop Art.....	43
--------------------	----

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

POPÜLER KÜLTÜR İMGELERİNİN KAVRAMSAL SANATTA KULLANIMI

4.1. Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı.....	48
4.1.1.Claes Oldenburg, “Floor Burger” (1962).....	48
4.1.2.Andy Warhol, “Campbell's Soup Cans” 1962.....	52
4.1.3.Billy Apple, “2 Minutes 33 Seconds (Gold)”, 1962.....	55
4.1.4.Marcel Broodthaers, “Casserole and Closed Mussels”, 1964.....	59
4.1.5.Andy Warhol “Brillo Boxes”, 1969.....	62
4.1.6. Cildo Meireles, ‘Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project’ 1970.....	65
4.1.7.Duane Hanson “Sunbathing”, 1971.....	69
4.1.8.Haim Steinbach, “Related and Different”, 1985.....	73
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	79
KAYNAKÇA.....	86
İNTERNET KAYNAKÇASI.....	90
GÖRSEL KAYNAKÇA.....	91
TABLolar LİSTESİ.....	92

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

Sanat, geçmişte olduğu gibi günümüzde de tartışma konusu olmaya devam etmektedir. Sanat kavramının çok yönlü karakterlerinin olduğu düşünülebilir. Bu bağlamda, eski çağlarda ve kültürlerde farklı biçimsel formlardan ortaya çıktığı söylenebilir. Dolayısıyla sanat, insanın varoluşundan günümüze kadar birçok süreçten geçmiştir. Bu süreçte sanat olgusu birçok değişim ve dönüşüm geçirmiştir. Bu durum doğal olarak sanatın, kapsam alanını genişleterek tanımlanması zor bir kavram haline dönüştürmüştür. Sanat eğitimcileri, sanat teorisyenleri, vb. sanat alanında çalışmalar yapanların sanat kavramı ile ilgili ortaya koydukları tanımlamalara bu bölümde değinmek, tez başlığının amacına yönelik incelenen kavramsal temelli sanatsal formlarda kullanılan, popüler kültür imgelerinin potansiyeline yönelik değerlendirmelerin mantık bağlamında ortaya koyulabilmesi açısından önemlidir.

Sanatın her dönemde sosyokültürel olayları ele alış biçimi değişebilmektedir. Dünya savaşlarının başlamasıyla birlikte yıkımlar meydana gelmiş ve bu yıkımların sonucunda üretim sistemleri hasar görmüş toplumların varlığını sürdürebilmeleri bağlamında yeniden üretim sistemlerini inşa etmeye başlamışlardır. Bu inşa süreci öncelikle ABD’de sanayileşme hareketi ile ivme kazanmıştır. Bu süreç ‘seri üretim’ sistemini karşımıza çıkartmıştır. Dolayısıyla ‘seri üretim’ süreci tüketim kültürünü harekete geçirmiştir. *‘İnsanların hayatlarını devam ettirebilmeleri noktasında zaruri olan ürünlerin/nesnelerin kullanılmasına (tüketilmesine)’* yönelik ifadelerinden biri olan ‘tüketim’ kavramı, 1950 sonrası yaşanan endüstrileşme hareketleriyle farklı bir konuma gelmiştir. Bir bakıma tüketim kavramı kapsam alanını genişletmiştir. Bu sürecin ortaya çıkmasında iletişim araçlarının önemli etkisinin olduğu söylenebilir. Endüstrileşme süreci ile kitle iletişim araçlarının etkileşimi, tüketim sürecini hızlandırmıştır. Bir bakıma ürünlerin topluma sunumu bu yolla gerçekleşmiştir. Tüketicinin gündelik yaşamda ihtiyaç duyduğu nesnelerin haricinde farklı birçok tüketim nesnesi tüketiciye iletişim araçları kullanılarak reklam aracılığıyla

sunulmuştur. Özellikle 1950'lerden sonra Pop Art akımıyla endüstri ürünleri sanat eserlerinde kullanılmaya başlanmıştır (Susuz, 2017, s. iii).

Özellikle 1950 sonrası sanat hareketlerinde popüler kültür imgeleri sanatçıların eserlerinde kullanılmıştır. Popüler kültür imgelerinin kullanıldığı sanatsal formların farklı sanat hareketlerinde kavramsal bağlamda izleyici-eser etkileşimini güçlü bir eksene yerleştirmiştir. Performans Sanatı, Fluxus, Kavramsal Sanat ve Enstalasyon gibi sanat hareketlerinde popüler kültür imgeleri sanatçının yaratıcı uygulamaları ile kavramsal bir boyut kazanmıştır. Sanatçıların eserlerinde kullandıkları bu popüler kültür imgelerine yükledikleri anlamların ortaya çıkartılabilmesi ve algılanabilmesi, eserin ortaya çıktığı dönemin sosyokültürel yapısını (toplumun yaşantısını) algılanabilmesi açısından önemlidir. Bir sanat eserinin içinde barındırdığı dokular ait olduğu toplumun kodlarını barındırır. Günümüzün teknolojik gelişmelerin hızı ve toplumlara sunduğu araçlar göz önünde bulundurulduğundan farklı kültürlerin popüler imge olarak kodladıkları göstergelerin bu iletişim araçları vasıtası ile evrensel bir bağlamda değerlendirilmesine imkân sunar. Tıpkı Coca-Cola, hamburger vb. imgelerin tüketim toplumu bağlamında farklı toplumlarda popüler imge statüsünde kullanılması gibi bir süreci karşımıza çıkarır. Dolayısıyla artık günümüzde bazı popüler kültür imgelerinin evrensel bağlamda değerlendirilmesi, popüler kültür imgelerinin eserlerinde kullanan sanatçıların, bu eserlerde kullandıkları imgelere kodladıkları kavramsal anlamların işaret ettiği noktalar nesnel bir bağlamı karşımıza çıkartır. Evrensel bir potansiyele sahip olan popüler bir imgenin, farklı toplumlarda bıraktığı etkilerin birbirine benzemesi doğaldır. Özellikle bu popüler kültür imgelerinin tüketim kültürü bağlamında değerlendiriliyor olması o imgelere karşı farklı toplumların yaklaşımındaki benzer, anlamsal çağrışımlara rastlamak mümkündür. Özellikle bu araştırma bağlamında incelenen kavramsal temelli sanatsal formlarda kullanılan popüler kültür imgelerinin birçoğunun evrensel bir boyut kazandığı görülmüştür. Bu imgelere yönelik yapılan değerlendirmeler tüketim kültür ve popüler kültür bağlamında ele alınmıştır.

1960'lı yıllarda ortaya çıkan Kavramsal Sanat, başta ABD olmak üzere dünyanın birçok ülkesine hızla yayılmıştır. Sanatın daha önce böyle bir durumla karşılaşmadığı, fikirlerin ön plana çıkarıldığı ve teknik çalışmaların farklı şekillerde

ele alındığı bir dönem başlamıştır. Toplumun ihtiyacı dışında tükettiği ürünlerin popülerlik düzeyine ulaşması sanatçıların dikkatini çekmiştir. Bu popülerliğin toplum üzerindeki etkisini kullanarak eserlerini biçimlendiren sanatçılar, bu imgeleri farklı bakış açılarıyla eserlerine kodlamışlardır. Bazı çalışmalarda sanatçılar endüstri üretimi gündelik yaşamın bir parçası olan nesnelere yüceltirken, bazı çalışmalarda ise sanatçılar bu nesnelere eleştirel bir dil kullanarak sanatsal formlarında kullanmışlardır. Her iki durumda da sanatçıların eserlerinde kullandıkları nesnelere yükledikleri şifre ve kodlar, içinde yaşanılan dönemin sosyokültürel yapılarının toplumsal etkilerine işaret eder. Bu bağlamda *'Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı'* başlıklı tezde günlük hayatın bir parçası haline gelen popüler nesnelere sanat eserlerine kattıkları anlamın kavramsal boyutu ele alınmıştır.

1.1.Araştırmanın Problemi

Sanat olgusu, süreç itibarıyla sürekli farklı dokuları bünyesine katan ve katmaya devam eden bir yapıya sahiptir. Sanatta yaşanan bu değişim ve dönüşümün temelinde birçok sosyokültürel olgudan söz edilebilir. Teknolojinin gelişmesi, toplumun refah düzeyini arttıran etkenlerin başında gelmektedir. Sanayileşmenin hızlanması, toplum hayatına çok sayıda imgenin girmesine olanak sağlamıştır. Bu süreç 'üretim ve tüketim' olgularının aktif hale gelmesini kaçınılmaz kılmıştır. Seri şekilde üretilen tüketim nesnelere aynı hızda tüketilme durumunu ortaya çıkartmıştır. Üretilen tüketim nesnelere tüketilme sürecinde sanatın, *'sanatçı ve toplum arasındaki iletişim özelliği'* kullanılarak tüketiciler hedef alınmıştır. Bu durum özellikle 1950 sonrası ortaya çıkan Pop Art ile yoğunluk kazanmıştır. Sanat nesnesi konumuna yüceltilen bu imgelerin, özellikle toplumun gündelik yaşamda yoğun olarak kullandığı popüler imgelerden seçilmesi, toplumun içinde bulunduğu sosyokültürel duruma eleştirel bir yaklaşım olarak görülmektedir. 1960 sonrası üretilen sanatsal çalışmalarda fikir/kavram ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla, kavramsal temelli sanat eserlerinde kullanılan popüler imgeler, görünenin ötesinde derinlerde birçok mesajı barındırmaktadır. Bu eserlerin

algılanabilmesi için, birçok bileşeni bünyesinde barındıran bu mesajların ortaya çıkartılması gerekmektedir.

Bu araştırmada, ‘1960 sonrası sanat anlayışlarında, popüler kültür imgelerinin kullanılması ve bu imgelerin sanat eserine yüklediği kavramsal boyutu tetikleyen sosyokültürel süreçler ele alınmıştır’.

1.2.Araştırmanın Amacı

Sanat olgusunun başlangıcından günümüze kadar ki süreçte gerek biçimsel gerekse içerik olarak birçok değişime uğradığını görmekteyiz. Bu nedenle sanatın geçirmiş olduğu değişim ve dönüşüm süreçlerine etki eden sosyokültürel motivasyonların tespit edilerek ortaya çıkartılması, sanatın anlamlandırılmasında zorunluluk teşkil etmektedir. Özellikle sanayileşmenin sonucu olarak ortaya çıkan birçok imge sanat nesnesi olarak sanat eserlerinde kullanılmıştır. 20.yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan sanatsal formlarda yoğun olarak popüler kültür imgelerine rastlanmaktadır. Dolayısıyla bu durum, popüler kültür imgelerinin yoğun olarak sanata eklendiği 1960 sonrası sanatsal formların incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Araştırmanın amacı; *‘Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı’*na etki eden sosyokültürel dokuları tespit edilerek, sanatta yaşanan biçim ve içerik bağlamındaki değişim ve dönüşümlerin gerekçelerini ortaya koymaktır. Bu süreçlerin ortaya çıkartılması hem ele alınan sanat eserinin anlamsal potansiyelinin, analiz edilmesine ek olarak bu sanatsal formların biçimsel ve anlamsal potansiyellerinin Çağdaş Sanat bağlamında ortaya koydukları potansiyellerinin de irdelenmesi açısından önemlidir. Bu eleştirel yaklaşım sanatçı, sanat eseri ve izleyici arasındaki etkileşimin potansiyelini ortaya koyacağı söylenebilir.

1.3.Araştırmanın Önemi

Sanat eserlerinin anlamlandırılması noktasında, eserin yapıldığı dönemin kültürel dokuları önem taşımaktadır. Sanatçı yaşadığı dönemin izlerini eserlerine yansıtır. Sanat eserlerindeki biçim ve içerik bağlamındaki değişim ve dönüşümler, sanat olgusunun potansiyeline yönelik tartışmaları ortaya çıkartmıştır. Bu süreçte

sanatta yaşanan kimlik sorunsalı, sanatın geçmişi ve 1950 sonrası durumunun yansımaları olarak ifade edilebilir. 1950 sonrası üretilen sanatsal formlar biçimden çok kavramsal yönü ile ön plana çıkmaktadır. Bu dönemde popüler kültürün sağladığı '*popüler imgelerin*' izlerine sanatçıların eserlerinde rastlanmaktadır. Bu noktada üretilen bu eserlerin popüler kültür imgeleriyle etkileşim nedenlerinin ortaya çıkartılması, sanatın içinde bulunduğu durumun incelenmesi açısından büyük önem arz etmektedir.

'*Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı*' başlıklı araştırmada, herhangi bir ulusal veya uluslararası bilimsel yayına rastlanmamıştır. Bu nedenle '*Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı*' başlıklı çalışma araştırmacıların yapacakları bilimsel çalışmalara fayda sağlayacak nitelikte olması bakımından önem arz etmektedir.

1.4. Varsayımlar (Sayıtlar)

- Sanatın bir ifade biçimi olan Kavramsal Sanatta 1960 sonrası yoğun bir şekilde popüler kültür imgelerinin kullanıldığı varsayılmıştır.
- Kavramsal Sanatta popüler kültür imgelerinin kullanımının temelinde toplumun sosyokültürel dinamiklerinin yattığı varsayılmıştır.
- '*Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı*' başlıklı araştırmada ulaşılan kaynakların yeterli olduğu varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmada, araştırmanın başlığında belirtilen '*Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı*' kavramları ile sınırlandırılmıştır. 1960 sonrası Kavramsal Sanat'ta kullanılan popüler imgeler ile sınırlıdır. Tezin sınırlılıkları arasında yer alan sanatçılar ve eserleri aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

İNCELENEN ESERLER			
	Sanatçı	Eser Bilgileri	Yapım Yılı
1	Claes Oldenburg	Floor Burger (Zemin Burger)	1962
2	Andy Warhol	Campbell's Soup Cans (Campbell's Çorba Tenekeleri)	1962
3	Billy Apple	2 Minutes 33 Seconds (Gold) (2 Dakika 33 Saniye -Altın)	1962
4	Marcel Broodthaers	Casserole and Closed Mussels (Güveç ve Kapalı Midye)	1964
5	Andy Warhol	Brillo Boxes (Brillo Kutuları)	1969
6	Cildo Meireles	Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project (İdeolojik Devrelere Eklemeler:Coca-Cola Projesi)	1970
7	Duane Hanson	Sunbathing (Güneşlenmek)	1971
8	Haim Steinbach	Related and Different (İlgili ve Farklı)	1985

Tablo 1: İncelenen Eserler Listesi

1.6.Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada teorik verilerin toplanması sürecinde tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya doğrudan ya da dolaylı etki edecek bilgilere; Ulusal ve Uluslararası düzeyde yayımlanan kitaplardan, makalelerden, sempozyum/kongre kitaplarından, tezlerden ve internetten elde edilen kaynaklardan ulaşılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

SANATIN GELİŞİM SÜRECİ

Bu başlık altında sanatın başlangıcından 20. yüzyılın ortalarına kadar ki süreçte geçirdiği değişim ve dönüşüme değinilmiştir. Bu bağlamda; *‘Sanat Kavramı, Sanatta Avangart Hareketler, Çağdaş Sanat ve Kavramsal Sanatın Düşünsel Temelleri’* alt başlıkları tezin bu bölümünde ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2.1.Sanat Kavramı

“Tarih öncesi dönemde insanın varoluşuyla birlikte sanat da ortaya çıkmıştır. İnsanın yalnız ve ürkek oluşu, hatta doğaya karşı duyduğu korku ve hayranlık, sanatın başlamasına sebep olmuştur” (Ersoy, 2002, s. 29). Fransa’nın Dordogne bölgesindeki Lascaux kompleksindeki mağara resimleri M.Ö.14.000 tarihine kadar uzanır. Paleolitik dönemde yapılmış yaklaşık iki bin resmi barındırır. 1940’ta keşfedilen mağara, avcılık ve toplayıcılıkla yaşamlarını sürdürme savaşı veren dönem insanını anlatan önemli buluntuların içinde atlar, bizonlar, geyikler ve hatta gergedanlar gibi memelilerin betimlendiği resimlere rastlanmıştır (Farthing, 2013, s. 17). Sanatın ilk örnekleri olan mağara resimleri, insanlığın bugün varmış olduğu yaratıcı ve kültürel bağlamda gelişmelerine büyük katkı sağlamıştır. Dolayısıyla sanat, insanın varoluşundan günümüze kadar birçok süreçten geçtiği söylenebilir. Bu süreçte sanat olgusu birçok değişim ve dönüşüm geçirmiştir. Bu durum doğal olarak sanatın, kapsam alanını genişleterek tanımlanması zor bir kavram haline dönüştürmüştür. Sanat eğitimcileri, sanat teorisyenleri, vb. sanat alanında çalışmalar yapanların sanat kavramı ile ilgili ortaya koydukları tanımlara değinmeden önce, sürekli üzerinde durulan sanat-zanaat ilişkisine değinmek faydalı olacaktır.

“Modern Sanat ideallerinin ve pratiklerinin evrensel, ezeli ve ebedi olduğu ya da en azından eski Yunan’a veya Rönesans’a dek uzandığı yanlısamasına kapılmamızı daha da kolaylaştıran şeylerden biri de bizzat “sanat” (art) sözcüğündeki muğlaklıktır. İngilizcedeki art sözcüğü, at terbiyeciliği, şiir yazma, ayakkabıcılık, vazo ressamlığı ya

da yöneticilik gibi her türlü insani beceriyi ifade etmek için kullanılan Latince 'ars' ve Yunanca 'techne' sözcüklerinden türetilmiştir. Bu eski düşünüş tarzında insanların sanat faaliyetlerinin karşısı zanaat değil doğaydı..." (Shiner, 2013, s. 22).

Doğa kendine özgü, insan müdahalesi olmaksızın devamlı tekrar eden zenginliktir. Doğada yer alan tüm somut varlıklar birbiriyle bağlantılıdır ve bu bağlantı içerisinde anlamlandırılır. Doğa ve sanat birbiriyle etkileşim halinde olan olgulardır. Sanat doğanın izlerini barındırır. Sanatın gelişim sürecinde ve toplumla olan etkileşiminde, zanaat ve sanat olguları rol oynamıştır. Bu bağlamda sanat; hiçbir unsura bağlı olmaksızın sanatçının duygu ve düşüncesinin yaratıcı bir düzeyde eserine yansıtılması olarak ifade edilebilir. Zanaat ise; beceri, ustalık ya da deneyim gerektiren bir sürecin yansımasıdır. Sanat ve zanaat ayrımının olmadığı dönemlerde üretilen eserlere bakış açısı, günümüzde farklı meslek alanlarında (zanaat kavramı ile ilişkilendirilen meslekler) görülmektedir. Shiner'a göre, 18.yy'da geleneksel sanat kavramı parçalandı. Biri güzel sanatlar (şiir, resim, heykeltirlik, mimarlık, müzik) diğeri ise zanaatlar (ayakkabıcılık, nakışçılık, vesaire) dolayısıyla güzel sanatlar olarak adlandırılan esin ve deha ile ilgili bir meseleydi. Bunlar incelmış zevkler yaratarak kendi kendilerini amaç olarak sunan şeylerdi (Shiner, 2013, s. 22). Sanat kavramındaki bu parçalanma neticesinde, sanat ve zanaat kavramları farklı konumlandırılmaya çalışılmıştır. Ersoy'a göre, sanat sosyal ve toplumsal yaşamın içinde var olan bir gerçekliktir. Toplum içinde çeşitli amaçları vardır. Dinsel, duygusal faydalı ve ulusal amaçlara hizmet eder. Sanatın önemli amaçlarından biri de güzeli bulmaktır. Fakat bu güzel ile sanatın eş değer olduğu anlamına gelmemelidir. Çünkü sanat çoğu zaman estetiği aşar ve tek bireysel ruhun ürünü değil, toplumsallığı işaret eder (Ersoy, 2002, s. 41). Bir sanat yapıtını, sanatçıyı ya da sanat akımlarını anlayabilmek için, yaşadıkları dönemin toplumsal durumuyla ilgili bilgi sahibi olmamız gerekir (Hadjinicolaou, 1996, s. 37). *"Başka bir deyişle sanat, insanın kendini tanımasının serüvenidir; sanatçı da yaşamın ve insanın gizini, büyüsunü, önem ve değerini yansıtabilen kimsedir"*. Ama bu özgün düşüncenin sonucunda başkalaştırma ya da soyutlaştırma olarak karşımıza çıkar. İnsanın kendisini tanıma gereksinimi sürdükçe sanatta sürecektir (Bozkurt, 2014, s. 55).

Sanata dair yapılan bu tanımlamalar ekseninde düşüncecek olursak, sanatın günümüzdeki yapısının tanımlanabilmesi zor görünmektedir.

Antik dönemin sanata olan bakış açısı, ‘*sanat toplum içindir*’ ifadesi bağlamında gerçekleşmiştir. Antik dönem, güzellik anlayışını ve yaşantıların insanları geniş ölçüde etkileyen, değişime uğratan gücünü destekler. Bu güzellik anlayışına göre; toplumsal işlevin önemi, bazı sanatların belirli yöndeki uygulamasının insan yaşamına bağlı olarak da toplumsal yaşama yön veren güçler arasında yer almasında belirginleşir (Lukacs,1988, s. 17-18 arası). Filozofların, ilk konuları arasında sanatın ‘*duyusal ve düşünsel*’ etkileme gücüne sahip oluşu yer almaktadır. Bu bağlamda filozoflar, ‘*estetik ve güzellik*’ anlayışı ekseninde birçok farklı yorum yapmışlardır. Bunlardan birkaç örnek verilebilir:

“Aristoteles’e göre; “Sanat akıl tarafından belirlenen amaçların, ereklerin gerçekleşmesini, varlığa gelmesini sağlayan bir yapma-yaratma yetisidir”. Aristoteles, “Sanatın kendine özgü niteliği, doğanın yapısını bozmak, doğayı doğallıktan çıkarmaktır (...); insanı alçaltmak ya da yüceltmektir; bu ise düzeltici bir taklit..., başka bir bağlam ya da niteliğe oturtma, taşıma... demektir: (...) Kant’ a göre bir şeye güzel dememizi gerektiren ‘haz’, ‘hayal gücü’ ile ‘anlık’ arasındaki uyumun bilincidir. Hegel’ e göre sanat hakikate giden bir yoldur. Santayana’ya göre güzellik, yargı olmadan önce algıdır; bu da onun her şeyden önce bir haz, bir zevk olduğunu açıklar. Heidegger’e göre sanat; bireysellik sanatsal yapıtların kaynağı değil, aynı zamanda tarihsel varoluşun da kaynağıdır. Bergson’da sanat, gerçekliğe atılan bir ağ, hakikate uzatılan bir merdivendir; Bergson’a göre sanat ‘biricik’ ve ‘evrensel’; bilinçli ve sezgisel yaratmalardır” (Bozkurt, 2014, s. 117-240 arası).

Filozofların sanat ile ilgili yorumlarına göre çıkarılan sonuç; sanat, doğa temasıyla varoluş, yenilenme, haz, hayal, algı gücüyle güzellik, tamamlayıcı ve gerçekliğe uzanan bir merdivendir. Taklitten sıra dışı güzele giden evrenselleşmedir. Sanat sonsuzluğa giden bir yolculuktur. Adams’a göre, İtalyan Rönesans’ı Orta Çağ’ın sona ermesiyle on dördüncü yüzyılın başlarından on altıncı

yüzyılın sonlarına kadar olan dönemi kapsayan, Batı sanat tarihinde ‘yaratıcılık’ kavramını ön plana çıkartan bir döneme işaret eder. Dönem, dini, politik ve kişisel gelişim için sanat ve mimari üretimini teşvik eden bir atmosferde çalışan çok sayıda büyük sanatçı keşfetti. Rönesans döneminin önemli bir yönü, sanatçılar ve işverenler arasında yeni bir tür iş birliğiydi. Rönesans kültürünün önemli özellikleri arasında yer alan, insanoğlunun potansiyeline vurgu yapar; çok yönlü bir birey yetiştirmek için liberal, klasik eğitimin gücüne inanç ve felsefe; şüpheli ve özgürce dolaşan bir düşünce tarzının gelişimi; Yunan ve Latin sanatının ve edebiyatının modelleri olarak kullanımı tarihin daha dinamik karakterinin aksine, yapılarının kurallarına bir başlangıç, orta ve son ile sınırlı bir uzunlukla bağlıdır. Rönesans’ın etkilerinden dolayı, Hümanist düşüncenin doğması ile eski Orta Çağ düşüncesi ve felsefesi eleştirilmeye başlandı. Kilise, topluma karşı yapılması gereken görevleri ihmal etmeye başlamış, kaynaklarını başka alanlarda harcadığı için halkın dini duygularını sömürerek, halktan para toplamaya başlamıştı. On üçüncü ve on dördüncü yüzyıllar, Orta Çağ sanat tarihinde yüksek noktaları Gotik üslup olarak işaretleyecekti. Floransa’da on beşinci yüzyılın ilk otuz yılında resim, heykel ve mimari tarzları dalgalandı (Adams, 2018, s. xi). Dolayısıyla, Batı’nın ‘sanattaki özgürlüğü’ olarak tanımladığı ve mitolojik boyutlarla çevrelenen Rönesans dönemi aynı zamanda bireyin doğumudur. Rönesans dönemi sanatçıları konularını dini ve mitolojik olarak belirleyip portrelerde ve kompozisyonlarda resmedip, güzelliği ön plana çıkartmışlardır. Rönesans dönemi ve reform hareketleri ile eş zamanlı gelişen Aydınlanma çağındaki toplumların gelişim süreci başladı. Rönesans sonrası gelen Aydınlanma çağı, toplumların sosyokültürel yapılarında önemli etki yaratmıştır. Bu bağlamda, Aydınlanma çağının sosyolojik yapısı üzerinde değerlendirme yapmamız sanatın geçirdiği dönüşümün algılanabilmesi açısından önem arz eder.

Hauser’a göre, yüzyılın tüm karakteristik özellikleri 1830’larda zaten biliniyordu. Burjuvazi, gücünün tam farkındaydı. Aristokrasi, tarihsel olaylar sahnesinden kayboldu ve tamamen özel bir varoluşa öncülük etti. Orta sınıfın zaferi şüphesiz ve tartışmasızdır. Galiplerin, eski aristokrasinin idari biçim ve yöntemlerini çoğu kez değiştirmeden benimseyen, tamamen muhafazakâr ve liberal olmayan bir kapitalist sınıf ortaya çıktı. Fakat ortaya çıkan yaşam ve düşünce tarzı aristokratik ve

geleneksel olmayan bir yapıyı oluşturdu. “*Romantizm, elbette, orta sınıfların kurtuluşu olmadan düşünülemeyecek olan, özünde burjuva bir hareketti. Ancak onlar, romantikler olarak soylulara ve onların halkına hitap etme fikrini benimsediler*” (Hauser, 1999, s. 2). Romantizm ile başlayan özgürleşme süreci sadece toplumsal bağlamda değil sanatta da ‘*Romantizm Akımı*’ ile etkisini hissettirmiştir.

Romantizm’de ışık-renk düzenlemeleri ve ışığın nesnelere üzerindeki etkili yansımaları sonraki süreçte ortaya çıkan Empresyonizm (İzlenimcilik) akımında eserler doğal ışığın doğal yansıması ile elde edilmeye çalışılmıştır. İzlenimcilik akımına olan yönelimin, aynı zamanda geleneksel sanat algısının dışında bir süreci ortaya çıkartmıştır. Empresyonizmle ‘doğa-sanat’ etkileşimi yeni bir bakış açısı getirmiştir. Özellikle 20.yüzyılın başlangıcından itibaren sanatta hızlı bir değişim-dönüşüm süreci başlamıştır. Bu bağlamda *Fütürizm*, *Sürrealizm* ve *Dadaizm* gibi sanatta avangart hareketler ortaya çıkmıştır.

2.1.1.Sanatta Avangart Hareketler

Fütürizm, Avrupa’daki öncü sanat hareketleri bağlamında önemli bir konumdadır. Modern yaşamın dinamik yapısı ‘*kentlilik, teknoloji, kapitalizm, devrim ve savaş*’ gibi kavramlar arasındaki ayrım olarak algılanmaya başlanan ‘*modernite*’ ve ‘*modernizm*’ kavramları arasında da bir ayrım vardır. Bu süreçte yaşanan dinamik duruma verilen sanatsal tepkiler; ‘*parçalanma, soyutlama, isyan, çarpıtma ve radikal yaratım*’ olarak ortaya çıkmıştır (Palmer, 2014, s. xii). İtalyan Fütürizm’i, endüstriyel makine ve teknolojik temalara dayalı yorumlayıcı bir motivasyon ortaya koyarak, yıllar içinde farklı biçimsel formlar ile var olmuştur. Bunun öne çıkan bir versiyonu, Fütüristlerin temsil ettiği ve doğrudan trenler, tramvaylar, otomobiller gibi bazı önemli Fütürist sanatsal deneyimin yönleri birçok şeyin odak noktası olan araç ve mekanik temalarla bilimsel belgelenmiş Fütüristlerin anlık hareketleri çoğaltma arzusundan kaynaklanmaktadır. Basitçe kinetik görsel kaydetmek yerine Fütüristler, zaman-hareket fotoğrafçılığını taklit etmek için bazı etkileri araştırdılar. Statik ortamda zamanı hayal etmeyle ilgili önemli, temelde yatan sorunlar farklı süreçlerin

nasıl resmedileceği, görsel olmayan verilerin nasıl görselleştirileceği veya doğrusal olmayan ilişkiler ve tarihsel bir anın değişkenliğinin aktarılacağı nesne kameraydı (Mather, 2020, s. 1-4 arası).

“Hazır maddeleri kabul etmek için sanat dünyasını tanıdık rollerinden ayırmak ve aynı zamanda genişletmek gerekiyordu. Duchamp, sorgulayarak estetiğe çok daha ölümcül bir şekilde meydan okudu. Dada köklerinden önemli bir yere uzandı. Postmodern Sanat pratikleri yirminci yüzyılın sonlarında Dada'nın mirasından yararlandı, daha önce sanat uygulamalarını benimsedi ve Dada tarafından tanıtıldı. Sanata kültürel bağlamda bakmak ve sanat pratiklerini politik ve ekonomik sorunları, sanat medyası arasındaki katı sınırları göz ardı etmek ve sanatçıyı yerinden etmek ilgi odağıdır” (Carter, 1998, s. 487-490 arası).

Endüstri eksenli üretilen hazır nesnelerin sanata dahil edilmesi, sanatın bilindik kurallarına tepki niteliği taşır. Bu bağlamda Marcel Duchamp'ın sanat pratiklerine değinmek, nesne-sanat etkileşiminin algılanabilmesi açısından önemlidir. Duchamp'ın ortaya koyduğu nesne temelli sanatsal uygulamaların temelinde estetiğin bilindik yapısına karşı eleştirel bir bakış yatar. Bir bakıma Duchamp, alışılmış 'sanat ve estetik' kavramlarının potansiyellerine yönelik eleştirel bir bakış ortaya koyar. Bu bağlamda Carter'ın şu ifadeleri önemlidir: Dada, yirminci yüzyılda sanatın kavramlarını ve uygulamalarını önemli ölçüde değiştirdi. *“Avrupa'daki Dadaistler; Marcel Duchamp, Man Ray ve Francis Picabia, diğerlerinin yanı sıra, yirminci yüzyılda sanatın ve estetiğin gidişatını değiştirdi. Dada, çatışmacı duygulara dayanan bir eylem estetiğini temsil ederek toplumsal ve toplumsal açıdan uyumsuz bir insan ruhu sergiler”*. Dada ilk olarak Avrupa'da 1916'da Cabaret Voltaire'de kurulan, Zürih'teki yetenekli göçmen yazar ve sanatçıların fikirleri ile ortaya çıkan bir hareket başlattı. Dada, kısa ömürlü olmasının yanında sanatın sonraki sürecinin temellerini oluşturan etkili bir harekettir. Bu bağlamda Dada, Soyut Sanat'ın ve Sürrealizm'in ortaya çıkışında etkili olduğu söylenebilir. *“Dadaistler ayrıca umduğu dünyadan kaçmak için içe dönük olan Sürrealistlerden farklıydı. Dada, sosyal alan gibi estetik alanını daha da zenginleştiren belirli kavramları vurgulamaktır. Dada'nın merkezinde eylem çelişkidir”*. Bu çelişki, Dadaistlerin sanat

hakkındaki görüşlerine kadar uzanır (Carter, 1998, s. 487-490). 20. yüzyılın başında ortaya çıkan sanatta öncü hareketler, ortaya çıktığı dönemin sanat ortamında eleştirel bir bağlamda değerlendirilmesine rağmen, 1950 sonrası sanat hareketlerinin beslendiği kaynak olmuştur. Dadaizm'in temelinde hem sanatın yapısına hem de toplumsal dinamiklerine yönelik eleştirel kodlara rastlanır.

“Savaş sırasında Zürih’te Dada hareketine dâhil olan şair Ivan Goll, 1924’te Sürrealizm adlı bir dergi çıkardı. Breton’ın sert söylemlerini alarak kendi kişisel Sürrealist Manifestosunu yayınladı. Breton’ı, sanatı psikolojiyle karıştırmakla ve rüyanın çok önemli olduğu konusundaki yanılıcı fikirleriyle gerçeküstücülüğün yanlış bir versiyonunu yaratmakla suçladı. Ancak, en parlak Dadaistler ve onlara katılan genç yetenek kuşağından oluşan bir grup oluşturdular” (Brodskaiä, 2009, s. 52).

Sürrealist hareket, erken dönem Dadaizm olarak bilinen sanatsal bir dönemi takip etti. Sürrealizm, İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerika’da sürgünün yanı sıra iki savaş arasındaki krizden beslenerek ortaya çıksa da kalıcılığını sağlayamadı (Rubin,1968, s. 7).

“Sanatçılar, kişinin fikirlerini, bilinçsiz şekilde zihinden ifade etmesi gerektiğini hissetti. Bu süreci ilk vurgulayan Avusturyalı nörolog ve psikoterapist ‘Sigmund Freud’ oldu. İnsan davranışında bilinçsiz süreçlerin önemli kurucusuydu. I. Dünya Savaşı’ndan sonra birçok asker savaştan psikolojik olarak tanımlanan ‘shell shock sendromu’ ile geri döndü aktif savaşa uzun süre maruz kalmanın neden olduğu rahatsızlık, özellikle bombardıman, psikanaliz, psikolojik teori ve terapi sistemi olarak kabuk şok sendromu gibi zihinsel bozuklukları, etkileşimini araştırarak tedavi edip zihinde bilinçli ve bilinçsiz unsurlar ve bastırılmış korkular getirerek rüya yorumu ve serbest çağrışım gibi tekniklerle bilinçli zihinle çatışır. Breton, askerler üzerinde çalıştı ve travmalarının onların mantıklı, bilinçli düşünme daha sonra, tüm bastırılmış olanlara dokunmanın gerekli olduğunu hissetti. Kişinin bilinçsizliği ve düşleri yoluyla duygularına yön vermek zorunda kaldı

(...) *Bu bilinçsizlik akılda olduğu gibi en gerçek haliyle, düşünce, akıl yürütme veya mantıktı (...) Sürrealist hareket, I. Dünya Savaşı'nın hemen ardından gerçekleşti*” (Cardona, 2007, s. 46-49 arası).

Soyutlamanın dokusunda yer alan bilinç dışılık özellikle ABD’de savaşın yıkıcı etkilerinden kaynaklı olarak oluşan sosyolojik süreçte sürrealistler tarafından desteklenmiştir. Bu süreç 1950 sonrasında Dada hareketinin ortaya koyduğu felsefi temellerin yeniden değerlendirilerek, oluşacak sanatsal formların biçimlendirilme sürecinde kullanıldı. Bu bağlamda üretilen sanatsal formlarda kullanılan hazır nesnelerin Dadaist motivasyonlar barındırdığı görülmektedir. Bu durum oluşan sürecin Sürrealizmden ziyade Dadaizm eksenli geliştiği söylenebilir. Sürrealizm’ in 1945 sonrası etkisinin azalmaya başladığı ve çıkış sürecinde ortaya koyduğu entelektüel bağlamdan uzaklaştığı görülür (Hopkins, 2004, s. 24-25 arası). Sürrealizm akımı da Dadaizm gibi sosyokültürel yapının ortaya koyduğu bileşenlerden beslenerek var olmuştur. Sürrealizmde bilinç dışılık merkezi konumdadır. 20. yüzyılın başlarına kadar doğanın sanatta temsili, 20. yüzyıl sonrasında sanatçıların yoğun duygu potansiyeliyle oluşturduğu kompozisyonlarda alışılmışın dışında biçimsellikleri karşımıza çıkartmıştır. Sürrealizm’in temellerini atan Breton, sanatta bilinçaltı ve bilinçdışı kavramlarının önemine vurgu yapar. Birinci Dünya Savaşı’nda ortaya çıkan psikolojik süreçlerin yansıması Sürrealizm’e etki etmiştir. Sürrealist sanatçıların oluşturdukları sanatsal formlarda hayali (fantastik) imgeler karşımıza çıkar.

2.2. Çağdaş Sanat

Tezin ‘*Sanatın Gelişim Süreci*’ bölüm başlığının ‘*Sanat Kavramı*’ alt başlığında sanatın, 20.yüzyılın başlangıcına kadar ki süreçte göstermiş olduğu gelişim ifade edilmiştir. Dolayısıyla tezin başlığında yer alan ‘Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı’ ifadesi bağlamında düşünecek olursak, Çağdaş Sanat olgusunun detaylı incelenmesi önemlidir. Bu bölümde ‘Çağdaş Sanat’ başlığı altında özellikle 20. yüzyıl sonrasında sanatta yaşanan kırılmalara, değişim ve dönüşümlere değinmek, tezin amaçlarının gerçekleştirilmesi açısından gereklilik arz eder. Bu başlık altında Çağdaş Sanat’ın gelişim sürecine değinilmiştir.

Smith'e göre, Avrupa'daki kalıntı kültürel oluşumlar ve ülkelerindeki tartışmalı sınırlar on dokuzuncu yüzyılın ortalarında Fransa, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde zaferle kutlama ve modernleşme etkilerinin doğrudan resmedilmesi (örneğin; kapitalizmin yükselişi, sanayileşme, büyük şehirler, ulus devletler ve ticari kültürler) sanatsal varsayımların ve uygulamaların yenilenmesi için sanatsal stratejileri büyük ölçüde değiştirmiştir. II. Dünya savaşı sonrası dönemde, Avrupa'daki büyük güçler bir arada ve Amerika Birleşik Devletleri ile dünyadaki ekonomik, politik ve kültürel kapasite birçok sanatçıyı etkiledi. Bu etki özellikle 1950 sonrasında farklı sanat hareketlerinin oluşumuna etki etti. Pop Art, Performans Sanatı, Minimalizm, Fluxus ve Kavramsal Sanat hareketleri Çağdaş Sanatın etkilerini bünyesinde barındırdığı söylenebilir. “*Soyut Dışavurumculuk ve Geometrik Soyutlama gibi iki ana eğilim ile çok sayıda yeni sanat formları ortaya çıktı. Bu sanat formları; Pop Art, Fotogerçekçilik, Minimalizm, Arazi Sanatı, Happening (Olaylar), Performans Sanatı, Arte Povera (Yoksul Sanat) ve Kavramsal Sanat gibi isimlerle sanatta konumlandı*” (Smith, 2011, s. 8-10 arası).

Soyut Dışavurumculuk kavramı ilk kez Berlin'de Herwarth Walden tarafından kullanıldı ve avangart dergide yayınlandı. Kandinsky ve Hofmann'a göre Herzog, dışavurumculuğu ‘*oluşumun saflığıdır, manevi olanın fiziksel bir yaratımı, somut nesneden yoksun nesnelerin oluşumudur*’ diyerek dile getirdi. Savaş sonrası Amerika her iki yerde de avangart özneliği destekledi. Hans Hofmann, 1915'te bir kez daha “*Sanatçı kendi görüşünü yaratmalı, yani kendi deneyiminden, doğadan veya ondan bağımsız olmalı*” diyerek bir kavram tavsiyesinde bulundu (Marter, 2007, s. 14-15 arası). Amerika'nın sanatsal çağının gelişi olarak müjdelenen Soyut Dışavurumcu resim neredeyse başından beri yurtdışına ihraç edildi. Willem de Kooning'in eser 1948 gibi erken bir tarihte Venedik Bienali'ndeki ABD temsiline dahil edildi. 1950'de Arshile Gorky ve Pollock ona katıldı (Frascina, 2000, s. 151). Pollock en iyi bilinen dinamik damla resimlerini 1947 ve 1951 yılları arasında üretmiştir. Bir şövalede durmak yerine, Pollock tuvaleri yere yerleştirdi, ‘*resmin etrafında dolaşarak kendini daha yakın hissediyordu ve boyayı tuvale fırlatarak, bir sopa ucundan damlalar üzerine sıçratarak vücudunun bütününe kullanıyordu*’. Pollock, garipleştirmek için el izlerini kullanır, böylece yapıt ile tuval arasında

boşluk kalmayacak şekilde hemen tamamlanır (Oliver, 2003, s. 30-33 arası). Dünya savaşlarından sonra yaşanan yıkımdan çıkmak isteyen Batı öncelikle sanayileşme ile sosyokültürel yapıyı biçimlendirmeye çalışmıştır. Üretim sistemini çalıştıran bu yapı, tüketim kavramının boyutunu arttırdı. Bu süreçte kapitalist yapı kitle iletişim araçlarına yönelerek üretilen nesnelere topluma iletilmesinde önemli bir strateji ortaya koydu. Bu süreçte Pop Art, endüstri, yaşam ve sanat gibi kavramlara odaklandı.

Bolton'a göre, Pop Art sanatçıları tarafından yaratılan reklamlarda, filmlerde görülen görüntülerin ve diğer modern iletişim biçimleri Popüler Sanat'ın ortaya çıkmasındaki en büyük etkendi. 1950'lerin sonlarında Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere, İkinci Dünya Savaşı'ndan teknolojinin yardımı ile toplumlarını refah seviyesine yükseltmişlerdir. Fabrikaların, milyonlarca sıradan insanların parlak, cesur tasarımları ve resimleri her yerdedi, popülerliğin sürdürülebilmesinde açık ambalaj ve reklamlar, filmler, dergiler, posterler ve TV iletişim aracı olarak kullanıldı (Bolton, 2000, s. 4). Shanes'in ifadesiyle, popüler kitle kültürünün sanatta yükselişi tarihsel olarak, nihai bir tepkinin ortaya çıkmasıyla İngilizlerle başlayan teknolojik ve demokratik çağın sanayi devrimi, Amerikan ve Fransızlar'ın on sekizinci yüzyılın sonlarındaki devrimleriyle devam etti. Sanayileşme ile demokratikleşme yayıldı. Sosyal ve fiziksel hareketlilik ile bu ilerlemeler; küreselleşme, artan kentleşme ve kırsal alanların sanayileşmesi, doğal dünyayı büyük ölçüde etkiledi. Gazete matbaası, kamera, radyo, film projektörü, televizyon seti ve diğer kitle iletişim araçlarına kadar teknolojileri son derece ilkel gösteren zaman ve öncülerinin yerini hızla artan yeni türler üretti. Açık bir şekilde verimli olan görsel görüntülerin sanatçı ve tasarımcının keşfetmesi için zemin hazırladı. Popüler kitle kültürü enerji ve güce sahipti, çoğu zaman sinema veya televizyon görüntüsü gibi aktarım araçları, reklam, afiş ve dergi illüstrasyonu tarafından paylaşılmayan bir iletişimin yakınlığına sahipti. Daha fazla entelektüel karmaşıklığa sahip eserler için emek vermek zorundalardı. Kitle kültürünün en popüler zamanında birçok yaratıcı figürün çok geçmeden bağımsız olarak aynı sonuçlara ulaştığı görüldü (Shanes, 2009, s. 9).

Minimalizm'in itibarı, yerli bir Amerikan tarzı olarak tarihsel öneminden ve benzersiz oluşundan da yararlanmış olabilir. Minimalizm yalnızca bir Amerikan

fenomeni olmakla kalmadı, aynı zamanda resim, müzik, heykel, dans, film ve edebiyatta önemli yeri vardı. Minimalizm en basit tanımıyla formun netliği, yapı ve dokunun sadeliği ile ayırt edilen bir stildir. Minimal sanat, 1960'larda Amerika Birleşik Devletleri'nde yürütülen soyut, geometrik resim ve heykeli anlatıyor. Baskın düzenleme ilkeleri arasında, minimum değerle oluşturulan dik açı, kare ve küp yer alır (Strickland, 1993, s. 3-5 arası). Soyut Dışavurumculuğun karmaşık formlarına karşın sade biçimselliklerle oluşturulan formlar Minimalizm'in özelliklerini yansıtır. Minimalizm, her ne kadar basit ve sade formlar ile biçimlendirilmiş olsa da Soyut Dışavurumculukta olduğu gibi doğanın temsilinden uzak kavramsal içerikleri barındırır.

Kavramsal Sanat başlığı altında yer alan birçok sanatçı, geleneksel sanat kategorilerini sorgulamış, yeniden yorumlamış veya tamamen terk etmiştir. Genel olarak, Kavramsal Sanat, boya veya geleneksel sanat malzemeleri yerine dilin ve fotoğrafın bağımsız kullanımı ile karakterize edilir. '*Sanat ve Dil*', Kavramsal Sanat'ın tanımlayıcı özelliğine, dilsel yapısına öz-düşünsel bir araştırma ve prosedür iddia etti. 1967'de Kosuth, 'tanım' serisini fotoğrafik olarak yeniden üretilmiş, büyütülmüş ve sanat nesnelere monte edilmiş sözlük tanımları üretmeye başladı. Kavramsal Sanat'ın önemli bir manifestosu olan '*Felsefeden Sonra Sanat*'ı yayınladı. Kavramsal Sanat, sanatı kendi özgünlüğünden ayırarak, sanatın olabileceği alanları muazzam ölçüde genişletti. Kavramsal Sanat, çalışmanın 'çerçevesizliği' ile paylaşılan bir vurgudur. Kavramsal Sanatı ayıran şey, anlayışımızın altında yatan dilbilimsel ve göstergebilimsel koşullara ve varsayımlara odaklanmaktır (Newman and Bird, 1999, s. 5-11 arası). Goldie and Schellekens'a göre, fikirlerden yoksun sanat nadiren iyi sanattır. Fikirler, sanatsal bir biçimde birçok kılığa bürünebilir. Her zaman izleyicisini entelektüel olarak meşgul etmeyi amaçlar ve dahası, bunu estetik veya duygusal olarak yapmaya gerek duymaz. Sanat, bu görüşe göre, 'akıl' sadece entelektüel olmayı gerektirdiği için değil, aynı zamanda böyle bir sanat eserinin en iyi fikir olarak anlaşılmasıdır. Kavramsal Sanat hareketi en başından itibaren kendisini bir tartışma akışına sıkıca yerleştirdi. 1960'ların sonlarından itibaren Batı sanat dünyası 'Ne tür bir şey sanat olarak nitelendirilebilir? Sanat güzel olmalı mı? ve Sanatçıların rolü nedir?'

sorularının önemli çeşitliliklerine rağmen, çok sayıda ortaya çıkan manifestolar, misyon ifadeleri, projeler ve tartışmalar bu hareketin hepsinin tek bir temel ilkeyi paylaştığı söylenebilir. Kavramsal Sanat'ta, kavramlar veya fikirler sanat eserlerini oluşturur. Malzeme, sanat yapımını ve sanat takdirini terimlerle yeniden tanımlama sürecinde kavramsal olarak çalışan birçok sanatçı, öncelikle entelektüel bir sürecin gelenek ve felsefi teorilerden yararlanmıştı (Goldie and Schellekens, 2007, s. x). Bilindik sanat malzemelerinin dışında farklı teknik ve malzemelerin kullanılmaya başlandığı sanat hareketlerinde, sanatçıların yaşam olgusunu merkeze alan, sanat ile yaşam arasındaki sınırları kaldırarak yaşamı sanata dahil etme çabaları yoğun şekilde sanat pratiklerinde karşımıza çıkar. Artık sadece somut nesnelere üzerinden sanatın konumlanmasının yanında fikir, düşünce, vb. soyut kavramlar bağlamında da sanatın varoluş süreci karşımıza çıkar. Bu bağlamda, Fluxus hareketi önemli yer teşkil eder.

Fluxus sanat hareketi, 1963 yılında Düsseldorf Sanat Akademisi'nde düzenlenen Fluxus performans festivali erken dönem için önemli tarihsel bir işaretti. Düsseldorf'teki festival Joseph Beuys tarafından ortaklaşa organize edilmişti. Fluxus Group'un organizatörleri George Maciunas, Düsseldorf Sanat Akademisinin de öğretim üyesiydi. Fluxus performansı ve olaylar Maciunas ve diğerleri tarafından yapılan planlamanın sonucuydu. Onlar genellikle değişen bir durumun doğrudan bir tezahürü olarak ortaya çıktı. Örneğin, Yeni Sosyal Araştırma Okulu'nda John Cage tarafından öğretilen kompozisyon üzerine tarihsel ve kavramsal çalışmalar; öğrenciler, ara sıra ziyaretçiler ve birçok sanatçıyı içeriyordu (Friedman, 1998, s. 5).

Fluxus hareketi bağlamında çok sayıda eser üretilmiştir. Bu eserlerin önemli ölçüde performansa dayalı uygulamaları içerdiği söylenebilir. Fluxus hareketi incelendiğinde farklı kültürlerden çok sayıda sanatçının bu hareketin içinde yer aldığı görülür. Bu durumun Fluxus hareketine evrensel bir boyut kazandırdığı söylenebilir. Joseph Beuys, Nam June Paik ve Yoko Ono gibi sanatçıların sanat çalışmalarında, Fluxus hareketinin ortaya koymak istediği anlamsal değerler yoğun şekilde görülür. Fluxus eserleri '*rastlantısallık, sanat-yaşam ilişkisi ve izleyici etkileşimi*' gibi farklı bileşenleri barındırır.

Arazi Sanatı, 1968 yılında ilk büyük sergi için kullanılan terim olarak ortaya çıkmıştır. New York Dwan Gallery'de sergilenen bu çalışmalardan Carl Andre, Sol

LeWitt ve Robert Morris gibi Kavramsal sanatçıların yanı sıra aynı zamanda Robert Smithson gibi Land Art (Arazi Sanatı) hareketinin kilit figürleri de yer almıştır. Bu sanat eserlerinin arazi üzerinde yapıldığı ve bu sanat eserlerinin yapılış sürecinde, sanatsal bir dil ortaya konulmuştur (Rigaud, 2012, s. 6). Arazi Sanatı, daha önce kurulmuş ve çeşitli sanat formlarının izini Kavramsalcılığa ve 1960'ların Yerleştirme ve Performans Sanatına bırakmıştı. İrili ufaklı ve biçimli eserler, mekâna özgü kalıcı heykel, bir galeride sergilenen doğal malzemelerden kullanılmaktadır. Çalışma ya kısa ömürlüdür ya da erişilemezdir ve fotoğraf, film, eskiz veya metin yoluyla belgelenmiştir. Özetlemek gerekirse, bazı toprak sanatçıları doğayı şu ya da bu şekilde gerçekleştirmeye çalışırlar (Lintott, 2007, s. 263-264 arası). Arazi sanatçıları benzer açılardan doğa ile sanatı bütünleştirmeye çalışırken sanat formlarının biçimlendirme sürecinde birbirinden farklı noktalara vurgu yapmaları, Arazi Sanatının kavramsal yönünü güçlendirmiştir. Bazı sanatçılar uzun ömürlü (kalıcılığı uzun olan) formlar üretirken bazı sanatçılar ise kısa ömürlü formlar üretmişlerdir. Sanatçıların eserlerini sanat izleyicilerine ulaştırma sürecinde, fotoğraf makinesi ve video gibi teknolojinin sağladığı olanakları kullanmışlardır. Geniş arazilere yayılan, büyük boyutlu çalışmalar, yukardan görüntülediği zaman daha net, biçimsel yapıları bize sunarlar. Fakat yeryüzünden çalışmalar gözlemlendiği çalışıldığında bakış açısından kaynaklı olarak eserin bütünü algılamakta zorluk yaşanabilir. Bu bağlamda izleyicileri bu eserleri yukardan gözleme imkânı sağlayabilmelerinin zor olması sanatçıların yaptıkları çalışmaların görsellerinin izleyiciye ulaştırması mantıklı bir çözüm olarak değerlendirilebilir.

Celant'ın Arte Povera'yı nitelendirmesi, İtalya'nın uzlaşma mücadelesini yansıtıyor ve nispeten yoksul ve ağırlıklı olarak Dünya Savaşı'nın hızla sanayileşen ulus için harap ettiği tarım ülkesi Marshall Planı destekli *İtalyan mucizesi* veya *ekonomik mucize* tarafından yönlendirilen 1950'lerin sonu ve 60'ların başında ortaya çıkmıştı. Amerika'nın yardımı ile birlikte şirketlerin büyümesi, İtalya'nın gelişen dış ticaretine katkıda bulundu. Ancak bu 'mucize' İtalya'da büyük bir toplumsal gerilime ve karışıklığa neden oldu. Arte Povera, II. Dünya Savaşı'nın harap ettiği bir toplumdan doğdu ve Amerika, Marshall yardımıyla yeniden inşa edildi. Bu kapsamda Pop Art ve Minimalizm, İtalya'da ihraç edilen başka bir ürün olarak

görülme eğilimindeydi. Arte Povera açıkça, teknoloji karşıtı bir duruş sergiledi ve birçok yönden, Arte Povera'nın tarihsel yörüngesi, değişen arayışı ve onun sosyal bağlamını mükemmel bir şekilde yansıtır (Cullinan, 2008, s. 9-29 arası).

1980'lerden itibaren araştırma sergileri, çoğu Celant tarafından organize edilen Arte Povera'nın tarihini vurgulayan bir tarih yazımı inşa etti. 1960'ların sonlarında İtalya'da sosyal ve ekonomik değişim radikal siyaset grup sanatçıların kültürel temellere dönüşü ve otoritenin sorgulanması, kurumsal sözleşmeler, ülkenin değişken durumuna verilen tepkilerdi. Bu bağlam, şimdi süregiden çekiciliği ve değerliliği için daha az merkezi görünüyor. Arte Povera'nın başlangıçta meydan okumak için var olduğu pazar tarafından ve diğer yandan, politik olarak meşgul olduklarında, kendi çalışmalarını yöneten sanatçılar tarafından 1960'lardaki emsallerinden daha dağınık yönlerde çalışıyorlardı (Holman, 2011, s. 228). Bryzgel'in ifadesiyle, Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'da performansın gelişimi, yirminci yüzyılın ilk yıllarında Fütürizm ve Dada'daki kökenlerine işaret ederek, oradan Sürrealist oyunlar aracılığıyla düzgün bir yörünge izler. Jackson Pollock'un otomatizm temelli, hareketli tuval boyama aktivitesi Performans Sanatının oluşumu açısından önemlidir (Bryzgel, 2017, s. 10). Performans Sanatının potansiyeline bakıldığında, Kavramsal Sanat'ın özelliklerini barındırdığı görülür. Sanatın, belirli bir yerde, belirli bir zamanda ve halkla doğrudan ilişki içinde olan bir bireyin veya grubun eylemleri olduğu gerçeği, bizi bu sanatsal türde sanat nesnesinin önemli olmadığı gerçeğine götürür. Sanatçı öznesi, yapıtın kurucu ögesi, gösterenidir. Performans Sanatında, tiyatro veya dansta olduğu gibi incelenen, yönetilen ve önceden tasarlanmış bir hareket veya oyunculuk biçimi yoktur. Buna rağmen birçok sanatçı aynı zamanda aktör, müzisyen veya dansçıdır. Çok yönlülük ve aşırı kapasite ile iletişim kurmakla ilgilidir. Performans Sanatı dans, müzik, şiir, tiyatro veya video unsurları ile eklettik bir yapı ortaya koyar. Performans Sanatı, izleyiciye sunulan sanatsal sahne tezahürlerinde birey; bazen doğaçlama, kışkırtıcı, estetik, senaryolu veya senaryosuz bir şekilde düzenler. 1960'ların ve 1970'lerin başlarının Performans Sanatı, sanat malzemesi olarak sanatçının bedeniyle çalışmaya başlamıştır (Consuegra, 2014, s. 185-187 arası). 1960 sonrası ortaya çıkan bu sanat hareketlerinin dokusunda Kavramsal Sanat'ın izlerine rastlanır. Sanatçılar ürettikleri

eserlerde birbirinden farklı nesnelere kullanarak izleyiciye sosyokültürel bağlamda mesajlar vermeyi amaçlamışlardır. Bu eserlerin biçimsellikleri, geleneksel sanat eserlerinin yapısından farklı görüntüleri karşımıza çıkartır. Bu eserlerin izleyiciler tarafından anlamlandırılması, bilindik eleştirel yöntemlerin dışından felsefi bakış açısını gerektirir. Bu bağlamda, bünyesinde barındırdıkları Kavramsal Sanat'ın bileşenlerinin ortaya çıkartılabilmesi için *'Kavramsal Sanatın Düşünsel Temelleri'* nin algılanmasının önem taşıdığı söylenebilir.

2.2.1. Kavramsal Sanatın Düşünsel Temelleri

Kavramsal Sanat, geç dönemde ortaya çıkan tarihsel bir sanat hareketi ve Çağdaş Sanat için genellikle dil kullanımı ile tanımlanır (Kalyva, 2017, s. 1). Alberro and Blake'a göre, Kavramsal Sanat 1960'ların ortalarından sonlarına kadar, çoklu ve karşıt uygulamaların tartışmalı bir alanıydı. Bir sanatsal söylem ve teoriden ziyade; en önemli temsilcilerinden Joseph Kosuth, Christine Kozlov ile Sanat ve Dil grubunun çalışmalarıyla şekillenmiştir. Kosuth *'Felsefeden Sonra Sanat'* (1969) adlı üç bölümden oluşan makalesinde *'dilbilim'* olarak adlandıracağı bu estetik kuramın ayırt edici özelliklerini tanımlar. Alfred Jules Ayer'in *'Dil, Doğruluk ve Mantık (1936)'* adlı makalesinde mantıksal pozitivistin ilkeleri tarafından desteklenen bir kavramsalılık açıklaması özellikle Kosuth'un tezine göre sanatın doğası, sanatçıların temel kaygısı olmalıdır. Geleneksel kategoriler içinde kalan ancak resim ve heykel sanatı, bu sanatsal kategoriler olduğu için bu tür bir araştırmayı engeller. Bu nedenle, bu kategoriler devre dışı bırakılmalıdır. Sanatçılar için çağdışı, yararsız, hatta zararlı olarak kabul edilen bu ana argüman çizgisi, Kosuth'u modern sanat tarihini olduğu gibi yeniden düşünmeye yönlendirir. Geleneksel resim sanatının formlarına karşın Kosuth, bu sanatsal formlara tepki niteliği taşıyan alternatif bir sanat yapısı üzerinde Marcel Duchamp'ın ortaya koymuş olduğu anlayışla eserlerini biçimlendirir. Geleneksel sanatın nesilden nesile aktarılan dilini reddetmiş ve sanatın kavramsal içeriğine, anlaşılabilirliğine öncelik vererek, daha kapsamlı bir açıklama gerektirmiştir. 1960'ların ortalarından sonlarına kadar her ne kadarki dönemde; Mel Bochner, Hanne Darboven, Sol Lewitt, Lee Lozano, Brian O'Doherty ve diğerleri Kavramsal Sanat ile ilgilenirler. Lewitt farklı görsel biçimlere dayanan algısal sanat ile Kavramsal Sanat arasında ilişki kurar. *"İzleyicinin gözünden ziyade zihnini*

meşgul edin". Lewitt'in Kavramsal Sanat açıklaması, sanat eserinin nasıl görüneceğini belirlediğini öne sürüyor. Fikir; "*sanatı yapan bir makine*", "*keyfi olanı ortadan kaldıran mantıksal bir işlem*" haline gelir. Bu fikrin kendisinin sanat olarak kabul edilebileceğini varsayar fakat Kosuth'un estetik teorisinin aksine, Lewitt için karşılıklı olarak birbirini besleyen, gerçekleştirme süreciyle tamamlayıcı bir ilişki içinde durur (Alberro and Blake, 1999, s. xvii-xviii arası).

Kavramsal Sanat'ta bir fikrin ortaya koyulması ya da somutlaştırılması sürecinde, sanatta bilinen yöntemler arasında olan resimleme gibi sanatın bilindik yöntemleri de kullanılabilir. Kavramsal Sanat'ın potansiyeline bakıldığında sanatçıların ortaya koyduğu formların alışılmışın dışındaki biçimselliği 'bu sanat mıdır?' sorusunu ortaya çıkartır. Kosuth'un ünlü '*Felsefeden Sonra Sanat*' ifadesi: "*Tüm sanatlar (Duchamp'tan sonra) kavramsaldir (doğası gereği) çünkü sanat yalnızca kavramsal olarak, tüm sanatın bundan etkilendiği anlamına gelmemelidir*". Duchamp'ın stratejileri kavramsaldir, bu yalnızca Duchamp sanatının gerçekten sanat olduğu anlamına gelir ve diğer sanat tam olarak sanat değildir. Kavramsal Sanatta fikir ya da kavram en önemli şeydir. Bir sanatçının kavramsal bir biçim kullanması, onun bu eseri ortaya koyarken planlama ve kararlılığını gösterir. Aynı zamanda bu süreç sanatçıyı fikir sanatı yapan bir makine haline getirir. (Smith, 2017, s. 125-127 arası).

Sanat dünyasının yıllar içinde aşırı ticarileşmesine tepki olarak 1960'lı yıllarda Kavramsal Sanat ortaya çıktı. Bu eğilim başlangıçta Amerika Birleşik Devletleri ve Büyük Britanya'da hızlı bir şekilde yayılırken 1960'ların sonundan 1970'lerin ortasına kadar bu yayılım sürecini tamamlandı. New York okuluna egemen olan savaş sonrası sanatının biçimci estetiği esas olarak Minimalizmden Kavramsal Sanat'a, Minimal Sanat'ın daha yansıtıcı akımından ortaya çıktı. Sol Lewitt'in Minimalist çalışmaları, farklı tezahürlerin bir sonucuydu. Duchamp'ın eklenmiş hazır ürünleri Minimalist yapıya yansıyan Kavramsal Sanat, sanatçının rolü ile gözlemcinin rolünü yeniden tanımladı. Kavramsal Sanat bu nedenle eleştirel ve aşındırıcı bir sanattır. Kavramsal Sanat eserlerinde hem zihinsel hem de yansıtıcı bir etkinlik olarak sanat eserinin aşırı değerlendirilmesi deneyimsel olarak, bir yansıma sanatı olduğuna işaret eder. Bir nesne olarak eserin varoluşsal durumunu sorgulayan

Kavramsal Sanat bu şekilde sanatsal nesnenin ortadan kaldırılmasını vurgular (Consuegra, 2014, s. 184-185). Leuthold'a göre, Kavramsal Sanat'ın kökleri, Dada ve özellikle Duchamp'ın sanatının '*sanat karşıtı, beceri karşıtı, nesne karşıtı*' yönünden alır. Dadaistlerden yola çıkan Kavramsal sanatçılar, olumsuz bir önyargı olarak yönelimi; bir ortam yaratmak isterler veya görüntülenebilir bir nesneden ziyade bir olay ve izleyicilerin etkileşime girmesini sağlamak isterler. Bu ortamı geleneksel olmayan bir şekilde galerinin sınırları içinde çevreyi sanatsal malzeme olarak kullanarak veya galeri mekanının kendisini yapı bozuma uğratarak, sanat eserini yeniden konumlandırır. Kavramsal sanatçıların, sanat dünyasından daha çok gerçek dünyayla bağları vardır. 1960'larda Kavramsal Sanat, ticarileşmeye karşı bir tepkiydi. Basitçe süreç, dil, dokümantasyon ve benzerlerinden oluşur. Sanat objeleri gibi bir ürün olarak alınıp satılmayan Kavramsal Sanat, bizi düşünümsel olmaya, dilin hayatımızı nasıl şekillendirdiğinin farkına varmaya davet eder (Leuthold, 1999, s. 41-43 arası). Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere Kavramsal Sanat ile sanattaki kavramsallık birbirinden farklı algılansa da tümünün beslendiği kaynak 20. yüzyılın başında sanatta yaşanan öncü hareketler olduğu söylenebilir. Marcel Duchamp ve Dadaist sanatçıların sanatta ortaya koydukları formlar birçok farklı açıdan değerlendirilmesi gereken kodları barındırır. Kavramsal Sanat'ın 1960 sonrası ortaya çıkması, sadece eserlerin biçimselliklerine değil aynı zamanda barındırdıkları anlam, fikir ya da düşünsel alt yapı oluşturan bileşenlere de odaklanmak gerekir. Nesne, Kavramsal Sanat'ın somut bağlamıdır. Fakat asıl vurgulanmak istenenin fikir (kavram) ya da düşünce gibi soyut bağlamı işaret eder. Sanatçılar, kavramsal temelli çalışmaları oluştururken ortaya koydukları düşünsel sürecin çıkış noktası toplumsal yapıdır. Bilindiği üzere 20. yüzyıl, toplumların birçok açıdan değişim ve dönüşüm yaşadıkları dönemdir. Özellikle Dünya Savaşları'ndan sonra ortaya çıkan sosyokültürel problemler sanatın biçim ve anlamında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. 1950 sonrası ortaya çıkan sanat hareketlerinde sanatta yaşanan değişimin ve dönüşümün etkileri görülür. "*Pop Art, Minimalizm, Kavramsal Sanat, Fluxus, Süreç Sanatı, Yoksul Sanat, Arazi Sanatı, Performans Sanatı, Video Sanatı, vb. sanat hareketleri*" 1950 sonrası sanatta yaşanan değişimleri karşımıza çıkarır.

'Popüler Kùltür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı' başlıklı bu tezde sadece Kavramsal Sanat eserlerinde kullanılan popüler kùltür imgelerine değil aynı zamanda kavramsal dokulara sahip sanat eserlerindeki popüler kùltür imgelerinin kullanımının felsefi temellerine de değinilmiştir. Bir bakıma 1950 sonrası ortaya çıkan sanat hareketlerinde sanatçıların kullandığı popüler kùltür imgeleri incelenmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜR VE SANAT

Kültür kavramının insanlıkla birlikte geçirdiği dönüşümün, sanayileşme ve savaşlar gibi etkenlerden kaynaklı olduğu söylenebilir. 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan ve 1950'lere kadar ki süreçte yaşanan savaşlar toplumsal dinamiklerin yeniden biçimlendirilmesinin temelini oluşturmuştur. Özellikle endüstrileşmeyle başlayan ve doğal olarak üretim mekanizmasının çıktılarına yönelik toplumsal eğilimin potansiyeline vurgu yapan popüler olgusu, 1950 sonrası özellikle Batı toplumlarında ortaya çıkmıştır. 'Popüler kültür' kavramı ile kodlanan bu süreç, sanat eserlerinde de kendisine yer bulmuştur. Tüketim kültürü eksenli ortaya çıkan popüler kültür olgusu, toplumsal değerler ile olan etkileşiminde farklı bakış açıları ile değerlendirilmiştir. Popüler kültür olgusunun toplumsal yapının biçimlendirilmesinde üstlendiği misyon, farklı bakış açılarıyla ifade edilmeye çalışılmıştır.

Popüler kültür ile sanatın ilişkisel yapısının ortaya konulabilmesinin temelinde, kültür kavramının yapısının incelenmesi önemlidir. Araştırmanın bu bölümünde 'kültür' kavramının yapısına yönelik değerlendirmeler yapılmıştır.

3.1.Kültür Kavramı

Kültür kavramı potansiyel itibari ile net olarak tanımlanmakta zorlanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültür kavramına yönelik yapılan tanımlamalarda farklı sosyokültürel yapılara vurgu yapıldığı görülmektedir. Fakat yapılan bu yorumların hiçbir tanesi kültür kavramının sınırlarını net bir şekilde ifade edebilecek nitelikte olmadığı yapılan araştırmalar neticesinde tespit edilmiştir. Tanımlanması bu kadar zor olan kültür kavramının insanlıkla beraber başladığı, insanlıkla beraber aktarım sürecinin gerçekleştiği ve insanlıkla beraber var olacağı düşünüldüğünde sürekli kapsam alanını genişleterek güçlü bir potansiyel ortaya koyacağı söylenebilir. Kültür kavramı bir ulusun bir toplumun ya da toplumların edindiği ve edineceği her türlü sosyokültürel yapı içerisindeki bileşenleri kapsayan bir kavram olarak ifade edilebilir. Burada birçok noktaya vurgu yapılmalıdır.

Örneğin; bir toplumun yaşayış biçimi beslenme alışkanlıkları giyim tarzı gelenek ve göreneklere mimarı yapıları sanatsal uygulamaları, vb. toplumu oluşturan farklı olguların tamamını içine alan ve aynı zamanda süreç itibari ile birçok farklı etkenle etkileşime girerek kapsam alanını genişleten ve genişletecek olan bir yapıya bürünür. Bu nedenle kültür kavramının potansiyelinin algılanabilmesi açısından disiplinler arası etkileşimsel sürecine odaklanılmalıdır. Kültür kavramının, farklı disiplinlerdeki potansiyeline yönelik değerlendirmeler, bu kavramın yapısının geniş perspektiften incelenmesi açısından önemlidir.

Kültür kavramı, bağımsız bir nesne dünyasında sabit bir varlığı temsil etmez, ancak en iyi şekilde, farklı kullanımlar ve amaçlarla insan faaliyeti hakkında farklı konuşma yollarını belirten hareketli bir gösteren olarak düşünülür. Bir yaşam biçimi olarak kültür; dil gibi kültür; temsil olarak kültür; bir araç olarak kültür; uygulamalar olarak kültür; sanat eseri olarak kültür; mekânsal düzenlemeler olarak kültür; güç olarak kültür; anlam akışındaki bir kümelenme veya düğüm olarak kültür; yüksek kültür; popüler kültür; alt kültür; kaos kültürü; idari rutinler olarak kültür vb. kültürden bahsedilen çok sayıda kavram vardır. Bunların hiçbiri yanlış olma anlamında hatalı değildir, ancak farklı amaçlara ulaşırlar ve farklı zaman ve yerlerde az çok uygulanabilir olabilirler (...) Bu bağlamda, kültürel çalışmaların kültürü herhangi bir nihai biçimde 'tanımlama' zorunluluğu ortadan kalkar (Barker, 2002, s. 84).

Kültürün çok yönlü yapısı özellikle 20.yüzyılın başından itibaren farklı bir boyuta ulaşmıştır. Fakat kültür kavramının başlangıcına yönelik bazı noktalarına vurgu yapmak önem arz eder. İnsanlıkla başlayan süreç gündelik yaşamın sürdürülebilmesi noktasında insanların hayatlarını sürdürülebilmesi için besin kaynağına ihtiyaç duymuşlardır. Bu besin kaynakları ilk toplumların avcılık süreci ile elde edilmiştir. Sonraki dönemlerde yerleşik yaşama geçen toplumlar avcılığın yanında toprağın potansiyelinden faydalanmışlardır. Ekip biçme süreçleri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda kültürün kavramının kökenine indiğinde tarımsal aktiviteler karsımıza çıkar. Dolayısıyla kültür kavramı ilk dönemlerde ekip biçmek tarımsal

aktivite olan ekip biçme kavramlarına gönderme yapar. Sonraki dönemlerde toplumların yaşantısına etki eden bileşenler yaşam sürecine dahil olunca kültür kavramı da doğal olarak anlamsal değişimlere uğramıştır. Bu değişimlerin en önemli noktalarından bir tanesi Aydınlanma çağıdır. Bu dönemde özellikle Avrupa da yönetim sistemlerine yönelik toplumun ortaya koyduğu tutum birçok sistemin yeniden değişmesine neden olmuştur. Aydınlanma çağının en önemli kavramları düşünce özgürlük ve çağdaşlıktır. Bu noktada Aydınlanma çağından sonra bilimin gelişmesi teknolojinin hızlı bir şekilde ilerlemesi yeni materyallerin ortaya çıkması farklı disiplinlerde bilimsel çalışmaların yapılması, vb. durumlar toplumsal dinamikleri önemli ölçü de değiştirmiştir. Bu gelişmeler ya da değişimler toplumların geçmişten gelen yaşam pratiklerinin, giyim kuşamlarının, beslenme alışkanlıklarının, mimarı yapılarının hatta sanat anlayışlarının değişimine yol açmıştır. Bir bakıma bu toplumların hayata bakış açılarını değiştirmiştir. Bilindiği üzere her değişim bazı farklı ya da yeni diyebileceğimiz olguları sosyokültürel yaşam içerisine yerleştirir. Toplum yaşantısına temas eden her bileşen, kültür kavramının bir dokusu olarak karşımıza çıkar.

Yirminci yüzyılın başlarında, kültür dünyanın tüm toplumlarına yayılırken, giderek artan sayıda egzotik, ilkel veya arkaik nesnelere 'sanat' olarak görülmeye başlandı. Yüzyılın ortalarında 'ilkel sanat'a yönelik yeni tutum, çok sayıda eğitimli Avrupalı ve Amerikalı tarafından kabul edilmişti. Yirminci yüzyılın sonlarının bakış açısından, paralel sanat ve kültür kavramlarının, geçici de olsa başarılı bir şekilde, Batılı olmayan çok sayıda sanat eseri ve gelenekleri kavradığı ve bünyesine kattığı açıktır (Clifford, 1999, s. 68). Kültür bağlamında sanatın konumlandırıldığı süreç günümüzde hala tartışılmaktadır. Mağara duvarlarındaki çizimlerin sanat eseri olup olmadığı günümüzde de tartışılmaktadır. Fakat bu bağlamda, mağara duvarı çizimlerinin o dönemde yaşayan insanların sosyokültürel yapılarını günümüzdeki toplumlara anlatması bakımından o dönemin yaşamına ışık tuttıkları söylenebilir. Bir bakıma o dönemdeki insanların kültürel değerlerine yönelik en önemli göstergeleri bünyesinde barındıran eserler olarak günümüzde kültürel bağlamda önemli potansiyele sahiptir. Sanatın başlangıç sürecinde mağara duvarlarına yapılan çizimlerin başlangıç noktası olarak alınıp sonraki süreçlerde farklı toplum ve

uygarlıklara ait sanatsal çalışmaların günümüzdeki sanatın oluşumuna katkı sağladığı söylenebilir. Fakat sanatın icra edilişi her dönemde farklılık gösteren yapılarda ortaya çıkmıştır. Her dönemde sosyokültürel yaşamın bir yansıması olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda sanatın kültür olgusunun önemli bir parçası olduğunu söylemek doğru olacaktır.

Araştırmanın başlığına bakıldığında popüler kültür kavramının ortaya çıkış süreci ve toplum bağlamında güçlü bir potansiyeline ulaşması bu kavramın kökenine yönelik değerlendirmelerin yapılmasını gerekli kılmaktadır. Aydınlanma çağı ile başlayan dünyadaki değişim 20.yüzyılın başlarında toplumsal değerlerin farklılaştığını aynı zamanda kültür olgusunun birçok farklı dokudan beslenerek algılanması zor, tanımlanması güç bir noktaya gelmesine neden olmuştur. Bunun en önemli nedeni olarak, endüstrileşme sürecinin başlaması ve hızlı bir şekilde kapitalizm denilen bir yapının endüstrileşen toplumların sosyokültürel yapılarında yer etmesine zemin hazırlamıştır. Endüstrileşme süreci dünyada farklı dönemlerde gerçekleşmiştir. Fakat özellikle yaşanan dünya savaşları endüstrileşmenin hızlı büyümesinin ve aynı zamanda toplumların ekonomik hedeflerinin gerçekleştirilme durumundan kaynaklı olarak ortaya çıkmıştır. 20.yüzyılda yaşanan olayların toplumların sosyokültürel yapıların değiştirmesi aynı zamanda kültür kavramının da yeniden tartışılmasını, farklı yapılarla yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmıştır. Endüstrileşme ile ortaya çıkan süreçte popüler kültür kavramı, kültür olgusu bağlamında yoğun şekilde tartışılarak birçok farklı disiplindeki varlığına yönelik araştırmaların yapılmasına zemin hazırlamıştır. Bu noktada popüler kültür kavramına yönelik değerlendirmelerin yapılması ya da popüler kültür kavramına değinilmesi, araştırmamızın amacını destekleyecektir.

3.1.1 Popüler Kültür

Popüler kültür kavramı, kültür kavramında olduğu gibi tanımlanması açısından birkaç zorluğu karşımıza çıkartır. Bu zorlukların en önemli noktasında tıpkı kültürde olduğu gibi toplumsal birçok bileşenle etkileşim halinde olmasından kaynaklıdır. Popüler kültürün merkezinde halk/toplum vardır. Bu kavramlar bizi halk kültürüne yönlendirir. Dolayısıyla popüler kültür ile halk kültürü arasındaki

benzerlikleri göz ardı edemeyiz. Popüler kültürün oluşmasında kültürel imgelere yüklenen anlamlar ve bu imgelerin içinde yaşanan toplumdaki çağrışımları önemlidir. Popüler kültür denildiğinde ilk akla gelen ‘endüstrileşme’ kavramıdır. Bu kavramın kökeni Batı’ya dayanır. Özünde endüstri devrimiyle başlayan, savaşlarla yeniden biçimlendirilen ve 20.yüzyılın ortalarında farklı bir boyut kazanan bir yapı olarak sadece ortaya çıktığı toplumları değil tüm toplumları etkileyen bir yapının merkezinde yer alan endüstri kavramı kültürel süreçlerin biçimlendirilmesinde etkili olur. Endüstrileşme süreci ile birlikte kültür endüstrisi kavramı, 20.yüzyılın ortalarında düşünürler tarafından sıkça dile getirilmiştir. Kültür ve endüstri kavramlarının bir arada ifade edildiği süreç kültür kavramının yeniden tartışılmasının önünü açmıştır. Kültür endüstrisinin ortaya çıkarttığı toplumsal yapı kendi içinde popüler kültür kavramını inşa etmiştir. Popüler kavramı, toplum bireylerinin yoğun şekilde ilgi gösterdiği, beğendiği imgelerin sınıflandırılma sürecinde kullanılan ifadedir. Özellikle günümüzde popüler kültür kavramları denildiğinde toplumun gündelik yaşamının sürdürülebilmesi noktasında yoğun olarak tercih edilen göstergeleri işaret eder. Bu ifade bazen toplumun beslenme alışkanlıklarına yönelik, bazen moda ya yönelik, bazen tüketim nesnelere yönelik kullanılan kavramdır. Bu kavramı güçlü kılan halkın yönelimleridir, bu süreçte marka, markalaşma gibi endüstrinin ortaya çıkarttığı nesnelere tüketim toplumuna sunulması ve tüketim toplumunun nesnelere yönelik gösterdiği beyni düzeyinin boyutu ile doğru orantılıdır.

Amerika Birleşik Devletleri’nin sanayileşmesi, uzun zamandır Amerikan yaşamının birçok alanında bir dönüm noktası olarak görülüyordu. Popüler kültürün önemi, kültür tarihçisi Lawrence Levine tarafından yapılan popüler kültürün tanımında ‘endüstriyel toplumun folkloru’ olarak gösterilmektedir. Sanayileşme, daha önce yerel geleneklerin, hikayelerin ve sanat biçimlerinin kitlesel olarak yeniden üretilmesine ve yayılmasına izin verdi. Kıta kültürün yayılmasını ve gelişimini büyük ölçüde yoğunlaştırıyordu. Kuzey Amerika’nın coğrafi ve politik olarak bölünmüş kaldığı bir zamanda, dergiler, notalar, ucuz romanlar, litografiler ve diğer basılı medya onu bir araya getirdi (Cullen, 2000, s. xi). Bir imgenin popüler bağlamda değerlendirilmesi birçok farklı materyalin sistemli bir şekilde

kullanılmasıyla sağlanmıştır. Cullen'ın belirttiği gibi endüstri toplumlarının potansiyelinde yer alan yoğun kültürel imgelerin farklı toplumların beğenisine sunulma süreci değişik kitle iletişim araçlarının potansiyeli ile sağlanmıştır. 1950 sonrası toplumların yeniden dizayn süreci endüstrileşme ile hızlı bir noktaya evrilmiştir. Farklı kıtalardaki toplumların kültürel değerleri yaşam biçimleri beslenme alışkanlıkları moda, vb. durumlar kitle iletişim araçlarının yardımıyla farklı kıtalardaki toplumlara sunulmuştur. Bu strateji endüstrileşme sürecinin bir parçasıdır. Dolayısıyla farklı kültürlerdeki popüler imgeler evrensel bir boyut kazanmıştır. Günümüzde gündelik yaşamın parçası olan birçok materyal ya da araç-gereç farklı ülkelerde üretimi yapılarak bize ulaştırılmıştır. Günümüzde televizyon, internet gibi her türlü mesajı (görsel ve işitsel) dünyanın herhangi bir yerindeki bireylere ulaştırma noktasında önemli bir güce sahiptir.

Kültürel çalışmalar disiplini, nispeten kısa tarihinde, bugün yüksek sanattan ziyade eğlence, seçkinlikten ziyade sıradanlık, standartlaşma çağrışımlarını taşıyan bir kültür biçimi olarak popüler kültürle ilgilendi. Kültürel araştırmalara büyük ilgi, popüler kültürün estetikten ziyade sosyolojik ve antropolojik bir fenomen olarak ön plana çıkarılmasına ve değerlendirilmesine dayanmaktadır. Genel olarak, kültürel araştırmalar popüler kültürün sanatsal veya ahlaki değerini yargulamaya değil, onun sosyal oluşumunu anlamaya çalışmıştır. Bazıları böyle bir kültürün basitliği ile örneklendirilebileceğini iddia etse de konuyla ilgili çoğu akademik araştırma, olgunun karmaşıklığını göstermiştir. Bu nedenle, konuyla ilgili birçok metin bize popüler kültürün herhangi bir tanımının artık bir zorlukla karşılandığını hatırlatır (Storey, 1993; Strinati, 1995; Akt., Oswell, 2006, s. 74). Conboy'a göre tarih, popüler kültürün on beşinci yüzyıldan itibaren nasıl ortaya çıktığını gösterebilir. Popüler kültür, daha çok halk kültürünün bir mutasyonu olarak görülebilir. Kapitalist ekonominin kitlesel pazarlarına adapte olmuş kültürdür. Tüketiciler ürünlerle özdeşleşir, onlar insanlara aittir ve tüketicilere satılır. Ortak kültürün bir parçası, eski kültürün parçalarını kesen bir sürüklenme anlamına geliyordu (Conboy, 2002, s. 9-26 arası). David Oswell, Popüler Kültürle ilgili olarak aşağıdaki çıkarımları yapar:

- *“Popüler kültür, kültürel çalışmaların tanımlayıcı bir nesnesidir.*

- *Herhangi bir tanım, popüler kültürü 'halk' olarak anlaşılabilir bir şeye göre konumlandırılmalıdır.*
- *Kültür üzerine düşünce tarihi, kültürü ulus ve halkla ilgili bir ilgi bağlamında ve endüstriyel modernitenin Romantik bir eleştirisi içinde inşa eder. Kültür ve medeniyetle ilgili tarihsel tartışmalar bu kaygıların bir özelliğidir.*
- *Kültürel çalışmalar, kültürün yüksek veya elit kültür olarak sınırlı tanımlarının aksine, antropolojik anlamda popüler kültürü halkın kültürü olarak değerlendirmeye çalışmıştır. Bu anlamda, tüm sosyal eylemler kültürel olarak, sıradan kültürel pratiklerin biçimleri olarak kavranır. Herhangi bir bölünme ve ayırım esas değil, kültürel pratiğin sonucudur.*
- *Ancak böyle bir popüler kültür anlayışı, tam da insanlar, kültür ve ulus arasındaki tarihsel ilişki nedeniyle sorunludur. Bu nedenle, kültürel araştırmalardaki erken dönem çalışmaları, bir 'Amerikan' endüstriyel modernitesine karşı savaşan bir İngiliz ulusal kültürünü yeniden üretir.*
- *Adorno ve Horkheimer'in yaptığı gibi 'kitle kültürü' üzerine yapılan çalışmalar, kitle kültürü pasif ve bireysellikten arındırılmış olarak görüldüğü için sorunludur, ancak kültürü daha geniş üretici güçler ve değişimler bağlamında anlamamıza izin verdiği için önemlidir (örn. organizasyon, bilgi, teknoloji vb. ile ilgili).*
- *Bu anlamda, son zamanlardaki 'Post-Fordist' değişimler (örneğin kitleden tüketici pazarlarına göre) göz önüne alındığında, yalnızca kitlesel bir izleyici kitlesi olup olmadığını değil, aynı zamanda bir popüler kültürün olup olmadığını da sorgulayabiliriz.*
- *Kültürel araştırmaların önemli bir bölümü, popüler kültürü gerçekçi bir 'halk' duygusuyla ilişkisi açısından değil, bir halk inşa etmenin yapıcı projesiyle ilişkisi açısından anlamıştır.*

- *Neo-Gramsci (Laclau, Hall ve erken dönem Bennett dahil) ve Foucaultcu analizler (geç Bennett gibi) popüler olanın inşasına gerçekçi değil, stratejik anlamda bakar.*
- *Bununla birlikte, hala insan/millet/kültür ilişkisi sorunu vardır ve 'halk' ile 'çokluk'u karşılaştıran çalışma, ulusal ve ötesindeki 'ortak kültürleri' anlamaya çalışmak açısından verimli olmuştur'* (Oswell, 2006, s. 101-102).

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere popüler kültür halk kültüründen beslenen fakat halk kültürünün gerçek dokusunu deforme ederek yeniden biçimlendirmeye çalışan bir yapıyı karşımıza çıkartır. Bu sürecin merkezinde endüstrileşme sürecini sayabiliriz. Tıpkı kültür gibi popüler kültür kavramının da net bir şekilde açıklanabilmesi, değişen ve dönüşen toplumların durumları göz önünde bulundurulduğunda zor olacağı söylenebilir. Halk kültürü ile özdeşlesen 'değer' kavramı popüler kültür kavramı ile sıradanlaşmaya çalışılmıştır. Bu durumun en önemli nedeninin toplumlar arası çok kültürlü bir yapıya geçişin olduğu söylenebilir. Artık kültür kavramı kitle iletişim araçlarının potansiyeli ile evrensel bir boyut kazanmıştır. Farklı toplumun kültürel değerlerine hızlı erişim sağlanmaktadır. Popüler kültür bağlamında değerlendirilen imgelerin birçoğunun farklı toplumların yapısından beslendiğini görmekteyiz. Örneğin, cep telefonları elektronik aletler, ulaşım araçları, gündelik hayatta kullanılan araç gereçler gibi.

'*Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı*' başlıklı bu araştırmanın amacı, evrensel bir boyut kazanan popüler kültür imgelerinin sanatçıların perspektifinden eserlere yansıtılma sürecinin sosyokültürel temellerine yönelik bir bakış açısı ortaya koymaktır. Araştırmanın bulgular ve yorum bölümünde popüler kültür imgelerini eserlerinde kullanan sanatçıların bakış açıları incelendiğinde karşımıza tüketim kültürü kavramı çıkmaktadır. Bu bağlamda tüketim kültürü kavramına yönelik farklı bakış açılarına değinilmesi gerekmektedir.

3.1.2 Tüketim Kültürü

Tüketim, bireylerin gündelik yaşamlarını sürdürebilmelerine yönelik tüketmek zorunda oldukları ürünler olarak ifade edilse de özellikle 20.yüzyılın ortalarından itibaren sanayinin gelmiş olduğu nokta tüketim kavramının yeniden anlamlandırılmasını zorunlu hale getirmiştir. Yoğun şekilde üretilen ürünlerin, aynı yoğunlukta tüketilme hareketliliği ortaya çıkmıştır. Bu süreç günümüzde de yoğun şekilde etkisini hissettirmektedir. Bu bağlamda, günümüzdeki tüketim motivasyonunu değerlendirmek için farklı kavramları kullanmamız mantıklı olacaktır. Tüketim kavramı günümüzde, gündelik yaşamın devamlılığında tüketilmesi zaruri olan ihtiyaçlar ekseninden tüketilmesi, zaruri olmadığı halde yoğun şekilde tüketilen ürünlerin ifade edilmesi noktasında kullanılan kavram haline gelmiştir. Tüketim kavramının bu dönüşen yapısı “Tüketim kültürünü” karşımıza çıkartmıştır. Bu başlık altında tüketim kültürü kavramına yönelik tanımlamalar ve tüketim kültürü sanat etkileşimine değinilmiştir.

“Başka bir tabirle, tüketim kültürü, sosyal kaynaklar, anlamlı (değerli) yaşam biçimleri ve bunların bağlı olduğu sembolik ve maddi kaynaklar arasındaki ilişkilerin pazarlar aracılığıyla, aracılık edildiği bir sosyal düzenleme olarak tanımlanabilir. Tüketimin, her zaman ve her yerde bulunan bir davranışlar dizisi olan ticari ürünlerin tüketiminin hâkim olduğu bir sistemdir” (Sheth ve Maholtra,2011, s. 1).

Günümüz toplumunun ise en belirgin özelliklerinden biri ürün, mal ve hizmetlerin çok hızlı alınması, tüketilmesi veya elden çıkarılmasıdır. Özellikle, teknolojinin ilerlemesiyle televizyon ve diğer medya kanallarıyla bireyler, hemen hemen her alanda yoğun reklam ve tanıtımlara maruz kalmaktadır. Tüketilen şeyler sadece tercihleri iletmekle kalmaz, aynı zamanda başkalarının sosyoekonomik sınıfını, statüsünü, yaşını, bireysel ve toplumsal kodlarına işaret eder. Her toplumun kültürel potansiyeli tüketim yönelimlerine etki eder.

Dünya savaşlarından sonra ekonomileri kötüye giden Batı ülkeleri sanayi hamleleri yaparak üretim mekanizmalarını güçlendirmişlerdir. Bu bağlamda, sanayileri gelişen ülkeler seri üretim mantığını uygulayarak tüketim nesnelere, insanların kullanımına sunmuşlardır. Sanayileşmede yaşanan bu hareketliliğin önemi,

özellikle Amerika Birleşik Devletleri yoğun şekilde ‘sanayileşme’ sürecinde yer almıştır. Bu bağlamda, Wiedenhof’tun şu ifadeleri önemlidir: Tüketme eylemi modern, endüstriyel toplumdaki önceki zamanlarda vardı, ancak Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçek bir kitle tüketim kültürünün başlaması on dokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın başlarına kadar henüz oluşmamıştı. On dokuzuncu yüzyılın sonlarına doğru Amerika’da zincir mağaza sayısı artmış, aynı ürünlere birçok farklı yerden erişim imkânı doğmuştur. Aylık ödemeli taksit planlarının popülaritesinin artması, özellikle otomobil, mobilya ve beyaz eşya gibi yüksek fiyatlı ürünleri satın alma olanağı olmak üzere toplu tüketimi artırmıştır. Yirminci yüzyılın ilk çeyreğine gelindiğinde ev eşyası, mobilya ve otomobil gibi birçok pahalı ürün bu kredilendirme yöntemiyle insanlar tarafından satın alınmıştır. Satıcılar, mağazalarında kredi kullanan müşterilerin sadece sadık değil, aynı zamanda düşünerek ve daha büyük miktarlarda satın almaya eğilimli oldukları için müşterilere kredi açmanın alınmaya değer bir ekonomik risk olduğunu buldular ve bu sistem günümüze kadar elden taksit imkanından banka temelli bir sisteme kadar evrilerek gelmiştir (Wiedenhof, 2017, s. 15-18 arası). Başlangıçta bu tür ürün satışı yapan mağazalar şehir merkezlerinde en yoğun olan yerlerde iken daha sonra alışveriş merkezi gibi birçok hizmet, ürün veya mala ulaşım imkânı sunan alanlarda açılmıştır. Gelişen teknolojiyle beraber bu tüketim kitle iletişim araçlarının sağlamış olduğu internet imkanlarını kullanarak e-ticaret siteleri üzerinden ürün satışı yapılmaya başlanmıştır. Bu durum tüketim nesnelere daha hızlı ve kolay tüketiciye ulaşmasını ve tüketicinin tüketme aktivitesini yoğun bir şekilde ortaya koymasına neden olmuştur.

Reklam ve pazarlamanın olanakları, çok fazla alternatif markaları ön plana çıkararak ürünlerin tüketiciye ulaşmasında manipülatif etki gücüne sahiptir. Bu etki gücü özellikle endüstrinin üretim mekanizmasını hareketlendiren bir yapıya sahiptir. Tüketim, gerekli ve gerekli olmayan iki önemli bağlamı bize sunar. Özellikle reklam ve pazarlama stratejileri, gerekli olmadıkları halde toplum bireylerinin bu ürünlere karşı yönelimlerini değiştirmeye yönelik güçlü kodları barındıran mesajları/iletileri ya da göstergeleri sisteme aktarırlar. Çağdaş sanat, toplumun yaşadığı sosyokültürel durumlardan beslenerek oluşturduğu sanatsal formlar ile sanat ve yaşam etkileşimine farklı bir bakış açısı getirir. Popüler kültür, toplumların

sosyokültürel yapılarını ortaya koyan kültürün bir parçası olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda Çağdaş Sanatın temsilcileri olan sanatçılar çok sayıda sanatsal formun biçimlendirilmesinde; tüketim, piyasa, ekonomi, pazar, pazarlama, üretim, vb. kavramları kullanmışlardır. Bu kavramların tümünü içerisinde barındıran endüstrileşme sürecinde toplum ya da toplumlarda ortaya çıkan kültürel değişim ve dönüşümlerin yarattığı yaşamsal süreçlere gönderme niteliğinde yapılan sanatsal uygulamaların, sadece içinde yaşanan dönemi değil gelecekte de yaşanması muhtemel süreçlere de gönderme niteliği taşıdığı söylenebilir.

Adorno, “... sanat ürünleri ile tüketim malları arasında özellikle ekonominin canlanma dönemlerinde ortaya çıkan benzerliği fark etmişti” (Stallabrass, 2013, s.77). Sanat, önemli bir iletişim aracı olarak güçlü bir potansiyele sahiptir. Yazının icadından önceki süreçlerde taş ve duvarların üzerine uygulanan biçimsel formlar, günümüzde yapıldığı dönemlerdeki sosyokültürel yapının anlamlandırılmasında önemli işaretleri barındırır. Adorno'nun bu ifadesinin de sanatın güçlü iletişim dili olma potansiyeline işaret ettiği söylenebilir. Dünya savaşlarından sonra ortaya çıkan yoğun endüstrileşme sürecinde çok sayıda tüketim nesnesi topluma sunulmuştur. Sanat bu süreçte endüstri ile olan etkileşimini Pop Art akımı döneminde gerçekleştirmiştir. Başlangıçta tüketim kültürünü sanata yansıtan Claes Oldenburg ve Andy Warhol gibi sanatçıların dönemin, popüler olan tüketim nesnelerinin kendilerini ya da temsilini sanatsal çalışmalarında kullanmaları, bu imgelerin daha fazla ön plana çıkarak toplum bireyleri tarafından yoğun şekilde algılanarak tanınırlıklarının artmasına katkı sağlamıştır. Bu durum, ilgili tüketim nesnelerinin popülerlik kazanarak daha çok tüketilmelerine zemin hazırladığı söylenebilir.

Çağdaş Sanatta, tüketim kültürü bağlamında üretilen sanatsal formların içerisinde Sylvie Fleury'nin “Le Caddy” isimli çalışmasına değinerek, eserin içerdiği kavramsal potansiyellerin kültür, endüstri ve tüketim kavramları bağlamında değerlendirilmesi popüler kültür-sanat ilişkisinin ortaya konulması açısından önemli kodlar barındırdığı söylenebilir. Sylvie Fleury, çalışmalarının birçoğunda lüks tüketim nesnelere yer vererek popüler kültüre gönderme niteliği taşıyan eserler üretmiştir. Sylvie Fleury, 1990'lardan itibaren gösterişli ve lüks ürünleri sanatına yansıtmıştır. Lüks yaşama/markalara olan yönelimi/düşkünlüğü ile kapitalist sistemin bir parçası olduğuna yönelik eleştirilen Fleury, moda ve popüler kültür ürünlerini yoğun şekilde eserlerinde kullanmıştır. Sanatçının bu bakış açısı tüketim kültürünü, lüks yaşamı ya da moda kavramlarını yücelten bir bağlamı ortaya çıkarttığı söylenebilir. Sanatçıların, toplumda yaşanan durumları eserlerine yansıtarak, yaşamın aynası olma

potansiyellerine bakıldığında bu durumun, sürece eleştirel yaklaşılmaya alan açtığını söylemek doğru olacaktır.



Görsel 1: Sylvie Fleury, “Le Caddy” 2000.
 (Gold Coated Shopping Cart, Pedestal, Mirror/ 83 x 55 x 96 cm)
 (<https://installationarts.tumblr.com/post/10883033720/sylvie-fleury-le-caddy-2000-gold-coated/amp>
 Erişim tarihi: 18.05.2022)

Her ne kadar sanatçının çalışmalarında tüketim kültürü bağlamı ön planda görülmüş ya da ilk çağrışımı yapan kavram olarak karşımıza çıksa da bu süreçte sanatçının kullandığı imgelerin ‘popüler imge’ bağlamında değerlendirilmesi, çalışmaların yan anlamsal dokularının, yani mesajlarının güçlü bir şekilde algılanabilmesi açısından geniş bir perspektiften bakmamız gerektiğini işaret etmektedir. Her ne kadar marketler de ürünlerin rahat bir şekilde tüketici tarafından

satın alınması sürecinde bir araç görevi yüklenen market arabalarının sanatçının eserinde özel bir konuma yükseltilmesi ve sanat nesnesi bağlamında ele alınması bu nesnenin popüler kültür bağlamında değerlendirilme potansiyeline sahip olabileceği izlenimini uyandırır.

Geçmiş yıllarda pazarlardan ve küçük esnaflardan gerekli olan ihtiyaçlar toplum tarafından alınıyordu. Endüstrileşme sürecinden kaynaklı olarak tüketim ürünlerinin aşırı derecede artması ile birlikte tüketim alışkanlıklarının değiştiği bir sistem düzeni ortaya çıkmıştır. Gelişen bu sistemle birlikte tüketime daha büyük bir alan açılması ile süpermarketler, avmler, büyük pazar alanları gibi alışveriş sirkülasyonunun olduğu alanlarda (mekanlarda) tüketicinin bu ürünlere yönelimini sağlamak amacıyla reklam stratejileri yoğun şekilde kullanılmaktadır. Büyük firmaların öne çıkmasıyla küçük esnafların yerini alması, alışveriş anlayışımızı ve değerlerimizi çarpıcı biçimde değiştirmiştir. Günümüzde yapılan alışverişlerde bir poşetin yetersizliği bir tüketicinin, market arabasına yöneltmek bu nesnenin ve süpermarketlerin ayrılmaz parçalarından biri haline getirmiştir. Süpermarketlerde ve alışveriş merkezlerinde tüketicilerin daha rahat alışveriş yapabilmeleri için market arabalarının kullanılması teşvik edilmiştir. Süpermarketlerdeki raflarda bulunan çok sayıda ürünün renk ve tasarımlarının tüketicide bıraktığı etki ihtiyaç duyulmayan ürünlerin de tüketiciler tarafından alınmasına katkı sağlar. Süpermarket arabalarının boyutu bireyler üzerindeki aşırı alışveriş yapma isteği uyandırır, market arabalarının ürünlerle doldurulması gerektiği hissini tüketicilerde oluşması üretim-tüketim etkileşiminin gerçekleşmesine katkı sağlar. Endüstri için süpermarketlerdeki arabalar (sepetler) ürünlerin raftan alıcıya iletilmesinde önemli bir misyona sahiptir.

Sylvie Fleury, “Le Caddy” adlı çalışmasında market arabasını altın yıldız ile renklendirip sanat nesnesi olarak ortaya çıkarmıştır. Sanatçının altın rengi ile arabaya verilen değere vurgu yaptığı görülmektedir. Altın kaplamalı market arabası ile tüketim toplumunun değerlerini sorguladığı düşünülmektedir. Boş araba bile birçok anlamsal potansiyelleri barındırır.

3.1.2.1 Endüstrileşme

Endüstrileşme/sanayileşme, toplumların var olmalarını ve sosyokültürel bağlamda gelişmelerini sağlayacak önemli hareketlerdir. İnsanlık tarihinin başlangıcından günümüze kadar geçen süreçte içinde bulunulan her gün bir önceki günden daha ileri aşamaya ulaşabilmek için çabalar gösterilmiştir. Aydınlanma Çağı dediğimiz dönemlerde bilimin ön planda tutulduğu, farklı birçok gereksinimi karşılamaya yönelik çabaların ortaya konulduğu farklı toplumların, birbiriyle olan mücadelelerinde üstün gelme çabalarının bir sonucu olarak sürekli kendini geliştirmeye odaklanan toplumların içinde yer aldığı bir sistem ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda toplumlar yaşantılarını dizayn etmek ya da biçimlendirmek için farklı birçok materyali yaşantılarına dahil etmişlerdir. Özellikle Batı’da ortaya çıkan sanayi devrimleri içinde yaşanan toplumun sosyokültürel yapısında değişikliklerin yaşanmasına etki etmiştir.

“Sanayileşme, yapısal bir değişim sürecidir. Verimlilik ve çıktı artışının yanı sıra istihdam kaynakları, tarımdan endüstriyel faaliyetlere, özellikle imalata doğru kaymaktadır. Sanayide artan üretkenlik ve üretim, ekonomik büyümenin ve artan ulusal ve kişi başına gelirin ana itici güçleri olmuştur ve bu da sonuçta endüstriyel ürünler için sürekli genişleyen bir pazar sağlamaktadır” (Grübler, 1995, s. 43).

Kemp’e göre, sanayinin ilerlemesi zamanla işsizliğe de yol açmıştı. Örneğin, Sanayi Devrimini ilk gerçekleştiren ülke İngiltere’de kırsal alandan şehirlere göç akımı oluşturmuştu. Nüfustaki bu artış, işgücü ihtiyacını ve üretim yöntemlerindeki iyileşmeyi zamanla geride bıraktı. Bazı bölgelerde yaşam standartları düşme eğilimindeydi. Kırsaldan şehirlere gelen kişiler için yeterli istihdam mevcut değildi ve satın alma gücü olmadığı için iç pazar üzerinde olumlu bir etki yapamıyorlardı. Ek olarak, kırsal alanda da yetersiz hasat yapıldığı için daha düşük emek talebi, kırsal üreticiler için daha küçük gelirler ve gıdalarının bir kısmını veya tamamını piyasadan satın almak zorunda olanlar için daha yüksek fiyatlar anlamına geliyordu. Daha büyük üreticiler ve bayiler de fiyatlardaki keskin artıştan ve piyasayı köşeye sıkıştırarak yararlandı. Kırsal kesimde yaşayanlar keskin bir darbe aldı ve hasattaki kıtlığın etkileri kentlere daha yüksek gıda fiyatları, daralan bir talep, daha yüksek

işsizlik şeklinde iletildi. Böylelikle büyük kentlerde 1800'lerin ortalarında görülen tipik 'geçim krizi' senaryosu ortaya çıkmış oldu (Kemp, 1985, s. 45-46 arası). Bunun gibi birçok ekonomik kriz toplumlar üzerinde etkili olmuştur. Modern zamanlara gelindiğinde bilgisayarların kullanılması, el yordamıyla yapılan birçok işin makineler aracılığıyla daha hızlı ve kontrollü bir şekilde yapılabilir hale gelmesini sağlamıştır. Ancak bu durumda bir başka krize yol açmaya başlamıştır. Endüstrileşmedeki makineleşmenin pozitif yönlerinin olmasına rağmen insan gücü potansiyelini azaltması noktasında birçok insanın işsiz kalmasına neden olduğu söylenebilir.

Endüstrileşmenin sanat ile olan ilişkisi, sadece eserin oluşum sürecindeki imgesel temsili kapsamamıştır. Sanatın biçim ve içerik paradigmasında yaşanan değişimler, sanatın nesne temelli varoluş mücadelesine başladığı 1900'lü yıllar, endüstrinin temsilinin yanında kendisini sanatta odak noktası haline getirmiştir. Gündelik yaşamda kullanılan endüstri eksenli üretilen nesnelere sanat eserlerinde kullanılması, endüstri sanat ilişkisine farklı bir boyut kazandırmıştır. Buna ek olarak tüketim olgusunun 'aşırılık' kavramı ile ilişkilendirilmesi 'tüketim kültürü' olgusunu ön plana çıkartmıştır. Tüketimdeki bu aşırılık durumunun oluşumunda sanat eserlerinin araç olarak kullanıldığı söylenebilir. "*Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı*" olan tezin başlığından da anlaşılacağı üzere, 1950 sonrası ortaya çıkan kavramsal temelli sanat eserlerinde endüstrinin ürettiği gündelik yaşamın bir parçası olan nesnelere/ürünlerin kullanıldığı görülmektedir. Bu eserlerde kullanılan tüketim nesnelere 'popüler' kavramı ile konumlandırılması, ürünlerin toplum tarafından yoğun şekilde tercih edilerek kullanılmasından kaynaklandığı söylenebilir. Bu bağlamda, endüstri, tüketim ve sanat kavramlarının eklektik yapılarının ifade edilme sürecinde 'fordizm ve reklam' kavramlarına değinmek gerekmektedir.

3.1.2.2 Fordizm

I. Dünya Savaşı'ndan çıkan endüstrileşmiş dünyanın hızlı taleplere yetişebilmesi için seri üretimini bant teknolojisiyle geliştiren Henry Ford tarafından ileri sürülen bir üretim yöntemidir. Bununla birlikte Fordizm, siyasi ve sosyal düzen açısından işçi emeğinin toplumsal örgütlenme yöntemleriyle de ilişkisini ortaya

koymaktadır. Fordizm, Gramsci tarafından ‘Amerikanizm ve Fordizm’ adlı makalesinde önceleri Amerikan endüstriyel yaşam tarzını ortaya koymak için belirtilmiş, daha sonrasında II. Dünya Savaşı’nın ardından ileri kapitalist endüstrileşmenin temel kavramlarından biri olarak kullanılmıştır. Fordizm 1920’lerde özellikle Avrupa’da Amerikanizm’in ana bileşeni olarak görülmüştür. Fordizm’in Avrupa’daki çekiciliği, ekonomiyi, toplumu ve hatta insan kişiliğini katı teknik rasyonalite kriterlerine tabi kılarak kapitalizm öncesi toplumların tüm arkaik kalıntılarını süpürmeyi vaat etmesiydi (Gilbert, vd., 1994, s. 13-14 arası). Gilbert’in ifadesi bağlamında, Fordizm’in kapital sistemde ortaya koyduğu yapı insan iş gücünün ötesinde makineleşmeyi ön plana çıkaran seri üretim sistemini kullanan aynı zamanda yoğun üretim stratejilerini ortaya koyan bir yapıyı karşımıza çıkartır. Bu sistemin insan iş gücünü azaltarak makineleşmeyi ön plana çıkartması toplumlarda işsizlik gibi sosyokültürel sorunların ortaya çıkmasına zemin hazırladığı söylenebilir. Aynı zamanda fordizm, aşırı üreticilik denilebilecek bir bağlamda toplumlara gündelik yaşamlarında kullanabilecekleri farklı birçok ürünü hızlı şekilde ortaya çıkartmıştır.

3.1.2.3 Reklam

Reklam, *“kavram itibari ile bir şeyin tanıtılması ya da bir nesnenin özelliklerinin alıcıya (bireylere) sunulması sürecinde kullanılan bir stratejidir”*. Özellikle her dönemde reklam kavramına yönelik bakış açılarında değişikliklerin olduğu görülmektedir. Dönemsel olarak bu değişikliklerin ortaya çıkmasının temel nedeni toplumların yaşam biçimleri ve bir bakıma sosyokültürel yapılarının ortaya koyduğu süreçlerden kaynaklı olduğu söylenebilir. Sanatta reklam olgusu Rönesans döneminde sanatçıların ortaya koyduğu din temalı eserlerde yoğun olarak kullanıldığı görülür. Matbaanın icadı ile basılı materyallerin yoğun şekilde kullanılması bir bakıma bir mesajın alıcıya iletilmesini kolaylaştırmıştır. Kitle iletişim aracı potansiyeli görülen bu teknolojik ürünler sonraki dönemlerde potansiyelini geliştirecek olan reklam endüstrisinin temelini oluşturduğu söylenebilir.

Sonraki dönemlerde toplumlarda ortaya çıkan sosyokültürel yapılardaki değişimler sanatçıları etkilemiştir. Sanatçılar ortaya çıkan bu süreçlere yönelik eserler üretmişlerdir. Aydınlanma Çağı, Fransız ihtilali vb. toplumsal olaylar

karşısında sanatçılar duyarsız kalmamışlardır. Özellikle Batı’da sanatçıların ürettikleri eserlerin çoğu toplumsal dinamiklerin etkilerini taşır. Aynı zamanda bu eserlerin toplum bireyelerine mesaj verme noktasında önemli bir misyon üstlendikleri söylenebilir. Dünya savaşları ile ortaya çıkan durumun psikolojik etkileri sanatçılar tarafından eserlerine yansıtılmıştır. Reklam olgusu farklı birçok biçim ve formda kullanılmıştır.

“*Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı*” başlıklı bu çalışmada reklam olgusu, popüler kültür imgelerinin sanatta kullanılması bağlamında ele alınmıştır. 20. yüzyılın başlarından itibaren hızlı endüstrileşme süreci seri şekilde üretilen tüketim nesnelere ortaya çıkarmıştır. Bu nesnelere hızlı tüketilmesi için ya da daha çok tercih edilebilmesi için reklam olgusu yoğun olarak kullanılmıştır. Tüketicilere sunulan bu reklamlar onları tüketime yönlendirmeye amaçlamıştır. Toplumlarda sürekli endüstri kuruluşlarının sayısının artması ürün çeşitliliğini ortaya çıkartmıştır. Bu ürün çeşitliliği reklam endüstrisinin farklı stratejileri ortaya koymasına zemin hazırlamıştır. Özellikle 1950’ler de reklam endüstrisi sanat ile etkileşime girmiştir. Sanatçılar, gündelik yaşamda yoğun bir şekilde tükettikleri, ya da içinde yaşadıkları toplum tarafından yoğun olarak tüketilen ürünleri sanat eserlerinde imgeleştirmişlerdir. Pop Art bu konuda ön plana çıkar. Sanatçıların ortaya koyduğu bu biçimsellikler izleyicide önemli etkiler bırakmıştır. Sanat izleyicisi bu eserlere baktığında sanatın o anki durumuna yönelik eleştirel bir bakış ortaya koyabilir. Bu eleştirinin özünde, farklı amaçlar için üretilen nesnelere sanat eserlerinde yer almalarıdır. Bu araştırma da özellikle izleyicinin bu eserlere karşı gösterdiği reaksiyonun gerekçelerine yönelik değerlendirmeler, bulgular ve yorum bölümünde yapılmıştır.

3.1.2.4 İmge

Berger’e göre imge, yeniden yaratılmış veya yeniden üretilmiş bir görüntüdür. İlk ortaya çıktığı yer ve zamandan kopmuş ve birkaç an veya birkaç yüzyıl için korunmuş bir görünümdür. Her görüntü bir görme biçimini barındırır. Örneğin; fotoğrafçının görme biçimi, konu seçimine yansır. Ressamın görme biçimi, tuval ya da kâğıt üzerinde yaptığı izlerle yeniden oluşturulur. Bir imge, X’in Y’yi

nasıl gördüğünün bir kaydı haline gelir. Bu, onun artan bir bireysellik bilincinin sonucuydu ve buna artan bir tarih bilinci eşlik ediyordu. Avrupa’da böyle bir bilinç Rönesans’ın başlangıcından beri var olmuştur. Geçmişten başka hiçbir kalıntı veya metin, başka zamanlarda diğer insanları çevreleyen dünya hakkında bu kadar doğrudan bir tanıklık sunamaz. Bu açıdan görüntüler edebiyattan daha kesin ve daha zengindir. Bunu söylemek, sanatın dışavurumcu ya da imgesel niteliğini inkâr etmek, ona salt belgesel kanıt muamelesi yapmak değildir; daha yaratıcı sanatçının görünenele ilgili deneyimidir (Berger,1972, s. 9-10 arası).

İmge, sanatçıların, yaşantılarından ya da dünya gerçekliğinden edindikleri bilgi ve birikimlerinin (tecrübe) zihinde tasarlanarak yeni görüntüleri ile ifade edilmesine denir. İmgenin, birçok alanda karşılaştığımız bir kavram olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla imgenin her disipline özgü tanımı vardır. Gelişen ve değişen sosyokültürel süreç imgenin, sanat ve kültür gibi tek bir tanımla ifade edilemeyeceğini ortaya koymuştur (Susuz, 2017, s. 30).

İmge, yaratıcılığa işaret eder. Özünde tasarım vardır. Bilgi ve birikim, imgelerin oluşabilmesi için edinilmesi gereken önemli bileşenlerdir. Gördüğümüz, hissettiğimiz her şey zihnimize yeniden tasarım süreci ile özgün bir form alabilir. Özellikle sanat alanında sanatçıların yoğun olarak imgeleştirdikleri formları eserlerine yansıtırlar. Bazen doğadan gözlemledikleri görüntüleri duygu ve düşünceleri ile çok farklı biçimsellikler de sunabilirler. Bazen çizgilerle, bazen renklerle bazen de farklı tasarımlarla imgenin gücünü çalışmalarına yansıtırlar. Bu sürecin güçlü bir şekilde gerçekleşmesi için iyi bir gözlem gücüne ihtiyaç duyulur. Sonrasında güçlü tasarımlarla duygu ve düşüncenin dışavurumu gerçekleşir. Bu çalışmada popüler kültür imgelerini eserlerinde özgün formlarda yansıtan sanatçıların ortaya koydukları biçimselliklerin, potansiyellerine yönelik (taşıdıkları anlamlar) değerlendirmeler yapılmıştır. Ele alınan eserlerde kullanılan imgelerin taşıdıkları anlamların kavramsal yönlerine değinilmiştir.

3.3.Popüler Kültür Sanat İlişkisi

Popüler kültür sanat ilişkisinin temelinde endüstrileşme sürecinin yattığı söylenebilir. Bilindiği üzere Dünya Savaşları'nın etkilerinden kurtulmak isteyen toplumların ayağa kalkma mücadeleleri bağlamında ortaya koydukları sanayi hamleleri, ekonomik anlamda zayıflayan Batı ülkelerinin yeniden ekonomik anlamda yükselişlerini sağlayan endüstri hamleleri yaşamın bir parçası olan nesnelere üretilmesini sağlamıştır. Bu üretim süreci çok sayıda tüketim nesnelere sisteme aktarmıştır. Popüler kültür, bu üretim sürecinin çıktıları olan nesnelere toplum tarafından yoğun şekilde tüketilmesi ile ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, toplum tarafından yoğun şekilde tüketilen nesnelere sanat ile olan ilişkileri karşımıza çıkar. 20.yüzyılın ortalarında sanatta yaşanan dönüşümün önemli bir parçası olan Pop Art, çok sayıda tüketim nesnesi olan endüstri ürününü formlarına dahil etmiştir (Susuz, 2017, s. iii). Popüler imgeleri sanatına dahil eden Pop Art, sonraki süreçlerde ortaya çıkan kavramsal temelli sanat pratiklerinde de karşımıza çıkmaktadır. Pop Art'ın 20.yüzyıl sonrasında sanatın değişen yapısına etkisi hem biçimsel hem anlamsal açıdan farklı sanat anlayışlarının ortaya çıkması sürecine katkı sağladığı ifade edilebilir. Fakat Pop Art dahil tüm bu sanat hareketlerinin çıkış süreci 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan sanatta avangart hareketlere dayandığı söylenebilir. Bu süreçte gündelik yaşamın bir parçası olan nesnelere ile sanatın etkileşimi vurgulanmıştır.

3.3.1.Pop Art

Pop Art İngiltere'de doğdu ve hızla Birleşik Devletlerdeki sanatçıların dikkatini ve ilgisini çekti. Soyut dışavurumculuğun karmaşık, uzak ve son derece kişisel, içe dönük ve ruh arayışı içinde olan Pop Art daha çok yeni bir gerçekçiliğe dönüşmüştür. Akıllı ve anlaşılabilir fikirler, görüntüler, figürler ve kişilikler konu olarak sunulan çok sayıda kitle iletişim aracı tarafından popüler hale getirildi. İnsan gözü sürekli olarak görüntülerin saldırısına uğramıştır. Ticari motivasyona sahip Pop sanatçıları bunu incelemeye odaklanmış ve yeni iletişim dili seçmiştir. Reklam, televizyon, filmler ve çizgi romanlar ilham kaynaklarıydı. Pop Art'ın konuları

kolayca tanımlanabilir ve izleyicinin gündelik, sıradan yaşamını yansıtır. Pop Art, reklam panoları ile seyircinin algısına hitap eder. Ticari ve güzel sanat ifadeleri arasında bir anlamda ayırım çizgisini ortadan kaldırır. Pop Art egemen bir kültürü yansıtır, kişisel olmayan ve tekrar eden bir makinedir. Andy Warhol, ambalajında süpermarket ürünleri ve tüketim ürünlerine yer vermişti. Campbell çorba konservesini ve Brillo kutusunu ölümsüzleştirdi (Miller,1974, s. 29-30 arası). Kunzle'a göre Pop Art, temsil ettiği tüketici nesnelere, altmışlı yıllarda Birleşik Devletler popüler kültürünün varsayılan evrenselliği ve kabul edilen önemsizliği üzerinde eğlenceli bir şekilde oynayabilecek bir estetik anlayışı ortaya çıktı. Tüm dünyada: Tişörtlerden anıtsal heykellere, Mickey Mouse ve Coca-Cola Venezuela'dan Vietnam'a yayıldı. Memleket tüketicilerinin artık tam olarak inanmadığı nesnelere, sadece eve değil, aynı zamanda estetik bilincin tam kalbine satılarak sanatsal yüceltmenin konusu haline geldi. Bu sanatsal yüceltme, bir ekonomik yüceltme biçimi olarak adlandırılabilir şeyin kültürel eşdeğeri idi. İmge ile gerçek şey ya da şeyin gerçek reklamı arasındaki ayırım, biçimden çok bağlamla ilgiliydi (Kunzle, 1984, s. 17-19 arası). Bu nokta da imge ve gerçeklik arasındaki ilişkinin sanatçı eksenli bir kurgu ile tasarlanarak gerçekliğin imgeleştirilmiş hali farklı bir boyut kazanır. Aslında birbirine yakın bu ifadelerin özünde tasarım gücü ve özgünlük kavramları yer alır.

“Pop Art, güzel sanatlar/popüler kültür sürekliliği içinde yer alırken, önce güzel sanat ideallerinden ziyade medya klişe imajlarının bir iletişimi olarak kendini gösterir”. Pop Art medyanın klişeleşmiş imajlarını kullanarak oluşturduğu sanatsal formlar, içerisinde barındırdıkları klişeleşmiş imajları sanat statüsüne yükseltir. İlk bakışta bu görüntüler, gerçek dünyada var olan imgelere yönelik çağrışım uyandırır da Pop Art bu imgeleri gerçek dünyadaki potansiyellerinin ötesinde bir konuma çıkarır. *“Pop Art, yanlış bilincin bir örneği olarak medya klişe imajını rafla kaldırarak izleyiciyi aydınlatmak yerine, onu etrafındaki bir sanat aurasının kutsallığıyla, sanki bir ikonmuş gibi, ona büyük bir yazıyla geri verir”* (Kuspit, 1976, s. 32).

Makineleşen dünyada sanat eserlerinin Pop Art sanatçıları tarafından yoğun bir şekilde çoğaltılması, bu eserlerin izleyicinin algısındaki bilindik estetik

kavramına ters düşer. Sanatın tekliği ya da biricikliği çoğaltılabilir bir sistemde ortadan kalkar. Sanat eserlerinin çoğaltılabilirliği Walter Benjamin'in 'aura' kavramını hatırlatır. Bir bakıma sanatın bu özgünlüğünün izleyicinin aura'sında bıraktığı etki Pop Art eserleri ile birlikte ortadan kalkmıştır. Aslında bazı Pop art çalışmalarında özgünlük ön plandadır. Fakat bazı çalışmalar da ise toplum da popüler olan bir imgenin sanatçılar tarafından yeniden üretilme süreci o imgeye karşı ilk gösterilen reaksiyonun farklı bir boyuta geçmesine neden olur. Bazen sanatçılar gündelik yaşamın bir parçası olan, toplum tarafından yoğun olarak tercih edilen nesnelere eserlerinde imgeleştirirler. Bir bakıma popüler olanın sunumu niteliği taşıyan bu çalışmalar içerdikleri yoğun anlamlar dolayısıyla kavramsal bir açıdan değerlendirilmelidir. Pop Art sanatçılarının bazılarının eserlerinde gündelik yaşamda kullanılan tüketim nesnelere aynısı görülür. Bazı sanatçıların çalışmalarında ise gündelik yaşamda kullanılan nesnelere biçimsel özellikleri yansıtılır. Bazı sanatçılar ise toplum tarafından yoğun şekilde kullanılan nesnelere metaforik anlamlarını ön plana çıkararak izleyiciye sosyokültürel bağlamda mesajlar vermeye çalışır.

Bu çalışmayı önemli kılan noktaların başında, kavramsal temelli eser üreten sanatçıların çalışmalarında kullandıkları popüler kültür imgelerinin içerdikleri kod ve şifrelerin izleyici eksenli algılanabilmesine katkı sağlamak amaçlanmıştır. Unutulmamalıdır ki her sanat eseri görünenin haricinde farklı birçok sosyokültürel konuya dikkat çeker. Sanatçıların yaptıkları çalışmalarda popüler imgelerin farklı yönlerine vurgu yapan eserler göze çarpar. Bu çalışmaların her biri kendi için de yaşanan toplumun kültürel değerlerini taşıyan kodlamalarla kurgulanmıştır. Üretilen bu eserlerin büyük bir bölümü *kültür, endüstri, sanayileşme, eğlence, tüketim, üretim, makineleşme, vb.* kavramları işaret eden şifreler barındırır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

POPÜLER KÜLTÜR İMGELERİNİN KAVRAMSAL SANATTA KULLANIMI

'Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı' başlıklı tezin bu bölümünde popüler kültür imgelerini eserlerinde kullanan sanatçıların çalışmaları incelenmiştir. İncelenen eserlerde sanatçıların kullandığı imgeler metaforik anlamlar barındırır. Dolayısıyla bu imgelerin metaforik anlamlarının öncelikle ortaya çıkartılması, çalışmaların kavramsal boyutlarının algılanması açısından önemlidir. Bu bağlamda incelenen her eserde yer alan göstergeler tespit edilerek düzanlamlarına ve yananlamlarına değinilmiştir. Bu kavramlar göstergebilimin önemli kavramlarıdır. Göstergebilim, gösterge, düzanlam ve yananlam kavramlarına kısaca değinilmesi önemlidir.

Göstergebilim: Göstergebilim göstergelerin anlamlarını ortaya çıkarmaya yarayan bir bilimdir. Aynı zamanda göstergebilim göstergelerin birbiriyle olan etkileşimini de inceler. Göstergebilimsel bağlamda yapılan çözümlenmeler ele alınan göstergenin anlamını ortaya çıkarmaya yönelik bir okuma eylemidir. "... anlamlı bir metin içinde içerik düzleminde yüzeyden derine doğru inerken ima edilen anlamları görür" (Parsa ve Olgundeniz,2014, s.104).

Gösterge: "Bir nesneyi ya da bir olguyu göstermeye yarayan her maddesel biçime gösterge(simge) adı verilir" (Ziss, 2011, s.99).

Düzanlam: "Duyulan bir sözcüğün zihinde canlandığı ilk kavram, göstergenin düzanlamıdır" (Sayın,2014, s.118). "Göstergenin göstereni ve gösterileni arasındaki ilişkiyi ve göstergenin dışsal gerçeklikteki göndergesiyle ilişkisini betimler" (Fiske,2014, s. 181).

Yananlam: "Yananlam, göstergenin, kullanıcıların duygularıyla ya da heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi betimlemektedir" (Fiske, 2014, s.182).

'Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı' başlıklı tezin bu bölümünde popüler kültür imgelerini eserlerinde kullanan sanatçıların çalışmaları incelenmiştir. İncelenen eserler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

İNCELENEN ESERLER			
	Sanatçı	Eser Bilgileri	Yapım Yılı
1	Claes Oldenburg	Floor Burger (Zemin Burger)	1962
2	Andy Warhol	Campbell's Soup Cans (Campbell's Çorba Tenekeleri)	1962
3	Billy Apple	2 Minutes 33 Seconds (Gold) (2 Dakika 33 Saniye -Altın)	1962
4	Marcel Broodthaers	Casserole and Closed Mussels (Güveç ve Kapalı Midye)	1964
5	Andy Warhol	Brillo Boxes (Brillo Kutuları)	1969
6	Cildo Meireles	Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project (İdeolojik Devrelere Eklemeler: Coca-Cola Projesi)	1970
7	Duane Hanson	Sunbathing (Güneşlenmek)	1971
8	Haim Steinbach	Related and Different (İlgili ve Farklı)	1985

Tablo 2: İncelenen Eserler Listesi

4.1. Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı

'Popüler Kültür İmgelerinin Kavramsal Sanatta Kullanımı' başlıklı bu araştırmada, popüler kültür imgelerinin kullanıldığı kavramsal temelli sanat uygulamaları arasından seçilen eserler incelenmiştir. İncelenen eserler uzman görüşü alınarak belirlenmiştir. Tablo 2' de belirtilen eserlerde popüler kültür imgelerinin kavramsal temelli sanat uygulamalarındaki varlığına yönelik sosyokültürel bileşenler göz önünde bulundurularak değerlendirmeler yapılmıştır.

4.1.1.Claes Oldenburg, "Floor Burger" (1962)

Pop Art'ın önemli temsilcisi arasında gösterilen Claes Oldenburg gündelik yaşamın bir parçası olan tüketim nesnelerini sanata dahil etmiştir. Heykel sanatçısı Oldenburg, yaşadığı toplumda popüler kültür bağlamında imgeleşen tüketim nesnelerini büyük boyutlarda heykel formlarına dönüştürmüştür. Sanatçı, Amerika'nın popüler imgelerinden biri olan 'hamburger'in heykelini yaptığı 'Floor Burger' isimli çalışması kavramsal dokuları barındırır. Bu bağlamda sanatçının ortaya koyduğu eserin detaylı incelenmesi, popüler kültür bağlamında ortaya çıkan popüler imgelerin ait oldukları toplumun sosyokültürel yapılarına yönelik önemli kodlamaları ortaya çıkarması açısından önemlidir.

Shanes'a göre mekânsallık, Claes Oldenburg'a her zaman doğal gelmiştir. 1950'lerin sonlarında Happening (Oluşum) ve Performans Sanatını önceden haber veren diğer canlı sanatsal etkinliklerle deneyler yaptıktan sonra ilk olarak Pop/Kitle Kültürü Sanatına yöneldi. Genellikle bu tür sahnelenen bölümler Neo-Dadaist olaylardı. Sanata ve sanatın geleneklerine yönelik saldırılar, yaratıldıkları zamanların belirsizliğini yansıtıyordu. Sanatçı, eserlerinin ölçümünün önemli bir bileşenini, yani boyutlarını her zaman sorgusuz sualsiz kabul ettiğimiz günlük toplu tüketim nesnelerinin muazzam genişlemesini keşfetti. Bu tür bir geliştirme, yalnızca normalliği aşmakla kalmaz, aynı zamanda, büyüklük ve ekonomik büyümeye kesinlikle bir prim koyan bir çağın materyalizmi hakkında da yorum yapar. Günümüzde fastfood zincirleri tarafından üretilen hamburgerlerin içerdikleri yağ ve kaloriler Oldenburg'un iki metreden daha geniş heykelini gölgede bırakır niteliktedir

(Shanes, 2009, s. 36-37 arası). Popüler kültür imgeleri ortaya çıktıkları toplumun farklı statülere mensup bireylerinin de ilgisini çeken bir noktadadır. Yani Oldenburg'un çalışmasının çıkış noktasını oluşturan hamburger zengin bireylerin ulaşabileceği bir ürün olmasının yanında aynı şekilde ekonomik durumu iyi olmayan bireylerinde rahatlıkla ulaşabileceği bir noktadadır. Bu tüketim nesnesinin popüler imge noktasına ulaşmasını sağlayan çıkış noktası olarak 'kolay ulaşılabilirlik' özelliğini belirtebiliriz. Oldenburg'un çalışmasının ironik yönüne değinecek olursak gerçekte var olan boyutundan çok daha büyük bir ebatta biçimlendirdiği hamburger heykeli mantık bağlamında soru işaretlerini barındırır. Sanatçı burada popüler imge olan hamburgerin tüketimindeki aşırılığı yansıtmak için ya da bir endüstri ürünü olan hamburgerin ülke ekonomisine getirdiği katkının boyutunu ortaya koymak için heykelin boyutunu büyültmüş olabilir. Ayrıca hamburgerin tüketicide yarattığı açlık hissi doyumsuzluk kavramını ortaya çıkartır. Bu ürünün reklamlarına bakıldığında bu mesajlar yoğun olarak karşımıza çıkar.



Görsel 2: Claes Oldenburg, "Floor Burger" (1962)
 (https://www.artnews.com/wp-content/uploads/2013/03/0408.jpg
 Erişim Tarihi:25.12.2021)

GÖSTERGE	DÜZANLAM	YANANLAM
Büyük Boyutlu Hamburger Heykeli	Kanvas bezin içi doldurulmuş hamburger görünümündeki büyük boyutlu heykel	Yemek / Açlık / Tüketim/Popüler İmge/Endüstri/Beslenme Alışkanlığı/Obezite/ Dengesiz Beslenme
Kumaş (Bez)	Pamuk veya yün vb. iplerden oluşan dokuma	Sanat Nesnesi/Hiperrealizm
Yeşil	Bir renk	Rahatlık / Huzur / Mutluluk / Temizlik / Güven / Ferahlık
Kırmızı	Bir renk	Canlılık / Adrenalin / Dinamizm / Uyarıcı / Dikkat Çekici

Tablo 3: Claes Oldenburg, “Floor Burger” 1962 İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar

Batı’da ortaya çıkan köklü değişimlerin çıkış noktası savaşların yıkıcı etkisine dayandırılır. Her yıkımın sonunda bir inşa süreci başlar. Özellikle Amerika’da bu inşa sürecinin başlangıç noktalarından bir tanesi de endüstrileşmedeki gelişimdir. Yoğun endüstrileşme süreci beraberinde yoğun iş gücünü getirir. Bu durum o toplumların gündelik yaşamlarında değişikliklerin ortaya çıkmasına zemin hazırlar. Özellikle endüstrileşme sürecinde ortaya çıkan sosyokültürel yapı toplumun dinamiklerini etkilemiştir. Amerika’da ortaya çıkan bu süreç özellikle işçi sınıfının beslenme alışkanlığında etki etmiştir. Fastfood olarak ifade edilen hızlı yeme alışkanlığı beraberinde sağlıksız beslenmeyi ortaya çıkartmıştır. Aynı zamanda bu beslenme alışkanlığı yemek endüstrisinin dikkatini çekmiştir. Fastfood bağlamında birçok endüstri kuruluşu yoğun olarak toplumun gündelik yaşamdaki beslenme alışkanlığın dizayn etme sürecine girmiştir. Beslenme alışkanlığı bir müddet sonra beslenme kültürüne dönüşmüştür. Özellikle bu süreçte günümüzde de evrensel bir boyut kazanan hamburger vb. besinler popüler bir imgeye dönüşmüştür. Bu imgelerin popülerleşmesi özellikle 1950’li yıllarda Pop Art akımı bağlamında sanatçıların eserlerine yansıtılmıştır. Bazı sanatçılar bu imgelerin temsilini eserlerine

yansıtırken bazı sanatçılar ise gerçeğinin eserlerinin bir parçası olarak sunmuşlardır. Özellikle heykel sanatçısı olan Claes Oldenburg yapmış olduğu ‘yumuşak heykel’ çalışmalarında popüler kültür imgelerini gerçekte var olan boyutlarının çok daha büyük ölçekli biçimselliklerle heykel formuna dönüştürmüştür. Bu heykeller, içinde yaşanan toplumun kültürel bir formu olarak ortaya çıkan beslenme alışkanlığına eleştirel bir bakış açısı sergilemeye yönelik mi? Yoksa bu popüler kültür imgesinin içinde yaşanan toplum açısından önemini vurgulamak için mi? yapılmıştır. Bu sorulara yönelik farklı bakış açıları ortaya konulabilir.

Oldenburg’un çalışmasından yola çıkıldığında, toplum yaşamında aşırı tüketimin çeşitli yönlerden olumsuz etkilerini yansıtmaktadır. Geçmişte popüler imge haline gelen hazır tüketim besini hamburger günümüzde de popülerliğini devam ettirmektedir. Yaşadığımız dönemde küçük yaş grubundaki çocukların yoğun olarak tükettiği gösterilen hamburger, her yaş grubundaki bireylerin besin kaynağı olarak popülerliğini sürdürmektedir. Bunun nedeni çok fazla reklamla görsel algının zenginleştirilmesi ve daha fazla popülerliğini arttırarak insanlar üzerinde manipüle edilmesidir. Bu manipülasyon sürecinde sanat ‘araç’ konumunda yer almaktadır.

Oldenburg, “...günlük nesnelere tuval ve köpük süngerle yapılmış masif ve hiperrealist versiyonlarını eserlerine yansıtır (Farthing,2013, s. 485). Bu bakış açısı 20.yüzyıl başında ortaya çıkan sanatta avangart hareketlerde yoğun şekilde görülür. Hazır nesnelere sanat ile olan buluşması 20.yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan sanat hareketlerini yoğun şekilde etkilemiştir. Bu etki Pop Art akımında da görülür. Buradaki fark Dadaizm de var olan nesnelere olduğu gibi sanat nesnesi bağlamında değerlendirmesi, Oldenburg’un eserinde ise gündelik yaşamda yoğun şekilde tüketilen bir imgenin yeniden yorumlanarak bir forma dönüştürülmesi süreci söz konusudur. Bir bakıma Oldenburg heykel çalışmalarına, gerçekte var olan nesnelere temsili özelliklerini yansıtmıştır. Fakat her iki bağlamda da ‘nesne-sanat’ etkileşimi ‘sanat-yaşam’ kavramları çerçevesinde değerlendirilebilir.

4.1.2. Andy Warhol, “Campbell's Soup Cans” 1962

Pop Art akımının öncü sanatçılarından arasında yer alan Andy Warhol, 20.yüzyılın ikinci yarısında sanatın biçim ve içerik bağlamının tartışılmasına zemin hazırlayan eserler ortaya koymuştur. Bu tartışmanın odak noktasını oluşturan en önemli bağlam, farklı amaçlar için endüstrinin ürettiği nesnelere sanatçı tarafından çalışmalarına yansıtılmasıdır. Gündelik yaşamın bir parçası haline gelen nesnelere sanat ile birleştirilmesi, sanatın farklı bir bakış açısı ile yeniden değerlendirilmesine yönelik önemli bir noktayı karşımıza çıkarır. Öncelikle Andy Warhol'un eserleri arasında yer alan ‘Campbell's Soup Cans (Çorba Konserveleri)’ isimli eserini incelemek, sanatçının ortaya koyduğu eserlerin sosyokültürel yapıyla olan ilişkisinin algılanması açısından önemlidir.

Shanes'ın ifadesiyle, 1960'a gelindiğinde Warhol ünlü bir ressam olmak istedi. Bu süreçte farklı denemeler yapsa da istediği noktaya varamadı. Fakat 1961 yılında iç mimar arkadaşı Muriel Latow, Warhol'un sanat hayatına yönelik önemli bir kapı araladı. Muriel Latow, Warhol'a ihtiyacı olan bilgiyi verdi:

“...Andy dedi ki, “Gerçekten çok etkisi olacak, Lichtenstein ve Rosenquist'ten yeterince farklı olacak, çok kişisel olacak, tam olarak ne yapıyordum gibi görünmeyecek bir şey yapmalıyım. Ne yapacağımı bilmiyorum. Demek Muriel, harika fikirlerin var. Bana bir fikir veremez misin?” Muriel, "Evet, ama bu sana pahalıya patlayacak,” dedi. Andy, “Ne kadar?” dedi. “Elli dolar... çek defterini al ve bana elli dolarlık bir çek yaz” dedi. Andy koştı ve çek defterini aldı, ... ve çeki yazdı. “Tamam, bana harika bir fikir ver” dedi. Ve böylece Muriel dedi ki, “...neredeyse herkes tarafından tanınabilecek bir şey bulmalısın. Her gün gördüğümüz, herkesin tanıyacağı bir şey. Campbell's Çorbası konservesi gibi bir şey.” Andy, “Ah, kulağa harika geliyor,” dedi. Böylece, ertesi gün Andy süpermarkete gitti ...bir kasa... bütün çorbalar vardı... Çorba resimleri fikrini böyle (elde etti)” (Shanes, 2009, s. 87).

Sanat anlayışının tam netleşmediği dönemlerde bir çıkış noktası arayan Warhol, sanatın bilinen formlarından farklı yeni biçimsellikleri besleyecek fikirlerin

peşinden gitmiştir. Shanes'ın ifadeleri bağlamında düşünüldüğünde çalışmaların oluşum sürecinde mimar arkadaşının yaratıcı fikirlerinin etkili olduğu söylenebilir. Fakat bir sanatçıyı ön plana çıkartan yaratıcı fikirleridir. Aslında Andy Warhol'un sistemde var olmasını sağlayan şeyin kendi yaratıcı fikirleri değil, arkadaşının fikirlerini sanatla bütünleştirmesidir. Ortaya çıkarttığı eserler özgünlük bağlamında değerlendirilebilir.



Görsel 4: Andy Warhol, “Campbell's Soup Cans” 1962

(https://www.moma.org/collection/works/79809?sov_referrer=theme&theme_id=5123
Erişim Tarihi:25.12.2021)

GÖSTERGE	DÜZANLAM	YANANLAM
32 adet Cambell's çorba konserveleri	Cambell's markalı çorba konserve görselleri	Seri Üretim /Endüstri Ürünü/Yemek/Tüketim/ Çeşit/Lezzet/Popülerite
Kırmızı	Bir renk	Canlılık / Adrenalin / Dinamizm / Uyarıcı / Dikkat Çekici
Beyaz	Bir renk	Safılık / Temizlik / Güven / İstikrar / Asillik / Masumiyet

Tablo 4: Andy Warhol, “Campbell's Soup Cans” 1962, İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzenlam ve Yananlamlar

Hazır gıdalar (neredeysse yemeye hazır) 1960’larda zaten çok popülerdi. Andy Warhol, Campbell’s çorbasının büyük bir hayranıydı. Campbells’ın kendine özgü kutularının, tanıdık marka adını ve logosunu gösteren birçok serigrafı (ipek baskı) baskısını yaptı. Warhol, etiketi farklı renkler kullanarak değiştirmiştir. Bu bize seri üretilen bir afişe bakmadığımızı gösteriyor. Bu nedenle Warhol, özgün bir sanat eseri yaratmıştı (Bolton, 2000, s. 4). Sanayileşmenin yarattığı seri üretim sistemi sadece kısa süreli ömrü olan tüketim nesnelere üretmemiş aynı zamanda uzun süre bozulmadan muhafaza edilen konserve türü tüketim nesnelere de yoğun şekilde üretimi gerçekleştirilmiştir. Bu ürünlerin bazıları toplum tarafından yoğun ilgi görmüştür. Andy Warhol’un çalışmalarında imgeleştirdiği bu nesnelere arasında ‘Campbell's Soup Cans (Çorba Konserveleri)’ yer alır. Bu ürün reklamlarının vb. tanıtım amaçlarının yardımı ile Amerika’nın tanınan bir tüketim nesnesi haline dönüşmüştür. Bu tanınırlık sanatçının dikkatini çekmiştir. Bu süreçten sonra sanatçı eserlerinde, içinde yaşadığı toplumun popüler imgelerine yer vermiştir. Bu imgeler bazen tüketim nesnelere olurken bazen de toplumda popüleritesi olan kişiler olmuştur.

“İç mimar arkadaşı Muriel Latow’un gayet iyi bildiği gibi, Warhol yirmi yılı aşkın bir süredir her gün öğle yemeği çorba ve kraker yemişti ve bu nedenle onun fikri son derece verimli topraklarda kök salmıştı. Warhol, Campbell’s Soup’un tüm farklı çeşitlerini içeren 32 küçük tuvalden oluşan bu set üzerinde hemen çalışmaya başladı. Bu, onun yapıtında ufuk açıcı bir çalışma olduğunu kanıtladı” (Shanes, 2009, s. 87).

Warhol’un ortaya koyduğu sanatsal üretimlerin sanat bağlamında tartışıldığı süreçte, eleştirinin temelinde gündelik yaşamda insanların ihtiyaçlarını karşılamak için tükettikleri ürünlerin, sanatçı tarafından görüntülerinin hiçbir değişikliğe uğratılmadan gerçekçi bir bağlamda eserlerine yansıtılmasıdır. Bu durum Pop Art’ın farklı bir yönünü ortaya koyar. Pop Art’ın sanata kattığı önemli kavramlar arasında ‘sanat ve yaşam’ yer alır. Aslında bu kavramların ilk ortaya çıktığı süreç 20.yüzyılın başlarındaki avangart hareketler olduğu söylenebilir. Bu hareketler nesnenin gündelik yaşamdaki somut varlığını kullanarak sanat ile etkileşimini ön plana

çıkarmışlardır. Pop Art'ta ise gündelik yaşamın bir parçası olan nesnelerin görüntüleri eserlere yansıtılmıştır.

Andy Warhol, “Campbell’s Soup Cans” (*Campbell’in Çorba Tenekeleri*) bağlamında birkaç versiyon üretmesine rağmen, Warhol’un çorba kutuları hiçbir zaman aynı olmadı. Çorba çeşitlerinin yanı sıra, kutuların renkleri değişiyor, harflerde ince değişiklikler görülür. Bazen açık, bazen kapalı ve hatta bazılarının üzerinde süpermarket rafından yeni alınmış gibi fiyatlar vardır (Bolton, 2002, s. 17). Warhol, her gün tükettiği ürün olan ‘Çorba Konserveleri’ni market rafından alıp sanat nesnesi konumunda çalışmasına yansıtmıştır. Aslında bireylerin her gün tükettiği veya yanından bakmadan geçtiği yiyeceği, Warhol sanat galerisinde farklı bir konumda izleyiciye yansıtır.

4.1.3. Billy Apple, “2 Minutes 33 Seconds (Gold)”, 1962

Yeni Zelandalı Pop Art sanatçısı, Barrie Bates 1962’de ismini ‘Billy Apple’ olarak değiştirerek kendisini sanatta farklı bir konuma taşıdı. Apple, çalışmalarında kullandığı elma formunu hem soyadında hem de eserlerinde başyapıt olarak kullanmıştır. Sanatçı, ‘2 Minutes 33 Seconds (Gold)/ 2 Dakika 33 Saniye’ adlı çalışmasını geçmişten günümüze kadar önemli bir yeri olan elmayı kavramsal boyutta ele almıştır. Bu bağlamda sanatçının ortaya koyduğu eserin detaylı incelenmesi, popüler kültür bağlamında imgeleştirilen nesnelerin sosyokültürel yönlerinin ortaya çıkartılması bağlamında gereklidir. Bu ifadeler ek olarak Vicki Holder’ın makalesinde Billy Apple hakkında kullandığı şu ifadeler önemlidir: Sanatın en yenilikçi ve kalıcı sanatçılarından biri olan Billy Apple “*Sanat ve yaşam iç içedir*” ifadesini kullanıyor. “*Bu ifadeyi, 1962’de Londra’da Barrie Bates kimliğini bırakıp saçlarını sarıya boyatıp, kendini eşsiz bir sanat markasının kişileşmiş hali olan Billy Apple olarak ilan ettiği andan itibaren çalışmalarında kullanıyor. Apple, sanatı neyin tanımladığı konusunda kendi kurallarını icat etti*”. Bazı çalışmalarında farklı temalar işlese de sanatçı, eserlerinin temelinde sanat ve yaşamın ilişkisel boyutuna vurgu yapar. Apple’a göre, “*...bir sanatçının çalışmaları*

için marka kimliğine ihtiyacı var. Tanınabilir bir şekilde kendilerine ait olması gerekir” (Holder, 2021)¹.

C. Frances Duncan’a göre, Billy Apple’ın ‘2 Dakika 33 Saniye’ isimli çalışması, üç elmanın farklı biçimsellikleri üç bronz kalıptan alınan çıktılarının sunumu ile oluşmuştur. Elmalardan soldaki bütün, ortadaki az çiğnenmiş ve sağdaki çok çiğnenmiş bir görünümde dir. Sanatçı bu çalışmasında, elmanın çiğneme aşamalarının kalıp vasıtasıyla dökümünü alarak üç farklı aşamadan oluşan görüntüsünü sanat eserine dönüştürmüştür. Apple, bu aşamaları ‘2 Dakika 33 Saniyelik’ süre içerisinde gerçekleştirmiştir. *“Billy’nin bir sanatçı ve bir insan olarak kaçınılmaz çürümeye karşı kendini yenileme girişimini anlatan bu eser, sanatçının ölümsüz olma arzusu ve bu arzunun kesin başarısızlığı için güzel bir metafor oluşturur” (Duncan, 2015)².* Billy Apple’ın bu eserinde popüler imge bağlamında ortaya koymak istediği şeyin, bir metafor olarak sanatın her döneminde kullanılan elmanın potansiyelinden faydalanılarak sanat yapısı içerisinde tanınırlığını arttırmak ve popüler bir imgeye dönüştürmek olduğu söylenebilir. Burada sanatçı, sanat-yaşam etkileşimine değ inir. Sanat anlayışının temeline yerleştirdiği elmanın gerçek dünyada bir besin kaynağı olması, bu besin kaynağının insanlar tarafından tüketilmesi ya da doğal yollarla çürümesi, sanatçının metaforik bir anlamı olan elmanın yok olmasına karşı gösterdiği reaksiyonun çıkış noktası olarak gösterilebilir. Fakat sanatçının yapmış olduğu çalışmalarda elmanın gerçeklik bağlamında estetik konumlarını ortaya koyan yeş il, kırmızı ve sarı renkleri kullanarak elmayı canlı tutar. Sanatçının özellikle altın sarısı rengini kullanarak yaptığı elma heykelleri zenginliğ e, popülariteye, dikkat çekmeye yönelik mesajları barındırdığı söylenebilir. Çalışmaya bakıldığında elmaların bir tanesi bütündür, diğ eri bir kere ısırılmış, üçüncü elma ise yenmiş bir görüntüyü bize sunar. Üç elmanın bu değ iş en biçimsellikleri

¹ Vicki Holder, (2021), “Rest in Peace Billy Apple”, (Kaynak: <https://www.thebigidea.nz/stories/billy-apple-think-harder> Eriş im Tarihi:25.12.2021)

² C. Frances Duncan, (2015), “Billy Apple®: The Artist Has to Live Like Everybody Else”, Pantograph Punch, (Kaynak: <https://www.pantograph-punch.com/posts/billy-apple-retrospective-the-artist-has-to-live-like-everybody-else> Eriş im Tarihi:16.05.2022)

aslında yaşamın döngüsüne işaret eder. Bir bakıma sanat-yaşam etkileşimine burada vurgu yapılır. Bu çalışma popüler kültür imgesi bağlamında düşünüldüğünde, elma imgesinin hem sanat tarihinde sanatçıların eserlerinde kullanılması hem de bu imgenin kavramsal anlamlar barındırması sanatçının çıkış noktası olduğu düşünülebilir. Sanatçının adını değiştirmesi, elma imgesinin potansiyeli üzerinden kendine sanatta popülerite bağlamında bir alan açma çabası olarak da değerlendirilebilir.



Görsel 5: Billy Apple, “2 Minutes 33 Seconds (Gold)”, 1962
(<https://www.starkwhite.co.nz/billy-apple-overview/> Erişim Tarihi:25.12.2021)

GÖSTERGE	DÜZANLAM	YANANLAM
Üç Adet Elma	Üç adet elma; soldaki bütün, ortadaki az çiğnenmiş ve sağdaki çok çiğnenmiş görünümde elma formudur.	Besin / Bereket/Yasak/ Mit / İzlek / Yaşam
Altın Sarısı	Bir renk	Zenginlik / Değerli

Siyah	Bir renk	Karanlık/Korku / Hüzün / Karamsarlık
-------	----------	--------------------------------------

Tablo 5: Billy Apple, “2 Minutes 33 Seconds (Gold)”, 1962 İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzenlam ve Yananamlar

“Apple’ın kendi kendine markalaşma iddiası, sanat ve sanatçının ticaretine, pazarlamasına dikkat çekmek için kullandığı stratejilerin tipik bir örneğidir. Apple, Yeni Zelanda’da kısa bir süre ticari sanatçı olarak çalıştıktan sonra Londra’daki Royal College of Art’a katıldı ve David Hockney ve Ron Kitaj gibi yükselen Pop Art yıldızlarıyla birlikte 1960 Genç Çağdaşlar sergisine dahil oldu. Apple’ın ‘Pop Conceptualism’ örneği, ‘2 Dakika 33 Saniye’ bu yıllarda yapılmıştır. Sanatçı, iş için en iyi elmayı elde etmek amacıyla önce, Fortnum & Mason’a, ardından Harrods’a gitti ve mükemmel elmayı Old Brompton Road’daki bir Hintli meyvecide buldu. Elma daha sonra Fulham’daki Art Bronze Foundry’e götürüldü. (...) Eserin başlığı, kronometre tarafından kaydedilen, Apple’ın elmasını yemesi için geçen süreye atıfta bulunur. Her lokma(ısıruk) seansından sonra elmayı yeniden dökmek için götürülür. Dökümhane işçileri şaşırır. Dikdörtgen taban(kaide) işlenmesi Royal College mühendislik atölyesinde yapıldı. Çalışma, profesyonel bir araba ressamı tarafından emaye boya ile boyandı. Apple, galerinin yeşil elma setinin yanı sıra, altın kaplama ve kırmızı boyalı dökme elma seti de üretti” (Auckland Art Gallery, 2001)³.

Apple, pazarlamayı ve ticareti kendi konusu haline getirdi. Yeni bir kitle tüketimi çağında, sanat ile onun maddi koşulları arasındaki mesafeyi, sanatın özelliğini reddeden şekillerde daralttı. Hatta tasarım ilkelerini ve reklamcılık taktiklerini kavramsalcılığının temeli olarak ciddiye aldı. Tüm bunlarda, bazılarının

³ Auckland Art Gallery Toi o Tāmaki, Billy Apple, “2 Minutes 33 Seconds,(Kaynak: <https://www.aucklandartgallery.com/explore-art-and-ideas/artwork/7522/2-minutes-33-seconds-green> Erişim Tarihi:16.05.2022).

konularını önemsizleştirdiği ve bazılarına da bir değer bıraktığı eserler yaratarak, kendini kendi 'müşterisi' olarak gördü. Özneden nesneye, kişiden görüntüye, simgeden göstergeye bir şeylerin kaybolduğuna dair tüyler ürpertici bir his bıraktı. Bu elbette Apple'ın niyeti idi; ama sonuçlarıyla da yaşamak zorundaydı (Barton, 2020, s. 66). Billy Apple, '2 Minutes 33 Seconds' adlı çalışmasında bütün bir elmanın çekirdeklerine kadar çığneme aşamalarını '2 Dakika 33 Saniye'de tamamladığı ve bu süreci üç aşamada gerçekleştirdiği döküm kalıpla somutlaştırarak kalıcılığını sağlamıştır. Billy Apple, değiştirdiği adı ile markalaşma sürecine odaklanarak her zaman akılda kalma ve ölümsüzleşme çabası '2 Dakika 33 Saniye' ile benzerlik gösterir. Elma, belirli bir zaman diliminde çürüyerek yok olma sürecine girer. Sanatçının çalışmasında her ne kadar elma yenerek tüketilmiş olsa da elmanın süreç bağlamında geçirdiği dönüşüm döküm kalıp ile yok olma sürecinden kurtarılarak ölümsüz bir forma büründürülmüştür.

4.1.4. Marcel Broodthaers, "Casserole and Closed Mussels", 1964

Marcel Broodthaers'ın 'Güveç ve Kapalı Midye' çalışmasında maddi imkansızlıklardan dolayı gündelik yaşamda kullanılan nesnelere ve tüketilen ürünlerden seçtiği midye ve yumurta kabukları, ikinci el kaplar, tavalar ve cam kavanozları eserlerinde kullanır. Bu eserinde sanatçı kullandığı midye kabuklarını Brüksel'de uğradığı bir restorandan alır. Siyah boyalı demir güveç içerisine midyeleri yerleştirip kapak ile midyelerin üzerini kapatmıştır. Marcel Broodthaers, Gerçeküstücülük ve Pop arasında kavramsal bir dokunuş ile mizahi ve göz kamaştırıcı bir sanat yaratır. Büyük ölçüde Duchamp ve Magritte'ten etkilenen Broodthaers, 1968'de Antwerp'teki Wide White Space Gallery' in sergi davetinde dört 'teorem' yazdı: "1. Midye kalıbı gizler ve bunun tersi de geçerlidir. 2. Magritte'in piposu bir duman kalıbıdır. Fabrika, antika bir duman kalıbıdır. 3. Her nesne kendi doğasının kurbanıdır, şeffaf bir resimde bile renk tuvali, kalıbı, çerçeveyi kodlar. 4. Bir nesne, formu mükemmel olduğunda görünmezdir" (Art Basel

2016)⁴. Belçikalı sanatçı Marcel Broodthaers, midye kabuklarını çalışmalarında kullanmasının sebebi, doğduğu ülkeyi temsil etmesidir. Midye, Belçika'nın popüler yemeği olarak bilinir. Broodthaers, 'Güveç ve Kapalı Midye' çalışmasında izleyiciye doğal bir izlenim vermek için midyeleri kapalı bir şekilde yerleştirmiştir.



Görsel 6: Marcel Broodthaers, "Casserole and Closed Mussels", 1964
(<https://www.wikiart.org/en/marcel-broodthaers/casserole-and-closed-mussels-1964> Erişim tarihi:04.04.2022)

GÖSTERGE	DÜZANLAM	YANANLAM
-----------------	-----------------	-----------------

⁴ Art Basel, Miami Beach, (2016) "Pétite forme de Moules", 1969
(Kaynak:<https://www.artbasel.com/catalog/artwork/47056/Marcel-Broodthaers-P%C3%A9tite-forme-de-Moules/> Erişim tarihi:31.03.2022)

Güveç Tencere	Killi topraktan yapılan içinde yemek pişirilen nesne.	Seri Üretim/Endüstriyel Tasarım / İhtiyaç / Beslenme/Koruyucu
Midyeler	Eti yenilen kabuklu bir hayvan.	Yemek/Tüketim/ Popüler İmge
Kapak	Her türlü kabın üstünü örtmeye yarayan nesne.	Koruyucu/Muhafaza
Siyah	Bir renk	Karanlık / Derinlik

Tablo 6: Marcel Broodthaers “Casserole and Closed Mussels” İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzenlam ve Yananlamlar

Marcel Broodthaers, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, toplumsal baskılardan kurtulmuş farklı stratejiler ve uygulamalar geliştirmiştir. Belçika’nın savaş sonrası toparlanması, geri dönüştürülmüş nesnelerin ikincil ekonomisi, Pop ve Neo’yu taklit ederek, karşılaştırılabilir çok daha hızlı yenilik ve hızlı ekonomi ile aynı anda yeniden ortaya çıkmıştır. Broodthaers’in daha önceki çalışmaları, bu klasiğin eskimiş doğasıyla eşleşirken, biçim ve içerik arasındaki ayrımın sistematik bir şekilde sorgulanmasına da işaret ettiği söylenebilir (Haidu,2003 s. xviii-xix).

“Kavramsal sanatçı Marcel Broodthaers, ‘gündelik nesnelerin ve basılı malzemelerin birleşimi yoluyla uyumsuz yan yana dizmelerden ve görsel paradoksların yaratılmasından zevk alan” bir sanatçının başka bir örneğidir. Onun heykeli ‘Güveç ve Kapalı Midye’ denizin varlığını çağrıştıran yeşil renkli reçine ile bir arada tutulan uzun midye kabuğu yığınınından oluşur. Broodthaers bu çalışmayı yalnızca Belçika burjuvazisi üzerine bir hiciv olarak değil, aynı zamanda anavatanı Belçika için bir metafor olarak da amaçlamaktadır; midye milli yemektir” (Grim, 1996, s .10).

Grim’in ifadeleri bağlamında şu değerlendirmeler yapılabilir: Sanatçının bu eserinde Belçika için önemli bir kültürel besin olan midyenin, önceki dönemlerde elit tabakanın tükettiği bir besin olması ve günümüzde milli bir yemek olarak görülmesi bu çalışmada sanatçı tarafından vurgulanmak istenen önemli bir bağlamdır. Bir başka

önemli nokta ise bir ürünün toplumun sadece belli bir kesimi tarafından tüketilmesi o ürünü popüler yapmaz, sadece o ürüne toplumda önemli bir statü kazandırır. Fakat popülerlik bağlamında değerlendirilen bir ürün toplumun büyük bir bölümü tarafından tercih edilir. Bir bakıma o ürüne popülerliği kazandıran şey toplumun büyük bölümündeki kazandığı statü olduğu söylenebilir. Bu çalışma kendi içinde yaşanan toplumun kültürel değerlerini taşıyan kodlamalarla yansıtılmıştır.

4.1.5. Andy Warhol “Brillo Boxes”, 1969

Amerika Birleşik Devletleri’nde endüstrileşme süreci ile ortaya çıkan, toplumun büyük bir bölümü tarafından mutfaklarda bulaşık temizliği için kullanılan çelik yünden yapılmış sabun karışımlı bulaşık süngeri olarak bilinen ‘Brillo’ markası Andy Warhol’un eserlerinde bir sanat nesnesi olarak karşımıza çıkar. Brillo kutuları marketlerin raflarında yer alan, gündelik yaşamın önemli bir tüketim nesnesi olarak, Amerika’daki tüketim toplumu tarafından yoğun şekilde kullanılması Pop Art sanatçısı olan Andy Warhol’un dikkatini çekmiştir. Özellikle Sanatçının sanat anlayışını biçimlendirirken popüler imgelere yönelik ortaya koyduğu stratejiler, ürettiği eserlerin kavram boyutunu tartışılır hale getirmiştir.

Sanatçı, endüstrinin ürettiği Brillo kutularını atölyesinde seligrafi yöntemini kullanarak seri şekilde üreterek sanat konseptini oluşturmaya çalışmıştır. Bu bağlamda şu ifadeler önemlidir:

“... sanatçı, kendi yönetiminde serigrafi üreterek “Fabrika” adlı sanatında sıklıkla “uygulamasız” bir yaklaşım benimsedi. Burada, çok sayıda kutu, sanki bu galerinin dışında daha fazlası varmış gibi, seriliğin bolluğunu ima etti. (...) Hem modüler hem de bir bütün olarak, bu kutular daha büyük bir sürekliliğe katkıda bulunuyor gibi görünüyor. Warhol, halihazırda üretilmiş var olan bir nesneyi seçti. Brillo şirketi aynı anda kendi sabun kutularını üretirken kendi sabunluk

kılıflarını üreterek de üretim ölçeğini genişletmeye devam etti” (Norton Simon Museum)⁵.



Görsel 6: Andy Warhol “Brillo Boxes”, 1969, New York.

Ahşap Üzerine Serigrafi Mürekkebi ve Akrilik, 20 x 20 x 17 inç (51 x 51 x 43 cm)
(<https://wordpress.org/openverse/image/06af56f3-5d47-4291-a41c-cfbfb33cebd> Erişim tarihi:04.04.2022)

GÖSTERGE	DÜZANLAM	YANANLAM
Brillo Kutuları	Brillo markalı kutular	Seri Üretim /Endüstri Ürünü/ /Tüketim
Kırmızı	Bir renk	Canlılık / Adrenalin / Dinamizm / Uyarıcı / Dikkat Çekici
Beyaz	Bir renk	Safılık / Temizlik / Güven / İstikrar / Asillik / Masumiyet

⁵Norton Simon Museum, ‘Andy Warhol, ‘Brillo Boxes’,
(Kaynak:<https://www.nortonsimon.org/art/detail/P.1969.144.001-100> Erişim Tarihi:30.03.2022).

Kare Prizma	Geometrik Form	Matematik/Üç boyutlu Form/ Eşit kenar
-------------	----------------	---------------------------------------

Tablo 7: Andy Warhol, “Brillo Boxes- Andy Warhol, 1969”, İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzenlam ve Yananlamlar

Warhol’un tüketim nesnelere sergileme düşüncesi Claes Oldenburg’un 1961 yılında ‘The Store’ adlı sergisinden esinlenerek ortaya çıktığı söylenebilir. “*Warhol, Stable Gallery’de kutuları üst üste dizerek, mekânı yüceltilmiş bir süpermarket deposuna çevirmekte ve böylece sanat galerilerinin yalnızca yüceltilmiş bir süpermarket depoları olduğunu hatırlatmaktadır*” (Shanes,2005, s.124). Sanat filozofu olan Arthur C. Danto, Andy Warhol’un 1964’te Brillo Kutusu’ndan etkilenmiştir. Danto, “... *Brillo depo ve ambar kutularından ayırt edilemezdi. Bu ikisinin ne şekilde farklı olduğunu gösterebilseydim, sanat yapıtlarını "salt gerçek şeyler" dediğim şeylerden ayırt etme konusundaki felsefi girişimimde bana merkezi görünen şeyi bulmuş olacağımı düşünmeye teşvik ediyor*” (Danto, 1998a, s.141). Danto, Brillo Kutusunu daha önce yapılan tüm çalışmalardan farklı olarak gördüğünü ve felsefi bir anlam ifade ettiğini dile getirmişti. Sanat ile sanat olmayan nesnelere arasındaki farkın felsefi boyutunu sorguladığı noktada, sanat eserlerine felsefi açıdan bakıldığında doğal bir tür olmadığını ve örnekleri çalışmalar üzerinden öğrenerek sanat kavramına hâkim oluyordu. Danto, bu yönteminin işe yaramayacağını ve sanatın anlamının örneklerle öğretilmeyeceğini saptadı. Warhol’un ‘Brillo Kutusu’nun, market raflarındaki Brillo’nun kutularına birebir benzediğini sanat ve gerçeklik arasındaki farkı oluşturmadığını dile getirdi (Danto, 1998b, s.7). Pop Art, “*20.yüzyılın en tanınmış imgelerinden biridir. Kaba ve parlak olan akademik sanat anlayışına meydan okuyan Pop Art, Dada düşüncesinden doğup gelişmiştir ve Soyut Dışavurumculuğa karşıdır*” (Hodge, 2013, s.31). Warhol’un çalışmalarına bakıldığında Dada’nın ortaya koyduğu nesne-sanat etkileşimi görülür. Gündelik yaşamın bilinen nesnelere sanatla eklettik hale gelmiştir. Bu bağlamda Marcel Duchamp’ın ortaya koyduğu nesne-sanat etkileşime değinmek gerekir. Duchamp’ın hazır yapım ‘pisuvarı’ ters çevirip ‘çeşme’ görüntüsü verdiği zaman nesne üzerinde bir değişiklik yaptığını ve sanattaki estetik anlayışını yıkıp sanatı tekrar sorgulamamıza sebep olmuştur. Andy Warhol’un “Brillo Kutuları” kavramsal

çalışmasının market raflarındaki tüketim nesnesi olan Brillo markasıyla birebir aynısını kopyalayıp çalışmasının, sanatta farklı algısal süreçleri ortaya koyduğu söylenebilir. Brillo kutusu, sanat dünyasında çok fazla yankı uyandırarak sanat kavramının yeniden değerlendirme sürecini başlatmıştır.

4.1.6. Cildo Meireles, ‘Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project’ 1970

‘Coca-Cola’ imgesi birçok sanat eserinde kullanılmıştır. Özellikle Pop Art ile sanat eserlerinde kullanılmaya başlanan ‘Coca-Cola’ imgesi, Kavramsal Sanatta da sanatçıların yoğun şekilde eserlerinde kullandıkları imgeler arasında yer alır. Popüler kültür imgesi olan ‘Coca-Cola’ için Andy Warhol şu ifadeleri kullanır:

“Bu ülke hakkında harika olan şey, Amerika’nın en zengin tüketicilerin aslında en fakirlerle aynı şeyleri satın aldığı geleneği başlatmasıdır. Televizyon seyredip Coca-Cola’yı görüyor olabilirsiniz. Başkan’ın Coca-Cola içtiğini biliyorsunuz. Liz Taylor da Coca-Cola içiyor ve düşüncü siz de Coca-Cola içebilirsiniz. Kola bir koladır ve paranın hiçbir miktarı size köşedeki dilencinin içtiğinden daha iyi bir kola sağlayamaz. Bütün kolalar aynı ve bütün kolalar güzeldir. Liz Taylor biliyor, Başkan biliyor, dilenci biliyor ve siz de biliyorsunuz” (Weiwei, 2011, s. 130).

Weiwei’in ifadeleri bağlamında şu değerlendirmeler yapılabilir: Tüketim ürünü olan ‘Coca-Cola’nın çoğu insan tarafından tanınması ve ulaşılabilir olması bu ürünü popüler kültür imgesi haline getirmiştir. Özellikle bu ürünün sadece üretildiği toplumun bireylerine değil dünyanın farklı kıtalarına da yayılımı Coca-Cola imgesini evrensel bir boyuta taşımıştır. Coca-Cola imgesinin bu özelliği birçok sanatçı tarafından, sanat eserlerinin oluşturulması sürecinde güçlü bir potansiyel olarak görülmüştür. Bu sanatçılar arasında Cildo Meireles’i sayabiliriz. Sanatçının, ‘Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project’ adlı çalışmasında bir popüler kültür imgesi haline dönüşen ‘Coca-Cola’nın potansiyelinden faydalanarak eserini oluşturmuştur.



Görsel 7: Cildo Meireles, 'Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project' 1970

(<https://www.tate.org.uk/research/publications/performance-at-tate/perspectives/cildo-meireles>
Erişim Tarihi: 23.12.2021)

GÖSTERGE	DÜZANLAM	YANANLAM
3 Adet Coca-Cola Şişesi	- Saydam, şeffaf kırılabilir nesnelere - 3 adet cam malzemesinden yapılan içi sıvı ile tam dolu, yarım dolu ve boş şişe görünümündeki nesnelere	Seri Üretim /Endüstri Ürünü /Popüler İmge/ Kapitalizm/ Tüketim
Cam	Saydam, şeffaf ve kırılabilir malzeme	Şeffaflık/ Hassas

'Coca Cola' yazısı	Logo/Popüler kültür imgesi	Simge/Endüstri/Tanıtım/Reklam
Marka	Bir ürünün tanıtımını sağlayan yazı ya da şekil	Tanıtım/Pazarlama/Kodlama/Ticaret/ Üretim/ Tüketim
Kapak	Kutu ve benzeri nesnelerin üstünü örtmeye yarayan nesne	Muhafaza, koruma
Siyah	Bir renk	Karanlık/Korku
Kırmızı	Bir renk	Dikkat Çekici / Heyecan / Etkileyici / Uyarıcı
Şişelerin üzerindeki yazılar.	Dilsel Göstergeler	Mesaj/ Kapitalizm/Etkileşim/İletişim

Tablo 8: Cildo Meireles, "Insertions in Ideological Circuits,Coca-Cola Project", 1970 İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzenlam ve Yananamlar

Sanatçının, tüm Uluslararası pazarlarda anında tanınan bir ürüne ihtiyacı vardı. Bu nedenle 'Coca-Cola' popülerlik bağlamında bir ürün olarak toplumun büyük bir bölümü tarafından tercih edilmesinden dolayı çalışmasında kullanmıştır (Oswell, 2006, s. 171). Cildo Meireles tarafından, 'Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project' her biri farklı miktarlarda olan üç Coca-Cola cam şişesinin görüntüsünü kullandı. Bu proje şişelerin yüzeyine yazı yazmaktan oluşuyordu. Bu nedenle, bir açıklama olarak sahip olduğumuz şeyden, simgesel bir mesaj olarak gösterilen üç adet Coca-Cola cam şişe, 290 ml, üzerine yazılar eklenmiştir. Bir şişe Coca-Cola, başka bir kültürün dayattığı küreselleşmiş tüketiciliği temsil eder. Kapitalizmin sembolü olan 'Coca-Cola', ABD tarafından eleştirilen Amerikan sömürgeciliğini temsil eder (Ferreira ve Giraldi, 2016, s. 273-281 arası). Aynı zamanda en büyük Amerikan sembolü olan Coca-Cola'yı kullanarak, boş şişelere eleştirel görüşler yazdı ve ardından onları fabrikaya iade etti. Şişeler fabrikada doldurularak tekrar dolaşıma girdi. Meireles bir strateji olarak, şişenin üzerine basılmış olan logo ile aynı mürekkep rengini kullandı. Bu da

yazılanların algılanmamasını kolaylaştırdı, ancak dolduğunda daha görünür hale geldi ve tüketen nüfusun okumasını sağladı (Paiva vd., 2018, s. 43).

Cildo Meireles, 'İdeolojik Devrelere Eklemeler: Coca-Cola Projesi'nde (1970)', beyaz renkte yazılar, talimatlar ve şekiller ipek ekran kullanılarak 1000'den fazla şişenin yüzeyine uygulanmıştır. Bu kola şişeleri öncesinde tüketilip geri dolaşıma gönderilen nesnelere dir. Meireles'in, 1970'de bu eseri üretme nedeni, yaşadığı dönemde Brezilya'daki politik kaos ve zor yaşam şartları ortamına eleştirel bir bakış olarak değerlendirilebilir. Bu eserde kullanılan popüler kültür imgesi Coca-Cola'nın cam şişelerinin 'yeniden kullanım' potansiyeli ve bu potansiyelin döngüsel sürekliliği Meireles için ideal bir sistem olarak görüldü. *"Meireles'in değiştirdiği şişeler, Coca Cola'nın daha önceden var olan sistemine sokularak, başkalarının da onun açıklamasını okuyup anlaması, gazozunu içmesi ve sisteme geri vermesiyle devam ettirilerek ortaya çıkan bu eser Meireles'in sanatına dair kalıcı bir izlenim bırakmıştır"* (Womack, t.y., s.15). Boş şişenin üzerinde beyaz yazının algılanabilmesi zordur. Şişe doldurulduğunda sıvının koyu rengi, beyaz renkteki yazıların görünürlüğünü artırır. Bu özellik, sanatçının topluma mesajlarını iletebilmek için yaratıcı bir bağlam ortaya koyduğunu gösterir. Sanatçı bu çalışmasında 1000'den fazla şişenin yüzeyine uyguladığı yazı ve çizimlerle çok sayıda bireye ulaşarak, bireylerin de bu mesajlar bağlamında duygusal deneyimler yaşamalarının amaçlandığı söylenebilir. Bu çalışmadaki önemli nokta ise, sanatçının mesajlarını ya da talimatlarını toplumun geniş kitlelerine ulaştırabilmek için popüler bir imgenin potansiyelini kullanmıştır. Aslında eserin biçimselliğinin ötesinde, tüketim toplumunun bu nesne ile olan bağlantısı kullanılarak eserin kavramsal yapısı tamamlanmıştır. Popüler imge ile buluşan toplum, şişelerin üzerinde yer alan yazılar ya da talimatlar ile karşılaşır.

Sonuç olarak bu çalışmada kavramsal dokulara rastlanır. Esere bakıldığında ilk gözümüze çarpan şey Coca-Cola şişelerinin varlığıdır. Fakat sanatçının vermek istediği mesaj sadece Coca-Cola şişelerinin üzerine yazılmış olan talimatlar veya yazılar değildir. Bu yazıların toplum bireyleri tarafından popüler bir ürün olan Coca-Cola'nın tüketilme sürecinde fark edilmesi ve bu ifadeler bağlamında bireylerde oluşabilecek duygusal yoğunluğun ortaya konulması, eserin kavramsal yönüne vurgu

yapar. Bir bakıma tüketici de (toplum bireyleri) bu eserin oluşum sürecinde yer alır. Tıpkı Kavramsal Sanat'ın vurguladığı 'nesne fikrin aktarılabilirliği noktasında bir araçtır' söyleminde olduğu gibi. Meireles'in bu çalışmasında, popüler imge olarak kullandığı Coca-Cola'nın tüketiciyle olan etkileşimi sonucunda ortaya çıkan sürecin vurgulanmaya çalıştığı söylenebilir.

4.1.7. Duane Hanson "Sunbathing", 1971

Amerikalı sanatçı Duane Hanson, gerçek boyutta sıradan Amerikalı insanların heykellerini yapmıştır. Hiperrealist heykel sanatçısı, çalışmalarında yaşamın bir parçası olan tüketim nesnelerini sanata dahil etmiştir. Bu bağlamda sanatçının ortaya koyduğu eserin detaylı incelenmesi, eserlerinde kullandığı popüler kültür imgelerinin varlığına yönelik kavramsal değerlendirmelerin yapılabilmesi açısından önemlidir. Amerika'da hızlı yeme alışkanlığından kaynaklı 'dengesiz beslenme' ortaya çıkmıştır. Bu beslenme alışkanlığı günlük yaşantı da değişimlerin görülmesine neden olmuştur. Özellikle bu süreçte Coca-Cola, hamburger, pizza vb. besinler popüler bir imgeye dönüşmüştür. Sanatçının yapmış olduğu bu heykeller, içinde yaşanan toplumun kültürel bir formu olarak ortaya çıkan beslenme alışkanlığına, tüketim toplumuna eleştirel bir bakış sergilemeye yönelik olduğu söylenebilir.

Duane Hanson 'Sunbathing'(Güneşlenmek) adlı heykelini 1971 yılında yapmıştır. Sanatçı, güneşlenen kadın figürünü gerçek insan boyutunda çalışmıştır. Şezlongda havlu üzerinde boylu boyunca uzanmış, kilolu kadın figürünü detaylı bir bağlamda (Hiperrealist) eserine yansıtmıştır. Kadın Heykeline, yetmişli yıllarda o dönemin modası olduğu düşünülen mavi puantiyeli bikini giydirilmiş ve başına bandana yerleştirilmiştir. Bandananın üzerinde ise güneş gözlüğü anlına degecek şekilde konulmuştur. Kadın heykelinin, güneşlenirken hissettiği rahatlama ile sağ kolunun boşluğa düşmesi uyuduğu veya güneşlendiği izlenimini vermektedir. Şezlongun sağ kolunda asılı duran çantasının içerisinde yer alan cipsler ve içecekler hazır yiyeceklerin tüketim toplumu üzerindeki güçlü etkisine vurgu yapar. Çantanın izleyiciye dönük bir şekilde olması ve içinin bu tüketim nesnelere ile doldurulması aşırı tüketime, dengesiz beslenmeye işaret eder. Çantanın ağzının bilinçli bir şekilde izleyiciye dönük olması sanatçının, hazır tüketim ürünlerinin içinde yaşanan

toplumda yoğun şekilde tüketildiğini gösterme çabası olarak değerlendirilebilir. Heykelin sağ alt köşesinde bulunan ‘diyet kola’ kolunun uzanabileceği yerde ve hemen ilerisinde magazin dergilerinin yerleştirildiği görülmektedir. Çalışmanın bütününe bakıldığında şezlongun üzerinde yatan kadın heykeli aynı zamanda etrafına yerleştirilen nesnelere bir bütünlük sergiler. Bir bakıma bu eser Enstalasyon çalışması olarak değerlendirilebilir. Heykelin ayağının hizasında gündelik yaşantıda kullanılan bir çift terlik yer alır. Hanson, tüketim nesnelere ve o dönemin popüler olan imgelerini çalışmasına yerleştirmiştir. Duane Hanson’ın çalışması, içinde yaşanan toplumun sosyokültürel bir problemi olarak görülen tüketim alışkanlığına yönelik eleştirel bir bakış açısı sunar.



Görsel 8: Duane Hanson “Sunbathing”, 1971, Wadsworth Atheneum, Hartford, Connecticut.

(https://www.thewadsworth.org/wp-content/gallery/ca/duane-hanson_1977.7_top25_web.jpg
Erişim tarihi:04.04.2022)

GÖSTERGE	DÜZANLAM	YANANLAM
Güneşlenen Kadın Figürü	Gerçek boyutta kilolu kadın heykeli	Tatil/ Birey/Dinlenme
Cips	İnce, yuvarlak kesilerek kızartılmış patates.	Yemek/Tüketim/Endüstri Ürünü /Popüler İmge
Diyet Cola	Şekersiz, gazlı içecek.	İçecek/Tüketim/ Seri Üretim /Endüstri Ürünü /Popüler İmge
Terlik	Çoğunlukla ev içerisinde giyilen arkası açık ayağa giyilen nesne.	Seri Üretim /Endüstri Ürünü/ Rahatlık
Şezlong	Üzerine uzanılabilecek biçimde ayarlama düzeneği bulunan, taşınabilir koltuk.	Seri Üretim /Endüstri Ürünü/ Dinlenme
Güneş Gözlüğü	Güneşin etkilerinden gözleri korumak için kullanılan nesne.	Korunma/ Sağlık
Dergi	Belirli aralıklarla yayınlanan farklı konularla alakalı bilgilendirme yapan yayın.	Seri Üretim / Bilgilendirme/ Reklam
Havlu	Kurulanmaya yarayan bez.	Seri Üretim /Endüstri Ürünü/Temizlik/ Hijyen
Çanta	Yiyecek, eşya, vb. nesnelere taşımak için kullanılan araç	Seri Üretim /Endüstri Ürünü/ Güvenlik/ Özel Alan

Tablo 9: Duane Hanson “Sunbathing”, 1971 İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzenlem ve Yananlamlar

“Hanson, “İnsanlar insanları izlemeyi sever, ancak bunu yaptıkları için kendilerini suçlu hissederler” diyor. “Benim figürlerimle onlara yaklaşabilir, kırıksıklıklara, saça ve ten rengine bakabilirler (normalde yapmaya cesaret edemeyecekleri bir şey). İnsanlar, diğer insanların

gerçekte nasıl görüldüğüne hayran kalırlar. Figürlerime tanıdıkları gibi yaklaşırlar". Hanson'ın işi, bir balmumu heykelinin salt illüzyonizminden daha fazlasıdır. Hanson, bazen pejmürde, genellikle yorgun veya bıkmış ancak her zaman kendi özel durumlarına karşı bir empati duygusuyla samimi olan ortalama Amerikan tiplerinin yaşam tarzlarını belgeler. Heykeltıraş, gerçekçiliği sağlamak için parçalarını doğrudan canlı modellerden alır (...) Sanatçı, kauçuk ve alçı kullanarak tüm modelin kesitler halinde kalıbını çıkarır. Heykeller geleneksel olarak polivinil asetattan ve daha yakın zamanda bronzdan yapılmıştır. Hanson, heykelleri boya, saç ve giysilerle titizlikle tamamlar" (Nerman Museum of Contemporary Art)⁶.

Hanson'ın eserleri için genellikle heykel ifadesi kullanılır. Sanatçının eserleri sergilendikleri mekânı işgal etmezler, mekânı yutarlar. Hanson'ın heykelleri ile amaçladığı şey, sergi salonunda polyester reçine malzemesiyle ürettiği heykellerin izleyicilere "... ani ve doğrudan hareketlerle değil, daha çok, herhangi bir açık çağrıya karşı sessiz tavırlarıyla meydan okumasıydı" (Bégout, t.y., s. 13). Duane Hanson, dergilerin, gazetelerin ve televizyondaki görmüş olduğu bireylerin alışlagelmişin dışına çıkarak gerçek hayattaki görüntüleri ile birebir benzerlerini yapmıştır. Hiperrealist bağlamda yapmış olduğu heykellerde içinde yaşamış olduğu kültürün izleri görülür. Özellikle Hanson'ın heykellerinde Amerikan toplumunun gündelik yaşamının izlerini görmek mümkündür. Sanatçı heykellerini oluşturmadan önce etüt ettiği bireylerin farklı teknikleri kullanarak birebir almış olduğu kalıplarından elde ettiği çıktılarla oluşturmuştur. Özellikle çalışmasındaki ölçüler gerçekte var olanla aynıdır. Bu noktada sanatçı gerçek yaşama vurgu yapmış olabilir. Aynı zamanda sanatçının bazı çalışmalarında, toplumun alt sınıflarındaki bireylerin varlığı göze çarpar. Sanatçının heykelleri izleyicide etkileyici bir yansıma bırakır. Mekânda heykelleri gören izleyici, çalışmaların gerçek olup olmadığını sorgular. Bu durum sanat-yaşam etkileşimine gönderme yapar. Duane Hanson özellikle

⁶ Nerman Museum of Contemporary Art, "Duane Hanson-Sculptures", (Kaynak: <https://www.nermanmuseum.org/exhibitions/1991-01-13-hanson-duane-sculptures.html> Erişim Tarihi: 24.05.2022).

endüstrileşmenin ortaya çıkarttığı üretim mantığının toplumun sosyokültürel yapısını değiştirmesine yönelik eleştirel bağlamda eserler üretmiştir. Bu eserlerin; endüstrileşme, tüketim kültürü, vb. kavramlar çerçevesinde şekillendiği söylenebilir. Bu araştırmada incelediğimiz ‘Sunbathing (Güneşlenmek)’ isimli çalışmada bu durum söz konusudur. Şezlongun üzerinde yatan bir kadının etrafında popüler imge olarak bilinen tüketim ürünleri görülür. Sanatçı özellikle bu ürünlerin, içinde yaşanılan toplumun sosyokültürel yapısındaki yerine gönderme yapar. Dergilerin, içeceklerin ve yiyeceklerin yoğun şekilde heykelin etrafında yer alması, popüler kültür ve tüketim kültürüne yönelik çağrışımları ortaya çıkartır.

4.1.8.Haim Steinbach, “Related and Different”, 1985

Popüler kültür imgelerinin potansiyelini belirleyen önemli etkenlerden bir tanesi toplumun tüketim hareketliliğidir. Bir bakıma ‘Tüketim Kültürü’, imgelere popülerlik vasfını kazandıran önemli bir toplumsal olgudur. Bu bağlamda Haim Steinbach’ın Enstalasyon çalışmalarında yoğun şekilde kullandığı popüler imgeler, biçimlendirilen eserlerin kavramsal yapısında ‘Tüketim Kültürü’nün etkilerini karşımıza çıkartır. Sanatçı, raf düzeni üzerine günlük hayatta kullanılan tüketim nesnelere yerleştirmiştir. Özellikle sanatçı, sanat eserlerini oluştururken popüler kültür imgelerinin kavramsal potansiyelinden beslendiği söylenebilir.

Steinbach’ın sanatı, tüketici öğelerini içermesi ve kesin kompozisyonu nedeniyle Simülasyonizm ve Neo-Geo (Geometrik Kavramsalılık) ile ilişkilendirilmiştir. Ek olarak, nesnelere kendine mal etme pratiği, birçok eleştirmenin, çalışmaları ile Marcel Duchamp’ın hazır ürünleri arasında bağlantı kurmasına yol açmıştır. Ancak Steinbach’ın sanatı sadece nesnelere seçimi ve sunumu ile ilgili değil, aynı zamanda çağdaş tüketim kültürüne olan bağlarımızı da araştırıyor. Daha önceki raf düzenlemeleri, el yapımı rafları ve arkadaşlarından ödünç alınan veya bit pazarlarında bulunan nesnelere içeriyordu. 1983-84’te standartlaştırılmış bir raf tanıttı (kaba biçimli, üçgen profilli ve çeşitli plastik laminat kaplamalı kontrplaktan yapıldı). Sanatçı, bu sefer mağazadan satın alınan nesnelere vurgulamaya başladı. 1990’dan itibaren, Steinbach’ın eserlerinden bazıları doğrudan

duvarlara yerleştirilen rafların üzerine konulan nesnelere içeriyordu. Sanatçı eserlerine; dolaplar, konteynerler ve çekmeceler ekledi. Bu malzemelerine dış cephe kaplaması, iskele ve çelik raflar kullanarak büyük boyutlu kurulumlara geri döndü. Ayrıca çeşitli eserlerinde müzelerden ödünç alınan antika ve objelere yer vermiştir (The Guggenheim Museums)⁷.

Lieber'a göre, "Haim Steinbach'ın eserleri, Warhol'unkiler gibi, ipuçların üretimi, değişimi, dağıtımı ve tüketimiyle sermaye birikimini destekleyen muazzam meta koleksiyonundan alır(...) Nesnelere; David Joselit'e göre, 'resmi bir denklik' üreten her üç nesnede de belirgin bir şekilde görünen kırmızı renktir(...) Steinbach'ın ilgili ancak farklı (1985) parçası olarak kendilerine 'biçimsel bir eşdeğerlik' bahşeden ayakkabı veya şamdanların işlevlerine ve ihtiyaçlarımıza göre 'iyi' olmaları; ancak fiziksel özelliklerinin veya kişisel tercihlerimizin bir sonucu olmayan bir 'eşitliğe' sanat eserinin unsurları olarak sahip olmaları gariptir. Öyleyse, Steinbach'ın eserlerini oluşturan nesnelere duygusaldır ama duygusal olmayan niteliklere sahipler. Açıkça farklıdır, ancak aynı zamanda bir şekilde eşdeğerdirler" (Lieber, 2019, s. 64-65 arası).

Bu bağlamda şu ifadeler yapılabilir; Tüketim olgusu, Kavramsal sanatçıların farklı bakış açıları ile eserlerine yansıttıkları görülür. Haim Steinbach eserlerinde sadece popüler imgeler değil aynı zamanda gündelik yaşamda kullanılan, ön planda olmayan sıradan nesnelere de kullanmıştır. Aynı zamanda sanatçı toplumun yoğun olarak tükettiği nesnelere de eserlerinde kullanmıştır. Sanatçının özellikle eserlerini sergilerken ortaya koyduğu kurgusal yapı Minimalizm'in etkilerini karşımıza çıkarır. Minimalizm'in sadelik, basitlik, simetri, düzen, vb. kavramlar bağlamında oluşumu, sanatçının eserlerinde öne çıkan önemli noktalar. Steinbach'ın Enstalasyonlarında aynı ürünün birden fazla adeti simetrik bir bağlamda sanat üslubunu yansıtan raf sistemine dizerek oluşturur. Bazı çalışmalarında, gündelik

⁷ The Guggenheim Museums, Haim Steinbach, (Kaynak: <https://www.guggenheim.org/artwork/artist/haim-steinbach> Erişim Tarihi:26.12.2021).

yaşamda önemli yer tutan tüketim nesneleriyle dekoratif nesneleri aynı konsept içerisinde kullanmıştır. Sanatçının çalışmalarına bakıldığında ilk göze çarpan şey, Marcel Duchamp'ın nesne kullanımınıdır. Marcel Duchamp, bazı hazır nesnelere olduğu gibi izleyiciye sunmuştur. Özellikle 20.yüzyılın başlarında ortaya çıkan sanattaki bu köklü değişim 1960 sonrası sanat anlayışlarında önemli etkiler yaratmıştır. Steinbach'ın sanat anlayışında bu etkiler görülür.



Görsel 9: Haim Steinbach, "Related and Different",
1985(<http://photos1.blogger.com/blogger/3335/2001/1600/HAIMIT.jpg>
Erişim Tarihi: 23.12.2021)

GÖSTERGE	DÜZANLAM	YANANLAM
Raf	Duvar ve benzeri yüzeye sabitlenerek üzerine malzemelerin konulduğu nesne	Destek / Sağlamlık /Denge

Nike Spor Ayakkabı	Ayağa giyilen, farklı malzemelerden üretilen nesne	Seri Üretim/Endüstri Ürünü/Popüler İmge/Kapitalizm/ Hareket/ Dinamizm
Marka	Bir ürünün tanıtımını sağlayan gösterge, yazı, işaret	Tanıtım / Pazarlama / Kodlama
Şamdan	Zeminden yüksek boyuttaki, üzerine ışık kaynağı konulan nesne	Aydınlık / Dekoratif/ Estetik
Kırmızı	Bir Renk	Canlılık / Adrenalin / Dinamizm / Uyarıcı / Dikkat Çekici
Siyah	Bir Renk	Karanlık/Korku

Tablo 10: Haim Steinbach, “Related and Different”, 1985, İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananamlar

Sanatçının çalışmaları ile sergi salonunda karşılaşılan izleyici farklı duygusal değişimler yaşayabilir. Bir ayakkabının duvara monte edilen bir rafın üzerinde yer alması, ya da aynı tasarıma sahip farklı boyutlardan minimal bir düzende yer alan şamdanların varlığı ve daha birçok dekoratif ve tüketim nesnesinin bir aradaki kombinasyonu izleyiciyi şaşırtabilir. Sanatçının burada vurgulamak istediği en önemli şeyin bu nesnelere oluşturulan Enstalasyonların izleyicinin algısında bıraktığı duygusal etki olduğu söylenebilir. Müzenin parçası olan bir eserin bir tüketim nesnesi ile aynı rafta yer alması ya da özgün bir tasarımın seri üretim nesnesi ile aynı kurgu içerisinde bulunması, izleyicinin eleştirel bir bakış açısı ile sanatçının eserlerine yaklaşmasına alan açar. Sanatçının bazı çalışmalarına bakıldığında, kullandığı raf sisteminin Minimalizm’in en önemli özellikleri arasında yer alan mekânın potansiyelini kullanma özelliği, sanatçının çalışmalarında ön plandadır. Hem rafların renk kombinasyonları hem de rafların üzerindeki Enstalasyonda yer

alan nesnelere duvarın rengiyle bağlantılıdır. Sanatçı bir bakıma mekânın potansiyelini de kullanarak eserlerle mekânı bütünleştirmeye çalışmıştır.

Haim Steinbach, “Related and Different” adlı Enstalasyon çalışmasına yönelik şu ifadeleri kullanmıştır:

“Eserle ilgili ve farklı olan bir fotoğrafa bakan yazarlar, bir çift basketbol ayakkabısını ‘Nike’ ve ‘Air Jordans’ işaretleri zannetmişler. Ayrıca Hint menşeli beş pirinç şamdanı (Lotus çiçeği motifinden sonra tasarlanmış) ‘beş plastik kadeh’ zannetmişler. ‘Kutsal Kâse’ Hıristiyan mitini yansıtan bir ‘oyun sonu’ işaretler kurgusu ürettiler. Sanat nesnelere çerçevelememi öneriyorlar, aslında çoğunlukla sosyo-kültürel çevremizden alınan yaygın günlük nesnelere sunuyorum. Eseri “meta heykeli” olarak tanımladılar ve sanki doğal bir veriymiş gibi kapalı bir göstergeler sistemi açısından açıkladılar. Çalışmamın bu okumasını çok tuhaf buluyorum ve yalnızca Roland Barthes’in bir sanat yapıtında yer alan göstergelerin tek bir yorumla belirlenmediği, aksine sonsuz bir yorum zinciri oluşturduğu fikrini hatırlatıyorum” (Wolfe, 2015, s. 54).

Wolfe’in ifadeleri aslında Steinbach’in eserlerinin izleyicideki yansımalarının farklı anlamsal noktalara işaret ettiğini ortaya koyar. Kavramsal Sanat’ın en önemli özelliğinden bir tanesi de nesnenin bir fikrin izleyici tarafından okunmasını sağlayan önemli kodlamaları barındırmasıdır. Anlamlandırma süreci kültürle bağlantılıdır. Modern sanat bağlamında yapılan eser analizlerinde ortaya konulan yargısal süreçlerde yoğun benzerlikler görülebilir. Fakat Çağdaş sanatta bu bakış açıları farklılıklar ön plana çıkar. Bunun en önemli nedenleri arasında toplumun sosyokültürel yapısının sanatçının yaratıcılığı ile izleyiciye sunulması olduğu söylenebilir. Steinbach’in yapmış olduğu ‘Related and Different’ adlı eserinde kullandığı nesnelere izleyicilerde farklı çağrışımlar uyandırması Kavramsal sanat’ın doğasına gönderme yapar. Kullanılan nesnelere izleyicilerde farklı etkiler bırakabilir. Bu nesnelere izleyicide bıraktığı duygusal etkilerin farklılığı Sanatçının vermek istediği mesajdan ziyade farklı bağlamlarda yorumlamaları karşımıza çıkartabilir. Belki de Kavramsal Sanat’ı güçlü yapan önemli noktalardan bir tanesi farklı bakış

açılarının ortaya konulmasıdır. Sanatçı eserini üretirken kullandığı nesnelere anlamlar kodlar. Bu nesnelere farklı toplumlardaki yansımaları farklı olabilir. Her ne kadar sanat evrensel bir dil olarak algılsa da eserde kullanılan nesnelere izleyicide bıraktığı etkiler kültür bağlamında farklılık gösterebilir. Örneğin, Air Jordan ayakkabıları Nike firmasının dünyanın en iyi basketbolcuları arasında gösterilen Michel Jordan adına özel çıkartılan bir ayakkabı modelidir. Bu model çıkartıldığı dönemlerde Amerika’da çok sayıda tüketilmiştir. Amerika toplumu için Air Jordan ayakkabıları popüler kültür imgesi olarak sistemde yerini almıştır. Fakat bu ayakkabıların farklı kültürlerdeki toplumlar için benzer güçlü çağrışımları yapmaması doğaldır. Dolayısıyla Steinbach’in eserlerinde kullandığı nesnelere izleyicilerinde bıraktığı duygusal potansiyel farklılık gösterebilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sanat, her dönemde toplumsal yapıdan etkilenerek kendine yaşam alanı sağlar. Her toplumun sanat anlayışında kültürel etkiler görülür. Bu etkiler sanatçı ve izleyici/sanatı algılayan kitle arasında iletişim kodları barındırır. Sanat, özellikle 20. yüzyılın başlarına kadar bu yapıyı yoğun şekilde yansıtırken, sonrasında ortaya çıkan toplumsal yapılarda yaşanan değişimlerden kaynaklı olarak farklı biçimselliklerde icra edilmeye başlanmıştır. Fakat her dönemde sanat, izleyicide etki uyandıran bir disiplin olarak var olmuştur. Sanat, 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren toplumda yaşanan sosyokültürel olgulardan beslenerek kavramsal bir yapıya bürünmüştür.

Popüler kültür ve sanat ilişkisinin temelinde sanayileşmenin olduğu söylenebilir. Dünya savaşlarından kaynaklı olarak ortaya çıkan olumsuz süreçler ülkelerin gerek endüstri yapılarını gerekse endüstri sistemlerini büyük zarara uğratmıştır. Uğranılan zararın telafi edilmesi bağlamında ülkeler sanayileşme süreçlerini hızlandırmışlardır. Yeni endüstri kuruluşlarının ortaya çıkması toplumların ekonomik anlamda gelişmelerine katkı sağlamıştır. Bu endüstri kuruluşları, gündelik yaşamın ihtiyaç duyduğu birçok tüketim nesnesini seri bir yöntemle üretmiştir. Bu üretim sonucu ortaya çıkan tüketim nesnelерinin topluma buluşturulması zorunlu hale gelmiştir. Bu süreçte ürünlerin topluma ulaştırılmasında teknolojinin farklı stratejileri kullanılmıştır. Günümüzde de yoğun olarak internet üzerinden yapılan alışverişler üretim-tüketim mekanizmasını hareketlendirmiştir. Tüketim arzusunun oluşması ile gerekli olmayan nesnelерin tüketilmesi noktasında bireyleri kredi kartını kullanmaya teşvik etmiştir. Mağaza ve marketlerin e-ticaret üzerinden oluşturdukları sistemde kredi kartı ile sanal alışveriş imkânı sunmaları, bireylerin alışveriş yapmalarını kolaylaştıran bir sistemi ortaya çıkarmıştır. Daha kolay ve hızlı bir işlem olarak kullanılan sanal alışveriş, gündelik hayatta da tüketimin daha fazla artmasına sebep olmuştur.

Bu noktada kitle iletişim araçları ve sanat bir araç olarak değerlendirilmiştir. Yoğun üretim mantığı ile ortaya çıkan ürünler kitle iletişim araçları ile topluma tanıtıldığında bu ürünlere yönelik talep artmıştır. Bazı ürünler aşırı taleple karşılaşmıştır. Bu ürünler ait oldukları toplumda popüler bir noktaya yükseltilmiştir. Bu popülerliği sağlayan reklam ve benzeri tanıtım araçlarıdır. Popüler kültür

kavramı, içinde yaşanan toplumların bir ürüne ya da bir yapıya yoğun ilgi göstermesi ile oluşur. Popüler konuma yükseltelen endüstri ürünlerinin, aşırı derecede tüketimi bazı sanatçıların dikkatini çekmiştir. Bu sanatçılar popüler imge konumunda olan nesnelerin potansiyelini kullanarak eserler üretmişlerdir. Birçok sanatçı farklı teknik ve yöntemle popüler kültür imgelerini bünyesinde barındıran kavramsal temelli sanat uygulamalarını icra etmişlerdir. Bu araştırmanın amacı bağlamında, incelenen kavramsal temelli sanat eserlerinde kullanılan popüler kültür imgelerinin oluşumuna etki eden sosyokültürel süreçler incelenmiştir.

Teknoloji ilerledikçe bireyler hemen her alanda yoğun reklam ve görsel imgelere maruz kalmaktadır. Tüketilen şey sadece tercihleri değil, aynı zamanda başkalarının sosyoekonomik sınıfını, statüsünü, yaşını, kişisel ve sosyal normları hakkında bilgi verir. Her toplumun kültürel potansiyeli, tüketim eğilimlerini etkiler. Reklam, afiş, televizyon ve dergilerdeki gündem olan birçok tüketim nesnesinin özellikle görsellerinin, insanların istemeden de olsa zihnine indirgemesiyle oluşan bir tüketim çılgınlığını artırmakta ve günden güne tetikleemektedir. Popüler olan ve marka haline gelen ürünlerin daha fazla tüketildiği, tüketildikçe bu markaların çoğaldığı bir ortam haline büründüğü görülmektedir. Buna bağlı olarak sanatçıların çalışmalarında popüler imgelerin eleştirel bir şekilde sanata yansıtıldığı ve istenilenin dışında gerçekleşen reklam görevi de gördüğü söylenebilir. Bu sürecin sanat ile olan etkileşim noktasında Pop Art önemli bir noktadadır.

Sanatçılar, kavramsal temelli sanat uygulamalarını oluştururken neden-sonuç ilişkisini ön planda tutarlar. Kullandıkları her imgenin, rengin ya da çizgisel yapının tasarımsal sürecinde bilinçli bir kurgu ön plandadır. Kavramsal Sanat eserlerinde hem nesnenin biçimselliği hem de nesnenin taşıdığı düşüncenin eklektik yapısı önemlidir. Bu bağlamda sanatçılar kullandıkları nesnelerin anlamsal potansiyellerinin izleyicide bırakacağı etkiye yönelik sorgulamalar yaparlar. Kavramsal Sanat pratiklerinde sanatçılar, gündelik yaşamın bir parçası olan birçok farklı nesneyi eserlerinde kullanarak nesnelere yeni bir kimlik kodlamaya çalışırlar. Endüstri nesnesi olarak üretilen objeler, sanat eserlerinde sanat nesnesine dönüşmüştür. Tezin ana temasını oluşturan popüler kültür imgeleri, çok sayıda sanatçı tarafından sanat pratiklerinde kullanılmıştır. Bu kullanım farklı eleştirel

değerlendirmeler ile konumlandırılmaya çalışılıyor olsa da tezin ‘Bulgular ve Yorum’ bölümünde ele alınan örnek eser incelemelerinde bu eleştirel süreçlere değinilmiştir. Bu noktada özellikle endüstrileşme ile başlayan üretim süreçleri ve buna bağlı olarak tüketim politikaları, gündelik yaşam stratejilerinde de değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu değişikliklerinin temelinde kapitalist sistemin kullandığı önemli argümanlar arasında yer alan kitle iletişim araçlarının önemi büyüktür. Pop Art, Kavramsal Sanat hareketinden farklı biçimsel ve anlamsal potansiyele sahip olsa da barındırdığı imgesel değerler ‘Kavramsal Sanatın temelinde olan fikrinsel paradigmaları’ karşımıza çıkartır. Bu paradigmalar Pop Art akımının potansiyeline yönelik değerlendirme yapabilmemiz açısından izleyiciye ya da sanat alımlayıcısına bir pencere açar.

Claes Oldenburg’un *‘Floor Burger’*(1962) adlı çalışmasında kullanılan popüler kültür imgesi olan ‘hamburger’ kapitalist sistemde toplumun beslenme alışkanlığını değiştirmeye yönelik bir çalışma olduğu söylenebilir. Oldenburg, insan yaşamında aşırı tüketimin çeşitli yönlerini çalışmasına yansıtmaya çalışmıştır. Amerika’da hızlı yeme alışkanlığından kaynaklı olarak bireylerin hazır yiyeceklere (fastfood) yönelmesi ile ‘hamburger’in popülerliğinin artmasını sağlamıştır. Bu popülerlik, ürüne yönelik birçok farklı ülke toplumunun ilgi duymasına ve ürüne yönelik talebin artmasına neden olmuştur. Günümüz toplumuna bakıldığında her yaş grubundaki bireylerin beslenme düzeninde yer edinen ‘hamburger’ toplumun yeme alışkanlığında değişikliklere neden olmuştur. Bu talebi arttıran en önemli etkenler arasında kitle iletişim araçlarının yüklendiği misyondur. Bu tüketim nesnesine popülerlik kazandıran en önemli disiplinler arasında ‘sanat’ı gösterebiliriz. Bu bağlamda Pop Art önemli bir konumdadır. Tezin amaçları arasında yer alan, *‘kavramsal temelli sanat uygulamalarında popüler kültür imgelerinin kullanımı’*nın felsefi temellerine vurgu yapılmalıdır. Bu bağlamda Oldenburg’un çalışması, içinde yaşanan toplumun sosyokültürel kodlarını barındırır. Bu kodlar; kapitalizm, tüketim, beslenme, sağlıklı beslenme, kültür, vb. kavramların birbiri ile olan etkileşimine işaret eder.

Andy Warhol, *‘Campbell's Soup Cans’* (1962) adlı eserinde Warhol, bu çalışması ile aslında neyi amaçlamıştır? Bu sorunun cevabını vermek günümüzde

sanatın geldiği noktada farklı bakış açılarını karşımıza çıkartır. Warhol'un bu eserleri ürettiği dönemin sosyokültürel yapısı ile günümüzdeki sosyokültürel yapı arasında büyük farklılıkların olduğu söylenebilir. Bu iki dönemsellik farklılığın sonucunda eserlerin felsefi temellerinin anlamlandırılması noktasında farklı bakış açılarının ortaya konulması kaçınılmazdır. Bu bağlamda eserleri anlamlandırırken şu sorular sorarak cevap aranabilir:

- Warhol bu eserle, sanat ile yaşam arasındaki sınırları mı kaldırmaya çalışmıştır?
- Warhol, endüstrileşme ile ortaya çıkan seri üretim mekanizmalarının sürekli tüketim nesnelere üretmesi ve aynı hızda toplumun üretilen nesnelere tüketmesine yönelik tepkisel bir strateji mi ortaya koymak istedi? '*Tüketim Kültürü*'ne yönelik eleştirel bir söylem mi ortaya koymak istedi?
- Warhol, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında Amerika ve Avrupa'da yoğun şekilde etkisi hissedilen endüstrileşme ile bağlantılı olan aşırı üretimin sonucunda üretilen yoğun tüketim nesnelere, topluma tanıtılması sürecinde sanatı bir iletişim aracı olarak mı? Yoksa reklam aracı olarak mı kullandı?

Billy Apple '2 Minutes 33 Seconds (Gold)' (1962) adlı çalışmasında, sanatçının akılda kalma ve ölümsüzleşme çabası '2 Dakika 33 Saniye' ile benzerlik göstermiştir. Elma, belirli bir zaman diliminde çürüyerek yok olma sürecine girer. Sanatçının çalışmasında her ne kadar elma yenerek tüketilmiş olsa da elmanın süreç bağlamında geçirdiği dönüşüm döküm kalıp ile yok olma sürecinden kurtarılarak ölümsüz bir forma büründürülmüştür. Tıpkı sanatçının adını 'Billy Apple' olarak değiştirmesinin kaynağını teşkil eden fikrîsel yapıda olduğu gibi. Bu eserde kullanılan elma metaforu hem sanat tarihinde hemde farklı disiplinlerde yoğun olarak konuşulan popüler bir bağlamı işaret eder. Sanatçı '2 Dakika 33 Saniye' adlı enstalasyon çalışmasının kavramsal temellerinde 'genç-yaşlı', 'var olma-yok olma', 'sağlam-çürük', 'doğal-yapay' ve 'yaşam-ölüm' gibi temel zıtlıklar yer alır.

Broodthaers, midye kabuklarını savaş sonrası kalıntıların izleri olarak keşfetmiştir. Keşfedilen nesnenin belirli bir türü olan midye kabukları, kabuğun kendisi olarak yokluğu, bulunan şey olarak, biçimi 'görünmez' olduğu için

mükemmeldir. (Haidu,2003 s. 83). Marcel Broodthaers, savaştan çıkan toplumun yaşadığı sıkıntıları midye kabukları ile simgelemiştir. Belçika'nın popüler imgesi olarak bilinen 'midye' o dönemin izlerini taşır. Midye kabuklarının iç içe olması savaş döneminde yaşanan kaosu bir yansımasıdır. Sanatçı, güveç kapağının tam olarak kapatmamıştır. Bunun sebebi ise yaşanan zor süreçten çıkan toplumun baskı altında olduğu söylenebilir

Andy Warhol'un 'Brillo Boxes', (1969) isimli çalışmasında, sanat bilindik kalıpların dışına çıkarak birçok farklı biçimselliği karşımıza çıkartacak sürecin başlamasına zemin hazırlamıştır. Her ne kadar Dadaistlerin nesne-sanat etkileşimi geleneksel sanattaki kopuşun başlangıcı olsa da Pop art sanatçıları ile bu kopuş farklı bir boyut kazanmıştır. En sıradan gündelik nesnelere bile sanat dünyasına uygun şekilde yerleştirilerek dönüştürülebilir hale gelmiştir. Bu eserler, sanat ve gündelik hayat arasındaki biçimsel ayrımı etkili bir şekilde yıkmıştır. Bununla birlikte Warhol, endüstri ürünü olan Brillo kutusuyla sanatı değersizleştirip, sıradan hale getiriyor olabilir ya da sanatın farklı biçimsellikleri ile sanat-yaşam etkileşiminin sorgulanmasına yönelik bir bakış açısı ortaya koymuş olabilir.

Cildo Meireles, 'Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project' (1970) adlı çalışmasında kullanılan popüler olan 'Coca-Cola' imgesi birçok sanat eserinde kullanılmıştır. Dünya'nın her bölgesinde 'Coca-Cola' imgesi benzer çağrışımlar uyandırır. Bu ürün, ekonomik anlamda toplumun ulaşabileceği/edinebileceği bir üründür. Coca-Cola şişelerinin geri dönüşüm mantığı, üretim ve tüketim stratejileri açısından sanatçıların eserlerini biçimlendirmelerinde önemli bir bağlam oluşturur. Hızlı bir şekilde üretim ve tüketim şekilleri, aynı şişenin tüketildikten sonra üretim bandından geçerek tüketime sunulma süreci sanatçının şişelerin üzerinde yapmış olduğu yazı ve tasarımların farklı insanlara ulaşması bir bakıma bu şişelerin sanatçının mesajını izleyiciye aktarması noktasında önemli bir araç olmuştur. Meireles'in çalışmasının kavramsal temellerinde 'var olma / yok olma' ve dolu/boş gibi temel zıtlıklara ek olarak yaşamın döngüsüne, sürekliliğine işaret eder.

Duane Hanson, 'Sunbathing' adlı çalışmasını, Hiperrealist bir bağlamda oluşturduğu görülür. Her ne kadar kalıp alma yöntemi bilindik heykel tekniği ile

benzerlik göstermiş olsa da gerçek yaşamda yer alan bir canlı figürün farklı teknik ve malzemeler kullanılarak kalıbının alınması ve sonrasında heykele dönüştürülmesi farklılık gösterir. Burada sanatçının gerçeklik bağlamından kopmamaya yönelik bir çabayı ortaya koyduğu görülür. Üretilen heykelin ölçüleri, gerçekte var olan bir bireyin ölçüleriyle birebir aynıdır. Sonrasında sanatçı çalışmanın üzerinde yapmış olduğu uygulamalarla heykele gerçek ötesi bir görüntü kazandırmıştır. Çünkü sanatçının heykelleri uzaktan bakıldığında gerçek figürden ayırt edilemeyecek kadar etkili bir görüntü sunar. İzleyici esere yaklaştıkça, eserin potansiyelini daha net bir şekilde idrak etmeye çalışır. Heykellerin dış dünya ile olan etkileşimi, yüz ifadelerindeki duygusal yoğunluğa yansır. Bir bakıma sanatçı kalıbını aldığı insanların psikolojik durumlarını heykellere yansıtır. Sanatçı ‘Sunbathing’ çalışmasında, içinde yaşadığı toplumun fiziksel potansiyelini, sosyokültürel yaşantısını, vb. süreçleri yansıtmıştır. Bu eserde popüler kültür imgesi olarak görülen tüketim nesnelere göze çarpar. Bu nesnelere, ‘nesne-sanat’ etkileşimini akla getirir. Özellikle Marcel Duchamp’ın hazır nesnelere sanata dahil etmesi, sanat-nesne etkileşiminin önemli bir evreye taşınmasının temelini oluşturur. Sanatçı bu çalışmasında, gerçeklik kavramına vurgu yapar. Eserin karşısındaki izleyicinin algısında ise ‘gerçek-sahte’ zıtlıkları oluşur.

Haim Steinbach, çalışmalarında popüler kültür imgelerini yoğun olarak kullanılmıştır. Bu çalışmalarda kullanılan toplumun yoğun olarak kullandığı nesnelere ve aynı zamanda dekoratif nesnelere izleyiciyi gündelik yaşamın doğasına götürür. Fakat bazı nesnelere Steinbach’ın enstalasyonlarında gündelik yaşamda olmaması gereken yerde konumlandırılmıştır. Yani duvara yerleştirilen dekoratif bir kaidenin üzerinde ayakkabının olması ya da aynı deterjanın birkaç adetinin sıralanması gibi. Öncelikle şaşkınlık yaratan bu eserler, izleyicinin sanatın potansiyeline yönelik eleştirel bir bakış açısı ortaya koymalarına zemin hazırlar. Sanatçının eserleri Pop Art akımının özelliklerini barındırır. Aynı zamanda çalışmalara bakıldığında endüstrileşme, seri üretim, tüketim, vb. kavramlara yönelik çağrışımlar yapar. Özellikle Haim Steinbach, “Related and Different” adlı çalışması bu bağlamda önemlidir. Çalışmada tahta, mermer malzemeleri kullanılarak yapılan raf sistemi ve bu raf sisteminin üzerinde yer alan minimal bir bakış açısı ile mermer

kaidenin üzerine dizilen beş adet farklı boyutlarda şamdan yerleştirilmiştir. Duvara monte edilmiş tahta malzemedeki raf biçimindeki kaidenin üzerine yerleştirilen Air Jordan ayakkabıları birbirinden farklı iki nesnenin birbiri ile olan ilişkisel kurgusuna yönelik bir çağrışım uyandırır. Sanatçının bu eserinde benzerlik ve farklılık kavramları ön plandadır. Bu eserin popüler kültür ile olan bağlantısı ise Amerika'nın popüler bir sporu olan basketbolun en popüler sporcularından olan Michael Jordan'a özel üretilen Air Jordan ayakkabılarının popüler imge konumuna yükseltilmesidir.

Sonuç olarak, bu araştırmada incelenen kavramsal temelli sanat uygulamalarında sanatçılar tarafından kullanılan popüler kültür imgeleri incelenmiştir. Bu inceleme eserlerin oluşum sürecine etki eden sosyokültürel değerler bağlamında yapılmıştır. Bu değerlendirmelere yönelik elde edilen sonuçlar, araştırmanın 'sonuç ve değerlendirme' bölümünde ifade edilmiştir. Sanatçının en önemli misyonu yaşadığı toplumun kültürel değerlerini eserlerine yansıtmasıdır. Özellikle 20.yüzyılın ortalarından itibaren sanat biçimselliğinin ötesinde kavramsal bir eksende varlığını sürdürür. Araştırmamızın amacına yönelik elde edilen bulgular, popüler kültür imgelerinin kavramsal temelli sanat uygulamalarındaki varlığının sosyokültürel paradigmalardan beslenerek ortaya çıktığı söylenebilir.

KAYNAKÇA

ADAMS, Laurie Schneider (2018). **“Italian Renaissance Art”** Routledge: Newyork London.

ALBERRO, Alexander and Blake Stimson, eds. (1999), **“Conceptual Art: a Critical Anthology”**, MIT Press: London.

BARKER, Chris (2002), **“Making Sense of Cultural Studies-Central Problems And Critical Debates”**, SAGE Publications: London.

BARTON, Christina (2020), **“Billy Apple®: Life/Work”**, Auckland University Press: London.

BÉGOUT, Bruce (t.y.), **“Duane Hanson Le Rêve Américain...”**, Actes Sud/Parc de la Villette, p.p. 4-13. Kaynak: <https://www.actes-sud.fr/sites/default/files/Int%20Hanson.pdf> Erişim Tarihi: 15.05.2022).

BERGER, John (1972), **“Ways of Seeing”**, British Broadcasting Corporation and Penguin Group: London.

BOLTON, Linda (2000), **“Art Revolutions Pop Art”**, Peter Bedrick Books: New York.

BOLTON, Linda (2002), **“Andy Warhol - Artists in Their Time”**, Franklin Watts: London.

BOZKURT, Nejat (2014), **“Sanat ve Estetik Kuramları”**, Sentez Yayıncılık: Ankara, 11. Baskı.

BRODSKAIA, Nathalia (2009), **“Surrealism Genesis of a Revolution”**, Parkstone Press International: New York, USA.

BRYZGEL, Amy (2017), **“Performance Art in Eastern Europe since 1960”**, Manchester University Press.

CARDONA, Maribel (2007). **“Salvador Dali in the Avant-Garde Surrealist Movement”**, Distinctions: An Honors Journal.

CARTER, Curtis (1998). **“Published version. “Dadaism”** in Encyclopedia of Aesthetics. Eds. Michael Kelly”, Oxford University Press: New York, 487-490.

CLIFFORD, James (1999), **“On Collecting Art and Culture”**, p.p. 56-76, Edited by Simon During, The Cultural Studies Reader Second Edition, Routledge: London and New York.

CONBOY, Martin (2002), **“The Press and Popular Culture”**, Sage Publications: London.

CONSUEGRA, Celia Balbina Fernández (2014), **“Arte Conceptual en Movimiento: “Performance Art”** en sus acepciones de “Body Art” y “Behavior Art”, In: *Anales de Historia del Arte*. Universidad Complutense de Madrid, 2014. p. 183-200.

CULLEN, Jim., (2000), “**The Art of Everyday Life-Introduction**”, p.p. xi-xiv, Editors: Tom Pendergast and Sara Pendergast, St. James Encyclopedia of Popularculture, St. James Press. Bak.

CULLINAN, Nicholas (2008), “**From Vietnam to Fiat-nam: The Politics of Arte Povera**”, October (8-30).

DANTO, Arthur C. (1998a) “**The end of Art: A Philosophical Defense**”. History and theory, 37(4), 127-143.

DANTO, Arthur. C. (1998b), “*Beyond The Brillo Box: The Visual Arts in Post-Historical Perspective*”. Univ of California Press.

ERSOY, Ayla. (2002), “**Sanat Kavramlarına Giriş**”, Yorum Sanat Yayıncılık: İstanbul.

FARTHING, Stephen (2013). “**Sanatın Tüm Öyküsü**”, Çev. Gizem Aldoğan-Firdevs Candil Çulcu, Hayalperest Yayınevi: İstanbul.

FERREIRA, Fernando Aparecido; Giraldi, Fabíola Gonçalves (2016), “**O Objeto Artístico e o Contexto Histórico: a Retórica de Inserções em Circuitos Ideológicos-Projeto Coca-Cola, de Cildo Meireles**”, Revista Maracanan, 15: 270-284.

FISKE, John. (2014), “**İletişim Çalışmalarına Giriş**”, Çev. Prof. Dr. Süleyman İrvan, Pharmakon Yayınevi: Ankara, 3. Baskı.

FRASCINA, Francis, ed. (2000) “**Pollock and After: the Critical Debate**”. Psychology Press: London and New York.

FRIEDMAN, Ken. (1998), “**The Fluxus Reader**”, Academy Editions: Great Britain.

GILBERT, Nigel; Burrows, Roger and Pollert, Anna (1994), “**Fordism and Flexibility Divisions and Change**”, London.

GOLDIE Peter and Schellekens Elisabeth (ed.) (2007), “**Philosophy and Conceptual Art**”, Clarendon Press, Oxford: London.

GRIM, Courtney (1996) “**Beef You Feel Good About**” , Thesis. Rochester Institute of Technology. Accessed

GRUBLER, Arnulf (1995), “**Industrialization As A Historical Phenomenon**”, Cambridge University Press: Laxenburg, Austria.

HADJINICOLAOU, Nicos (1996), “**Sanat Tarihi ve Sınıf Mücadelesi**” (Çev. Halim Spatar), Kaynak Yayınlar: İstanbul.

Haidu, Rachel (2003), “*Marcel Broodthaers, 1963–1972, or, The Absence of Work*”. Columbia University.

HAUSER, Arnold, (1999), “**Social Art History: Naturalism, Impressionism, the age of Film**”, Psychology Press: New York-London.

HODGE, Susie (2013), “**Beş Yaşındaki Çocuk Bunu Neden Yapamaz-Açıklamalı Modern Sanat**”, Çev. Firdevs Candil Çulcu - Gökçe Metin, Hayalperest Yayınevi: İstanbul.

HOLMAN, Martin (2011), “**Arte Povera 1968**”, *Art Monthly*, 351:228. İtaly.

HOPKINS, David (2004), “**Dada and Surrealism: A Very Short Introduction**”. Oxford University Press: New York.

KALYVA, Eve (2017), “**Image and Text in Conceptual Art: Critical Operations in Context**”, Springer.

KEMP, Tom (1985), “**Industrialization in Nineteenth-Century Europe**”, London.

KUNZLE, David (1984), “**Pop Art as Consumerist Realism**”, *Studies in Visual Communication*, 10.2: 16-33.

KUSPIT, Donald B., (1976), “**Pop Art: A Reactionary Realism**”, *Art Journal*, Vol. 36, No. 1 (Autumn, 1976), pp. 31-38, College Art Association Stable, Kaynak: <http://www.jstor.org/stable/776112> Erişim Tarihi: 15.05.2022).

LEUTHOLD, Steven (1999), “**Conceptual Art, Conceptualism, and Aesthetic Education**”, *Journal of Aesthetic Education*, 33.1: 37-47.

LINTOTT, Sheila (2007), “**Ethically evaluating land art: Is it worth it?**”, *Ethics Place and Environment (Ethics, Place & Environment (Merged with Philosophy and Geography))*, 10.3: 263-277.

LIEBER, Marlon (2019), “**Art and Economic Objecthood: Preliminary Remarks on ‘Sensuous Supra-Sensuous’ Things**”, *Real*, 35.1: 61.

LUKACS, Georg (1988), “**Estetik II**”, Çeviren: Ahmet Cemal Payel Yayınları: İstanbul.

MARTER, Joan (Eds.). (2007), “**Abstract Expressionism: the International Context**”. Rutgers University Press: New Jersey, London.

MATHER, David (2020), “**Futurist Conditions: Imagining Time in Italian Futurism**”, Bloomsbury Publishing: USA.

MILLER, Louis J... (1974), “**Pop Art Movement**”, *Design*, 29-31.

NEWMAN, Michael and Bird, Jon (ed.). (1999), “**Rewriting Conceptual Art**”, Reaktion Books: London.

OLIVER Clare. (2003), “**Jackson Pollock**”, *Artists in Their Time*, Franklin Watts: New York.

OSWELL, David (2006), “**Culture and Society an Introduction to Cultural Studies**”, SAGE Publications: London.

PAIVA, Charles Henrique Pereira; Andrade, Simeia Santos and dos Santos, Valdicélio Martins (2018), “**Entre a Arte e a Vida: Marcel Duchamp, Cildo Meireles e Andy Warhol**”, *Revista Interdisciplinar Sular*.

PALMER, Helen (2014), “**Deleuze And Futurism: A Manifesto for Nonsense**” Bloomsbury Academic: New York.

PARSA, Alev Fatoş; Olgundeniz, Seda Sünbül. (2014), “**İletişimde Göstergebilim ve Anlamlandırma Sürecini Örneklerle Değerlendirme**”, İletişim Araştırmalarında Göstergebilim- Yazınsaldan Görsele Anlam Arayışı, Editör: Ahmet Güneş, Literatürk Academia: Konya, s.s.89-109.

RIGAUD, Antonia (2012), “**Disorienting Geographies: Land Art And The American Myth Of Discovery**”, Miranda, Revue Pluridisciplinaire Du Monde Anglophone/Multidisciplinary Peer-Reviewed Journal On The English-Speaking World, 6.

RUBIN, William Stanley (1968), “**Dada, Surrealism and Their Heritage**” Museum Of Modern Art, New York.

SAYIN, Önal. (2014), “**Göstergebilim ve Sosyoloji**”, Anı Yayıncılık: Ankara, 1. Baskı.

SHANES, Eric (2005), “**Andy Warhol**” New York, USA.

SHANES, Eric (2009), “**Pop Art**”, Parkstone International: New York, USA.

SHETH, Jagdish and Maholtra, Naresh. (2011), “**Global Consumer Culture in Encyclopedia of International Marketing**”, Eds., Eric J. Arnould, (Kaynak: <http://www.uwo.edu/sustainable/recent-research/docs/global%20consumer%20culture%20arnould.pdf>. Erişim Tarihi: 23.12.2021).

SHINNER, Larry (2013), “**Sanatın İcadı: Bir Kültür Tarihi**” (Çev. İsmail Türkmen), Ayrıntı Yayınları: İstanbul.

SMITH, Terry (2017), “**One and Five Ideas: on Conceptual Art and Conceptualism**”. Duke University Press.

SMITH, Terry (2011), “**Contemporary World Currents**”, Published by Pearson Education, Inc. Publishing: Hong Kong.

STALLBRASS, Julian (2013), “**Sanat A.Ş. Çağdaş Sanat ve Bienaller**”, Çev. Esin Soğancılar, İletişim Yayınları: İstanbul, 3. Baskı.

STRICKLAND, Edward (1993), “**Minimalism-origins**”, Indiana University Press: America.

SUSUZ, Mehmet (2017), “**Göstergebilim Bağlamında Tüketim Kültürü ve Sanat: Enstalasyon**”, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim-İş Eğitimi Bilim Dalı: Samsun.

WEIWEI, Ai. (2011), “**Ai Weiwei’s Blog: Writings, Interviews, and Digital Rants, 2006-2009**”, Ai Weiwei; Edited and translated: Lee Ambrozy, The MIT Press Cambridge, Massachusetts: London, England.

WIEDENHOFT, Wendy A. (2017), “**Consumer Culture and Society**”, Murphy John Carroll University, Sage Publications: London.

WOLFE, Ginger (2015), “**Ginger Wolfe Interviews Haim Steinbach**”, interReview, Issue: 06, writings on art from the critically acclaimed to the completely obscure, p.p. 51-55, (Kaynak: <http://www.haimsteinbach.net/wp-content/uploads/2015/11/Wolf-interview-FINAL-layout.pdf> Erişim Tarihi: 26.12.2021).

WOMACK, Megan. (t.y.), “**Socially Engaged Art: The Coca-Cola Project**”, p.p. 15-19, Abi Brogger, Reace Killebrew ve Megan Womack, Sugar, Sweet Taste, Bitter Past. Kaynak: https://www.depts.ttu.edu/art/Programs/Undergrad/art_history/SugarCookbook.pdf Erişim Tarihi: 16.05.2022)

ZISS, Avner. (2011), “**Estetik Gerçekliği Sanatsal Özümsemenin Bilimi**”, Çev. Yakup Şahan, Hayalbaz Kitap: İstanbul, 2. Baskı.

İNTERNET KAYNAKÇASI

Art Basel, Miami Beach, (2016) “Pétite forme de Moules”, 1969 (Kaynak:<https://www.artbasel.com/catalog/artwork/47056/Marcel-Broodthaers> P%C3%A9tite-forme-de-Moules Erişim tarihi:31.03.2022)

Auckland Art Gallery Toi o Tāmaki, Billy Apple, “2 Minutes 33 Seconds, (Kaynak: <https://www.aucklandartgallery.com/explore-art-and-ideas/artwork/7522/2-minutes-33-seconds-green> Erişim Tarihi:16.05.2022).

Duncan C. Frances, (2015), “Billy Apple®: The Artist Has to Live Like Everybody Else”, Pantograph Punch, (Kaynak: <https://www.pantograph-punch.com/posts/billy-apple-retrospective-the-artist-has-to-live-like-everybody-else> Erişim Tarihi:25.12.2021).

Holder Vicki, (2021), “Rest in Peace Billy Apple”, (Kaynak: <https://www.thebigidea.nz/stories/billy-apple-think-harder> Erişim Tarihi:25.12.2021).

Nerman Museum of Contemporary Art, “Duane Hanson-Sculptures”, (Kaynak: <https://www.nermanmuseum.org/exhibitions/1991-01-13-hanson-duane-sculptures.html> Erişim Tarihi: 24.05.2022).

Norton Simon Museum, ‘Andy Warhol, ‘Brillo Boxes’, (Kaynak:<https://www.nortonsimon.org/art/detail/P.1969.144.001-100> Erişim Tarihi:30.03.2022).

The Guggenheim Museums, Haim Steinbach, (Kaynak: <https://www.guggenheim.org/artwork/artist/haim-steinbach> Erişim Tarihi:26.12.2021).

GÖRSEL KAYNAKÇA

Görsel 1: Sylvie Fleury, “Le Caddy” 2000.

(<https://installationarts.tumblr.com/post/10883033720/sylvie-fleury-le-caddy-2000-gold-coated/amp> Erişim Tarihi:04.04.2022)

Görsel 2: Claes Oldenburg, “Floor Burger” (1962)

(<https://www.artnews.com/wp-content/uploads/2013/03/0408.jpg>

Erişim Tarihi:25.12.2021).

Görsel 3: Andy Warhol, “Campbell's Soup Cans” 1962

(https://www.moma.org/collection/works/79809?sov_referrer=theme&theme_id=5123/Erişim Tarihi:25.12.2021).

Görsel 4: Billy Apple, “2 Minutes 33 Seconds (Gold)”, 1962

(<https://www.starkwhite.co.nz/billy-apple-overview/>Erişim Tarihi:25.12.2021).

Görsel 5: Marcel Broodthaers, “Casserole and Closed Mussels”, 1964

(<https://www.wikiart.org/en/marcel-broodthaers/casserole-and-closed-mussels-1964> Erişim Tarihi:04.04.2022)

Görsel 6: Andy Warhol “Brillo Boxes”, 1969, New York.

(<https://wordpress.org/openverse/image/06af56f3-5d47-4291-a41c-cfbfbb33cebd> Erişim Tarihi:04.04.2022)

Görsel 7: Cildo Meireles, ‘Insertions into Ideological Circuits: Coca-Cola Project’ 1970.(<https://www.tate.org.uk/research/publications/performance-at-tate/perspectives/cildo-meireles> Erişim Tarihi: 23.12.2021).

Görsel 8: Duane Hanson “Sunbathing”, 1971, Wadsworth Atheneum, Hartford, Connecticut (https://www.thewadsworth.org/wp-content/gallery/ca/duane-hanson_1977.7_top25_web.jpg Erişim Tarihi: 04.04.2022)

Görsel 9: Haim Steinbach, “Related and Different”, 1985

(<http://photos1.blogger.com/blogger/3335/2001/1600/HAIMIT.jpg> Erişim Tarihi:23.12.2021).(<https://larevolucionserapatrocinaada.wordpress.com/2015/08/25/sylvie-fleury-chanel-shopping-bag-2008/#jp-carousel-661> Erişim tarihi:20.12.2021).

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: İncelenen Eserler Listesi

Tablo 2: İncelenen Eserler Listesi

Tablo 3: Claes Oldenburg, “Floor Burger” 1962 İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar

Tablo 4: Andy Warhol, “Campbell's Soup Cans” 1962, İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar

Tablo 5: Billy Apple, “2 Minutes 33 Seconds (Gold)”, 1962 İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar

Tablo 6: Marcel Broodthaers “Casserole and Closed Mussels” İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar

Tablo 7: Andy Warhol, “Brillo Boxes- Andy Warhol, 1969”, İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar

Tablo 8: Cildo Meireles, “Insertions in Ideological Circuits- Coca-Cola Project”, 1970, İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar

Tablo 9: Duane Hanson “Sunbathing”, 1971 İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar

Tablo 10: Haim Steinbach, “Related and Different”, 1985, İsimli Çalışmada Tespit Edilen Düzanlam ve Yananlamlar