



Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Seramik Anasanat Dalı

**KAHVE FALININ POPÜLER KÜLTÜR BAĞLANTILARI VE GÖRSELLİĞİ  
KULLANILARAK SERAMİK YÜZEYLERDE YORUMLANMASI**

Eda AKAY

Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu

Ankara, 2015



**KAHVE FALININ POPÜLER KÜLTÜR BAĞLANTILARI VE GÖRSELLİĞİ  
KULLANILARAK SERAMİK YÜZEYLERDE YORUMLANMASI**

Eda Akay

Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Seramik Anasanat Dalı

Ankara, 2015

## KABUL VE ONAY

Eda Akay tarafından hazırlanan "Kahve Falının Popüler Kùltür Bağlantıları Ve Gùrselliđi Kullanılarak Seramik Yùzeyleerde Yorumlanması" başlıklı bu çalışma, 1.Ekim 2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jùrimiz tarafından Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu olarak kabul edilmiştir.

  
Yrd.Doç. Hüseyin Özçelik (Başkan)

  
Doç. Ufuk Tolga Savaş (Danışman)

  
Prof. Kaan Canduran

  
Doç. Emre Feyzoğlu

  
Yrd. Doç. Olgu Sùmengen Berker

Yukarıdaki imzaların adı geçen òđretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Prof.Dr.Tùrev Berki

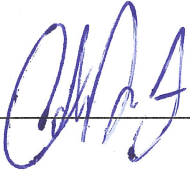
Enstitù Mùdùrù

## BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun ..2.. yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

1 Ekim 2015



Eda Akay

## ÖZET

Eda Akay, Kahve Falının Popüler Kültür Bağlantıları Kullanılarak Seramik Yüzeylede Yorumlanması, Yüksek Lisans Sanatsal Çalışma Raporu, Ankara 2015

İlerleyen teknoloji ile artan insanlar arasındaki etkileşim, fikir ve bilgi alışverişi ortak bir algı olan popüler kültürün oluşmasına ve gelişmesine sebep olmuştur. Gelenek ve göreneklerin yerini yavaş yavaş alan bu ortak algı hayatın her alanını etkilemiş, insanların atacağı her adımı belirler bir hal almıştır. 1950'lerde popüler kültür Avrupa ve Amerika'da sanat alanında kendini göstermeye başlamışsa da Türkiye'de ancak 1980'lerden sonra popüler kültürden söz edilebileceği için, 90'lar sonrasında ancak sanatta etkisi görülmeye başlamıştır. Yurtdışında sansasyonel diye nitelendirilebilecek popüler kültür Türkiye'de önce melez bir kültür oluşturmuş, günümüze gelindiğinde ise hayat biçiminin ta kendisi haline gelmiştir. Ancak hayatlardaki bu değişim sanatta kendisini bulamamış, Pop Sanatı oluşamamış ve yurtdışındaki kadar şiddetli bir biçimde kendisini göstermemiştir.

Popüler kültürün incelenmesi, işlenmesi ve eleştirilmesi konularında durumun spesifikleşmesi adına seçilen Türk kahvesi falı, toplumun geçmişi, şimdiki zamanı ve geleceğine dair yorumlama ve göndermeler yaparken seramik yüzeylede anlam arayışında kullanılan bir araç haline gelmiştir.

Bu çalışmada esas amaç popüler kültürü inceleyip, günümüz hayat koşullarıyla bağlantılarını araştırıp yorumlamak ve popüleri, halkın içinden bir nesne olan Türk kahvesinin kavramlaştırılması ile sentezleyip sunmaktır. Uygulamalarda günümüz hayatının bileşenleri aranırken, toplumun falına bakılacaktır denilebilir.

Anahtar kelimeler: Popüler kültür, modernleşme, tüketim toplumu, Pop Sanatı, Türk kahvesi, Türk kahvesi falı.

## ABSTRACT

Eda Akay, Interpretation of Turkish Coffee Fortune Telling Using Pop Culture Connections on Ceramic Surfaces, MA Study Report, Ankara 2015

Increased interaction between people with advancing technology, has led to the creation of ideas and the exchange of information and development of popular culture as a common perception. The common perception is replacing the very ideas of the traditions and customs and influences all the areas of life that it determines every step that people can take. In 1950s pop culture has emerged itself at Europe and America but in Turkey there wasn't the idea of pop culture till 80s, however after the 90s pop culture started to influence art in a way. The pop culture abroad was even sensational but in Turkey there was a hybrid culture first, then it became the very present form of life. However, the change of the life did not find itself in art as 'pop-art' and occurred in a manner that did not show itself as severe abroad.

The situation of examining , treating and criticizing the pop culture, there needed to be some specified subjects to start on, so turkish coffee fortune telling was selected as a tool for interpretate and reference the community's past, present and the future.

The main purpose of this study was to examine popular culture today to interpret today's living conditions and to investigate the connection with the popular culture, synthesize with the conceptualization of the Turkish coffee, which is to provide an object from the community. The components of contemporary life in the application phase, it can be said that looking at the fortunes of the community.

Key words: Pop culture, modernization, consumer society, pop-art, turkish coffee, turkish coffee fortune telling.

## İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY .....	i
BİLDİRİM.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT .....	vii
İÇİNDEKİLER.....	v
RESİM DİZİNİ .....	ix
GİRİŞ .....	1
1 POPÜLER KÜLTÜR VE TÜKETİM TOPLUMU .....	3
1.1 KÜLTÜRÜN TANIMI VE İŞLEVİ.....	3
1.2 POPÜLER KÜLTÜR .....	4
1.2.1 Sanat Eserinin Okunabilmesi Bağlamında İşaret Bilim.....	17
1.3 KAHVE .....	18
1.3.1 Fal nedir?.....	20
2 KAHVE FALININ POPÜLER KÜLTÜR BAĞLANTILARI VE GÖRSELLİĞİ KULLANILARAK SERAMİK YÜZEYLERDE YORUMLANMASI.....	24
SONUÇ .....	45
KAYNAKÇA .....	47



## RESİM DİZİNİ

<b>Resim 1:</b> Richard Hamilton, ‘‘Günümüz Evlerini Bu Denli Farklı, Çekici Kılan Tam Olarak Nedir’’, 1956, kolaj, (41.9x29.8 cm).....	7
<b>Resim 2:</b> Peter Blake, Little Sonny Summer, 1969, kağıt üzerine suluboya, guaj ve mürekkep, 40.6 x 32.1, Joan ve Lester Avnet Koleksiyonu. ....	10
<b>Resim 3:</b> Jasper Johns, ‘‘Flag’’, 1954, kumaş üzerine çini, yağ ve kolaj, (107.3x153.8 cm).....	11
<b>Resim 4:</b> Robert Rauschenberg, ‘‘Ark, XXXIV Dante’nin İnferno için Çizimleri adlı kitabın lüks baskısı için ek plaka’’, 1964, litograf, (40x41 cm) .....	12
<b>Resim 5:</b> Roy Lichtenstein, ‘Drowning Girl’, 1963, tuval üzerine yağlı boya ve Magna boya, (171.6x169.5 cm) .....	13
<b>Resim 6:</b> Andy Warhol, ‘Silver Car Crash(Double Disaster)’, 1963 .....	14
<b>Resim 7:</b> Ai Weiwei, Coca-Cola Vase, 2007 .....	15
<b>Resim 8:</b> Kahve bitkisi ve detayları.....	19
<b>Resim 9:</b> Köpüklü Türk kahvesi, Eda Akay, 2014. ....	20
<b>Resim 10:</b> Kapatılmış kahve falı, Eda Akay, 2014.....	22
<b>Resim 11:</b> Açılmış kahve falı, Eda Akay, 2014.....	22
<b>Resim 12:</b> Yorumlanmaya hazır tabak, Eda Akay, 2014.....	23
<b>Resim 13:</b> Bir sosyo-kültürel aktivite olarak kahve falı, Eda Akay, 2014. ....	23
<b>Resim 14:</b> İnceleme amaçlı çekilmiş kahve falı fotoğrafı, Eda Akay, 2014. ....	25
<b>Resim 15:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	27
<b>Resim 16:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	28
<b>Resim 17:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	29
<b>Resim 18:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	30
<b>Resim 19:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	31
<b>Resim 20:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	32
<b>Resim 21:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	33
<b>Resim 22:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	34
<b>Resim 23:</b> Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi. ....	35
<b>Resim 24:</b> Eda Akay, ‘#neysehalin’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sulu çıkartma. ....	35

<b>Resim 25:</b> Eda Akay, ‘‘#neysehalin’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sulu çıkartma. ....	36
<b>Resim 26:</b> Eda Akay, ‘‘Rorschach Serisi’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu. ....	37
<b>Resim 27:</b> Eda Akay, ‘‘Rorschach Serisi’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu. ....	38
<b>Resim 28:</b> Eda Akay, ‘‘The Ultimate Rorschach Serisi’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu. ....	39
<b>Resim 29:</b> Eda Akay, ‘‘Mutant Seri’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu. ....	39
<b>Resim 30:</b> Eda Akay, ‘‘Mutant Seri’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu. ....	40
<b>Resim 31:</b> Eda Akay, ‘‘Mutant Seri’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu. ....	40
<b>Resim 32:</b> Eda Akay, ‘‘#army’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma. ....	41
<b>Resim 33:</b> Eda Akay, ‘‘#50shadesofbrown’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma. ....	42
<b>Resim 34:</b> Eda Akay, ‘‘#50shadesofbrown’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma. ....	43
<b>Resim 35:</b> Eda Akay, ‘‘#fame’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma. ....	43
<b>Resim 36:</b> Eda Akay, ‘‘#fame’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma. ....	44
<b>Resim 37:</b> Eda Akay, ‘‘#fame’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma. ....	44

## GİRİŞ

İnsanoğlunun içerisinde bulunduğu koşulları, değişimleri anlamlandırma ve yaşamını kolaylaştırma çabası, bulunduğu çevreye de uyum sağlayarak farklı kültürler oluşturmasını sağlamıştır. Bu kültürler bölgesel koşullara göre farklılık göstermişlerdir. Bunun sebebi ihtiyaçların ve zorlukların farklı oluşudur. İlk çağlarda birbirinden farklı kültürlere sahip insanlar iletişim kurmakta oldukça zorlanabilecekken, günümüzde gittikçe gelişen teknolojinin sayesinde farklı kültürlerden gelen insanların iletişim kurabileceği, bilgi alışverişi yapabileceği bir dönem içinde yaşanmaktadır. Günümüzde her ne kadar farklı kültürlerin parçası olsalar da ortak bir algı, ortak bir beğeniden bahsedilebilir. Bu ortak algıyı ‘‘popüler kültür’’ olarak tanımlıyoruz.

Popüler kültür, dünyanın neresinde olursa olsun insanların ulaşabileceklerinden ve beğenebileceklerinden oluşur. Bir kitap da popüler kültürün bir parçası olabilir, bir içecek de, bir ifade şekli ya da bir sözcük de. Medya ve iletişim araçları sayesinde dünyanın herhangi bir yerinden, herhangi bir sınıfa mensup, herhangi bir insan, herhangi bir filmi, herhangi biriyle aynı anda izleyip, beğenebilmektedir. Bu durum farklı kültürlerin birbirini anlamasını sağlar ki bu popüler kültürün olumlu yönlerinden biridir, fakat bir diğer açıdan bakılacak olunursa; farklılıkları, çeşitliliği kısıtlar ve bir anlamda kısırlaştırır.

Bu bağlamda ‘‘kahve falının popüler kültür bağlantıları ve görselliği kullanılarak seramik yüzeylerde yorumlanması’’ başlıklı bu çalışmada popüler kültür, olumlu ve olumsuz yanlarıyla ele alınacak, günümüz ve yakın geçmişte olanlar işlenecektir. Bulunulan durum yorumlanacağı için yapılan eylem düşünsel bağlamda fal bakma eylemiyle bağlantılanmış, bu nedenle türk kahvesi falı araştırmaya ve uygulamalara eklenmiştir.

Kahve, Türk kahvesi ve kahve falı araştırıldığında, insanların temel ihtiyaçlarından olan, kendisi ve çevresiyle alakalı bilinmezlikleri anlama ve keşfetme çabası olarak bir kilit nokta olmuştur. Bunun sebebi fal bakılırken insanların buldukları durumu yorumlayarak geleceğine dair çıkarımların yapılmasının olanaklı kılınmasıdır. Falına bakılan kişi geçmişine, bulunduğu zamana ve geleceğe dair bir şeyler duymayı bekler

ve fala bakan kişi bulunduğu zamanı iyi anlarsa geleceğe dair yorumlama yapması kolay olur.

Günümüz dünyasının ihtiyaçları, istekleri, sevdikleri ve sahip oldukları şeylerde bir ortak algı söz konusudur ve bu popüler kültür olarak adlandırılmıştır. Popüler kültür günümüzü tanımlarken, aynı zamanda geleceği işaret eden bir olgu olarak düşünölmektedir.

Bu çalışma, fal bakma eylemi ve popülerlik kavramını buluşturmaya ve toplumu analiz etmeyi amaçlamaktadır; topluma dair bir yargı oluşturmaktan ziyade, bulunulan günü işaret etmek daha önemlidir. Popüler kültürün hem olumlu hem olumsuz olabileceği gerçeği ortadayken, onu bir etiket altına sokmak, olumlu ya da olumsuz demek bir amaç değildir. Popüler olanın ne olduğunun işaret edilmesi daha önemli görölmektedir. Yakın geçmişte ve günümüzde popölere ait olan, özellikle medyatik öğeler tercih edilecek, aralarındaki ortaklıkların geleceğe gönderme yapması söz konusu olacak ve bu yolla yeni sanatsal deneyimler ortaya konacaktır.

# 1 POPÜLER KÜLTÜR VE TÜKETİM TOPLUMU

## 1.1 KÜLTÜRÜN TANIMI VE İŞLEVİ

*‘İnsanın toplumsallaşmasıyla, özgürleşmesiyle, doğa üzerinde insanın yarattığı yeni bir varlık doğar. Bu varlık kültür varlığıdır. Buna göre, kültür, insanın doğadan ve doğal zorunluluktan kurtulmasıyla başlar.’<sup>1</sup>*

---

İnsan varolduğu günden bu yana içinde yaşadığı gerçeklik ile başa çıkmak, onu daha kolay ve yaşanılabilir kılmak amacıyla faaliyetlerde bulunmuş, bu doğrultuda bilgi ve teknoloji açısından gelişme sağlamaya çalışmıştır. Çabalarını ve başardıklarını nesilden nesile aktaran insanoğlu öğrendikleri “kültür” olarak tanımlanır.

Türk Dil Kurumu<sup>2</sup> sözlüğüne göre kültür; tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünüdür.

Avcı-toplayıcı dönemde, insan, temel ihtiyaçlarını (barınma, ısınma, beslenme vb.) karşılayacak bir kültür geliştirmişken, toprağı ekip biçmeyi öğrenmesi ile birlikte bambaşka bir kültür ortaya çıkarmıştır. Göçebelikten kurtulup, yerleşik hayata geçen insanların ihtiyaçları değişmiş, doğa bilgisi artmış, avcılıkta kullandıkları aletler ve teknolojinin üzerine tarımsal alet ve teknoloji gelmiştir. Değişen yaşam biçimleri kültürel değişimlere dönüşmüş ve farklı bölgelerde yaşayan insanların farklı kültürel sistemlere sahip olmasına yol açmıştır.

Zaman içinde kültürel bağlamda gelişen insanoğlu, ortak yaşamın sonucu olan pek çok çevresel faktör doğrultusunda, “belirli” olarak nitelenebilecek doğrular/bakış açıları ve çözümler üretmeye başlamış, bunları diğer insanlarla paylaşmış, diğer insanlar da bunu kabullenip kullanmaya başlaması söz konusu olmuştur ki, bunları “kalıplaşmış” doğrular, bakış açıları ve çözümler olarak nitelemek yanlış olmayacaktır.

<sup>1</sup> İsmail TUNALI, Denemeler,1979, s46.

<sup>2</sup> <http://www.tdk.gov.tr/>

Bu tür “kalıplaşmış” olan şeyleri “popüler” olarak nitelemek mümkün olsa da yetersiz bir belirleme olacaktır, çünkü, “popüler” sadece “herkes tarafından kullanılan” değil ama aynı zamanda “sevilerek, benimsenerek kullanılan” bir öz niteliğe de sahiptir. O halde, popüler kültür kavramını inceleyerek başlamak konumuz bağlamında daha doğru bir bakış açısı kazanmak adına bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tarih içerisinde yaratılan kültürel sistemler, toplumların yaşama biçimini belirler. Toplumlar kökleştirdikleri yaşama biçimleriyle nesiller boyu kültürün sürekliliğini sağlarlar. Bir yandan toplum değerleriyle, bir yandan da etkileşimde ve iletişimde olunan çevresel faktörlerle kalıplaşmış davranışlar oluşur ve bu doğrultuda ilişkiler kurulur. Kültür, bireysel davranışları yönlendirerek toplumsal düzeni sağlar. Bu doğrultuda kültür topluma kimlik kazandırır denilebilir.

## 1.2 POPÜLER KÜLTÜR

Raymond Williams’a göre Latince “popularis”ten türeyerek “halka ait” anlamına gelen, hukuki ve siyasal bir terim olan ‘popüler’ kavramı evrim geçirerek, yaygın olarak kullanılan “çoğunluk tarafından beğenilen ve tüketilen” anlamına dönüşmüştür. Örneğin; 16. yüzyılda kullanılan ‘popüler hükümet’<sup>3</sup> terimi, halk tarafından kurulan ve yönetilen bir siyasal sistem anlamına gelmekteyken, 19. yüzyılda popülerlerin tanımında bir anlam değişikliği olmuş ve halk tarafından ‘yaygın’ anlamında kullanılmaya başlanmıştır.

Genel anlamıyla popüler kültür, geniş bir nüfus tarafından paylaşılabilen inançlar, pratikler ve bunların içerdiği normların örgütlenmesi olarak anlaşılabilir. Kaynağını geleneklerden alan bu olgular ve nesnelere, bir yandan ‘folk’ ve ‘popüler’ olanı kapsarken diğer yandan da siyasal ve ticari merkezlerden doğan inançları, pratikleri ve nesnelere paylaşan kitleyi kapsamaktadır.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Mary Parker FOLLETT, *The New State: Group Organization the Solution of Popular Government*, 1918, Pennsylvania.

<sup>4</sup> Michael SCHUDSON, *The New Validation of Popular Culture: Sense and Sentimentality in Academia*, *Critical Studies in Mass Communication*, 1987.

Çalışmamız bağlamında inceleyeceğimiz “popüler” kavramı daha önce de belirtildiği gibi, günümüzde kullanılan anlamı ile incelenecektir, ancak, bu kavramın daha iyi anlaşılabilmesi için hangi ortamda, hangi zaman diliminde, hangi kültürel yapıda şekillendiğini incelemek gerekmektedir.

İçinde olduğumuz yüzyılda kullandığımız ‘popüler’ kavramı ve popüler kültür olgusunun sanayi devrimi sırasında, bu devrimin yarattığı kültürel koşullar altında ortaya çıkmış olduğu düşünülebilir.

Sanayi Devrimi insanlık tarihinin önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir. Devrim ile birlikte Batı insanının hayat tarzı köklü biçimde değişirken, dünya tarihinde ilk kez nüfus artışı ve hayat standartlarındaki artış birlikte gerçekleşmiştir. Bu nedenle Sanayi Devrimi, nüfus artışının ekonomik büyümeyi sınırlamadığı tek başarılı örneği temsil etmektedir. Bu özelliğiyle onu bir ekonomik büyüme örneği olarak da görmek olanaklıdır.<sup>5</sup>

Sanayi Devrimi ile üretimde ve nüfusta kendi kendini besleyen uzun dönemli bir büyüme başlamıştır. Değişen üretim tarzı verimliliği arttırdığı gibi kültürel değişimleri de tetiklemiştir.

Emek-yoğun üretim tarzının sermaye-yoğun bir hal alması ile küçük sanayici ve ustalar ortadan kalkarak makine emrine giren işçi olmuşlar, yeni makinelere sahip olabilenler ise bu işçileri çalıştıran ‘patron’ ya da ‘kapitalist’ haline dönüşmüşlerdir. Bu dönüşüm ile ortaya çıkan işçi sınıfı, sorunları günümüze değin uzayıp gelen bir sınıf olmuştur.<sup>6</sup>

Sanayi Devrimi sonrası süreçte kent ve kasaba arasındaki farklılıklar keskinleşmiş, sanayiciler kentlere yerleşmiş hatta yeni kentler kurmuşlardır. Kentler ekonomik faaliyetlerin merkezi olmuşlardır. Büyüyen ticaret hacmi ile para-bankacılık da kapitalizm de yeni ekonomik düzeni vurgular niteliktedir.

<sup>5</sup> Tefik GÜRAN, İktisat Tarihi, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayını,2013.

<sup>6</sup> Erol ZEYTİNOĞLU, Ekonomik Doktrinler ve Ekonomik Sistemler, Mim Matbaacılık, İstanbul: 1992, s.173b.

Sanayi devriminin, insanlık kültürüne kattığı en önemli şey “tüketim” olgusudur, çünkü; sanayi, ürünü üretecek, insanlar bu ürünü satın alacak, kullanacak ve bu yolla sanayi kar elde edip büyüyecektir.

Sanayinin geliştiği ülkeler için “endüstrileşen ülkeler” olarak sınıflandırılabilir ve bu ülkeler hammadde edindikleri ülkelerden aldıkları malları işleyerek satışa sunan olmuş, ekonomik anlamda kendi kendine yeten ülke tanımı yok olurken ‘sömürge’ ve ‘sömürgeci’ tanımları hayat bulmuştur. Endüstrileşen ülkeler arasında bir hammadde ve pazar kavgası ortaya çıkmış, hammadde ve pazar sağlayacak ülkeler ‘sömürge’ haline gelmiştir.

Sözlük anlamı itibariyle; çağdaşlaşma, asrileşme ve yenileşme gibi anlamlara gelen modernleşme<sup>7</sup>, kendiliğinden veya dış etkenlerin zorlamasıyla ortaya çıkan geniş kapsamlı bir toplumsal değişme sürecidir.<sup>8</sup>

Modernleşme kavramı, olması gerektiği gibi çağa ayak uydurma biçiminde gündeme geldiği gibi bunun yanı sıra pek çok olumsuz anlamı da beraberinde getirmiş ve kültürel farklılıkların bir sorunmuş gibi algılanmasına sebep olmuştur. Sosyo-ekonomik anlamda çok gelişmemiş olan toplumlar, gelişmiş ve ekonomik anlamda güçlü toplumları modern olarak baz almış, ancak bunu yaparken onların kültürünü tamamıyla benimsemek gerektiği yanılığısına düşmüşlerdir. Bu yanılığ kitle iletişim araçları ile toplumun her kesimini etkisi altına almış ve özellikle genç nesillerin, yöresel kültürel özelliklerine yabancılaşmasına ve ‘Batılılaşma’ adı altında Batı toplumlarına her anlamda özenmelerine sebep olmuştur. Bu nesiller kendi kökenlerine ve geçmişlerine yabancılaşmakla kalmamış, kökenlerini ve geçmişlerini reddeder bir hale gelmiştir. Böylelikle ‘modernleşme’, dünya çapında ortak bir algı olan popüler kültürü pekiştirmiştir.

Zaman içinde sanayinin, gelişen teknolojiler ve hammadde kaynaklarının kontrol altına alınması ile birlikte üretim kapasitesini arttırması “fazla ürün”ü ortaya çıkarmıştır. Ortaya çıkan fazla ürünün pazarlanması sorunu ortaya çıkmıştır. Bu noktada insanlara

<sup>7</sup> Mehmet DOĞAN, Büyük Türkçe Sözlük, İz yay. 11. Bas., Ekim 1996, s780.

<sup>8</sup> Murat BARAN, Avrupa’da Gelişen Modernlik ve Modernleşme Anlayışları ve Bu Anlayışların Türkiye’ye Yansımalarına Tarihi Sosyolojik Açından Bir Bakış, Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/11 Güz 2013, s.55-79, Ankara.



ulaşmak, onlara ürünü tanıtmak gerekliliği ortaya çıkmış, reklam ve pazarlama sektörleri devreye girmiştir. Bu sektörler de “popülerleşmeyi” arttırmış, bunu da ortak beğeni algısı oluşturarak gerçekleştirmiştir.

Ortak beğeni algısı sadece maddesel anlamda kalmamış, bu algıyı benimseyen birey, içgüdüsel beğenilme isteğini, davranışlarından dış görünüşüne ve hatta yaptığı işlere kadar genel beğeniye kazanabileceğini düşündüğü yönde değiştirme eğilimine girmiştir.



**Resim 1:** Richard Hamilton, “Günümüz Evlerini Bu Denli Farklı, Çekici Kılan Tam Olarak Nedir”, 1956, kolaj, (41.9x29.8 cm)

([http://tr.wikipedia.org/wiki/Richard\\_Hamilton\\_\(ressam\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Richard_Hamilton_(ressam)))

Tüketim sektörlerinin arasındaki popüler olma rekabeti, kendine özgü ilkeleriyle, tüketim eylemini merkeze koyan popüler kültürü oluşturmuştur. Tüketim bir yaşam biçimine dönüşmüş ve yeni bir ihtiyaç algısını da beraberinde getirmiştir. Kapitalizm mekanizması içerisinde ortaya çıkan tüketim toplumu, kapitalizm öncesi toplumun ihtiyaca yönelik üretim ve tüketim prensibinin aksine, kapitalizmin karını arttırmaya yönelik tüketim amacına hizmet etmektedir. Kar etmek temel hedefdir ve bunu sağlamak için insanlar tüketmeli, tüketime teşvik edilmelidir. Bu süreç “tüketim ideolojisi”

olarak adlandırılan ve hayatın anlamının tüketilen şeylerde bulunacağını ileri süren (kapitalist) ideoloji tarafından desteklenir. Böylece, kapitalizmin kar elde etme amacına yönelik işleyişi de meşru hale getirilmiş olur. Herbert Marcuse, tüketim ideolojisinin sahte ihtiyaçlar yarattığını ve bunların bir sosyal kontrol şekli olarak işlevselleştirildiğini ileri sürüyor. “İnsanlar sahip oldukları mallarla kendi değerlerini anlarlar yani, sahip oldukları otomobil, müzik seti, ev tipi, mutfak eşyaları aracılığıyla ruhlarını, benliklerini keşfederler. Bireyi topluma bağlayan mekanizma değişmiştir ve sosyal kontrol, yarattığı yeni ihtiyaçlara demir atmıştır.”<sup>9</sup>

Toplumun tüketime teşvik edilmesi söz konusu olduğunda en önemli araçlar kitle iletişim araçlarıdır. Günümüzde özellikle televizyon ve internet, beğenilmesi, satın alınması gereken nesnelere ya da hizmetleri insanlara empoze etmek konusunda en önemli araçları oluşturmaktadır. Medya aracılığıyla yayınlanan reklamlarla, söz konusu ürünleri kullananların ne kadar mutlu olduğu ya da bu ürünlere sahip olunursa hayatların güzelleşeceğine dair bir algı yaratılmaktadır. Böylece, kapitalizmin çarkları dönmeye devam edecektir.

Kültürün değişim süreci, oluşan yeni düzen ve toplumsal etkileri, her dönemde olduğu gibi, sanatı ve sanatçıyı da etkilemiştir. İnsanların hayatlarının kolaylaştığı, herkesin daha mutlu olduğu, her şeyin daha kolay olduğu şeklinde yansıtılan bu yeni düzende sanatçıların da bir kısmı pazarda yerini bulmuş ve “marka” olmayı başarmışsa da bir kısım da sermayedar olamadığından yerini işçi sınıfında bulmuştur. Her ne konumda olursa olsun dönem sanatçılarının bir kısmı, bir ilüzyonun yaratıldığının farkına varmış ve buna tepkilerini çalışmalarında göstermiştir. Bir yandan sektörleşen sanatın markalaşan sanatçıları içlerinde buldukları durumu, yaşadıkları renkli hayatları bu renkleri kullandıkları işlerle ortaya koymuş, bir yandan da sanatçılar genel olarak satın alma olgusunun hayatlarında ne kadar büyük bir yere yerleştiğini konu edinmiştir.

1950’lerde ABD ve İngiltere’de soyut dışavurumculuğa, tüketim toplumuna, sınıf ayrımlarının keskinleşmesine ve ortaya çıkan sektörleşme ve pazar kavgasına tepki gösteren genç sanatçılar, popüler kültür imgelerini kullanarak bir sanat hareketi başlatırlar ve bu bir sanat akımına dönüşür: Pop sanatı.

---

<sup>9</sup> John STOREY, Cultural Studies and The Study of Popular Culture: An Introduction, Edinburgh University Press, Edinburgh, 1996.

20. yüzyılın başlarında hazır nesnelere sanat eseri olarak sunan Marcel Duchamp, II. Dünya Savaşı sonrasında Amerika'da pop sanatı ve kavramsal sanat akımlarının temellerinin atılmasında etkili olmuştur. I. Dünya Savaşı öncesinde birçok sanatçının eserini 'retinal' yani sadece göze hitap eden olarak gören sanatçı, sanatı "yeniden zihnin hizmetine sunmak gerektiğini" söylemiştir. Bu tavır geleneksel ve kabul gören sanat üretim yöntemlerini ve sanat algısını altüst edecek ve pek çok sanatçıya ilham verecek işlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

II. Dünya Savaşından sonra, galip gelen ülkelerden olan İngiltere, 1950'lerin başında, zaferin getirdiği beklentilere rağmen bir kemer sıkma politikası uygulamak durumunda kalmıştır, ancak bu durum çok uzun sürmemiştir. Bir süre sonra 1950'lerden 1960'lara kadar geçen süreç, altın dönem olarak görülmeye başlayacaktır.

İşsizliğin %2'lere gerilemesi, 1950-1965 yılları arasında reel ücretlerde ortalama %40'la karakterize edilen bir artış görülmesi ile birlikte İngiltere halkının çalışan nüfusu tüketim pazarına başarılı bir giriş yapmıştır. 1953'te BBC (The British Broadcasting Corporation-İngiliz Yayın Şirketi) yayın hayatına geçmiş ve kamu hizmetine sunulmuştur. Öncelikle radyo yayınıyla başlayan bu yeni serüven, televizyon ve daha sonra internet ortamında da devam etmiştir. Zaten alım gücü yükselmiş olan halk hobilerine dahi para ayırabilmeye başlamıştır ve tüketim pazarında hareketli bir döneme adım atılmıştır.

Bütün bu gelişmeler, İngiltere'deki sanatçıları da etkilemiş ve geleneksel sanat anlayışına bir meydan okuma söz konusu olmuştur. Soyut-dışavurumculuğa tepki olarak doğduğuna inanılan Pop Sanatı, bu dönemde insanların hayatını yakından etkileyen medya olgusuyla beslenmiş, sanat ile toplum arasındaki izolasyonu kaldırmak adına toplumun ulaştığı ve etkilendiği haber, reklam gibi öğeleri sanatla kombine etmiştir.

Pop Sanatı sanatın kendisini değil belli bir tavrı işaret eder. Yüksek sanat öğeleri yerine reklam, çizgi roman gibi dünyevi kültürel nesnelere kitle kültürü, en sık da ironi yapılarak ve 'kitsch'<sup>10</sup> elemanların kullanımıyla gelişen bu sanat hareketi, İngiltere'de Richard Hamilton'ın etkisinde başlamıştır. Peter Blake, Roger Coleman gibi geç resimsel soyutlama tarzına yakın eser veren sanatçılar ile de devam eder.

<sup>10</sup> Kitsch, bir sanat hareketi olmasının yanısıra bir hayat tarzı olarak görülebilecek, tatsız, kalitesiz ve bayağı kelimeleriyle tarif edilebilecek bir terimdir. (www.urbandictionary.com)



**Resim 2:** Peter Blake, Little Sonny Summer, 1969, kağıt üzerine suluboya, guaj ve mürekkep, 40.6 x 32.1, Joan ve Lester Avnet Koleksiyonu.

(<http://www.moma.org/collection/works/33177?locale=en>)

II. Dünya Savaşı tüm dünyayı değişik şekillerde etkilemiştir. Savaş sonrası Batı Bloğu (ABD ve NATO ile ittifak ülkeler) ve Doğu Bloğu (Sovyetler Birliği ve ittifak ülkeleri) arasındaki politik ve askeri gerginlik ‘Soğuk Savaş’ olarak nitelendirilir. Soğuk Savaş dönemi Amerika Birleşik Devleti’nde siyasi muhafazakar bir iklim oluşturulmasında yardımcı olmuştur; ABD’de bir komünizm korkusu oluşturmuştur. Halk genel olarak sosyal muhafazakar ve son derece materyalist bir tutum içerisindedir.

1950’lerde Amerika’daki sendikaların neredeyse yarısı Amerikan iş gücü içermektedir ve bu durum onları güçlü kılmıştır. Siyaset de ılımlı olma eğiliminde ve aşırı durumlardan uzaktır. Bu süreçte orta sınıfta ekonomik açıdan büyük çaplı bir gelişme olmuştur. Batı toplumlarında genel olarak hızla ortaya çıkan daha fazla ve daha iyi mal beklentisi yani tüketicilik Batı toplumunun önemli bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar, yeni banliyölerde, yeni büyük evler satın almıştır. Bu satın alma eğilimi, televizyon reklamları ve bankaların iyi kredi teklifleri Amerikayı kültürel ve ekonomik açıdan etkilemiş, hemen istediğine sahip olabilme duygusu daha iyi bir yaşam elde etme algısına dönüşmüştür.

Böyle bir ortam içinde Pop Sanat 1950'in sonlarında başlamasına rağmen Amerika'da 1960'larda bir ivme kazanmıştır. Resmi olarak 'Pop-Art' tanıtımı 1962'de Modern Sanat Müzesi tarafından düzenlenen 'Pop Sanat Sempozyumu' ifadesiyle olmuştur. Amerikan reklamcılığının modern sanatı ve elementlerini kabul etmesi ve yorumlamasıyla Amerikalı sanatçı kimliği oluşmaya başlamıştır. Amerikan sanatçılar iyi tasarlanmış ve akıllı reklam materyalinden sanatı ayırmak için daha derin bir arayış içine girmek zorunda kalmıştır. İngilizler, Amerikan Pop Sanatını duygusal, romantik ve esprili imalar şeklinde yorumlamıştır ancak bunun aksine Amerikan sanatçılar günlük hayatlarına empoze edilen seri üretilen görüntülerin çeşitliliğini ürettikleri eserlerde iddaalı bir şekilde sorgulamaktadır.

Amerikan Pop Sanatındaki öncü isimler Jasper Johns ve Robert Rauschenberg'dir.



**Resim 3:** Jasper Johns, "Flag", 1954, kumaş üzerine çini, yağ ve kolaj, (107.3x153.8 cm)

([http://www.moma.org/collection/object.php?object\\_id=78805](http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=78805))

Rauschenberg resimleri, Kurt Schwitters'ın ve dadaistlerin önceki çalışmalarıyla ilişkilendirilir ancak sanatçının ortaya koymak istediği, içinde bulunulan zamanın sosyal sorunlarıdır. Sanatçının yaklaşımı Amerikan hayatındaki güncel olayları geçici maddeler kullanarak sanat eserine dönüştürmektir.



**Resim 4:** Robert Rauschenberg, ‘‘Ark, XXXIV Dante’nin İnferno için Çizimleri adlı kitabın lüks baskısı için ek plaka’’, 1964, litograf, (40x41 cm)

([http://www.moma.org/collection/browse\\_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A4823&page\\_number=65&template\\_id=1&sort\\_order=1](http://www.moma.org/collection/browse_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A4823&page_number=65&template_id=1&sort_order=1))

Amerikan Pop Sanatının bir diğerk önemli ismi ise Roy Lichtenstein’dir. Sanatçı eserlerinde popüler reklam ve eski moda çizgi romanları kullanmasıyla ünlüdür. Eski moda çizgi romanları hassas bir şekilde taklit ederken keskin kenarlı kompozisyonlar oluşturur. Ünlü ‘‘Boğulan Kız’’ yapıtında -ki bu eser ‘DC Comics’’in ‘Gizli Kalpler’ adlı çizgi romanından alıntılanmıştır- yağlı boya ve Magna boya (Leonard Bocour tarafından bulunan akrilik reçine boya) kullanmıştır. Kalın dış hatlar, cesur renkler ve Ben-Day<sup>11</sup> noktalar sanatçının imzası niteliği taşır.

<sup>11</sup> ‘Ben-Day noktalar’ illüstratör ve baskıcı Benjamin Henry Day’ın baskı sürecinden ismini alır. Bu baskılar renkli, yakın ya da uzak aralıklı, görsel efekt ortaya çıkaran noktalarla karakterize olmuştur. (en.wikipedia.org)





**Resim 5:** Roy Lichtenstein, 'Drowning Girl', 1963, tuval üzerine yağlı boya ve Magna boya, (171.6x169.5 cm)

([http://www.moma.org/learn/moma\\_learning/lichtenstein-drowning-girl-1963](http://www.moma.org/learn/moma_learning/lichtenstein-drowning-girl-1963))

1960'larda yıldızı parlayan ünlü karakterler ve reklam kültürü arasındaki ilişkiyi işleyen sanatçı olarak isminden fazlasıyla söz ettiren Amerikalı isim Andy Warhol'dur. Sanatçı ticari illüstratör olarak başarılı bir kariyerden sonra ünlü ve tartışmalı bir isim haline gelmiştir. Warhol eserlerinde el çizimi, boyama, baskı resim, fotoğraf, ipek tarama, heykel, film ve müzik de dahil olmak üzere medyanın pek çok çeşidini kullanmıştır. Ölümünden iki yıl önce, 1984'te Amiga (kişisel bilgisayar markası) bilgisayarları kullanarak dijital sanatlara öncü olmuştur. 'Andy Warhol ve Popism Felsefesi' gibi daha pek çok sayıda kitabın yazarı olmuş ve Röportaj Dergisi'ni kurmuştur. Stüdyosu 'Fabrika', seçkin aydınların, dönem sokak Bohemlerinin, ünlü simaların, entellektüellerin, oyun yazarlarının ve zengin iş adamlarının buluşma yeri olmuştur.

Warhol dönemin en medyatik ismidir ve herkesin kulağına aşına olan "Gelecekte herkes bir gün 15 dakikalığına ünlü olacak." ifadesini kullanan kişidir. Çok sayıda

retrospektif sergiler, kitaplar ve özellikle belgesel filme konu olmuştur. Eserleri koleksiyon objesi olarak görülür ve yüksek değerdedir.



**Resim 6:** Andy Warhol, 'Silver Car Crash(Double Disaster)', 1963

(<http://www.sothebys.com/en/news-video/blogs/all-blogs/contemporary/2013/11/record-warhol-leads-.html>)

Dünya'nın bir diğer köşesinde Pop Sanat konusunda adından söz ettiren iddaalı bir isim daha karşımıza çıkar: Ai Weiwei. Çin'li bir çağdaş sanatçı ve aktivist olan Ai Weiwei, Çin'li şair Ai Qing'in oğlu olarak 1957'de dünyaya gelmiştir.

Çin Halk Cumhuriyeti, 1949 yılında Mao tarafından kurulmuş sosyalist bir devlettir. Uzun yıllar kapalı bir ekonomik yapıya sahip olan Çin, 1980'lerin başında kollektif tarım uygulamasını durdurup, özel teşebbüse tekrar izin verdiğinde<sup>12</sup> ekonomik yapısı değişmiş, ülkenin kapıları popüler kültüre açılmıştır. Günümüzde Çin, dünyanın en büyük ihracatçılarından ve rekor düzeyde dış yatırım çekmektedir.

Günümüz çağdaş sanatçısı Ai Weiwei, 2008 Olimpiyatları Pekin Ulusal Stadyumu için sanat danışmanlığı yapmış isimlerden biridir ve heykel, enstalasyon, video ve fotoğraf gibi alanlarda işler yapar. Eserlerinde Çin hükümetinin tutumunu eleştirebildiği gibi, günümüz popüler kültürüne de gönderme yapan, eleştirel bir tavrı vardır.

<sup>12</sup> <https://tr.wikipedia.org>





Ai Weiwei - Coca-Cola Vase (2007)

**Resim 7:** Ai Weiwei, Coca-Cola Vase, 2007

(<http://www.digicult.it/news/ai-weiwei-ruptures/>)

II. Dünya Savaşı sırasında henüz genç bir devlet olan Türkiye Cumhuriyeti, savaştan uzak durma eğilimindedir. Almanya'yla saldırmazlık anlaşması imzalaması Türkiye'nin savaş dışı kalma politikasında önemli bir rol oynar. Türkiye, savaştan uzak durmayı başarmış olsa da Müttefik Devletler liderleri yeni kurulacak olan Birleşmiş Milletlere yalnızca 1 Mart 1945'e kadar Almanya'ya savaş açmış ülkelerin katılmasıyla ilgili bir karar verince Türk Hükümeti 23 Şubat'ta Almanya'ya savaş açar fakat Almanya'nın yenilgisi kesinleştiğinden fiilen bir savaş söz konusu olmaz.

Savaşta aktif olarak yer almayan Türkiye, buna karşın savaşın doğurduğu bunalımın etkilerini ciddi bir biçimde hissetmiştir. Savaş sırasında hükümet sıkı ekonomik önlemler almış, üretici nüfusun askere alınması üretim hacminde düşüşe sebep olmuştur. Bununla birlikte hükümet planladığı yatırımları yapamamış, programları askıya almış ve bütçeyi savunma harcamalarına ayırmıştır. Sanayileşmiş ülkelerin savaşta olmaları da ithalatın önünü kesmiş, üretimin daralması ve ithalatın azalması ülkede bir kıtlık ortamı oluşturmuş enflasyon oranlarında ciddi bir artış yaşanmıştır.

Temel tüketim maddelerinin bulunamaması karaborsa ortamı oluşturmuş, ticaretle uğraşan belli bir kesim bu sayede sermaye biriktirmiştir.

Tüm bu koşullar altında Türkiye’de 1950’lerde popüler kültürle beslenen bir tüketim toplumu oluşumundan söz edilemez. Türkiye’de tüketicilik kendisini 1980’lerden sonra göstermiş bir gelişmedir. (Yrd. Doç. Dr. Salih Öztürk, 2005) Bu dönemde kapitalizmin adımları neredeyse günü gününe ülkeye taşınmış ve yeni bir zihniyetin ortaya çıkmasına temel oluşturmuştur.

90’larla birlikte Türkiye Batı’ya ayak uydurmaya başlamıştır ve artık medya araçları evlere girmeye başlamıştır. Bu araçlar sayesinde de tüketim çılgınlığı başlatılmış olsada pop sanat adına yetkin ve benzersiz bir örnek bulunmamaktadır.

Görüleceği üzere popüler sanat bağlamında sanatçılar, kendi düşünüş biçimleriyle, kendi yorumlarıyla, içinde yaşadıkları düzeni eleştirmekte ve bunu yaparken de o düzenin nesnelere kullanılmaktadır. Ressamlar, klasik resim geleneği içinde popüler nesnelere ile kompozisyonlar kurarken, bir yandan da tuvalindeki lekesel düzeni klasik anlamda korumaya devam etmişlerdir. Bu lekesel düzen, çeşitli şekillerde anlaşılmış ve semiyolojik okumaya olanak tanıyan bir nitelikte karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda kahve telvesinin bardakta bıraktığı lekesel düzen de okunabilir bir yapıda algılanıp sunulabilir bir olgudur. Bu çerçeveden bakıldığında kahve telvesinin bıraktığı iz ile, bir tuval resmi yaklaşık olarak aynı düzlemde buluşabilir bir niteliktedir öngörüsü yapılabilir, ancak, burada gözden kaçmaması gereken kahve telvesinin kendiliğinden bir oluşum olup, tuvaldeki resmi oluşturan lekelerin ise, sanatçının bilinçli amaçlı çabası sonucu yaratıldığı gerçeğidir.

Kahve telvesini okumak mümkündür ki bu falcılık olarak nitelenmektedir. Bunu yapan kişi de deneyimleri, zihinsel benzetimleri yardımıyla bir hikaye ortaya koyar ve gelecekte haber verir gibi hikayesini anlatır. Bir tuval resmi de okunabilir ancak amacı gelecekte haber vermekten ziyade sanatçının kişisel ama aynı zamanda evrensel bir dışavurumu olarak ortaya çıkmakta olup, yine lekesel düzeydedir. Bu durumda kahve falı ile resim sanatı arasında, “okunabilme” bağlamında yakınlıklar, paralellikler görülebilir. “okunabilme” olgusu ise işaret bilim yani semiyoloji bağlamında değerlendirilmesi gereken bir olgudur.

### 1.2.1 Sanat Eserinin Okunabilmesi Bağlamında İşaret Bilim

“Sanat biçimi, birbirinden farklı ama diyalektik olarak birbiriyle bağıntılı iki işi görmek zorundadır. Birincisi, sanatsal içeriğe cisim olma, ikincisi de bu içeriği iletmektir. Bu anlamda sanat biçimi sadece kendi içinde kapalı, mükemmel bir konstruksiyon değil ama aynı zamanda bu biçimin içeriğini ileten bir işarettir.” (Savaş: 1998)

İşaret ise: “Anlam yükletilen şey, anlamlı iz, im”<sup>13</sup> olarak tanımlanmaktadır. Bu durumda sanat biçimi, anlamı olan bir işarettir demek yanlış olmayacaktır. İşaretler ise gösterge ve göstergelerin belirli bir bağlam içerisinde bir araya gelmesiyle oluşur. Bu göstergelerin ard arda dizilmesi ise bir anlamda “işaret cümlesi” yaratacak ve tıpkı bir cümleyi okurken ard arda gelen kelimelerin anlamı ortaya çıkarması gibi anlaşılabilir bir yapıda olacaktır. Bunu bir örnekle açıklamak önemlidir;

Reklam sektöründe işaret bilim çok önemlidir. Örneğin bir nescafe reklamı yaratacak olursak; bir klasik işlemeli tahta masa, üstünde bir abajur ve hemen yanında üstünde buharı tüten nescafe bardağı söz konusuysa, bu görüntüde, nescafe, orta yaş ve üzerinin içtiği (masa ve abajurun yapısı dolayısıyla) evlere ait bir içecektir mesajı ortaya çıkar. Yine aynı görüntü içinde, klasik tahta masanın üzerine bir okuma gözlüğü ve hemen yanında bir de kitap olursa, buradaki nescafe, orta yaş ve üzeri, entelektüel, okuyan, düşünen bir kesimin içeceği mesajı ortaya çıkacaktır. Sanat eseri içinde aynı durumdan söz edilebilir. Nesnelere, lekelerin, göstergelerin yan yana gelmesiyle sanat eseri okunabilir.

Böylesi bir okunabilirlik bağlamında bütün göstergeler yan yana, belirli bir kompozisonda bir araya geldiğinde okunabilme mümkün olur. Bu bağlamda kahve telvesi de oluşturduğu şekiller ve kahve falına bakan kişinin birikimi ile birleştirilip bir hikaye bir gösterge oluşturabilir yapıda bir görünümdür. Bu durum sanat eseri için de geçerlidir. Ne de olsa kahve telvesine bakan kişi de sanat eserine bakan kişi de kendi kişisel birikimi ve karşıdan gördüğü işaretler bağlamında (amaç farklı da olsa) çeşitli yorumlar yapar. Bu durum insanın algılama ve kavrama sistemiyle ilişkilidir. Peki ya kahve telvesi ve onun oluşturduğu şekiller sanatsal düzlemde yeniden ele alınır ve yorumlanırsa ne olur? Bu yeniden ele alma işleminde telve olarak günümüz popüler

<sup>13</sup> www.tdk.gov.tr

kültürünün imgeleri kullanılırsa ne gibi sonuçlara ulaşılır? Ancak bundan önce kahve ve kahve falı konusunda kısa bir bilgi vermek gereklidir.

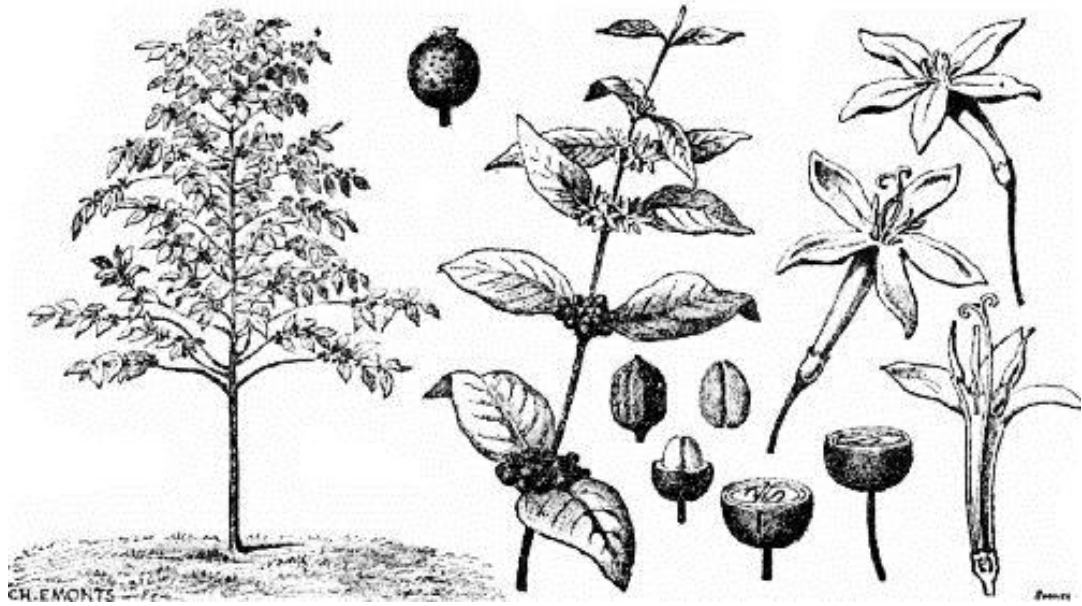
### 1.3 KAHVE

Günümüzde kahve, özellikle batılı toplumların günlük hayatta fazlaca tükettiği, tüketimiyle popülerleştirdiği bir içecektir. Bu çalışmada, kahvenin popülerleşmesi ve tüketim toplumunun önemli bir parçası olmasının, ele alınan konu ile bağlantısı vardır ancak, özellikle Türk kahvesi ve falı gerek gelenekselliğiyle ve kültürel bir obje olmasıyla, gerek de geçmiş, şimdiki zaman ve geleceği yorumladığı gerçeğiyle bütünlüyci ve vurgulayıcı bir öge olarak ele alınmaktadır. Bu çalışmada tüketim toplumunun falına bakılacaktır denilebilir.

Kahve, Coffea adındaki bitkinin meyve tohumlarının kavrulması ve demlenmesiyle hazırlanan farklı bir aroması ve lezzeti olan bir içecektir. Kahveyi ilk olarak kimin, ne zaman bulunduğu net olarak bilinmese de bu konuda çeşitli efsaneler mevcuttur. En yaygın olarak anlatılan efsane, Etiyopyalı Khaldi adındaki genç bir keçi çobanından bahseder.<sup>14</sup> Khaldi keçilerini olatmaya çıkardığında onları salıp, yeterli süre geçtikten sonra flütünden çıkardığı tiz sesle toplanmalarını sağlamaktadır. Ancak bir gün keçiler geri dönmez, telaşla keçilerini arayan Khaldi, onları bir bitkinin tohumlarını yerken bulur. Keçiler bitkilerin tohumlarını yedikleri gün, gece dahi çok hareketlidirler, bu durum Khaldi'yi korkutur ve keçileri gözlemlemeye başlar. Zehirlenmediklerinden emin olduktan sonra kendisi de bu tohumları dener ve kendisi de enerjik hisseder. Bu tohumlardan önce babasına daha sonra da manastıra götürür ve durumu anlatır. Başrahip bu tohumlardan bir içecek yapar ve zaman içerisinde bu bitki Etiyopya kültürünün önemli bir parçası olur.

---

<sup>14</sup> <http://www.kahvedeposu.com.tr/kahvehakkında.aspx>



**Resim 8:** Kahve bitkisi ve detayları.

(<http://www.web-books.com/Classics/ON/B0/B701/20MB701.html>) Erişim tarihi:18 Mart 2015.

Kahve, Arap Yarımadası'nda hızla yayılmıştır. 14. yüzyılda kahve yetiştiriciliği Yemen'e ulaşır, Yemen'in iklimi ve bereketli toprakları da kahve yetiştiriciliğine ideal koşulları sunmuştur ve 300 yıl boyunca, Etiyopyalıların pişirim tekniğiyle kahve servis edilir ve içilir.

Bu çalışmada ele alınan kahve hakkında bilgi vermek gerekirse; 16. yüzyılda, Yemen Valisi Özdemir Paşa, lezzetine hayran kaldığı kahveyi İstanbul'a getirir ve Osmanlı sarayında kahve pişirmenin yeni bir metodu keşfedilir. Osmanlı sarayında kahveyi, kahve çekirdeklerini önce ateşte kavurup, incecik öğütüp, yavaş yavaş kömür ateşinin közünde pişirirler. Bu yeni hazırlama metodu ile Avrupa mutfağına yeni bir teknikle de giren kahve, güğüm ve cezvelerde de pişirilerek Türk kahvesi adını alır.

Kahve, Müslüman topraklarda yaygınlaşmakla beraber, bir de kendine has bir kültür oluşturur. Kahvenin pişirim aşaması, genellikle bakır cezvelerin tercih edilmesi, yapılan kahvenin köpüklü olmasının makbul görülmesi gibi tercihlerle ritüelleşmeye başlamıştır.



**Resim 9:** Köpüklü Türk kahvesi, Eda Akay, 2014.

### 1.3.1 Fal nedir?

Duyular dışı bir sezgi yolu ile, çeşitli yöntemler ve araçlar kullanılarak, geçmiş, içinde bulunulan zaman ve/veya gelecekle alakalı yorumlar yapma, tahminlerde bulunma ve önceden bilme eylemlerine fal adı verilir. İnsanoğlu, varoluşundan bu yana kendisi ve çevresiyle alakalı bilinmezlikleri anlamaya ve keşfetmeye çalışmaktadır. Meçhule karşı duyulan merak, hangi hareketlerinin ne sonuç doğuracağını ve genel anlamıyla geleceği bilme arzusu insanın yaşamına hükmetme isteğinden gelmektedir. İnsanın gelecekte haber almaya olan ihtiyacı, zaman içerisinde bir mesleğin oluşumunun önünü açmıştır. Falcı, büyücü, kahin, sihirbaz gibi adlar alan bu insan/insanlar içinde bulunulan durumdan geleceğe dair bilgi vermeyi vaadeder. Falcılık, büyücülük, kehanet ve sihirbazlık gibi eylemlerin arasında yöntem ve araç farklılıkları vardır. Yöntem ve araçları ne kadar farklı da olsa bu eylemlerin tümü belli bir ihtiyaca hizmet etmektedir. Eski çağlarda bir ulusun, topraklarında bir savaş olup olmayacağı, bu toprakların yeterince yağış alıp almayacağı, deprem, hortum gibi faciaların yaşanıp yaşanmayacağı

gibi endişelerinin olması, gelecekte haber almaya olan ihtiyacı, yönetici sınıfın seçkin kahinlerinin olmasını açıklamaktadır.

İzgi Güngör'e göre fal, varoluşundan beri yaşamını sürdürme ve anlamlandırma çabası içinde olan bireyin, geleceğini öğrenmek ve geleceğin kendisine getireceği bilinmeyen olayları kontrol etmek amacıyla başvurduğu bir pratiktir. İnsanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip olan fal (Scognamillo ve Arslan, 1999), biçim ve işlev açısından farklılıklar göstermiş olsa da ilkel, antik ya da uygar hemen her toplumda ihtiyaç duyulan ve varlığını sürdüren bir pratik olmuştur.<sup>15</sup>

Türk metotları ile pişirilen ve içilen kahvenin, tabakta ve fincanda bıraktığı kalıntıların ortaya koyduğu şekil ve sembollerin, fala bakan kişinin hisleri, hayal gücü ve yaşamışlıkları doğrultusunda yorumlanıp, kişinin geçmişi, içinde bulunduğu durum ve geleceğine dair tahminlerde bulunulması eylemine Türk kahvesi falı, kısaca kahve falı denir. Türk kahvesi hazırlanılıp, falına bakılacak kişi tarafından içildikten sonra uygulanması gereken bir ritüel bulunur. Kişi içtiği kahvenin tabağını fincanın üzerine kapatarak, bu ikiliyi aynı anda tek seferde ters çevirirken bir dilek tutar ve falı soğumaya bırakır. Fincanın tabanı tamamen soğuyana kadar fal açılmaz. Fal açıldığında önce fincan içerisindeki şekiller ve semboller daha sonra da tabaktakiler yorumlanır. Kahve falına bakılırken her imgenin yerleşmiş, törensel ve geleneksel bağlamda bir anlamı, sembolize ettiği bir şey vardır. Telvenin bıraktığı izlerin benzetildiği objeler, hayvanlar, kişiler yorumlanarak anlatılsa da yoruma bırakılmayacak netleşmiş anlamlar da bulunur.

---

<sup>15</sup> İzgi Güngör, 'Popüler Kültür Ürünü Olarak Fal', Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2004.





**Resim 10:** Kapatılmış kahve falı, Eda Akay, 2014.



**Resim 11:** Açılmış kahve falı, Eda Akay, 2014.





**Resim 12:** Yorumlanmaya hazır tabak, Eda Akay, 2014.

Faldaki karanlık bölgeler daha olumsuz şeyleri nitelerken, aydınlık bölgeler daha olumlu şeyleri niteler. Her falcı aynı tavırda yorumlamasa da genel olarak falda olumlu cümleler kurarak olumsuzluklar yumuşatılarak söylenir.



**Resim 13:** Bir sosyo-kültürel aktivite olarak kahve falı, Eda Akay, 2014.

## **2 KAHVE FALININ POPÜLER KÜLTÜR BAĞLANTILARI VE GÖRSELLİĞİ KULLANILARAK SERAMİK YÜZEYLERDE YORUMLANMASI**

İnsanlar içgüdüsel olarak gördükleri ve anlamlandırmak istedikleri görselleri, daha önce görsel olarak algıladıkları ve biçimsel olarak ne olduğunu bildikleri görsellere benzeterek anlamlandırmak eğilimindedir. Bu ihtiyaç semiyolojik bağlamda gerçekleşmekte olup, anlamlandırma süreci, daha önceden anlamı netleştirilmiş nesnelere ile yeni algılanan nesne arasında biçimsel, işlevsel vb. bağlantılar kurularak tanımlanması yoluyla gerçekleşir. Bu bağlamda anlamlandırılmak amacıyla kahvenin telvesine bakıldığında görülen telve izleri, birikintileri ve akışkanlığı tanımlanmaya çalışıldığında telvenin, kişinin daha önce gördüğü, bildiği nesnelere benzetmesi doğal bir durumdur. Fala bakan kişi kendi görsel hafızasında gördüklerini birleştirerek zaman zaman bir kurgu yaratır, bazen ise net benzetmeler yapar. İşte bu benzetmeler ve yorumlamaları da şekillendiren çeşitli durumlar vardır. Bu durumları oluşturanlar; çevresel faktörler, yetişilen ortam, deneyimlenen olaylar ve yaşanmışlıklar gibi zihinsel birikimler, insanlara tanımlamaları ve anlamlandırmaları açısından bir yol gösterici niteliğindedir.

İnsanların bir şeyleri anlamlandırma süreci yaşadıkları ortam ve görsel hafızaları ile doğru orantılıdır. Görsel hafızayı oluşturan öğeler sadece biçimsel, renksel ve işlevsel olarak bağlantılanmış ve görerek algılanan şeyler değil, bunların yanısıra bireysel olarak deneyimlenmemiş olsa da sanal olarak algılanan, televizyondan, bilgisayardan ya da internette görülen şeyleri de barındırır. Günümüz dünyasında yetişen bir çocuk anlamlandırmaya nesnelere deneyimleyerek ve ebeveynlerinin öğrettiklerini özümseyerek başlar, arkadaşlarıyla ve oyunlarla devam eden süreç okul yıllarında öğretmenleriyle ve yeni arkadaşlarıyla devam eder. Bütün bunlar olurken çocuğun dünyasının oluşmasında sanal etkenler de vardır. Özellikle televizyon, bilgisayar ve internet, kendi çevresinde görmediği şeyleri dahi görmesine, yeni hayatlarla karşılaşmasına, daha önce görmediği nesnelere, davranışları görmesine ve yeni dünyalar keşfetmesine olanak sunar. Bu yeni görsel dünyalardaki durumların doğru ya da yanlış olması değil, var olması dahi yeni algı kapıları açar. İşte bu bağlamda kitlelerin ortak

olarak ulaşıp deneyimledikleri reel-sanal ortak algılar oluşur ve bu ortak algı popüler kültürü işaret etmektedir.

Görülen bir nesneyi anlamlandırırken akıllara ilk gelen genellikle o nesneye benzetilen ve yaygın olarak kullanılan, çok görülen ya da çok bahsedilen, kısacası en ‘popüler’ olan göstergelerdir. Bu bağlamda yapılan çalışmada, kahve telvesi bir katalizör görevinde olup, ortak algıyı yaratan popüler kültür öğeleri ve onları oluşturan etkenler araştırılarak, popüler olana eleştirel göndermeler yapmak ve seramik yüzeylerde yorumlamak esas amaç olmuştur.

Öncelikle kültür kavramı, tarihsel süreci, daha sonra popüler kültür ve sanatta yansımaları incelenmiş, daha sonra kahve üzerine araştırmalar yapılarak bilgi toplanılıp bütün bu birikimler sanatsal bağlamda düşünsel olarak irdelenmiştir. Bu süreç kahve telvesinin algılanması ve anlamlandırılması adına görsel denemeler yaparak, sanata dair anlamlar çıkartılmak üzere pratikselleştirilmiş ve kahve falı telvesinden çizilen desenler, telvenin fotoğraflarının çekilmesi, çekilen fotoğraflar üzerinde yapılan manipulasyonlar, çeşitlendirilmiş fotoğraflarla yapılan kolajlar gibi yöntemlerle ele alınmaktadır. Kullanılan nesnelere yeni bakış açıları getirmek adına, söz konusu nesnelere zaman zaman anlamlarından uzaklaştırılarak bu yolla yeni denemelere, buluşlara ulaşmak amaçlanmaktadır.



**Resim 14:** İnceleme amaçlı çekilmiş kahve falı fotoğrafı, Eda Akay, 2014.

Çeşitli fotoğraflarla incelenen telve başka bakış açıları elde etmek amacıyla dijital ortamda işlenmiştir.

Popüler kültürün Batılı toplumların hayatına 1950'lerde girmesi, bu toplumlarda 50'lerden sonra tüketim kültürünün oluşması, çeşitli kültürel değişimlere sebep olmuştur. Batılı toplumlar birbirini izleyen bir dizi değişim evresinden geçmiş ve tüketimin döngüsünü hayatlarında oturtmuşlardır. Popüler kültürün Türkiye'ye girişi 1970lerin sonları, 1980leri bulmuştur. Bu sebeple Batılı toplumların geçtiği evrelere daha geç giren Türkiye, aynı evreleri yaklaşık otuz yıl kadar geriden takip etmektedir denilebilir ancak bu tamamıyla doğru olmaz. 2000'li yıllarda medya araçlarının kullanımının yoğunlaşması dolayısıyla ivme kazanan 'Batı'ya ayak uydurma' süreci oldukça hızlanmış, günümüzde Batı'da gündemde olan her şey günü gününe ülkemize taşınır hale gelmiştir.

Popüler kültürde öncü olmuş toplumları taklit eden, geriden gelen denilebilecek toplumlardan biri olan Türk toplumu da, geriden gelen her toplum gibi tamamen Batı'yı taklit etmek durumunda kalmış, Batılı tv programlarının aynısının Türk versiyonları, Batılı ünlülerin Türk versiyonları gibi pek çok medyatik olgunun taklitleri ve tüketimin canlanması ve canlı tutulmasının dinamiklerini öğrenme çabasına girmiştir. Tarihi boyunca geriden gelse de günümüzde belli standartları toplumun çok büyük bir bölümünde tutturmayı başaran Türkiye, popüler kültürün meyvelerini yemeye başlamıştır. Dünyanın herhangi bir yerindeki herhangi bir gencin yapabileceklerinin ve sahip olduğu olanakların hepsine sahip olabilen Türk gençliği popüler kültüre teşekkür etmelidir ancak nasıl mutlu olacağını belirleyerek özgürlüğünü sınırlayan şeyin de yine popüler kültür olması ironiktir.

Yapılan çalışmada popüler kültürün olumlu sunduğu her olgu karşılığında bir olumsuzluk getirdiği görülmüştür. 'Popüler kültür olumlu bir gelişme midir, değil midir?' tartışmasının cevabı netleştirilememiştir, netleştirilmesi amaçlanmamıştır. Asıl amaç olan popüler kültürün tüm dünya ve Türkiye'nin aynı anda sahip olduğu kültürü doğru bir şekilde yansıtabilmek olduğu göz önüne alınmalı ve işler bu şekilde yorumlanmalıdır.

Yapılan sanatsal çalışmalarda, büyük bir ölçüde karşılaşılabilecek öğeler, 70'li yıllardan itibaren Türkiye'de oluşmaya başlayan popüler kültürün öğelerinin günümüzle ilişkileri,

geçmiş ve günümüz arasındaki bağlantılar ve bu bağlantıların geleceğe dair neleri işaret etmekte olduğudur. Kahve falının görselliği ve estetiği temel araçlardan biri olmuş ve bu yorumlamalarda işlerin yapı taşı haline gelmiştir. Kahve telvesinin yayılmasından esinlenen desenler ve yazılar, dramatik ve ironik<sup>16</sup> anlatımlar bulmak adına kompozisyondaki yerlerini almışlardır. Özellikle dramatik ve sarkastik<sup>17</sup> olmalarından dolayı çizgi romanlardan karelerle kompozisyonların anlatımları keskinleştirilmeye çalışılmıştır. Dünyanın farklı yerlerinden seçilen sansasyonel ve popüler kişilikler, bu kişilerin sözleri, haber başlıkları gibi medyatik olaylar görsel olarak yerleştirilip sunulmuştur. Bunların yanısıra kompozisyonlarda farklı kültürlerin popülerle aynılaştıran ya da benzerleşen parçaları da canlandırılmaya çalışılmıştır.



**Resim 15:** Eda Akay, '#thepastdefinesyourfuture' serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.

<sup>16</sup> **İroni** (Eski Yunanca: *eironéia*), söylenenin tam tersinin kastedildiği ifadedir. Söylenen ya da yapılan eylem, ciddi görüntüsü altında, karşıt söylenceyi ya da eylemi, çelişki noktasına çekmeyi hedefler. Mizahdan farklı olarak, ironi daha eleştirel yaklaşır. İroni mimik, jest ve tonlama ile söylemek istenenin altını, dolaylı çizer. (www.wikipedia.org)

<sup>17</sup> **Sarkastik**, alaycı, iğneleyici olan. (www.wiktionary.org)



**Resim 16:** Eda Akay, '#thepastdefinesyourfuture' serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.

Yapılan çalışmalarda incelenilen Türk popüler kültürü, 70'li yıllardan itibaren adından söz ettirmiş ünlü simalar, günümüz ünlüleri, medyatik kişiliklerin ünlü sözleri ya da bu kişiler ile birlikte kullanıldığında ironik ve sarkastik çağrışım yapacak popüler değişler kullanılarak anlatılmıştır.





**Resim 17:** Eda Akay, '#thepastdefinesyourfuture' serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.

Bu anlatım ile amaçlanan geçmiş ve günümüzü kendi ironisi içerisinde gözler önüne sermek ve bu şekilde geleceğe dair imalarda bulunmaktır.



**Resim 18:** Eda Akay, '#thepastdefinesyourfuture' serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.

Çalışmada kullanılan öğeler geleceğe dair önemli imalar içermektedir. Örneğin; çalışmada kullanılan şarkı sözleri çeşitli vaatler içerir ve bu vaatler topluma popüler kültür öğelerine sahip olanların ne kadar mutlu olacaklarına dair bir ilüzyon yaratır. Bu ilüzyon içerisinde hayatlarını sürdüren bireyler, içerisinde buldukları döngüye kapılıp bahsi geçen ürünleri alacaktır ve almıştır.





**Resim 19:** Eda Akay, '#thepastdefinesyourfuture' serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.

Özellikle dramatik ve sarkastik<sup>18</sup> olmalarından dolayı çizgi romanlardan karelerle kompozisyonların anlatımları keskinleştirilmeye çalışılmıştır. Dünyanın farklı yerlerinden seçilen sansasyonel ve popüler kişilikler, bu kişilerin sözleri, haber başlıkları gibi medyatik olaylar görsel olarak yerleştirilip sunulmuştur. Bunların yanısıra kompozisyonlarda farklı kültürlerin popülerle aynılaştıran ya da benzerleşen parçaları da canlandırılmaya çalışılmıştır.

<sup>18</sup> **Sarkastik** , alaycı, iğneleyici olan. (www.wiktionary.org)



**Resim 20:** Eda Akay, '#thepastdefinesyourfuture' serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.

Günümüz 'güzellik' kavramı da işlerde önemli bir yer tutmaktadır. Makyaj sektörü, insanların olduklarından farklı görünmesi konusunda çığır açmış durumdadır. Estetik operasyonlar da çok popülerdir ancak makyaj ile estetik operasyon geçirmeden değişimin mümkün olması günümüz gerçeklerinden biridir. Çalışmada bu duruma da göndermeler bulunmaktadır.



**Resim 21:** Eda Akay, '#thepastdefinesyourfuture' serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.

Çalışmanın uygulanma yöntemi sulu çıkartma olarak adlandırılan yöntem kullanılmıştır.

1960 ve 1970'lerde uygulanmaya başlayan sulu çıkartmaların yapım aşamasında; görüntü ve desenler ipek üzerine ışığa hassas emülsiyon yardımı ile pozlanır, özel olarak hazırlanmış seramik boyaları ile sulu çıkartma kağıtlarına bu desenler aktararak, üzerine vernik çekilir. Çıkartma kağıtları su ile temas ettiğinde, seramik boyaları vernik tabakası ile sulu çıkartma kağıdı üzerinden sıyrılarak sırlı bir yüzeye aktarılma olarak sağlar ve üçüncü bir pişirim ile desen sırlı seramik yüzeye aktarılmış olur. Endüstride yaygın olarak kullanılan ipek baskı yöntemi ve sulu çıkartmalar, seramik sanatında da



geniş bir uygulama alanı bulmaktadır. Son yıllarda endüstride sırüstü ve sıraltı dekorları aktarmada uygulanan elek baskıların yerini tambur baskıya bıraktığı görülmektedir.<sup>19</sup>



**Resim 22:** Eda Akay, '#thepastdefinesyourfuture' serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.

Çalışmada öncelikle popüler kültüre dair yapılacak kompozisyonlar belirlenmiş ve bu kompozisyonların bileşenleri transfer kağıdına baskı alınmıştır. Alınan baskılar uygun boylarda kesilmiş, suda bekletildikten sonra seramik yüzeylere uygulanmıştır. Çalışmalar üstüste kompozisyonlar içerdiğinden dolayı yapılan transferlerin kurumaları beklenmiş ve daha sonra üste gelecek baskılar yapılmıştır. Yapılan baskıların sabitlenmesi adına çalışmalar 20 dakika 200 derece fırında ısıtılmış ancak tam pişirilmemiştir. Yapılan denemelerde pişirilen yüzeylerde renk kayıpları yaşandığından dolayı tam pişirilmeyen tabaklar bütün kompozisyon tamamlandığında, ahşaplara monte

<sup>19</sup> Burcu Öztürk KARABEY, Seramik Sanatında İmaj Transfer Teknikleri, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü.

edildikten sonra akrilik emülsiyon esaslı seramik koruyucu ile koruma tabakası çekilmiştir.



**Resim 23:** Eda Akay, ‘#thepastdefinesyourfuture’ serisi, 2015, 35 adet seramik kahve tabağı üzerine sulu çıkartma yöntemi.



**Resim 24:** Eda Akay, ‘‘#neysehalin’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sulu çıkartma.





**Resim 25:** Eda Akay, ‘‘#neysehalin’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sulu çıkartma.





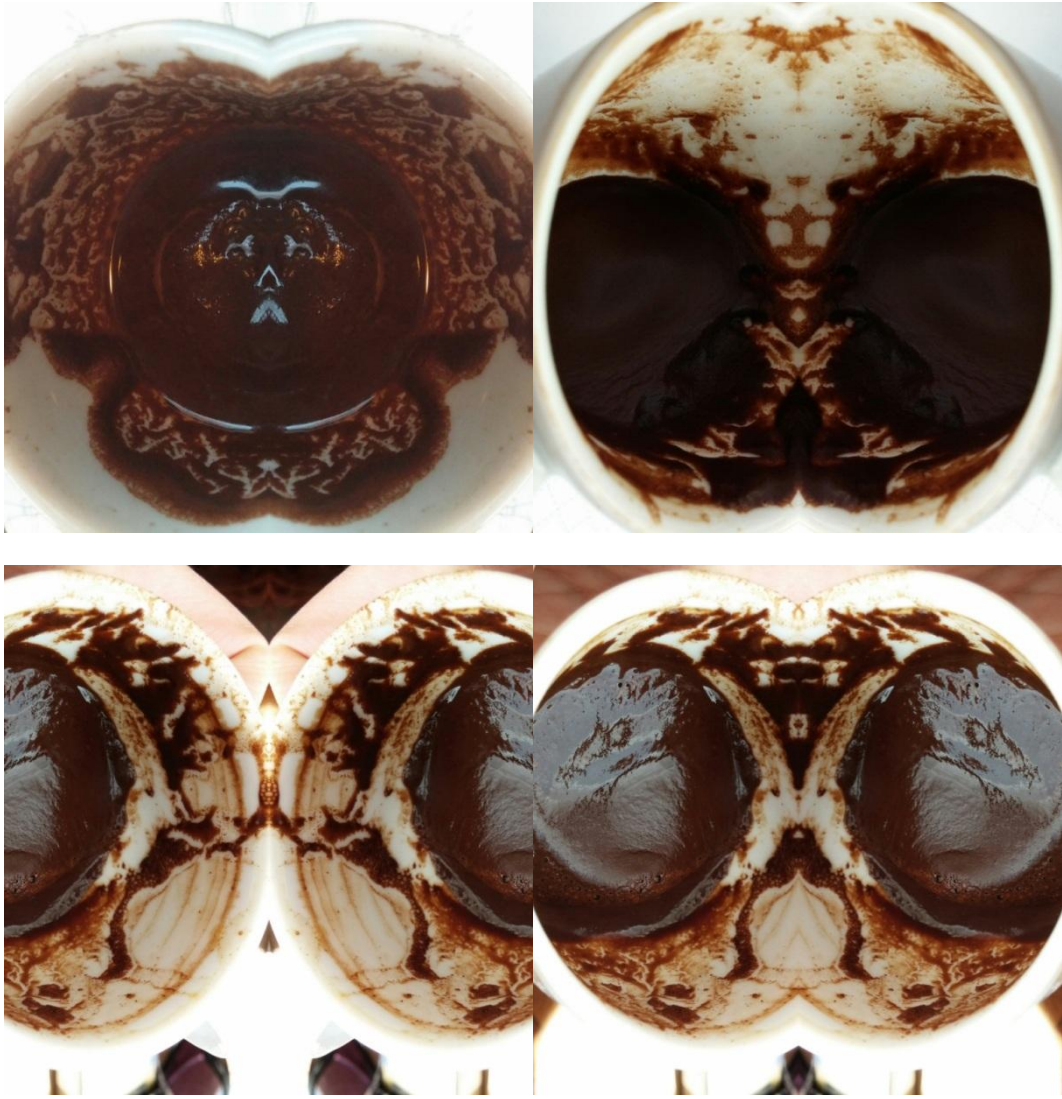
**Resim 26:** Eda Akay, ‘‘Rorschach Serisi’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu.

Rorschach serisi, İsviçreli psikiyatır ve psikanalizci Hermann Rorschach’a itafen uygulanmış, Rorschach testinden esinlenilip uyarlanmış bir seridir. Rorschach testi bazı psikologlarca, bir kişinin kişilik özellikleri ve duygusal işleyişini incelemek ve tespit etmek amaçlı kullanılır. Özellikle 1960’lı yıllarda bu test oldukça yaygın bir biçimde kullanılmıştır.

Bu uygulamalarda çekilen fotoğraflar üzerinde ‘Adobe Photoshop CS6’ programı kullanılarak foto-manipulasyonlar yapılmıştır.



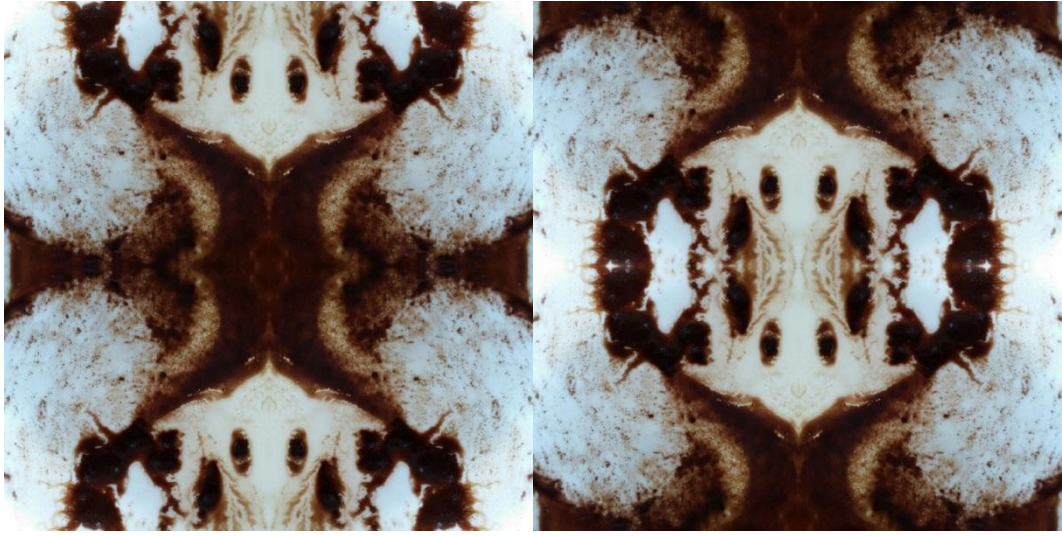




**Resim 27:** Eda Akay, "Rorschach Serisi", 2015, fotoğraf manipulasyonu.

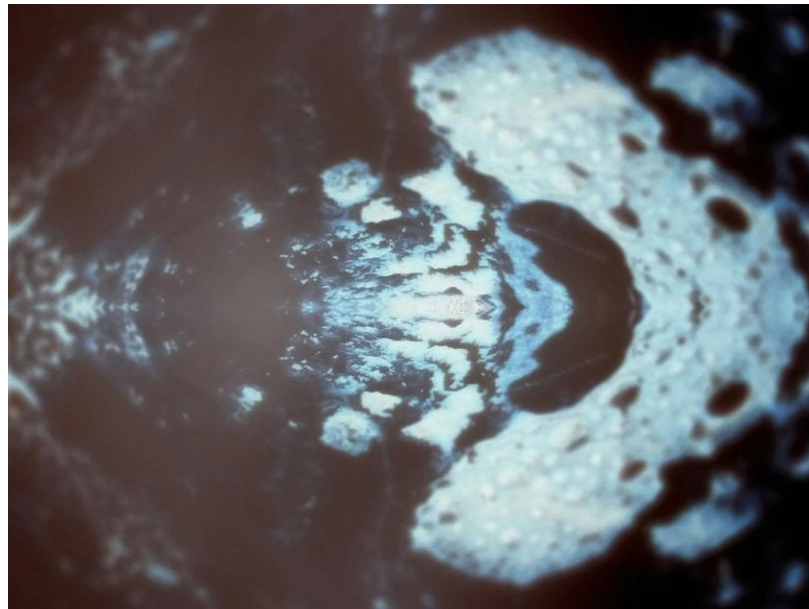






**Resim 28:** Eda Akay, ‘‘The Ultimate Rorschach Serisi’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu.

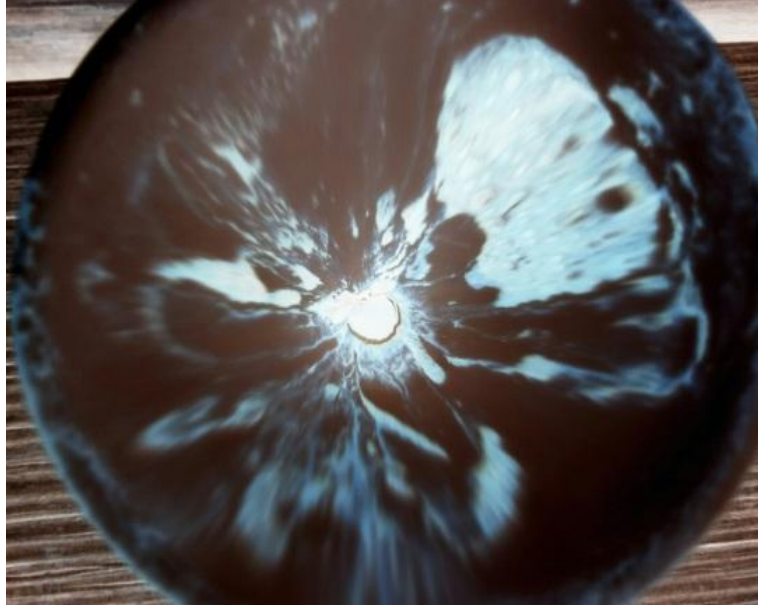
The Ultimate Rorschach serisi, Rorschach serisi içerisinde düzenlenmiş ve daha yakından direkt telveyi işaret eden bir seridir ve ismini çizgi romanlarda süper kahramanların yeni serilerde daha güçlü ya da daha farklı görünerek isimlerinin başlarına ‘ultimate’ sıfatı getirilmesinden alır.



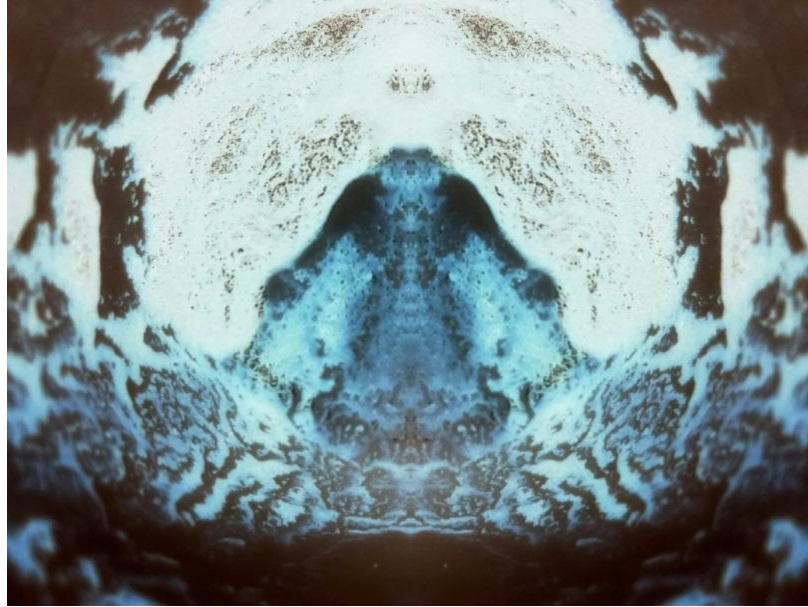
**Resim 29:** Eda Akay, ‘‘Mutant Seri’’, 2015, fotoğraf manipulasyonu.

Televizyon programları, filmler, çizgi romanlar ve bunların karakterleri etkileşim alanlarının genişliği doğrultusunda büyük kitlelere hitap eder.İnsanlara bu programların,

filmlerin ya da karakterlerin bulunduğu ürünlere sahip olduklarında mutlu olacakları fikrinin empoze edilmesiyle de sektörler arası para akışı sağlanmaktadır. Mutluluk için para kazanan insanlar kendilerini bitmeyen bir döngü içerisinde bulacaktır.



**Resim 30:** Eda Akay, "Mutant Seri", 2015, fotoğraf manipulasyonu.



**Resim 31:** Eda Akay, "Mutant Seri", 2015, fotoğraf manipulasyonu.

Mutant seri adını yine çizgi roman sayfalarından alır. Radyoaktif maddelerle temas edip başkalaşım geçiren, biyolojik bozulmalara uğrayan süper kahramanlara göndermede bulunur.



**Resim 32:** Eda Akay, “#army”, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma.





**Resim 33:** Eda Akay, ‘‘#50shadesofbrown’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma.

Bu çalışmada iki farklı yöntem birarada kullanılmıştır. Bu yöntemlerden biri sır üstü boyalar içerir fakat istenilen etki için kullanılacak yöntemde bu boyaların içerisine toluen adlı kimyasalın eklenmesi gerekmektedir. Bu kimyasal temin edilemediğinden içerisinde bu kimyasalın olduğu maddeler araştırılmıştır ve kadınların tırnaklarını boyamak için kullandıkları ojelerin bazı markalarının bunu içerdiği görülmüştür. Bu boyalara 1’e 1 oranında renksiz, saydam oje karıştırılarak karışımlar elde edilmiştir. Derin ve geniş bir kaptaki ılık-sıcak su hazırlandıktan sonra bu kaba hazırlanan boya karışımları damlatılmıştır. Damlayan boyaların su üzerinde yayılması ve incelmelerinden faydalanılarak desenler oluşturulmuştur. Ancak bu oluşan desenlerin rastlantısallığını koruması hedeflenmiştir. Bu uygulama tamamlandığında seramik yüzeylerin etrafı temizlenmelidir. Özellikle fincanların içleri bu boyaların kalıntılarını arındırılmıştır. Uygulamaların doku istenen bölgelerine sulu çıkartma ile telve dokusu aktarılmıştır. Bu ikinci yöntemin amacı kahvenin dokusunu ve rengini tam vermektir. Yapılan her uygulama yüzeyi bir gün kurumaması için bekletilmiş, kuruyan yüzeyler 275 santigrat derecede önceden ısıtılmamış fırında 60 dakika pişirilmiştir. Pişirim tamamlandığında fırında soğumaya bırakılmış ve uygulamalar böyle tamamlanmıştır. Unutulmamalıdır ki bu yöntem ile hazırlanan sır üstü boyaların içerisindeki toluen maddesi yanarak uçacaktır, bu da kahverengi renk verir ve gözenekli bir görüntü sağlar.



**Resim 34:** Eda Akay, ‘‘#50shadesofbrown’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma.



**Resim 35:** Eda Akay, ‘‘#fame’’, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma.



**Resim 36:** Eda Akay, “#fame”, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma.



**Resim 37:** Eda Akay, “#fame”, 2015, 12’şer adet seramik kahve fincanı ve tabağı üzerine sır üstü boyama ve sulu çıkartma.

Bu çalışmada ‘#fiftyshadesofbrown’ çalışması ile aynı yöntem kullanılmıştır ancak renkli olması hedeflendiğinden dolayı çeşitli farklılıklar içerir. Öncelikle renkli sır üstü seramik boyalarına, aynı renklerinde ojeler karıştırılır. Bu karışımlar saydam ojelerle

elde edilenlerden daha yoğun olabilmektedir. Daha yoğun olması demek suya döküldüğünde dibe çökebilecek olması demektir ve daha titiz bir çalışma gerektirir. Diğer uygulamalarda olduğu gibi sıcak suya damlatılan ve dağılan boya yüzeye transfer edilir fakat üzerlerine sulu çıkartma uygulanmaz.

Bu uygulamalarda renk kaybı yaşanmak istenmediğinden dolayı sadece renkleri sabitlemek için, 275 santigrat derecede, önceden ısıtılmamış fırına yerleştirilen seramikler sadece 20 dakika kontrol edilerek pişirilir. Daha sonra fırının kapağı aralıklı bırakılarak soğumaya bırakılır. Sır üstü boyaların pişme sıcaklığı ile yeni oluşan karışımların pişme sıcaklıkları farklılık gösterdiğinden çok sayıda deneme yapılmıştır ancak sonuçlar boyalara ve karıştırılan ojelere göre değişiklik göstermektedir.

## SONUÇ

Popüler kültür imgelerinin kahve telvesi ile yer değiştirilerek yeni bir okuma dizgesi yaratılma süreci söz konusu olmuş, bu bağlamda yeni ifade olanakları araştırılmıştır. Kahve telvesi ve onun oluşturduğu şekiller sanatsal düzlemde yeniden ele alındığında popüler kültür öğeleriyle harmanlanıp günümüz zihinsel koşullarının yansıtılması hedeflenmiştir. Yorumlanan kahve telvesinde hayata dair yorumlanabilecekler popüler kültür ve dolayısıyla medyatik öğelerle yorumlanmıştır.

Bu çalışmada yeniden ele alınan kahve telvesi yerini popüler kültür imgelerine bırakmış, bu sayede günümüz yaşantısının, birarada göremediğimiz ancak varlıklarından ve etkilerinden haberdar olduğumuz öğeleri işlenmiştir. Oluşturulan kompozisyonlarda kullanılan medyatik kişiler ve nesnelere, kendi anlamlarından uzaklaştırılıp başka medyatik öğelerle birleştirilmiş ve aralarında ironik ve sarkastik bağlantılar kurulmuş, bu yönde ifade olanakları araştırılmıştır.

Televizyon, radyo, internet gibi araçlar aracılığıyla karşımıza çıkan her nesneden alınan görsel imgeler, dünyanın her yerinde birbirine paralellik gösterir bir hale gelmiştir. Batı'da bir moda akımı başlarsa aynı akım birkaç yıl sonra da olsa Doğu'ya ulaşmaya başlamıştır. Bu durum bizi, kültürel farklılıklar gittikçe azalmaktadır ve yerini popüler kültür almaktadır sonucuna ulaştırmaktadır. Geleceğe dair yorumlamalar yapılacak olduğunda bugünden çok da farklı olmayacağı ancak gelenekselliğin gitgide azalıp yerini popülere bırakacağı bir yol görülmektedir.

Tüketim toplumunun bugünü kendi içerisinde bir çelişki barındırır. Bu çelişki popüler kültürün vaat ettiği özgürlük algısının aslında bir kısıtlama olabileceğidir. Satın almanın sonunun olmadığı bir dünyada, bir şeyleri satın alarak mutlu olmak, bir hemstirinin kafesinde çevirdiği tekerleğe benzer. Bu durumda mutlu olacağım diye satın aldığımız bir hizmetin ya da ürünün peşine yenisi gelir, ünlü olursunuz herkes adınızı bilir ancak ünlü kalmanız gerekir vb. gibi durumlar özgürlüğü elde edip elinden kaçırmak gibi değil midir? Bu bağlamda vaadedilen özgürlüğün bir ilüzyon olduğu ortaya çıkmaktadır.

Vaadedilenler ve sahip olunanlara, yaşadığımız koşullar içerisinde bize sunulanlara ayna tutmayı amaçlayan bu çalışma sonucunda; popüler kültür imgeleri kullanılarak,



toplumun günlük alışkanlıklarına, yöresel kültürlerden uzaklaşılmasına ve Batı'da popüler olan her şeyin ülkemize taşınmasına göndermeler yapılmış, yer yer eğlenceli, yer yer alaycı, yer yer de ironik bir tavırla popüler kültürün Türkiye'ye girişı, gelişimi ve sonuç olarak kültürümüzde olan değişimler işlenmiştir.

Ortaya konan bu çalışma bağlamında, kahve telvesini popüler imgeler ile yer değiştirerek yeni ifade olanakları araştırılmış, çeşitli yöntemlerle, yukarıda sayılan fikirler doğrultusunda elde edilen bulgular analiz edilerek yapıtlara dnştrlmştir.

Geleneksel veya ağdaş seramik teknikleri yerine seramik yüzeyler üzerine farklı teknikler ve düşük derece pişirimlerin uygulamaları yapılmıştır. Görsel ve ifade zenginliği açısından bu yöntem tercih edilmiştir. Bu çalışmanın bir akademik çalışma olarak başka çalışmalara da kaynaklık edeceği umulmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akay, A. (2002). *Kapitalizm ve Pop Kültür*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Baran, M. (2013). Avrupa'da Gelişen Modernlik ve Modernleşme Anlayışları ve Bu Anlayışların Türkiye'ye Yansımalarına Tarihi Sosyolojik Açıdan Bir Bakış. *Güz 8/11*(Literature and History of Turkish or Turkic).
- Belge, M. (2003). Artık Her Şey Pop. *Ekim*(Popüler Kültür Eki).
- Belge, M. (2003). Sanayi Devrimi ve Popüler Kültür. *Eylül*(Popüler Kültür Eki).
- Doğan, M. (1996). *Büyük Türkçe Sözlük*. İstanbul: İz Yayınları.
- Falın Tarihçesi*. (tarih yok). May 17, 2015 tarihinde [www.filozof.net](http://www.filozof.net) adresinden alındı
- Follett, M. P. (1918). *The New State: Group Organization The Solution of Popular Government*. Pennsylvania.
- Giovanni Scognamillo, A. A. (1999). *Doğu ve Batı Kaynaklarına Göre Fal*. İstanbul: Karizma Yayınları.
- Güngör, İ. (2004). Popüler Kültür Ürünü Olarak Fal. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Güran, T. (2013). *İktisat Tarihi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayını.
- History of Coffee*. (tarih yok). Nisan 14, 2015 tarihinde [www.turkishcoffeeworld.com](http://www.turkishcoffeeworld.com) adresinden alındı
- Jean Baudrillard, Ç. H.-F. (1997). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kahve Deposu*. (tarih yok). May 06, 2015 tarihinde [www.kahvedeposu.com.tr/kahvehakkinda.aspx](http://www.kahvedeposu.com.tr/kahvehakkinda.aspx) adresinden alındı
- Kozanoğlu, C. (2004). Hepimiz Popüler Kültür İnsanıyız. *Şubat*(Popüler Kültür Eki).
- Mutlu, E. (2001). Popüler Kültürü Eleştirmek. *15*(Doğu Batı Dergisi).
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Tükenen Topluma Dönüşümü*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Ö. Demir, M. A. (2005). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. Ankara: Adres Yayınları.

Özbek, M. (2003). *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Schudson, M. (1987). The New Validation of Popular Culture: Sense and Sentimentality in Academia. *Critical Studies in Mass Communication*. içinde

Storey, J. (1996). *Cultural Studies and The Study of Popular Culture: An Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.

Tunalı, İ. (1979). *Denemeler*. İstanbul: İktisadi Yayınlar.

*Türk Dil Kurumu*. (tarih yok). Ocak 11, 2015 tarihinde [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) adresinden alındı

*Urban Dictionary*. (n.d.). Retrieved Ağustos 15, 2015, from [www.urbandictionary.com](http://www.urbandictionary.com)

*Wikipedia*. (tarih yok). July 24, 2015 tarihinde [en.wikipedia.org](http://en.wikipedia.org) adresinden alındı

*Wikipedia*. (tarih yok). June 05, 2015 tarihinde [tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org) adresinden alındı

Yrd. Doç. Dr. Salih Öztürk, D. Ö. (2005). TÜRKİYE EKONOMİSİNDE 1980 SONRASI YAŞANAN YAPISAL DÖNÜŞÜMLERİN GSMH, DIŞ TİCARET VE DIŞ BORÇLAR BAĞLAMINDA TEORİK BİR DEĞERLENDİRMESİ. *Mevzuat Dergisi*(94).

Zeytinoğlu, E. (1992). *Ekonomik Doktrinler ve Ekonomik Sistemler*. İstanbul: Mim Matbaacılık.