



Ondokuzmayıs Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı

POSTMODERN ESTETİK KOŞULLANMA VE SANATTA TÜKETİM OLGUSU

Hazırlayan:

Yudum GÜNDÜZ

Danışman:

Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN

Doktora Tezi

Samsun, 2015

Ondokuzmayıs Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı

**POSTMODERN ESTETİK KOŞULLANMA VE SANATTA
TÜKETİM OLGUSU**

Hazırlayan:

Yudum GÜNDÜZ

Danışman:

Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN

Doktora Tezi

Samsun, 2015

KABÜL VE ONAY

YUDUM GÜNDÜZ tarafından hazırlanan “POSTMODERN ESTETİK KOŞULLANMA VE SANATTA TÜKETİM OLGUSU” başlıklı bu çalışma 13/ 03/ 2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oy çokluğuyla başarılı bulunarak jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan:

Üye:

Üye:

Üye:

Üye:

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım

/ / 2015

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Hazırladığım Doktora tezinin proje aşamasından sonuçlanmasına kadarki süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet ettiğimi, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlâk ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu taahhüt ederim.

13.03.2015

Yudum GÜNDÜZ

TÜRKÇE ÖZET

Öğrencinin Adı-Soyadı	Yudum Gündüz
Anabilim Dalı	Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı
Danışmanın Adı	Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN
Tezin Adı	POSTMODERN ESTETİK KOŞULLANMA VE SANATTA TÜKETİM OLGUSU

Özet

Postmodern düşünür ve sanatçıların çoğu kez modernizmi eleştiri bombardımanına tuttıkları, modern sanat ve düşün sistemine karşı eleştirel bir tavır sergiledikleri bilinmektedir. Örneğin, postmodern sanatçılar ve sanat eleştirmenleri, modern sanat anlayışına iki önemli eleştiri yöneltmektedirler. Bunlardan birincisi, sanat yapının ‘‘milyon’’u olması, yaşanan durumun kritiğini yaparak, çıkış yolu araması ve geçmişle barışık bir ‘‘yeni’’yi kurma girişimidir. İkinci eleştirisi ise; oran, güzellik, aşkınlık, biriciklik gibi kriterlerin geçerli olduğu modern sanatın seçkinciliğidir. Çünkü, postmodern sanat anlayışına göre bu iki durumun varlığı sanatın alanını kısıtlayacak ve daraltacaktır. Bu yüzden, postmodern sanatta çok kesin kurallardan ve kıstaslardan bahsetmek zordur ve bu durum estetik kurallarının ters yüz edildiğinin de bir nevi göstergesidir. Nitekim; estetik değerlerinin gelip geçici, popülist ve eklektik bir yapı üzerine kuran postmodern sanatın, bazı uygulamaları ‘‘kalıcılık’’tan yoksun bir sanatsal anlayışa zemin hazırlamıştır. Öte yandan, kültür endüstrisi üreticileri tarafından, ‘‘popüler kültür’’, ‘‘kitle kültürü’’, ‘‘yaşam stili’’ ve ‘‘tüketim’’ kavramları bilinçli bir şekilde gerçek anlamları dışına taşırılarak topluma lanse edilmiş, bu sayede tüketim çılığını bir toplum oluşturulurken o toplumunun estetik değer ölçütlerinin zayıflamasını da beraberinde getirmiştir. Nitekim, ‘‘küresel piyasaya’’nın sanattaki kolu olan sanat piyasası belirleyenleri (galeriler, bienaller, küratörler, kurum ve kuruluşlar, sanat eleştirmenleri, koleksiyonerler) ve medya kendi finansal çıkarları doğrultusunda sanat ve sanatçının hareket alanına müdahale etmiştir. Bu durum; sanat piyasasının oluşturduğu bu organize yapının tercihlerinin sanat ortamını/sanatçıyı şekillendirme

konusunda tasdikleyici ve yönlendirici bir güç kazanmasına, sanatın ideolojik dokusunda tahribatlara yol açmasına neden olmuştur. Ayrıca, bu organize yapının dinamik ve ilgi çekici olabilmesi için, sanat piyasasında var olan sürekli bir “yeni” arayışı, sanatı, hızlı bir sanatsal tüketime de götürürken sanatçıyı ise üretime motive eden ve sanatsal pratiklerine yön veren bir uyarandır. Uzmanlardan çok, sermaye sahiplerinin tercih ve zevklerinin baskın olduğu bu piyasa ortamı, sanattaki teknik özelliklerin önemini kaybetmesi paralelinde sanatın değerlendirilmesinin sınırlı bir kitlenin inisiyatifine bırakılmasıyla sonuçlanan bir yapının oluşumuna kaynaklık etmiştir. Tabii ki de bu süreçte sanata yatırım değeri, sanatçının şöhreti, itibar getirisi, sansasyon gücü gibi daha değişken faktörler de göz önünde bulundurulmuştur.

Bu noktada piyasa belirleyenlerinin, sanatta finansallaşmaya öncelik vererek, kendi “estetik anlayışı” doğrultusunda sanat piyasasında neyin sanat neyin sanat olmadığına ilişkin değer yargıları oluşturduklarını söylemek mümkündür. Nitekim, sanatın hareket alanına yapılan bu müdahale eş zamanlı olarak sanatçının da sanatsal pratiklerine yönelik bir saldırı niteliği taşımıştır. Öte yandan, modern sanatın aksine yüksek sanat terimi dışlanarak, gündelik olan yüceltilerek modernizmin barındırdığı tüm sanatsal terimler alaşağı edilmiştir. Dolayısıyla, bu durum yüksek sanat ve düşük sanat arasındaki sınırları ortadan kaldırmış ve buda sanatsal beğenide nitel özelliklerin eskisi gibi önemle olmadığı sorunsalını ortaya çıkarmıştır.

Özetlemek gerekirse yapılan bu çalışma, popüler ve gelip geçici bir estetik anlayış barındıran postmodern sanatın, yaşamı yansıtma kaygısının yanında, postmodern politikanın en önemli araçlarından biri olmakla birlikte kapitalist ekonomi politikası’nın sanatsal bir kolu olan “sanat piyasası belirleyenleri” ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle hız kazanmış kitle iletişim araçlarından biri olan “medya” gibi uyarınların/değişkenlerin, sanat piyasasının baş aktörleri arasına katılarak, sanat ve sanatçının hareket alanına müdahalesi doğrultusunda varoluş nedeni kendisi olan bir takım sanatsal değerler yarattığının tespiti üzerinedir.

Anahtar Sözcükler: Postmodernizm, Postmodern Sanat/ Sanatçı, Postmodern Estetik, Postmodern Uyarınlar/Değişkenler, Tüketim, Sanatsal Tüketim

ENGLISH ABSTRACT

Student's Name and Surname	Yudum GÜNDÜZ
Department's Name	Department of Fine Arts Education
Name of the Supervisor	Prof. Ata Yakup KAPTAN
Name of the Thesis	Postmodern Aesthetic Conditioning and the Concept of Consumption in Art

Abstract

It is known that postmodern thinkers and artists have bombarded modernism with criticism and also demonstrated a very critical stand against modernist art and thinking system. For instance, postmodern artists and art critics directed two significant main criticism against the modernist art approach. The first one of these is the idea of a piece of art's having a "mission", and by making a critique on the current situation, its searching for a way of escape and it's initiative to found a "new" which is distracted from the past. Their second criticism is the elitism of modern art which includes criterias such as ratio, beauty, extremism, and uniqueness. Because according to the postmodern art approach, these two conditions would limit and narrow the field of art. That is the reason it is really difficult to discuss sharp rules and criterias in postmodern art, and this situation is actually the sign that aesthetic rules are made upside down. As a consequence, postmodern art, which is founded upon a temporary, populist and eclectic structure of aesthetic values, paved the way to an art approach that is deprived of "permanency".

Including the viewer to the process and having no criticism or stance, and by demonstrating momenteous inventions, postmodern art caused to make people live new aesthetic experiences. Thus, it would be inevitable to state that postmodern aesthetic has an idea of superficiality with temporary terms.

On the other hand, the concepts "popular culture", "mass culture", "life style" and "consumption" were consciously transferred into new meanings and announced to the public by the producers of the culture industry. By this way, while creating a society of consumption madness, it helped to weaken the aesthetic values of that society as well. The determiners of art market (galleries, biennals, curators, institutions and corporations, art critics and collectors), which is the arm of "global market" in art and media intervened to the field of art and the artist for its own financial gains. This situation led to tahrabats on the ideological structure of art, by the choices this organized structure of the art market and its gaining manipulative and tasdikleyici power on shaping the art environment and the artist. Moreover, the search for the "new" of this organized structure in art so as to make it more attractive and dynamic, directed the society towards a fast artistic consumption while motivating the artist to production and led the art practices by its being a stimulant. This created a condition where the choices and pleasures of capital owners, instead of the experts, became a dominant figure in the market field, the technical features of art lost its importance, and left the evaluation of art to the hands a very limited amount of people. During this process it is certain that other variables and factors such as the value to make investments for art, the popularity of the artist, what the fame brings and the power of sensation are also taken into consideration.

In this respect, one can say that the market determiners could create values about what art is which prioritizes an "aesthetic approach" that gives importance to the financialization in art. As a result, this intervention being done to the movement territory of art also meant an attack to the art practices of the artist. On the other hand, in the postmodern era, while the concept of high art was considered as elitist, exclusionist, and unachievable, everything apart from the daily life was distanced from art at a time when it is central for the postmodern art. This also made the borders between the low art and high art, or high art audience and low art audience almost invisible. After the qualitative features of art lost its significance, there began a standardization and industrialization on cultural and art pieces. Now the important thing was not only to escape from the responsibilities of daily life through the creation of the

"entertainment business culture", but also to enjoy the spare time, have fun, and momentous pleasure.

In this study it is stated that besides from the worry of the postmodern art to reflect life, the existence of a popular, momentary pleasure and a temporary aesthetic approach were to be taken into account while the "art market determiners", which are considered the most important tools of the postmodern politics, has paced itself with the help of communication technologies, and as a means of mass communication the stimulators/variables such as "media" has joined the forces of art market's main actors, and finally by intervening to the working field of art and the artist, all of these powers brought about some specific artistic values which has taken its meaning existence from their benefits and choices.

Key Words: Postmodernism, Postmodern Art/ Artist, Postmodern Aesthetics, Postmodern Stimulators/Variables, Consumption, Art Consumption

ÖNSÖZ

Gündelik yaşam ve sanat arasında bulunan sınırın ortan kalktığı postmodern sanatta, tüm kodların bir araya getirilerek harmanlanması ve “eklektisizmi” desteklemekte olan melez bir üslup, öykünme kabul edilir hale gelmiştir. Bu sayede sanat üreticisinin eskiden sahip olduğu özgün hali ve dehası göze giremez olmuş, bunların yerine sanatta kendini sığ bir şekilde tekrar eden metasal özellikler baş göstermiştir. Bu süreç boyunca “sanat piyasası belirleyenleri” ve kendisinin yönettiği en önemli kitle yönlendirici gücü olan “medya”, yarattığı yapı ve söylemler vasıtasıyla sanata ve sanatçının hareket alanına müdahil olmuş ve bu vesileyle sanat piyasasının üzerinde karar veren bir temel merci konumunu kazanmıştır.

Modernist ve Postmodernist ortamı ifade eden kavramları zıtlık ikilemi içerisinde topluca ifade etmek gerekirse; “tutarlılık/belirsizlik”, “özgünlük/melezlik”, “bütüncül/eklektik”, “kuralcılık/kuralsızlık”, “derinlik/yüzeysellik”, “ikonografik yaklaşım/formalist yaklaşım”, “disipliner yaklaşım/etkileşimsiz yaklaşım”, “eleştirel diyalektik/sorgusuz kabul”, “ulusalcı yaklaşım/öykünmecilik”, “üretim/tüketim”, “klasizm/uçuculuk”, “tanımlabilirlik/tanımsızlık” şeklinde konsantre etmemiz mümkündür (Kılıç, 2011: 117). Geçilmekte olan nokta da, Postmodern sanatın yapısındaki kaotiklik ve karmaşıklık, sahip olduğu estetikliği, kendisine has yüzeyselliği çerçevesinde ele almamız bakımından önemli bir alan yaratabilir. Bu sebepten ötürüdür ki; tüm bu kavramların postmodernizm içindeki sınırlarına hasıl olmak ve kullandığı yöntemleri bu sınırların içsel dinamikleri bazında çözümlenmelerini yaparak mücadele yolunu ortaya koymak gerekir. Aynı sebepten ötürü, bir yandan postmodernizmin barındırdığı ikilemleri birbirinden ayrı şekilde çözümleri için uğraşırken, öte yandan onun her akım veya olguyla benzer şekilde sürecini tamamlamaya mecbur olduğunu hatırlamak ve konuyu bu çeşitte bir elastikiyet ve sağduyuyla ele alınmak zorunda kalınmıştır.

Tüm bunlardan ötürü “Postmodern Estetik Koşullanma ve Sanatta Tüketim Olgusu” adlı bu tez çalışmasında, Postmodern yapıda bulunan kaotik yapı ve barındırdığı iç dinamizm vesilesiyle geçici bir estetik üzerine temel kurmuş olan Postmodern sanat, sanatın eskiden barındırdığı “kalıcılık” misyonunu terk etmiş, hızlı bir şekilde

tüketilmeyi arzulayan bir anlayış içerisinde betimlenmiştir. Bu bağlam içerisinde bakıldığında, tıpkı diğer birçok geç dönem kapitalist yapılar gibi, çoğu postmodern sanat ürünlerinin uzun vadede kalıcı olmamasının sebeplerinin sorgulanmasının yanı sıra, bu süreçte sanatı ve sanatçının hareket alanının içinde yer alıp, onu şekillendiren uyaranların/değişkenlerin de ele alınmasının gerekliliği önem arz etmektedir.

Araştırmanın bu derece zorlu bir şekilde kavranabilmesi, çalışma sürecini her ne kadar sıkıntılı bir atmosfere itsede, diğer yandan hem keyifli hem de heyecanlı bir yapının sürdürmesini olanaklı kılmıştır.

Uzun ve titiz bir araştırma sürecinin ürünü bu çalışmanın şekillenmesinde, yazdığım metin taslaklarını eleştirel yaklaşımlarıyla defalarca okuyup düzelten, sadece ilgi ve desteğiyle değil, yaratıcı fikirleriyle çalışmanın gelişimine etki eden, bana ve çalışmaya olan güvenini ve desteğini her zaman koruyan değerli hocam Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN'a, çalışma sürecinin her aşamasına tanıklık eden, fikirleriyle araştırmama ışık tutan değerli Yrd. Doç. Engin Delice ve Doç. Dr. Ali Tomak'a, sevgili meslektaşım Dilara Karakaş ve eşim Erman Gündüz'e, araştırmalarım sırasında her türlü özveriye gösteren aileme bütün içtenliğimle teşekkürlerimi sunarım.

Yudum GÜNDÜZ

Samsun, 2015

İÇİNDEKİLER

Özet.....	1
Abstract	iii
Önsöz	vi
İçindekiler	viii
Tablo Listesi.....	xii
Resim Listesi.....	xii

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1. Problem.....	2
2. Araştırmanın Amacı.....	3
3. Araştırmanın Önemi.....	4
4. Varsayımlar.....	4
5. Sınırlılıklar.....	4
6. Yöntem.....	4
7. Tanımlar.....	5

İKİNCİ BÖLÜM

BÜYÜK ANLATILARIN SONU OLARAK POSTMODERN SANAT

2.1 Büyük Anlatı olarak Modernizm.....	7
2.2 Yapısal Bağlamda Modernizmden Postmodernizme Genel Bir Bakış.....	9
2.3 Güncelleşmiş Avangard Hareket: Postmodern Sanat.....	16

2.3.1 Postmodernizmin Eklektik ve Çoğulcu Yapısı.....	24
2.4 Düşünsel Gelişim Paralelinde Sanatta Değişim.....	29
2.4.1 Kavramsal Sanat.....	29
2.4.2 Oluşumlar (Happening).....	31
2.4.3 Fluxus.....	33
2.4.4 Beden Sanatı.....	34
2.4.5 Video.....	37
2.4.6 Arazi Sanatı.....	39
2.4.7 Kiç.....	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ESTETİĞİN POSTMODERN TEORİDEKİ YERİ

3.1 Estetik Nedir?.....	49
3.2 Yitirilen Bir Estetik Değer: Yüce.....	52
3.3 Anti-Güzel'e Dönüşen Anlayış: Anti – Estetik.....	54
3.4 Trans Estetik.....	59
3.5 Modern Estetik Anlayışına Radikal Bir Eleştirisi: Postmodern Estetik.....	62
3.5.1 Sanatta Değişen Varlık Kategorisi: <i>Kalıcılık</i>	62
3.5.2 Geçici Olanın Estetiği.....	64
3.6 Estetik Yaklaşımlar.....	67
3.6.1 Sanatçı Odaklı Yaklaşım.....	68
3.6.2 Eser (Yapıt) Odaklı Yaklaşım.....	69
3.6.3 Toplum Odaklı Yaklaşım.....	71
3.6.4 İzleyici (Alımlayıcı) Odaklı Yaklaşım.....	72
3.6.4.1 Geleneksel Yorum Anlayışına Bir Tepki: Alımlama Estetiği.....	72

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

POSTMODERN PERSPEKTİFTE “TÜKETİM TOPLUMU”

4.1 Tüketim Kavramına Terminolojik Yaklaşım.....	77
4.2 Postmodern Toplum Yapısındaki Değişim.....	78
4.2.1 Parçalanmış ve Paradokssal Birleşme.....	82
4.2.2 Üretim ve Tüketimin Yer Değiştirmesi.....	84
4.2.3 Öznenin Merkezleştirilmesi.....	87
4.2.4 Üst Gerçeklik.....	88
4.3 Postmodern Tüketim Toplumunu Oluşturan Temel Dinamikler.....	89
4.3.1 Popüler Kültür.....	90
4.3.2 Kitle Kültürü.....	94
4.3.3 Gündelik Hayatın Estetikleşmesi.....	95
4.3.3.1 “Yaşam Biçimi”nin Estetikleşmesi.....	96
4.3.3.2 Estetize Edilen “Nesne”.....	97

BEŞİNCİ BÖLÜM

POSTMODERN ESTETİK KOŞULLAYANLAR PARALELİNDE SANATA TÜKETİMSEL MÜDAHALE

5.1 Postmodern Estetik Değişkenler/Uyaranlar.....	99
5.1.1 Sanat Piyasası.....	102
5.1.1.1 Piyasanın Belirleyenleri.....	102
5.1.1.1.1 Galeriler.....	103
5.1.1.1.2 Kurum ve Kuruluşlar.....	105
5.1.1.1.2.1 Bir Prestij Aracı Olarak Sanat.....	107
5.1.1.1.2.2 Hazır Egemenlik Kaynağı: <i>Sanat Ödülleri</i>	108
5.1.1.1.3 Bienaller.....	109

5.1.1.1.4 Küratörler	110
5.1.1.1.5 Koleksiyonerlik.....	111
5.1.1.1.6 Sanat Eleştirmenleri.....	113
5.1.1.2 Piyasa Oyuncusu Olarak Sanatçının Pazar Odaklı Performansı.....	115
5.1.1.2.1 Piyasa Sanatçısı'nın Söylemi: ‘‘Ne �retirsem T�k�tilirim?’’	115
5.1.1.2.2 Sanatçının Markalaşma �abası.....	117
5.1.1.2.3 Sanat Alımlayıcısı (İzleyicisi) ve Sanatçı İlişkisi.....	121
5.1.2 Medya.....	122

ALTINCI BÖLÜM

Sonuç	123
KAYNAKÇA.....	129

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Posmodern Sanatın Alt Kavramları

RESİM LİSTESİ

- Resim 1: Sigmar Polke, Bikini Frauen, 1999
Resim 2: Pablo Picasso, Guernica, 1937
Resim 3: Bernard Pras, Guernica, Karışık Teknik, 2010
Resim 4: Alan Kaprow, 6 Bölüm de 18 Oluşum, 1959
Resim 5: Claes Old Scene from Nekropolis II, 1961
Resim 6: Geroge Maciunas, Fluxsho, 1964
Resim 7: Ayin sırasında dans eden Aborijin
Resim 8: Afrika kültürüne ait beden görüntüleri
Resim 9: Marina Abramoviç, Ritim, 1973
Resim 10: Paik, Global Groove Videosun'dan bir parça
Resim 11: Paik, Global Groove Videosun'dan bir parça
Resim 12: Dennis Oppenheim, Directed Seeding Wheat, 1969
Resim 13: Robert Smithson, Sarmal Dalgakıran, 1969
Resim 14: Jeff Koons, Hanging Heart, 2006
Resim 15: Koons, Vacuums, 1981
Resim 16: Jeff Koons, Balloon Dogs
Resim 17: Jeff Koons, Pink Panther,
Resim 18: Marcel Duchamp, “Şişe Tutacağı”, 1914
Resim 19: Mondrian, White on White, 1918. Museum of Modern Art, New York
Resim 20: Bitkisel pastil markası “Ricola” ambalaj tasarımı
Resim 21: Marcel Duchamp, Fountain, 1917
Resim 22: Fatih Balcı, Gazete İlanı
Resim 23: Tracey Emin, My Bed, 1998
Resim 24: Tracey Emin, International Woman Suitcase
Resim 25: Tracey Emin Everyone I have ever slept with, 1995
Resim 26: Damien Hirst, Jumping the Shark , 2012

Resim 27: Hirst, A Thousand Years, 2012

Resim 28: Jeff Koons, Stacked, 1988

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Modernizm sadece rasyonellik ve bilimi temel alan dünya görüşüne dayanmaz, aynı zamanda bu görüşü “Endüstri Devrimi”nin getirdiği yeniliklerle harmanlayarak gelenekten geleni, yeni ile değiştirerek kendisine devamlı anlam katan bir fikri anlatmaktır. Batılı devletler gelişmemiş ülkeleri bir yandan kendisine bağımlı hale getirirken, bir yandan da yöresel ve bölgesel değerlerin gücünü düşürerek, hem artık küreselleşmeye başlayan ekonominin hem de dünya görüşünün merkezi olmuşlardır. Zaten sanayi devrimi ile aydınlanma vasıtasıyla yeni bir forma bürünen dünya görüşü aynı zamanda modernist sanat eğilimlerinin gelişimine de yol açmıştı. Tabii bir şekilde, hep geleceğe yönelen bir modernizm düşüncesi kültür ve tarihin de anlamını kaybetmesini de yanında getirmiştir. Fakat tam bu dönemlerde yaşanan iki büyük dünya savaşı modernizme karşı duyulan inancı kökünden sarsmıştır. Bu durum, en belirgin şekilde 1960’lı yıllardan itibaren Avrupa kültürel hayatında görülen bir takım değişimlerle fark edilmektedir. Ve bu süreçte endüstri devrimi vasıtasıyla yeniden şekillenen Batı’nın kimlik özellikleri değişmeye başlamış ve bunun sonucunda toplumsal, dinsel ve kültürel alanlarda yeni anlayışlar filizlenmeye başlamıştır.

Zamanında Efenos Herakleitos’un ortaya koyduğu “panta rei” (her şey akar)” (http://www.felsefe.gen.tr/herakleitos_kimdir.asp) ilkesi kültür tarihinden bakıldığında belki de postmodern koşulu en iyi şekilde ifade eden anlatım biçimidir. Tüm bu anlayış ve değişimler gerçekleşirken sanatsal farklılıkların da ortaya çıkması kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu açıdan, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında değişen bilim ve felsefe alanları, sanat ve sanatçı biçiminin değişimine de yol açmıştır. Bu dönemde temel olarak Duchamp’ın sanatı estetiksel değerlerden izole ederek, arı bir hale getirilmesini desteklemesi ve sanatın estetik deneyimin bir yansıması ve aracı olmadığını savunması, estetiğe yepyeni bir değerlendirme getirilmesine öncülük etmiştir.

Postmodern düşünce teknoloji vasıtasıyla objektif hale dönen sanata, doğadan ve geçmişten ayrılmaya başlayan sanatsal yaklaşıma karşıt bir ifadeyi barındırmaktadır.

Nitekim bu düşünce dünyası doğa ile birey arasındaki bağlantıyı sağlamlaştırmakta ve bir alanda özelleşmektense, disiplinlerarası bir varoluşun ne derece önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Postmodern sanatın kendi ürünlerini çokkültürlü bir dünyanın çeşitliliği ile harmanlayarak ve globalleşen dünyanın getirdiği kitle iletişim ve bilişim çağına ait teknik özellikleri yeniden forma sokması ve yepyeni bir “düşün ürünü” halinde karşımıza çıkması da bunun göstergelerindendir ve tüm bunların ışığında postmodernizmin, eski sanatsal kuramlarda ön bir koşulmuş gibi sunulan sanatın ancak sanatçı tarafından icra edilen bir ürün olabileceği fikrine karşıt bir şekilde, izleyici onunla birlikte sanatın ilk defa oluşum sürecine dahil olmuştur. Zira bu süreç, kitlesel iletişim ve bilişimin ortaya çıkardığı farklı teknik ve kültürel biçemlerin ard arda birbirine eklenmesi vasıtasıyla oluşan bir söylem içerisinde ve fikirsel çeşitlilik vasıtasıyla çözümlenmektedir. Denilebilir ki, postmodernizmin öncülüğünde ortaya çıkan melez kültürün zeminini oluşturan temel öge aslında İkinci Dünya Savaşı’dır. Çünkü, bu savaştan sonra oluşan postmodern toplum ve tüketim toplumu bu post endüstriyel dönemde kendisine zemin bulmuştur. İşte tüm bu değişimlerin ışığında, Postmodern politikalar, sosyo-kültürel ortamlardaki farklılıkları yaratmış, bunun sonucunda sanatı, sanatçıyı ve onların yarattığı ürüne de kaçınılmaz olarak önemli etkilerde bulunmuştur.

1.1. Problem

Küreselleşmeci sanat özetle popüler kültürden, gelip geçici olandan beslenir ve sanatı modernizmin ideallerinden popüler olana, yerele, gelip geçici olana, kiç’e indirgemıştır. Her şeyin çok çabuk tüketildiği günümüzde, sanatın da çabuk tüketilen bir konuma gelmesi şaşırılacak bir sonuç olarak görülmemektedir. Estetik değer ve özgünlük sanatının sorunu olmaktan çıkmıştır.

Sanatsal estetiğin popülist çerçevede şekillenmesini önemseyen postmodern estetik anlayış açısından kitle ve kitle beğenisi, sanatsal bir estetik oluşum sürecinde oldukça önemlidir. Bu nedenle, ileriye dair tüm tüketim planları yapılan bir toplumda, sanatın

“kalıcı” bir misyonunun olması olası bir durum değildir. Dahası, Postmodern süreçte sanatın yaşamı yansıtmaya kaygısı onu dinamik bir yapı içerisine almış, izleyici karşısında anlık etki bırakma misyonunu yüklenmesine sebep olmuştur. Ortaya konulan bu tablo, postmodern çağda “kalıcılık” ölçütünden yoksun hızlı bir şekilde tüketilen, tüketilmek için üretilen bir yapının varlığının göstergesidir. Bu doğrultuda tüketim toplumu olarak bilinen ve sürekli “yeni” arayışında olan postmodern toplumlar da, içerisinde barındırdığı bir endüstriyel kapitalist güç olan pazar piyasasının ve sanatı popülist bir çerçeveye taşıyan marka, medya gibi sosyo-kültürel faktörlerin estetik algı oluşumunda ki yönlendirici etkisi tartışılmaz. Sanat piyasasının bu belirleyenleri kendi çıkaraları doğrultusunda neyin sanat olduğu yargısında bulunan ve hatta sanatı tüketime koşullarken sanatçıyı da hem üretime hem de tüketilmeye koşullayan birer değişken/uyaran konumundadır. Gelinek noktada, çoğu postmodern sanat eseri kültürel tüketim objeleri olarak karşımıza çıkmış, ve seyredende güçlü etkiler bırakmayıp, alınan hazzın, anlık etkileşimlerin dışına taşmayan geçici bir sanatsal pratik olarak ele alınmıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Özellikle plastik sanatlar ortamında estetik arayışlar açısından bakıldığında postmodernizm olgusunu ve onun tüm açılımlarını çözümlenmeye, bunları daha ileri noktalara taşımaya hizmet eden postmodern teoriyi, estetik edimleri etkileme potansiyelleri açısından incelemek, çalışmanın amacını oluşturur.

Çalışmanın amacını; “Postmodern süreç içerisinde plastik sanatlar ortamı estetik arayışlar açısından bakıldığında yaşamı yansıtmaya, aynı zamanda dinamik yapısı nedeniyle geçici (ephemerality) bir sanatsal estetik anlayışın doğmasına neden olacaktır. Bu bağlam içerisinde değerlendirildiğinde tıpkı diğer birçok geç dönem kapitalist teşebbüsler gibi, çoğu postmodern sanat ürünü uzun vadede kalıcı olmaması nedenlerinin sorgulanmasının yanı sıra bu süreç içerisinde sanatı ve sanatçının hareket alanına forma sokan uyaranların/ değişkenlerin ele alınmasının gerekliliği” teşkil etmektedir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu çalışma iki açıdan önem taşımaktadır, birincisi; postmodern estetiğin neden gelip geçici olduğunu sorgulamak ve aynı önemde olmakla birlikte ikincisi ise; sanatın/sanatçının hareket bölgesine alınmış sanat piyasası uyarıları/değişkenleri varlığında, sanata yönelik olan tüketimsel müdahalenin tespitinin açığa çıkarılması, ve bu paralelde postmodern süreçte “kalıcılık”tan uzak bir sanatsal anlayışın varlığının tespiti ve yorumlanmasıdır.

1.4. Varsayımlar

Çalışmaya baz alınan genel sayılılar, postmodern sanatın hareket bölgesine müdahalede bulunan postmodern estetik uyarılar/değişkenlerin varlığında sanata yönelik tüketimsel müdahale ve farklılaşan sanat/sanatçı biçemi, sanatçının yaratım sürecine dahil olan izleyicinin/alımlayıcının sanat piyasası belirleyenleri içerisindeki konumu olarak belirtilebilir.

1.5. Sınırlılıklar

Yaptığımız bu çalışma, kuramsal-analitik bir özellik sergilediğinden dolayı, ilgili konuların açılımlarını destekleyecek literatür çalışması vasıtasıyla yapılandırılacaktır. Çalışma tespit ve inceleme karakterinde başlayıp çözümleme süreçleriyle son bulacaktır. Çalışma da her ne kadar 1960 sonrası postmodern sanat ile sınırlandırılmış olsa da modernist yapısından dolayı, modern, modernizm, modern sanat/estetik gibi kavramlara da değinilmiş; karşılıklı yönler ve görüşler ele alınmıştır. Bu süreçte Postmodernizm, Postmodern sanat, Tüketim, Postmodern Tüketim Toplumu, Postmodern estetik, Koşullanma, kavramları çalışma içerisinde, konusunun yeniliği, yönelimi ve saptamalarının gerçekliliği için mevcut literatürün sağlayabileceği temel destekler kullanılmıştır.

1.6. Yöntem

“Postmodern estetik koşullanma ve sanatta tüketim olgusu” konulu bu çalışma, literatür taramasına dayalı, kuramsal kapsam içerisinde altyapısı heterojen verileri olan kitap, makale ve diğer yayınlara ait “postmodernite, postmodern sanat, postmodern kültür, tüketim, tüketim kültürü, postmodern tüketim kültürü, estetik, postmodern estetik, sanat piyasası, postmodern sanatçı” başlıkları içinden sağlanmıştır. Literatür taramasına dayalı kuramsal yöntemle analiz edilerek veriler elde edilmesi söz konusu olmuştur.

1.7. Tanımlar

Eklektisist: Eklektisizm anlayışı doğrultusunda üretilmiş yapıtları bu anlayışla çalışan sanatçıları niteler(Sözen&Tanyeli, 2011: 96).

Eklektik: Sanatta tümüyle özgün nitelikte olmayan, başka üslup, akım, çağ, uygarlık ya da kişilerden devşirilmiş biçim öğeleri ya da görüşlerde yeni birleşim yaratmayı deneyen davranışları, bu davranışlar doğrultusunda gerçekleştirilmiş yapıtları ve bu anlayışa sahip sanatçıları niteler (Sözen&Tanyeli, 2011: 95).

Kolaj: Dadacılarca yaratılmış bir resim sanatı tekniği. Elde mevcut her tür basılı, çizili ya da fotografik malzemenin bir yüzey üzerine yeni bir kompozisyon oluşturacak düzende yapıştırılmasıyla elde edilir. Böylelikle, kendileri sanatsal nitelikte olmayan çeşitli malzemeler, yalnızca yeni bir kompozisyon oluşturmak için kullanılmaları sayesinde bir sanat yapıtı meydana getirirler. Bu durumda sanatsal üretim süreci, sadece bir kompoze etme etkinliğine indirgenmiş olur (Sözen&Tanyeli, 2011: 172).

Meta: Üretici tarafından, tüketilmek veya kullanılmak için değil de pazarda mücadele amacıyla üretilmiş olan nesne ya da hizmet; insanın üretim etkinliğinden doğduktan sonra mübadele alanına giren ürün (Cevizci, 2003: 264).

Pastij: Çeşitli kökenlerden gelen parçaların, ya aynen ya da kopya edilerek kullanıp, bir bütün içinde eritmeksizin, özgün bir sanat türünü oluşturmadan bir araya getirilmeleri. Pastiş, böylesi temelsiz, gelişigüzel bir seçmeci tutumu nitelenecek için, özellikle resim sanatında kötuleyici anlamda kullanılır (Sözen&Tanyeli, 2011: 240).

Parodi: belli sanat tarzını, bir şahsı veya belli bir grubu taklit ederek, onun gülünç veya abartılı yanlarını ön plana çıkartmak ve abartmak yoluyla eleştirmeyi ya da sadece güldürmeyi amaçlayan bir eser ortaya koymayı hedefleyen sanat dalıdır. (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Parodi>)

Postmodern Toplum: Bilgisayar, enformasyon, bilimsel bilgi, ileri teknoloji ve benzeri öğelerle belirlenen toplum türü. Her şeyden önce, teknolojinin yarattığı imajların ve bilgi çağının toplumu, kontrolü bilgisayarlar ve teknokratlar tarafından yönlendirilen toplum.

İhtiyaçların da teknokratlar tarafından yaratıldığı bu toplumda, bireyler kamu gücünün etkisiyle etkisizleştirilmişlerdir. Öte yandan Postmodern toplumda, belirleyici öğeler, kişisel hoş görü, arzu ve tüketici bir kitlenin varlığıdır. Tüketim kaygılarının eşitlik ilkesinin önüne geçtiği bu toplum da, tüketim doruk noktasına ulaşmıştır. Yine, Postmodern toplumun tercihlerin de Batı söz sahibi olup, yönlendirici güç medya ve iletişim ağıdır (Cevizci, 2003: 327).

Sanat alıcısı: 1.Sanat eseri alan kimsedir. 2. Sanat alıcısı terimi, sanat tüketicisi, İzleyicisi anlamında da kullanılmaktadır (Keser, 2005).

Sanat taciri: Sanat alanında iş yapan; sanatçının çalışmalarını çeşitli pazarlama cabaları ile satmaya çalışan ve bu şekilde sanatçıyı destekleyen kimsedir (Keser, 2005).

Yüce: Tüm varlıkların ve kavramların üstünde olan, kendisine saygı ve hayranlık duyulan yapı (Cevizci, 2003: 430).

İKİNCİ BÖLÜM

BÜYÜK ANLATILARIN SONU OLARAK POSTMODERN SANAT

2.1 Büyük Anlatı Olarak Modernizm

Modern kelimesi Latince “*modernus*” kelimesinden türetilmiştir. Modernus ise Latince “*Modo*”dan türemiş ve anlamı “*hemen şimdi*” demektir. Latince “*Modernus*” kelimesi ilk defa 5.yy da ortaya çıkmış, Hristiyan dünyasını Romalı ve Pagan geçmişten ayırmak için kullanılmıştır”(Habermas, 1994: 31). İçeriği sürekli değişen bu sözcük “gerek antik çağla kendisi arasında bir ilişki kuran dönemlerin, gerekse kendini eski’den yeni’ye bir geçişin sonucu” (Habermas, 1994: 3) olarak görenlerin bilincini dile getirmiştir.

“Düşünüyorum o halde varım” söylemiyle yola çıkan yeniye geçişin önemli temsilcilerinden Descartes, bilginin kaynağının; “ben”, Tanrıbilim konusunda temel yetkinin ise kilise olduğuna inanır. Böylece bu iki alanı (felsefe ve Tanrıbilim) birbirinden ayırarak dinin sorgulanmasının da önünü açmıştır. “Bunun sanattaki yansımaları ise dinsel konuların yerini gitgide dünyevi (dindışı) konulara bırakması şeklinde belirlemiştir. Zira sanatın dünyevileşmeye başlaması, Rönesans’tan beri hissedilen bir durumdur. Batı toplumlarında 17. yüzyıldan sonra bu durum iyice su yüzüne çıkmış, 19. yüzyılla birlikte dinden köklü bir kopuş gerçekleşmiştir. 19.yy’da dinsel olana ilişkin ilk eleştirileri getiren Feuerbach, Marx ve Nietzsche gibi düşünürlerin bu kopuşa etkisi göz ardı edilemez. Ayrıca, burjuvanın, gelenekleri ve değer yargılarını yerle bir etmesi, Kant’ın ise, estetikten sanata, dinden bilime kadar her alanın kendi sınırlarının belirlenmesi gerekliliğine olan inancı bu kopuşu destekler nitelikte olmuştur. Yılmaz’a göre bu “bir anlamda bu taşların yeniden dizilmesi için gerekli bir çözümlenme ve ayrıştırma hareketiydi” (Yılmaz, 2006: 14). Bu çerçevede bakılacak olursa Clement Greenberg, Modernizm’i şu şekilde tanımlamıştır:

“Modernizm, sanat ve edebiyattan ibaret değildir.(...) tarihsel bir yenilik olduğu da ortada. Batı uygarlığı, dönüp kendi temellerini sorgulayan ilk uygarlık değilse de, bu işi en ileri noktalara götürmüş uygarlıktır. Ben Modernizm’i, Kant’la

başlayan bir özeleştirme eğilimin şiddetlenmesi, hatta azgınlaşması olarak görüyorum” (Greenberg, 1997: 357).

Buna karşılık Arnold Hauser, başlangıcın Kant ile değil Baudelaire ile filizlendiğini “kuşku yok ki! Modernizm, Baudelaire’le başlar ve O’nunla birlikte; mevcut düzene ve geleneğe başkaldırı olarak anlaşılır” (Baudelaire, 2003: 9) şeklinde ifade etmiştir. Modern sözcüğünün bugünkü kavrama gelme süreci 1789 Fransız Devrimi ile başlayan ve I. Dünya Savaşı sonuna kadar geçen ve “demokratik ve endüstriyel devrimin” başlangıcı olan “Modern Çağ”, Batı uygarlığının sadece ekonomik açıdan değil, siyasi ve sosyal açıdan da egemenliğini sürdürdüğü bir süreç olmuştur.

Siyasal iktidarın bu dönemdeki en büyük engeli, Hristiyanlığa ya da Tanrı’ya bağlanan inanç sistemi olmuştur. Batılı ileri gelenlerin, aydınlanmayı; bilimsel ve teknik yönden bir gelişme olarak görüp, geçmişi reddederek; geleceğe yönelmeleri; kültürün geleneksel anlamını yitirmesini de beraberinde getirmiştir. “*What is Enlightenment*” makalesiyle Kant “Aydınlanma, insanın kendi suçu ile düşmüş olduğu bir ergin olmama durumundan kurtulmasıdır. Bu ergin olmayış durumu ise, insanın kendi aklını bir başkasının kılavuzluğuna başvurmaksızın kullanamayışıdır. İşte bu ergin olmayışa insan kendi suçu ile düşmüştür; bunun nedenini de aklın kendisinde değil, fakat aklını başkasının kılavuzluğu ve yardımı olmaksızın kullanmak kararlılığını ve yürekliliğini gösteremeyen insanda aramalıdır. “*Sapare Aude!*” Aklını kendin kullanmak cesaretini göster! Sözü şimdi Aydınlanmanın parolası olmaktadır” (Kant, 1784: 1) söylemiyle aklın ve bilimin egemen olduğu, sürekli ilerleme ve hızlı değişimi ifade eden ve kaderci yaklaşımın terkedilmesini öngören, inanan insan yerine düşünen, sorgulayan insan kavramını getirmeye, tabii olduğu lider ya da Tanrı’dan sıyrılarak “birey” olma gerekliliğinden bahsetmiştir.

Touraine ise, “modernlik fikri toplumun merkezindeki Tanrı’nın yerine bilimi koyarak, dinsel inançlara -en iyi olasılıkla- ancak özel yaşam dahilinde bırakır” (1994: 23) diyerek, bahsedilen bu duruma işaret eder ve Tanrı iradesi yerine insan aklı ve iradesini koyar. Bu çerçevede “bir aydınlanma projesi olan modernizmde, aydınlanma; insanın özgürleşmesi ve yücelmesi olarak anlamlandırılmıştır. İnsanın özgürleşmesi ise, doğa üzerinde egemen olmasına bağlanmış, bunu sağlayacak temel araç olarak bilim ve

kurama dayandırılmıştır. Bu düşünceye göre, artık insan, doğa bilgilerini yeterince geliştirebilir ve onun üzerinde egemenlik kurabilirdi. Akıl yoluyla dünyayı dahi değiştirebilirdi. Böylece, Klasik Yunan ve Roma döneminden, Orta Çağ'ın sonuna dek geçerliğini sürdüren Tanrı merkezli düşünce; yerini artık insanın merkez olarak alındığı ve aklın önem kazandığı bir düşünceye bırakmıştır” (Şaylan, 2009: 34-195).

Modernitenin diğer akımlardan ayırt edici özelliği, eleştiridir. Modern çağın ilerleme, evrim, devrim, özgürlük, demokrasi gibi temel fikirleri ve kavramları eleştirelilik sonucunda oluşmuştur. 18. yüzyılda akıl, eski rasyonalizmi ve aklın değişmeyen geometrilerini radikal bir şekilde dönüştürdüğü gibi, hem evrenin, hem de kendisinin eleştirisini yaparak, kendisini Tanrı ya da hakikatla özdeşleştiren görkemli inşaları reddetmiş ve akıl bir araştırma metodu haline gelmiştir. Büyük alıntıların, evrensel olan söylemlerin, değişmeyen değer yargılarının var olduğu ve doğrunun tek olduğu görüşünün kabul görmediği bir dönemdir postmodernizm.

Modern bilimi oluşturan ve ayakta tutan en önemli temel taşları olan hakikat, akıl, mutlak gibi olgular sonucunda İlerleme, Aydınlanma, Rasyonellik, Özgürlük, Evrensellik gibi temel kavramlar üzerine kurulan “anlatılar” oluşmuştur. Bu anlatılar küçük ve yalın anlatılardan farklı olarak buyurucu ve mutlakıyetçidirler ve aynı zamanda evrensel bir söylem oldukları iddiasındadırlar.

2.2 Yapısal Bağlamda Modernizmden Postmodernizme Genel Bakış

Çalışmanın bu kısmında modernizmden postmodernizme geçiş süreci ele alınmıştır. Diğer bir ifadeyle, postmodernizmi modernizmden farklı kılan temel kavramlar üzerinde durulmuştur. Bu nedenle Lyotard, Touraine, Baudrillard, Habermas, Featherstone gibi düşünürlerin söylemleri referansa alınmıştır.

Giderek nüfusu artan ve sanayileşen kتلere göç eden insanların yarattığı bir oluşum olan “kitle kültürü”, modern dönemin başlamasıyla demografik sallantılar, şehirleşme, kitle iletişiminin yaygın hale gelmesi ve ulus devletler gibi yapılar vasıtasıyla kendi kendisinin oluşumuna olanak sağlamıştır. “Yüksek kültür” ve “kitle kültürü”

ayrımının gerçekleşmesine de olanak sağlayan modernizm; sanayileşme ve diğer sistemlere alternatif önerme iddiasında olan kitlesel, toplumsal hareketler ile kapitalist dünya pazarı gibi oluşumlara da kaynaklık etmektedir. Lunn, bu oluşumlara kaynaklık eden Modernizm'in temel özelliklerini "estetik bir özbilinçlilik ve düşünümSELLİK (refleksivite); eşzamanlılık ve montaj lehine anlatı yapısının reddedilişi; gerçekliğin paradoksal, muğlak ve belirsiz, açık uçlu doğasının araştırılması ve yapısızlaştırılmış (de-structured), bütünlüksüz özneye ağırlık verilmesi lehine tümleşik (integrated) bir kişilik nosyonunun reddedilişi" (1985: 34) olarak özetlemiştir.

Modernizmle birlikte gelen toplumsal yapı aynı zamanda değişim temelli, teknolojik açıdan hayal edilebileceğinden daha fazlasını gerçekleştirebilecek donanıma sahip bir toplumsal sistemi içerisinde barındırır. Modern insanın yaşamını şekillendiren bu yapıyla birlikte, gündelik hayatın düzenine ilişkin buyurgan bir sistemin ortaya çıkışı söz konusu olmuştur. Yani; yaşamı şekillendiren modernlik, aslında yaşamı biçimlendirmeyi zorunlu kılan bir hegemonyadan farklı değildir. Modernizmle birlikte Burjuva toplumu 19. yüzyılda endüstri imparatorluğu kurarak, fabrikalaşmanın getirdiği hızla, tek ve seri bir üretim ekonomisini yaratmıştır. Bu sistemi pazar politikası haline dönüştüren Batı medeniyeti, seri üretim modellerini tüketime sunarak; taleplerin pazar sahipleri vasıtasıyla belirlendiği bir sistem ortaya çıkarmıştır. Bu durum ise, pazara markalaşmayı getirerek; üretimin bilimsel ilerlemelerle değil, araçsal üstünlükle gerçekleşmesini sağlamıştır. Böylece, modernizmin savunduğu bilimsel akılla ilerleme düşüncesi sarsılmış ve maddeci evrenselliğin oluşturduğu bir döneme girilmiştir. Nihayetinde, aklın çağı olarak tanımlanan aydınlanma çağına ve başlıca destekleyicisi olan Marksizme yönelik eleştiriler ortaya çıkmaya başlamıştır.

Öte yandan, Modernizme yönelik eleştiriler, daha onun bir proje olarak dünya toplumlarının örnekleştirilmesi hedefiyle uygulamaya konulmasıyla başlamıştır. Örneğin, Touraine'in modern döneme yönelik "eskiden sessizlik içinde yaşıyorduk; şimdi kalabalığın içinde yaşıyoruz, eskiden yapayalnızdık; şimdi kalabalığın içinde yitmiş durumdayız, pek az mesaj alıyorduk; şimdi mesaj bombardımanına tutuluyoruz. Modernlik bizi içinde yaşadığımız yerel kültürün dar alanlarından çekti aldı ve bir yandan bireysel özgürlük dünyasının, öbür yandan da kitle toplumunun içine attı"

(1995: 100) ifadesi, kapitalist toplumun halkalarını oluşturan, hiççiliğin tuzağına düşen modern bireye yönelik yapılan ilk eleştirilerden biri olmuştur.

Başka bir açıdan bakmak gerekirse, Modernizm ile Aydınlanma, insanlığı bilgisizlikten, batıl inanç ve irrasyonelizmden kurtarmayı amaçlayan ilerici bir güç olarak tarih sahnesine girmiştir. Oysa 20.yy'ın yarısında yaşanan iki büyük savaş, anti-demokratik rejimlerin yükselişi, toplama kampları, soykırım, Hiroşima ve Nagazaki'ye atılan atom bombaları ve dünya çapında yaşanan ekonomik kriz gibi olaylar Modernizmin bir sonucu olarak algılanmıştı. Yaşanan bütün bu olaylar Modernizmin ifade ettiği ilerleme fikrine duyulan inancı aşındırdı (Bozkurt, 2000: 70).

II. Dünya savaşı sonrasında kapitalizme karşı seçenek olarak getirilen komünizm ve sosyalizm denemelerinin başarısızlıkla sonuçlanmasıyla Lyotard'ın Kant, Hegel, Marx ya da başka düşünürlerin formüle ettiği "*büyük anlatılardan*" medet umma devri artık geçmişte kalmıştır (Sarup, 1995: 174). Böylece, Lyotard'ın "*büyük anlatılar*" olarak ele aldığı modernist tanımlamalara ve temellendirdikleri kavramlara yönelik bir şüphe ve inançsızlık başlamıştır. Çünkü Modernizmin tartışılmaya başlandığı ve artık sürdürülemez olan büyük anlatıları karşısında, içinde yaşadığımız yüzyılı tanımlamak ve analiz etmek adına, olay ve olgulara karşı öznel bir yönelmeye ve alternatif bir yol arayışına gereksinim duyulmuştur. Öte yandan Postmodernizm, Aydınlanma'dan, Sanayi Devrimi'nden ve Marksizm'den kaynaklanan "*modernite*"nin çöktüğünü iddia ederken, iki büyük savaştan arta kalan bellek kaybı, Disneyland, siber-uzay, internet, Fukuyama'nın "*tarihin sonu*" iddiası gibi garip olguları içinde barındıran sanal bir "*üstgerçeklik*" sunmakta ve her an çağdaş olan bir kültürde yaşadığımızı ima etmektedir. "Fukuyama'ya göre liberalizm, hem faşizm hem de komünizm ile yaptığı mücadeleden galibiyetle çıkmıştır ve liberalizmin başarısı insanların ideolojik evriminin son safhaya dayanması demektir. Öyle ki, artık büyük anlatılar devri tarih olmuş, Batılı liberal demokrasi evrenselleşmiştir. Fukuyama'nın büyük anlatı ve ideoloji olarak ifade ettiği şey, kuşkusuz ki Marksizm'dir. Marx'ın "*tarihin sonu*" fikrini Hegel'den (bozarak) aldığını söyleyen Fukuyama, bunun bir talihsizlik olduğunu iddia etmektedir" (Yılmaz, 2006: 343).

Modernizme duyulan rahatsızlık sonucunda postmodernizme yönelme tamamiyle sancısız olmamakla beraber, geçiş süreci hızlı bir şekilde değil, tersine adım adım gerçekleşmektedir. Hassan'a göre ilk olarak Federico de Onis tarafından 1930'lu yıllarda "modernizme karşı küçük çaplı bir tepki" yi (1985: 2) anlatmak için kullanılan Postmodernizm, Lyotard' göre "sonuna gelmiş modernizm değil, oluşum durumundaki modernizmdir ve bu durum sürekli" (Bozkurt, 2000: 69). Aynı zamanda postmodernizm birçok düşünür tarafından ekonomik, psikolojik, politik ve filozofik boyutlara da sahip bir toplumsal olgu olarak ele alınmaktadır. İnsanların, teknolojik gelişmenin yararları, dünyanın çevre dengesi ve etkileri üzerine tartışmaya başlamasıyla beraber, toplumsal yapıdaki sosyo-ekonomik değişimin varlığıyla birlikte, düşünce ve anlayışlarda da bu akımın köklü değişiklikler meydana getirdiği kuramcılar tarafından kabul görmüştür.

Postmodernizmin tanımı tam olarak yapılmamakla birlikte postmodern düşünürler, postmodernizmi yeni bir olgu olarak kabullenme eğilimi taşırlar. "İngiliz tarihçi Arnold Toynbee 1939'da yazdığı "A Study of History" adlı çalışmasının beşinci cildinde, modern dönemin I. Dünya Savaşı ile sona erdiğini ve bundan sonra postmodern döneme geçildiğini yazmıştır" (Yılmaz, 2006: 339). Featherstone'ye göre postmodernizmi tanımlamak "insanı sinir edecek kadar zor bir uğraştır" (2013: 18). Birçok araştırmacı "Anything goes" (her şey uyar) ifadesini postmodernizme uygun bir deyim olarak kabul ederek tanımlama zorluğundan kurtulmuşlardır. "Postmodernizmin esinlendiği kaynaklar arasında Paul Feyerabend'in "ne olsa gider" (anything goes) düşüncesiyle dile getirdiği anarşist bilgi kuramı önemli bir yere sahiptir. Postmodernizmin kuşkucu ve eleştirel tavrının ortaya çıkışında Nietzsche, Heidegger gibi filozoflarla yapısalcılık ve postyapısalcılık gibi akımların, aydınlanmayı belirleyen, en temel ilke olarak hümanizme karşı sergiledikleri antihümanizmle, modern düşüncenin öznenin hareket eden epistemolojisine ve özne-nesne dikotomisine karşı geliştirdikleri özneye yönelik betimleyici bir rol oynamıştır" (Bozkurt, 2000: 72).

Başka bir açıdan Jürgen Habermas, birtakım sıkıntılar yaşanmakla birlikte modernizmin henüz "tamamlanmamış bir proje" olduğuna inanmaktadır. Hatta Ernest Mandel ve Fredric Jameson gibi düşünürlere göre de halihazırdaki duruma "geç kapitalizm" ya da

“üçüncü makine çağı” denmesi daha uygundur; çünkü kendine özgü temel çelişkileriyle kapitalizm hala sürmektedir (Yılmaz, 2006: 340). Ayrıca, Jameson (2011) “*Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*” kitabında daha “belirli olan dönemleştirici postmodern kavramı kullanmakla birlikte, bunu bir çağ değişmesi olarak düşünmeye gönülsüzdür; postmodernizmi daha ziyade İkinci Dünya Savaşı sonrasında kaynaklanan kapitalizmin üçüncü büyük aşamasının, geç kapitalizmin kültürel egemeni ya da kültürel mantığı olarak ele alarak genel bir tanımlama içerisine girmiştir” (Türkbilim, 2011: 21)

Postmodern söylem, eskiye ait her bir varlığın bittiği, kuram, düşünüyapı, hümanist olmak ya da avant-garde gibi kültüre ait değerlilik ya da eğilimlerin sonlandığını öne sürerek ortaya çıkmaya başlamıştır. Özellikle 1960’larda, New York’taki sanat alanlarında, modern sanatın aşıldığı ve yeni bir estetik anlayışının gerektiği düşüncelerinin yaygınlaşmaya başlamasıyla, postmodernizm tartışmaları, ilk ve belirgin olarak sanat ve kültür alanlarında kendini göstermiştir (Şaylan, 2009: 31). Dahası 1950’lerde başlayan Beat hareketi ve 1960’larda ortaya çıkan Hippi hareketi maddiyatçı yaşamı reddeden, tüketim değerlerini kabullenmek istemeyen, kendini ifade etme özgürlüğünü benimseyen, hoşgörü ve sevgi üzerine inşa edilen bu hareketler kısmen de olsa modernizme karşı toplumsal rahatsızlıkların su yüzüne çıkmasına yardımcı olmuştur.

“*Postmodern Durum*” adlı yapıtında, bilgiye karşı postmodern tutumun bir özetini ortaya koymayı deneyen Lyotard, postmodern durumu doğuran iki büyük gelişmenin sırasıyla, Avrupa toplumlarının Aydınlanmadan beri kendilerini temellendirmek ve haklı kılmak için kullandıkları tüm meşrulaştırıcı söylemlerin geçersizleşmesi ve çöküşüyle birlikte, geleneksel kültürün yerini alan enformasyon teknolojisinin, yeni bir uzmanlık türüyle yükselişi olduğunu öne sürmüştür (Bozkurt, 2000: 73). Yani, Postmodernizmin, Modernizmin değişmez ve evrensel gerçeğine dair söylemlerini reddeder eder ve gerçeği kendi bütünlüğü ve özerkliği içinde anlamaya çalışır, tek bir gerçek yoktur, herkes aynı anda haklıdır, gerçekler karmaşıktır. Kabul edilmiş doğruları, alışlagelmiş çağrışımları, doğal kabulleri sorgulamaya ve bunların tabiiliğini bozmaya çalışır. Değişmez ve evrensel akıl yerine farklı akılların varlığını savunan

Postmodernizm, evrensel biçimde geçerli insan bilgisinin sağlanabileceğini kabul etmez. Bilginin göreliliği, kontekste bağlılığını, yapıcılığı kadar yıkıcılığını da vurgular; akıl, hakikat ya da bütünlük yerine köklü bir dil yorumundan kaynaklanan Wittgensteinci dil oyunlarına yansır.

Postmodernizm, modernizmin, evrensel olanı savunan dünya görüşü karşısında durarak, genel geçerlilik “iddasını taşıyan önermeleri geri çevirmesiyle birlikte, bilimsel akılcılık yerine, bilginin ve ürünün çeşitliliğini getirmekte, evrensel olanın yerine ise; “yerel” ve “bölgesel” olanı benimsemektedir. Bu süreçte gerçeklik, hakikat doğruluk anlayışlarının tartışılmasına yol açan dilsen dönüşümün yaşandığı bir gerçektir. Dil oyunlarında, bilgi kaynaklarında, bilim adamı topluluklarında çoğulculuk ve parçalanma kabul edilmekte, gerçek olabildiğince yorumlanmakta, mutlak değerler anlayışı yerine, yoruma açık bir bakış açısı kabul görmektedir” (Featherstone, 2013: 74).

Modernizmin çağdaş özünde temellenen evrensel bir ahlak düşüncesine özellikle yararcılık ve bireycilik gibi etik anlayışlara da karşı çıkan postmodernizm, “öteki etik” in savunuculuğunu yapar (Bozkurt, 2000: 71). Yani, Postmodernizm öncelikle Modernizmin üst anlatılarına karşı çıkararak onun getirdiği bilimsel veya teknolojik yönelimleri bir kenara iter. Başta Maksizm olmak üzere Hristiyanlığı, Faşizmi, Liberalizmi, İslamiyet’i tek bir kefeye koyar ve bütün bunların bütünselleştirici anlatılarına karşı çıkar. Postmodernizmin doğuşunda rol oynayan bir diğer etmende Marksizmin içine düştüğü durumdur. Modernizmin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilen Marksizmin teoriden pratiğe doğru tamamladığı evrimi, insanın özgürleşmesine, yabancılaşmasına son verme ve insanlığı kurtarma amacını gerçekleştirememesinin tersine rejimlerin temel doktriner dayanağı olup çıkmıştır. İşte bu durumda çıkış yollarından biri olarak postmodernizm görülmüştür. Marksizmin uygulamadaki başarısızlığı, postmodernizmin şiddetle karşı çıktığı Aydınlanma projesiyle Modernizmin iflasının kesin ve son bir kanıtı olduğu için bu akımı hazırlayan önemli bir etken olarak sayılabilir.

Postmodernizm kavramının sahip olduğu cazibenin bir kısmı, yukarıda değinilen değişmelere hitap etmesinden ve ayrıca toplumdaki geniş grupların gündelik tecrübe ve kültürel pratiklerindeki değişmeleri anlatmaya yaramasından kaynaklanıyor. Kanıtların en zayıf kaldığı ve önceden pek az önem atfedilen tecrübelerin postmodern olarak yeniden yaftalama olanağının en aşık görüldüğü nokta işte burasıdır. Bu durumda, postmodernizmin doyurucu bir tanımının yapılması sorunuyla karşılaşırız ve “tarihsel geçmiş duygusunun yitirilmesi”, “şizoit kültür”, “dışkı kültürü”, “gerçekliğin yerini imajların alması”, “simülasyonlar”, “zincirinden boşalmış gösterenler” vb. nosyonlarla dolu, bir gevşek kavramsal kargaşa görürüz (Featherstone, 2013: 35).

Doğa bilimleri, insan bilimleri, toplum bilimleri, sanat ve edebiyat arasında bir sınır çizgisi çekilemeyeceğini savunan Postmodernizm, bir yandan klasik düşüncenin yaptığı “görünüş-gerçeklik” ayrımını yadsırken, öbür yandan akademik disiplinlerin geleneksel katı tanımlarının ve disiplinlerarasılığının önemini vurgular. Tarihe düşük bir statü atfeden Postmodernizm, geçmişi bilme ve temsil etmeyle ilgili araştırmalara kuşkuyla bakar ve tarihin bildik, tanıdık formlarının yerine mikro anlatımları geçirir; yerel ve bölgesel mekanlara öncelik verir. Teori ve hakikat kavramlarına da kuşkuyla yaklaşan postmodern düşünceye göre teori pekte öyle masum bir kavram değildir; hakikat ise yansızlık ve nesnellik bağlamında naif bir kavram olmanın uzağındadır.

Postmodernizm, yalnızca eleştirdiği, yıktığı için değil, kuşkuculuğu ve oldukça katı olumsuz tutumu nedeniyle pek çok çevrede eleştirilmiştir. Postmodernizm her şeyden önce yalnızca eleştirilmeyi ve başkaldırıyı kutsadığı, salt olumsuz bir tutum sergilediği için eleştirilmekle kalmamış, onun sanatlara yaklaşımına da karşı çıkmıştır. Normatif bir çevreden sağlam bir ilkedan, hakiki bir adalet yorumundan yoksun bir eleştiri anlayışına sahip olan Postmodernizm, bütün ayrımları ortadan kaldırarak, ezenle ezilen, egemen olanla egemenlik altına giren arasında hiçbir fark göstermez. Böylece, farklılık politikası sergileyen postmodernizmin, yalnızca evrenselliğin yadsınması ya da farklılığa duyulan saygıdan tutarlı bir politika üretmesi mümkün değildir.

Özetlemek gerekirse, 20. yy’ın son çeyreğinde kapitalist kültürde ortaya çıkan, özellikle güzel sanatlar, felsefe ve sosyoloji alanlarında varlığını sürdüren Postmodernizm her

şeyden önce bir başkaldırı hareketi olmuştur. Modernist sanat ve felsefe kuramlarının ve uluslararası üslubun yarım yüzyıl boyunca kurduğu egemenliğin tartışılmasına dayanan çağdaş sanat ve felsefe hareketi olarak karşımıza çıkan Postmodernizm, “şu an”a ilişkin zaman algısı ve modernizme yönelik kötümser bakış açısıyla gündelik hayatın kültürü olarak varlığını sürdürmüştür.

2.3 Güncelleşmiş Avangard Hareket: Postmodern Sanat

Modernizm, temelinde eleştirel insan iradesi olan bir projeydi. İnsan aklı geleceği planlayabilir, sorunların en aza indirildiği dünyevi bir düzen kurabilirdi. Bu süreçte öncelikle bilim, felsefe, sanat, siyaset, hukuk, din vb. alanların sınırlarının belirlenmesi gerekiyordu. Bu açıdan Kant, çok önemli bir dönüm noktasıydı. Zira, Kant’ın 1783’de ki ifadesi şu şekilde olmuştur:

“Eğer bir bilginin bilim olarak serimlenmesi isteniyorsa, her şeyden önce onu diğer bilgilerden ayırmanın, yani ona özgü olanın kesinlikle belirlenebilmesi gerekir; aksi halde bütün bilimlerin sınırları birbirine karışır ve hiç biri kendi yapısına göre, esaslı bir biçimde ele alınamaz” (Kant, 1995: 24).

Kant’ın bu söylemi bir anlamda kuvvetler ayrımı demekti ve her alan kendinden sorumluydu. Modernizm için siyaset siyasettir, toplumsal toplumsaldır, kültür de kültür bakış açısı besler ve sınırlarını keskin bir şekilde belirlerdi. Ayrıca, Modernizm kalıpcı, standartçı, sıkı kuralcı, tekçi ve tek biçimci bakış açısı çerçevesinde her alanı diğer alanlardan ayırmıştır. Böylece, modern sanat kendisini saf sanat olarak gösteren Postmodernizmi, dahası geleneksel konu ve değerleri geri plana atarak, sanatı sanat olmayandan kurtarma operasyonuna girişmiştir.

Günümüzde postmoderniteyi ele alan iki farklı anlayıştan söz etmek mümkündür. Bu anlayışlardan ilki bu kavramı modernitenin içinden ortaya çıkmış, modernitenin belirli bir hali şeklinde anlamlandırır. İkinci anlayış ise postmoderniteyi moderniteye ve getirdiği sanat anlayışına karşı geliştirilmiş bir eleştiri olarak kabul etmektedir. Her iki duruma geniş bir perspektiften bakılacak olursa, iki yaklaşımı da doğrulayacak göstergeler olduğunu söyleyebiliriz.

Postmodernizm kendine en karşıt, en çelişik olanı içine alıp doğrudan reddetmeyip, hemen şiddetle, yasalarla veya medyayla onu dışlayamaması onun çok demokratik, çok esnek, çok dayanıklı, çok güçlü, olayların gidişine egemen olan merkezi yapıya sahip olmasından değil, yapısındaki saydamlığın onu göstermiyor olmasındandır. Bu düşünce çerçevesinde Postmodernizmi, Simmel (1978) “*Üslupsuz Bir Çağ*” olarak değerlendirirken, Kumar “kaynakları bakımından fazlasıyla eklektik olduğu kadar, dışavurumları bakımından da fazlasıyla sentetik ve hatta birleştirici” (2013: 128) bir kuram olarak adlandırmaktadır.

Modernistlerin biçimleme ve anlatımda, daha açıkça modernist estetikte, öznenin ya da doğal biçimin yabancılaştırılması yanında, öznenin parçalanması da vardı. Postmodernizmde ise bütünlük, biçem yoktur; parçalıdır, parçalardan oluşur. Bundan dolayıdır ki biçemi reddederek, biçemleri parçalayarak onlardan aldıkları değerleri kişisel birleştirilme ile gündelik dile uyarlarlar ve güncel olanı, zamansızlık içinde hiçbir kurala bağlanmaksızın anlatmayı seçerler. Toplumsal hiçbir paydası olmadığından birleştirici çekim oluşturmaz ve kimseye yaptığından dolayı bir sorumluluk da yüklemeyiz. Bu sebeple Modernizmin en temel olgularından olan “*öz-biçim-gerçeklik*” kavramlarının postmodernist süreçte de “*kaygan ve sanal*” olduğunu söyleyebiliriz.

Postmodern sanatın biçemden yoksun olması onun güç, tehlike odağı, özgürlük simgesi olmasını engeller ve ne kadar aykırı da olsa kısa bir süre içinde aşınır ve aşırlar. Parçalardan oluşan yapıt sahte bütünlük kurduğunu bildiğinden dünyanın yeniden kurulmasını sağladığını savlamaktan çekinir. Oysa, sanat yeni bir yapı kurmak zorundadır buda ancak yeni bir biçem oluşturma çabasıyla gerçekleşir. Yapıttaki bütünlüğü sanatçının bilinci ve dünyası olan biçemin bütünlüğü verir, onun sunduğu olanakla sanatçı bütünlüğü içeren bir yapı kurar. “Bir sanat eseri, her ne kadar başka türlü olsa da, kendi kendine yeten bir bütünlüktür. Bu bütünlük yaratıcısı tarafından kendisine dayatılan dünya ile sağlanır” (Forster, 1983: 24). Postmodernist sanatçının yoksun olduğu da budur; bütünlüklü bir dünya bilinci olmadığından yamalı bir anlatım oluşturur ve yapıtın parçalı ve doku uyumsuzluğu eksiklik duygusunu alımlayıcıya ileterek gerçeklikten, güvenilirlikten, uzaklaştırır. Sanat çevresinde biçeme olağanüstü bir

önem verilmesi gerekirken, sanatçıların sürekli biçem kaygısı taşıması, biçemi sorgulaması, irdelemesi beklenirken tam tersine biçemden uzaklaşmaktadır. Sanat çevresi biçeme yabancı kalmıştır. Almasulu'nun sanat yapıtının, teknik ve biçem ilişkisini şu şekilde ifade etmiştir:

“Yaşam bir başka dönemeçtedir. Eskiye ilişkin değerler, kavramlar, yapılar işlevsiz kalmakta, yeni ölçütler, değerler istemektedir. Her biçem farklı bir kurma, dünyanın yeniden kurulması olduğundan her bakımdan değişiktir. Değişikliği ilk yansıtan tekniktir. Teknik farklılık kendini saklamaz, açar. O apaçık görünürken görüldüğünden daha fazlasını saklar. Saklı olan çağın genel algılanışı, duyarlık, dünya görüşü, tarih, anlayış, bilim ve felsefedir. Birbirinden ayrı duran bu öğeler bir potada eritilerek bireşim gerçekleştirilir. Ancak bu bireşim hep arka planda, altta kalır. Önce çıkan tekniktir. (...) Post modern sanatın eklektik bir çerçevede yaşaması sürekli eskiyi tüketen, yeni bir biçem oluşturma kaygısı gütmeyen bir yapı haline gelmesine neden olmuştur. Böylece “sanat, çağın tarihin sanatı değil, bitmiş zamanın parçası olma” kaygısı taşımaktadır.” (2008: 127-130)

Postmodernizme diğer bir bakış açısından bakacak olursak, postmodern estetik ve postmodern sanat, her şeyden önce modern sanatın ve estetik anlayışının öncüllerinin radikal bir biçimde yadsınması anlamına gelir. Postmodernizm çeşitli sanatsal biçimlerindeki “modernist üslubu karanlığa gömerek daha eski modern biçimler üzerinde tahakküm kuran, yeni bilinç ve tecrübe biçimleri yaratan genç kapitalist toplumun kültürel egemenidir.” (Best ve Kellner, 1998: 224). II. Dünya Savaşı sonrasında New York ve Londra’da yaygınlaşan pop-art görüşünü savunan sanatçılar, modern sanatı ve estetiği eleştirmeye ve kendi görüşlerini de ortaya koymaya başlamışlardı. Bu görüşlere göre modernist sanat anlayışındaki işlevsellik düşüncesi ve uygulamaları post-modernde yoktu. Pop-art’ın hareket noktası olan sanat-yaşam ilişkisi Postmodern sanatın da çıkışında önemli rol oynamıştır.

Postmodern sanatçı, modernist sanatın seçkinciliğine ve özgün olmasında karşıdır. Sanatçı için özgün olmanın gereği ve hatta anlamı yoktur. Bu doğrultu da estetik ölçütlerini popülizm ve eklektisizm üzerine kuran post modern sanat anlayışına göre sanat yapıtında görev olmayacaktır, çünkü artık yaşamda görev yoktur.

Diğer bir nokta, Postmodern sanat ve Pop-Art ilişkisidir. Nitekim, konularını günlük yaşamdan alan ve görünenin dışında bir mesaj verme kaygısı gütmeyen Pop Art, bu açıdan postmodern sanatla paralel bir görüşte yer alır. Pop-art’ın bu karakteristiği

postmodern sanat anlayışı ve popüler kültürle birebir örtüşür. Sanatsal üretimin özgünlüğüne şiddetle karşı çıkan Postmodernizm, sanatın salt yinelemeye dayalı bir faaliyet olduğunu savunur ayrıca aktarmacılığa, yapıntı ve rastlantısallığa önem veremediğini söyleyebiliriz. Aynı zamanda bazı anlamları dayatma ve gelip geçiciliğe karşı olan sürekliliği yeğlemeyi de reddeder. Postmodernizmin bu tutumu ‘*zaman*’ kavramı içinde geçerlidir. Benzer noktada, Almasulu, ‘‘Postmodernitede zaman tüketim nesnesi’’ (2008: 305) derken, zamanın tüketilmesi gereken, tükenen sayısal olanak olduğunu ifade etmektedir.

Postmodern birey de anlıksal yaşar ve yapıt da sadece anlıksaldır. Bütünsel bir zaman içermeyen Postmodernitede sanat şimdide kalınılan bir anın dile getirilmesidir. Bütünsel bir zamanı bilmediğinden dokusu çözülgendir, *an*'ın örgüsü söküldüğünde yapıt tükenmiş olur. Bu durum sanatta bir tüketim döngüsüne sebep olur. Tüketim olgusu içerisinde kendini bulan post modern sanat seçici olmamaya başlar. Nitekim, Turani'nin bu konu üzerine düşünceleri şu şekilde olmuştur:

‘‘Postmoderniste göre ‘her şeyin sanat olabileceği’ ya da ‘ne yapsan gider’ görüşleri paylaşılır. Bu nedenler post modern sanatçı için modernistlerin reddettiği kitch geçerli eser olur ve sanat eseride ona göre herkes tarafından yapılabilecek bir nesne haline gelir. Ve post modern için sanat giderek şov ve eğlence olur.’’ (2009: 190).

1960’lı yıllarda aydınların toplumun kültürel zevki üzerindeki otoritesinin, TV ve medya yayımlarının çoğalması nedeniyle zayıflaması ve bunun yerini popüler yani halk kültürünün ve zevkinin almaya başlaması Postmodernist duyarlılığın toplumsal zemindeki oluşumuna etkili olmuştur. Geçici moda ve kitle zevki yaygınlaşması, bu aydın otoritenin toplum üzerindeki itibarını yitirmesine bağlıyor. Böylelikle kitlelere ulaşma amacı güden postmodernist sanat kendine çeşitli yaşam alanları oluşturur ve sonrasın da kitleye sunulur. Sanatçının üretim sürecindeki kitleye ulaşım kaygısının onu kitle iletişim araçlarının kullanımına ittiğini söylemek mümkün olacaktır. Zaman düzeninin çöküşünde ve anlık olana ilgide neden olarak kısmen kültürel üretimdeki olaylar, gösteriler, happeningler, medya imgelerinin çağdaş dünyada ön plana çıkması olduğu bilinmektedir. Postmodernist üsluptaki süreç, katılım, performans ve happening’in önemi vurgulanarak oluştuğunu söyleyebiliriz.

Postmodernizm, sanki dünyada başka bir şey yokmuşçasına değişimin parçalanmış ve kaotik akıntılarının içerisinde yüzer. Örneğin; Faucault'nun bize verdiği talimat şudur: “eylemi; düşünceyi ve arzuları, çoğaltma ve yanyana getirme ve dağılma yoluyla geliştirmek ve pozitif ve çok yönlü olanı seçmek, farklılığı bir örneğe, akımları birimlere, hareketli düzenlemeleri sistemlere tercih etmek. Üretken olanın yerleşik değil göçebe olduğuna inanmak” (Harvey, 1997: 60) Fakat Almasulu, “hiç kimse, hiç bir çalışma yeni bir dünya kuramamıştır. Kurmayı gerçekleştiren ne bir sanatçı ne de yapıt var. Sanatçılar ve yapıtlar ne kadar yeni olursa olsun eskinin bir uzantısıdır, “*bayat modernizmdir*” ” (2008: 19) ifadesiyle farklı bir değerlendirme getirerek diğer bir gerçeğin var olduğunu belirtmiştir. Connor ise, “post modern sanatçının yorumunu kendi sanatı için gereksiz bulduğunu, düşüncenin görülür hale gelmediğini ve bundan dolayı postmodern eserin sığ ve yüzeysel” olduğunu söylemiştir (2005: 211).

Postmodernist sanatçı, derinliği olmayan, kolaja bağımlı, üst üste geçirilmiş imgelere endeksli, kendine özgü bütünlüğü ve tutarlılığı olmayan, sağlam bir kültür düşüncesinden uzak, çökmüş bir zaman mekân duyarlığına dayalı anlayış çerçevesinde hareket etmektedir. Ayrıca bunu yaparken yaşamsal toplumsal bir karşılık yaratamadıklarından kişisel kalırlar, başkalarıyla devinim içine giremezler. Postmodernizm dünyanın bilincini taşımadığından, dünyanın çözümlenmesi sorumluluğundan kaçır, yanaşmaz buna, söylemi bireysel kalır, gündelik dille kendisini ifade eder. Anderson, postmodernizm içinde bulunduğu bu çıkmazı “ideolojik saldırganlık ile gizemsizleştirici (demystify) hafiflik arasında sıkışan, kendi yarattığı kitsch'in tuzağına düşen postmodernizm, eklektik bir alaycılığa, sahte hazlarımızı, basit inançsızlıklarımızı gizleyen bir şehvet kalıntısına dönüşmüştür” şeklinde ifade etmiştir (Anderson, 2002: 34). Bu çerçevede Almasulu, *Postmodernizm Sanatın Sonu mu?* adlı kitabında bu konuya dair bir eleştiri getirerek postmodernizm üzerine kaygılarını şu şekilde ifade etmiştir:

“Sanat türleri yaşamdan çekilmektedir. Kendini sınırlandıran, yeni teknolojiyle bütünleşmeyen, en önemlisi toplumsal bir varlık olma gücü kazandıran yeniçağın bilinci ve yaşam biçimi olması gereken biçemden yoksun olan her sanat yok olmaktadır. Teknolojiyle bütünleşen ve kolay elde edilebilen sanat türleri daha canlı görünmekle birlikte bizi yanıltmamalı, belirli bir biçemden yoksun olan sanat parlak bir gösteriye dönüşmekte, eğlence aracı olmaktadır. Toplumsal varoluşun bireşimi olan yeni biçem olmaksızın, yeni toplumsal yapının karşılığı,

çözümlemesi, dönüşüme uğramış yaşam yolu biçem olmaksızın, eski toplumsal yapıdan kalan biçemlerle sanat yapılamaz, yapılan şey de sanat olamaz” (2008: 395).

Benjamin “sanat yapıtının teknik yolla yeniden üretimi sonucunda elde edilen ürünün girebileceği konumların, yapıtın varlığını başkaca hiçbir biçimde etkilemese bile, şimdi ve burada’lık niteliğini değerinden yoksun kıldığı kesindir” (2013: 54) ifadesiyle, kitleleşen yaşamın sanat eserine de yansıtılması sonucun da Postmodern sanat’ın değer kaybına yönelik yaptığı eleştirisi, sanat piyasasına baktığımızda gerçeği yansıtır niteliktedir. Öyle ki, Postmodern sanatçıya göre bu durum ister istemez taklide yol açacaktır.

Tüm bu açıklamalar paralelinde Yılmaz, Postmodern sanatın öne çıkan yöntem ve alt kavramlarına kısaca şu şekilde belirtmiştir:

MODERN	POSTMODERN (ÇAĞDAŞ, GÜNCEL)
<p>Yenilik, ilerleme: Yenilik kavramı öteden beri modern düşüncenin özünde yer almıştır.</p> <p>Yenilik düşüncesi, ilerleme düşüncesini doğurmuştur.</p>	<p>Yeni-cilik/culuk: Yeni dadacılık, yeni gerçekçilik, yeni dışavurumculuk, yeni geometricilik vs....</p> <p>Ancak, “yeni” ön ekine gerek duymayan akım ve eğilimlerde vardır: pop, kavramsal, gösteri, yeryüzü, süreç, dijital, video, reklam, görümsetme ve canlandırma sanatları.</p>
<p>Ciddiyet: Modern sanatçı, sanatı yüce bir uğraş olarak görür. Sulandırmasına razı olmaz. Mizahı da (parodi biçiminde) ciddiyetle yapar.</p>	<p>Pastiş, ironi, alay: Jameson’a göre pastiş parodinin yerine geçmiştir. Modern sanatta parodi ölü bir dilde konuşmak anlamına gelmiştir. Ancak, pastiş parodinin gizli niyeti, şeytani itkisi ve kahkahasından yoksundur.</p>

<p>Duygu, sezgi, coşku: Bu kavramlar, modernizm ile modernlik arasındaki karşıtlığa işaret ederler. Modernlik düşüncesinde, insan iradesi Tanrı iradesinin, bilim ise kutsal kitabın yerine konuşmuştur. Ancak yaratıcılık uğruna, modern sanatçıların büyük çoğunluğu, akıl ve bilime karşı duygu, coşku ve sezgi gibi kavramlara öncelik vermiştir.</p> <p>Dünyevilik: Öte dünyadan bu dünyaya çevrilmiş, dinsel temalar sanattan çok büyük oranda atılmıştır. Ama bu, pozitivism ve materyalizmdeki dünyevilikten farklıdır</p> <p>Sanat için sanat: Sanatın başka amaçlar uğruna kullanılmasına, ona sanat dışı bir işlev yüklenmesine modern sanatçıların çoğu karşı çıkmıştır. Ancak geleceği ve inşacı sanatçıları bundan kaçınmamışlardır.</p>	<p>Bilimsel akla, tarihsel ilerlemeye ve büyük anlatılara güvensizlik ya da kaygısızlık: modern düşüncenin merkezinde yer alan bu kavramlara güvensizlik, post modern sanata yöneltilen eleştiri ve itirazların başlıca gerekçesidir.</p> <p>Oysa Delacroix'dan Monet Picasso'ya, Kirchner'den Mondrian ve Kandinsky'ye, modern sanatçıların büyük çoğunluğu da modern</p> <p>Akıl, nesnellik ve sanayileşmeden ziyade, “sezgi, coşku ve imgelemin özgür oyunu” adına idealisti metafizik ya da öznel eğilimlere ilgi göstermiştir. O halde, “bilimsel akıl, nesnellik, tarihsel ilerleme ve büyük anlatılara güvensizlik ya da kaygısız” oldukları gerekçesiyle post modern sanatçıları topluca suçlamak anlamsızdır.</p> <p>Araçsallık: post modern sanatta, özel konularda siyasal, ekonomik, bölgesel veya küresel konuların eleştirisine kadar, sanatın türlü amaçlara alet edildiği bunun da normal karşılandığına tanık olmaktadır.</p>
<p>Biçim bozma: Modern sanatçıların çoğu, geleneğe karşı çıkma ifadeyi güçlendirme ya da soyutlama için nesne görüntüsünü kasıtlı olarak bozmuştur.</p>	<p>Biçim bozma: Gerektiğinde elbette başvurulabilir. Ancak, temel bir ilke değildir.</p>
<p>Deha ve Yüce sanat: Sanat yapıtı bir dehanın yaratmasıdır. Bu inanç giderek sanatçının Tanrılaştırılmasına kadar varmış; sanat da uğruna her şeyin feda edildiği yüce bir amaç haline gelmiştir.</p> <p>Öncü ilerici (öncü): Modern sanatçı, eskimiş kurallara göre değil çağın gereklerine göre davranır, bilinmeyen keşfe çıkar, risk alır.</p> <p>Öznellik, bireysellik: Bunlar, nesnellik ve bilimsellik karşıtı olarak öne sürülen kavramlardır.</p>	<p>Yüce estetiğin ve dehanın (öznenin) ölümü: Büyük anlatılara güvensizliğin sanattaki karşılığı, Kant'ın başını çektiği yüce sanatçı ve dahi sanatçı söyleminin terk edilmesi şeklinde ortaya çıkmıştır.</p> <p>Özneye en büyük saldırının sanatın kendi içinden, Duchamp'dan geldiği kabul edilse bile, onun son derece belirleyici bir özne olduğu açıktır. Yine aynı şekilde, Beuys'tan Haacke ve Abramoviç'e kadar güçlü ve sorgulayıcı özneler dolaşıyor post modern sanat arenasında</p> <p>Özet: Deha ve yüce sanat ölmüş olsa da, özne hala ayaktadır –tabii çoğalmış olarak.</p>

<p>Özerklik: “Sanat için sanat” düşüncesi, ileriki yıllarda sanatın önce sanattan ibaret hale getirilmesi, ardından da her sanat disiplininin özerkleşmesi düşüncesini doğurmuştur.</p> <p>Not: Sanat sanat içindir ve özerklik kavramları, aslında sınıfsal bir kökeni olan, yüksek ve alçak sanat arasındaki ayrıma işaret ederler.</p>	<p>Yüksek ve alçak sanat arasındaki sınırın belirsizleşmesi: Dadacı ve gerçeküstücülerin yüksek ve alçak sanat ayırımına karşı başlattıkları mücadele pop sanatçıların devreye girmesiyle zaferle sonuçlanmıştır. Bir farkla: Pop sanatçılar piyasaya karşı olmadıklarını açıkça belirtmişlerdir. Modern sanat gibi, post modern sanat da burjuva mekânlarda var olmuştur.</p>
---	---

Tablo 1: (Yılmaz, 2012: 54-55)

Bu kavramsal çerçeveye dayanarak şöyle bir söylemde bulunabiliriz; üst anlatılara kuşkuyla bakan *Postmodernizm* aklın üstünlüğüne karşı koyarak öznenin özerkliğini çözümlenmeye çalışır; çelişki ve karşıtlıkları bir arada bulundurarak düzenliliği yadsır; tarihsel dönemlerden seçilen üslup değerlerini bir araya getirerek onları harmanlar. Postmodern sanatçı için “nesnel gerçeklik, toplum yoktur, onları hiçleşmiş, kendini bir “şey” durumuna çekmiştir. Post modern sanatçı için kendisi bir “şey” olmuştur ve ötekiler, toplum, kendi dışındaki dünya hiçlenmiştir” (Almasulu, 2008: 288). Bireysel algının çemberi içerisinde var olan sanatçı, izleyiciyi kişisel ve öznel olan bir kapanın içerisine çekerek onu etkilemekte ve ona sahte sorunlar yaşatmaktadır. Böylece sanat nesnel bağlarından kopar, sanatçı kendi gerçekliğine bir temel bulamaz. Aynı zaman da, Postmodernist değerlerde ve inançlarda tarihsel sürekliliğin yitirilmesi ve zaman algısının değişmesiyle birlikte sanat yapıtının kalıcılığına, estetik ve eleştirel yargıya dair tüm Modernist söylemler alt üst olmuştur. Estetik yargıya ilişkin her türlü yetkili ve sözde değişmez standardı reddeden postmodernizm, bu eksikliğini gidermek ihtişamlı gösterisiyle izleyicinin ilgisini çekmeye çalışır. Bu durum anlık etki beklentisiyle birlikte buna paralel olarak derinliğin yitirilmesine neden olmuştur.

Modernistlerin metalaşma fikrine köklü bir dirençle karşı durarak kaçınmaya çalıştıkları ticarileşmeye postmodernistlerin açık yüreklilikle, hatta bayağı biçimde yüzlerini dönerek bunun aracılığıyla popüler kültürle bütünleşme atılımını açıklamak bakımından yararlıdır. Öte yandan, yüksek modernizmin tükenmesini tam da büyük şirket kapitalizmin ve bürokratik devletin resmi estetiği haline gelerek massedilmesine bağlayanlarda vardır. Bu durum postmodern piyasanın gücünün kültürel üretimin bütün

alanlarını kapsayacak biçimde mantıksal bir yayılma girişinin ifadesi olmaktan öteye geçmez ve bu dönemde sanat kendini zehirleyerek, tarihsel işlevini, yapısal bütünlüğünü yok ederek, günlük yaşamın tüketim nesne ve aracı olmuştur. Böylece, derinlemesine bir dünya görüşüne dayalı sanatsal anlayışların yerine seri üretime, endüstriyel olana dayalı bir yüzeysellik ve heterojenliğe bıraktığını söyleyebiliriz.

Kısacası, Postmodern dönem iki şeyi açığa vurdu: Bu kesit içinde ne bir yeni biçim kurulmuştur ne de birey olan sanatçı herhangi bir biçimle yapıt kurabilme başarısını gösterebilmiştir. Birey sanatla uğraşıyor olsa da bütünlük yaratmayı, dünyanın dönüştürülmesini gerçekleştirememektedir, yetersiz kalmakta, her gün biraz daha geri çekilmekte, toplumsal işlevsizliğe, edilginliğe itilmektedir. Buna karşı teknolojik gelişmeler yeni olanaklar ve araçlar sunmakta, tekil olanın gerçekleştireceği olaylar yerine daha karmaşık ve daha fazla kişinin katılımını gerektiren dizgeler çıkarmaktadır. Bu süreçte kitlesel hareketlerin çoğalması ve kitle iletişim araçlarının sanatla olan ilişkisi; postmodern sanatçıların, sanatın popülist bir anlayışa dayandırılmasını gerektiği fikrini savunmaları sonucu olarak, sanat yapıtının estetik değerini belirleme de kitlenin belirleyici rol üstelendiğini söylemek mümkün olacaktır.

2.3.1 Postmodernizmin Eklektik ve Çoğulcu Yapısı

Modernitenin yoksullaştırdığı sanat, postmodernitede yeni açılımlarla modernitenin tek boyutluluğunu, biricikliğini aşarak zenginleşir. Bu durum aynı zamanda geleneksel değerlere karşı yeni bir oluşumun sinyallerini içerisinde barındırmıştır. Örneğin, Harvey'in “ postmodern sanat, popüler kültürle kaynaşarak günlük hayatın estetiğini etkilemeyi hedeflerken aynı zamanda modernizmde ikircikliliklerden, çelişkilerden ve estetik değişimlerden oluşan bir girdap yaratır. Sanatçılar, ürünlerini satabilmek için estetik yargıların temellerini sarsarak, kendi içlerinde ve gelenekleriyle mücadele etmişlerdir. Bu değişimler modernizmin sonunu hazırlayan etkenlerden biri olur” (1997: 35-36) ifadesiyle, Modernizmin tekçi ve yüksek kültür anlayışına karşılık postmodernizm, çoğulculuğu ve kitle kültürünü savunduğuna yönelik bir açıklama getirmiştir. Bu durumu “Popüler olanla olmayan” ya da başka bir deyişle “yüksek sanat ve düşük sanat arasında ayırım yapmamak postmodern teorisinin ve sanatın temel

önergelerindendir” şeklinde genel bir yaklaşım doğrultusunda açıklayabiliriz. Benzer doğrultu da Kellner’in ifadesiyle:

“Modernist sanatın ince işçiliğinin, biçimsel bilinçliliğinin ve estetik talepkarlığının aksine, ‘yüksek kültür’ ve ‘popüler kültür’ biçimlerini karıştıran, estetik sınırlarını altüst eden, sanatın alanını, reklam imgelerini, televizyonun oldukça değişen mozaiklerini, soykırım sonrası nükleer çağın deneyimlerini kapsayacak denli genişleten ve her zaman tüketim kapitalizmini çoğaltarak üreten postmodernist sanat bölük pörçük ve eklektikti” (Kellner, 1988: 367).

Postmodern sanatla birlikte gelen biçimsel yöntemlerin çeşitliliği, yapıtlarda vurgunun içerikten biçime kayması ve çoğulcu bir yapının ön plana çıkması neticesinde “postmodernizm, çeşitli sanat biçimlerindeki modernist üslubu karanlığa gömerek daha eski modern biçimler üzerinde tahakküm kuran, yeni bilinç ve tecrübe biçimleri yaratan genç kapitalist toplumu kültürel egemenidir.” (Best ve Kellner, 1998: 224) ve bunun modelini oluşturduğunu söyleyebiliriz. Böylece, geleneksel olana geri dönüş gibi yeni yönelimler o güne kadar var olan sanatsal üslup konusunda sınırların kalkmasına neden olmuştur. Bu durum aynı zamanda tüm bilinen kuralların alt üst olduğu, belli bir üslupta çalışmanın gereklilik olmaktan çıktığı, eşcinsellik, feminist sanat gibi marjinal çıkışların olduğu, modernizmin tüm anlayışlarının aksine, “her şey olur” sloganıyla tam bir üst üste, karma, değişken ve eklektik yapının oluşmasına olanak vermiştir.

Postmodernizmin eklektik biçemlerini yeğlemesinin temelinde, postmodern eleştirinin temel unsurlarından biri olan heterojenlik vurgusu ile ilişkilidir. Çünkü postmodern eleştiri merkezi olmayan, dağınık ve çok katmanlı yapıları önemsemektedir. Modernizmin, sanatçıya özneye ve bireysel üslupçuluğa verdiği önemin aksine postmodernizm bünyesinde “orjinallik” ve “özgünlüğü” barındırmamaktadır. Postmodern olarak nitelendirilen süreçte görülen sanatsal yaklaşımlar bütünü, belli bir mecraya bağlı kalmaksızın, resim, heykel, yerleştirme, performans, fotoğraf gibi farklı disiplinlerde yeni bir kavramsal sanat anlayışı yaratarak, disiplinler arası ve çoğulcu bir sanat anlayışı getirmiştir.

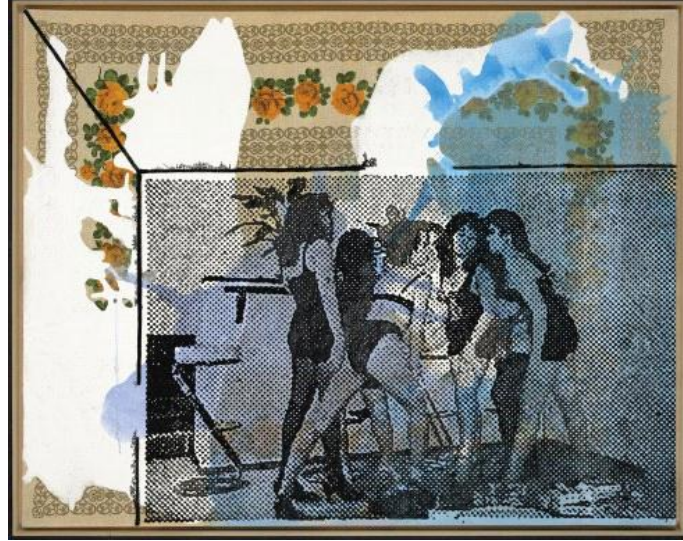
Başka bir açıdan değerlendirmek gerekirse, Postmodern sanatın gündelik olanla ilgilenmesi de eklektik bir yapıdan beslendiğinin göstergesi olduğunu söyleyebiliriz. Toplumda yaşanan teknolojik gelişmeler paralelinde yaşanan değişimler, yüksek

kültür ve alt kültür olarak bilinen yapılar arasındaki mesafe kaybolmuş ve sanatta bunları birbirine karıştırmış, melezleştirmiş, estetik sınırlar yok edilmiş olduğu görünmektedir. Sanatın çalışma alanı, reklam, televizyon imgeleri, günlük yaşam parçaları, cinsellik, soykırım gibi oldukça değişken ve genişlemiş durumdadır. Her şey sanatın konusu olabildiği gibi, her türlü malzeme de klasik anlayışın aksine yüzey üzerinde aynı anda var olabilir, farklı anlamlarla izleyicinin karşısına çıkabilir. “Parçalanma, belirlenemezlik ve bütün evrensel söylemlere karşın derin bir güvensizlik postmodernist düşüncenin temel özellikleri olmuştur (Harvey, 1997: 21).

Harvey'e göre postmodernizm, tarihi yağmalama ve orada ne bulabilirse onu şimdinin bir boyutu gibi maskeleyme konusunda inanılmaz bir yetenek geliştirir (1997: 71). Benzer noktada, Barthes'ın “Bu vardı” (1992: 83) ifadesi, Postmodern sanatta geçerliliğini kaybetmiş ve kurgusal anlatımlar ön plana çıkmıştır. Geçmiş ve şimdiki zaman birbiri içerisinde, üst üste yer almaya başlamış, gerçek ve kurgu olan çok katmanlı yapıda yeniden örülmüştür. Kumar'a göre ise, “Post-modernizm geçmişi ne reddeder ne de taklit eder; bugünü zenginleştirmek için geçmişi tekrar kazanır ve genişletir” (2013: 137). Bu eşzamanlı olma durumu sürekli bir döngü olarak kendi kendisini tekrar etmektedir. Süreç gerçekleşirken ise gerçek sadece ucu açık bir şekilde fark edilmekte ve hatta gerçekliği yansıtmaktan ziyade karardan ve belirlilikten noksanlık temel farz edilmektedir. Artık sanat ürününün hayatla doğrudan bağlantılı olması ve anlaşılabilirliği için açık ve belirgin bir öndüyuyu yaratma gerekliliği ortadan yok olmuştur. Bu noktada, hayatın barındırdığı karmaşa, birbirinden ayrı nesnelerin birliğiyle ifade edilmek istenmiş ve modern hayatın bireyden uzaklaştırdıklarına dair hissedilen özlem ve nostalji sanatın konusu haline gelmiştir.

Eklektik bir sanat anlayışıyla çalışmalar yapan postmodern sanatçılar geçmiş-şimdi ve gelecek bir arada, aynı yüzeyde verelebilmektedir. Bunu yaparken de farklı sanat ve kültür değerlerini kullanmışlardır. Örneğin, ressam, grafik tasarımcı, enstalasyon sanatçısı, fotoğrafçı ve performans sanatçısı Alman Sigmar Polke'un çalışmalarında bu eklektik yapıyla birlikte farklı yöntem ve teknikleri birleştiren, montaja dayanan yeni bir estetik biçim ortaya çıkarmıştır. (Resim 1) Bu açıdan Polke, “geleneksel olarak birbirinden farklı üslup ve konuları çalışmalarında bir araya getiren bir yaklaşım

geliştirmiştir. Mekanik ve ifadesel öğeler, resimlerinde tarihsel uygulamaların görsel bir kataloğunu oluşturarak birbirini etkilemiştir. Sanatçı bunu yaparken postmodernizmin koşullarından kaynaklanan yeni bir sanatın kavramsallaştırılmasında Amerikan estetik hegemonyasına direk, ironik bir tepki vermeyi amaçlamıştır” (<http://www.w.w.asosinDex.com/journal-article-abstract?id=1941>)



Resim 1: Sigmar Polke, *Bikini Frauen*, 1999

Sanatçı Bernard Pras'nın meydana getirdiği “Guernica” isimli tablo ise Picasso'nun sanatıyla hernekadar benzer olsada kopya olarak algılanmamaktadır. (Resim: 2-3) Nitekim, postmodern sanatçılar “orijinal” diye bir şeyin olduğuna inanmadığı için yaratım sürecinde böyle bir kaygı gütmeyeceğini söyleyebiliriz. Kuspit'in bu konuya özgü ifadesi şu şekilde olmuştur:

“Posmodern dönemde tablodan söz edilemez, yerine yalnızca röprodüksiyonu ya da tablo, röprodüksiyon aracılığıyla görülür. Tablo, röprodüksiyon aracılığıyla gündelik yaşamın içine girer. Olduğundan daha sıradan gösterilen tablo, estetik hallerinden soyutlanarak, salt maddi kazanç için üretilen el ürünlerinden farksız gözükmektedir. Böylece tablo ve röprodüksiyon popülerleştirici göze neredeyse aynı görülerek, özdeş hale gelir. Yeniden üretilen röprodüksiyon gerçekten daha gerçek, daha kabul edilebilir, daha anlaşılabilir hale geldiğinde, sorumluluk sanatçıdan ziyade artık izleyicidedir” (Kuspit, 2010: 24-25).



Resim 2: Pablo Picasso, *Guernica*, 1937



Resim 3: Bernard Pras, *Guernica*, Karışık Teknik, 2010

Bu veriler ışığında kısaca, Postmodern sanatta bir çok nitelik bulunmaktadır bunlardan bir kısmı ise “Vurguyu içerikten biçim ya da üsluba kaydırma, pastişe değer verme, düzenliliği ve simetriyi reddetme, ironi bilincini geliştirme, günlük yaşamla sanat arasındaki sınırları silme, eklektizme, aktarımlara, yapıntı ve rastlantısallığa önem verme, tüm kültürel değerleri kucaklama”dır (Cevizci, 2000: 71-86). Bu doğrultuda postmodernizmin eklektik bir çerçevede var olmasının, sürekli eskiyi tüketen, yeni bir biçim oluşturma kaygısı gütmeyen bir yapı haline gelmesine sebebiyet verdiğini söyleyebiliriz.

2.4 Düşünsel Gelişim Paralelinde Sanatta Değişim

1960'lı yıllardan bu yana, günümüz sanat ortamına bakıldığında, düşünce ve fikirlerin ön plana çıktığı anlayışlar ortaya çıkarak sanatın algısal sınırlarının genişlediğini söyleyebiliriz. Ayrıca, sanat ve yaşam arasındaki sınırların koptuğu bu sürecin sanatsal yansımalarını “gerçek yaşantıdan alınıp sanat ortamına taşınan materyalleri, sanat nesnesine dönüştürerek, bu materyallere yeni anlamlar yükleme” (Günay, 2005: 40) şeklinde ifade edebiliriz. Süreç içerisinde de düşünce, imge, sözcük ve sezginin ön plana çıkarılması ile sanatta “kavramsallık” ön plana geçmektedir. Nitekim, kavramsal sanatçı, Sol LeWitt'e göre;

“Kavramsal sanatta, kavram düşüncesi yapıtın en önemli özelliğidir. Kavramsal sanat yapan bir sanatçı, yapıtını önceden tasarlar yapıtıyla ilgili kararları önceden verir: uygulama o kadar da önemli değildir. Düşünce, sanatın gerçekleştirilmesini sağlayan bir makineye dönüşür. Bu tür bir sanat kuramsal ya da kurmaların görsel karşılığı değildir; sezgiseldir, her türlü zihinsel süreçle ilgilidir ve bir amaç gütmeyiz” (Antmen, 2010: 198).

Sanat ve yaşam arasındaki bağları farklı disiplinlerin kullanım materyalleri ve sanatsal eylemleri ile irdeleyen sanatçılar bir oluşumda yer alırken; farklı bir oluşumun içerisinde de bulunabilmektedirler. Özellikle, teknolojik yeniliklerden yoğun bir biçimde payını alan Postmodern sanatın uygulama süreçleri, yeni bir evren algılaması ile ortaya çıkan girişimlerin beraberinde bir dizi kırılma da getirmiştir. 1950 sonrasında gelişimine başlayan Kavramsal Sanat, Oluşumlar (Happening), Fluxus, Body Art, Video Art, Arazi Sanatı, Kiç (Kitsch) gibi sanat formları var olan sanat formlarını yıkararak sanata yeni yönelimler kazandırmıştır.

2.4.1 Kavramsal Sanat

1960'lı yıllar sonrasında sanatın “nesne” ye yönelik ihtiyacı sanat piyasasında yaşanan önemli süreçlerden biri olmuştur. Düşüncenin ön plana geçtiği bir sanat pratiğinin etkileri yoğun bir biçimde hissedilmeye başlayınca, yapıtın maddi varlığı ve biçimi etkisini büyük oranda yitirmiştir. Sanatçının bedenini kullanarak gösterdiği performanslar (body art) ve happening (oluşum), enstalasyonlar ya da environment (çevre) türünde düzenlemeler; galerinin ve müzenin hem fiziksel hem de ideolojik

sınırlarını aşmak adına açık alanda ve doğa da gerçekleştirilen sanatsal ifadeler izleyiciye estetikten önce zihinsel bir algılama sürecine çağırması bakımından “kavramsalcılığın” sınırları içerisinde de değerlendirilir. Hızla gelişen teknolojik değişimler, değişen yaşam ve çevre karşısında sanatın geleneksel sınırlarını aşarak sanatın boyutuna yeni anlayış getiren kavramsal sanat sanatçıları merkeze düşünceyi koyarak çağdaş düşünceyi temellendirmişlerdir.

Kavramsal sanatla birlikte sanat nesnesinin barındığı biçimsel yapı yeni bir boyut kazanmıştır. “Resim, bir yüzey üzerinde bir takım renk, çizgi ve şekilden oluşan bir nesneydi, ama aynı zaman da, kendi dilinin olanaklarıyla karşısındaki insana bir şeyler söyleyen yapıtı ona göre. Resmin dili görsel, metnin dili yazınsaldı; dolayısıyla bir sanat metninin bir resimden farkı sadece biçimseldi” (Yılmaz, 2006: 217). Sanatçılar izleyiciyi düşünsel sürece sürüklemiş, dilbilimsel çözümlerle dil ve sanat ilişkisini açıklamaya çalışmışlardır. “Bu bağlamda kavramsal sanat; metni ve dili sanat nesnesi ile birlikte kullandığında, bu kurgu, nesnenin kendisinin metnin altında somutlaştırılmaya çalışılması olarak anlaşılmalıdır. Kavramsal sanatın dili irdelemesi ya da kimi yapıtlarda metni tek başına kullanması rastlantısal bir arayış sonucu oluşmamıştır. Aksine oldukça bilinçli bir tavır olmaktadır” (Günay, 2005: 59).

Kavramsal sanatçı aktarmak istediği fikir ve kavramları bir ürün olarak sergiler ve ortaya koyduğu ürünün estetik değerinin ötesinde, izleyiciyle karşılaştığı anla ilgilenir. “Bütün bu sanatların ortak özelliği, düşünceyi ve kavramı iletmede araç olarak dili, çeşitli nesnelere, insanın kendisini ya da doğayı kullanmalarına karşın, bu göstergelerin hiçbir zaman sanat yapıtı olarak algılanmamasının gerekliliğidir. Buna göre sanat, düşünsel bir süreçtir ve bunu görür kılmak için fetişleşmiş bir nesneye ihtiyaç yoktur. Düşünce nesnenin önüne geçer, bu öyle bir ileri gidiştir ki yapıtın somut bir biçimde gerçekleşmesine gerek kalmayabilir. Bu bağlamda Kavramsal Sanat, sanat nesnesinin üretimini bütünüyle terk etmeyi amaçlayan bir akımdır. Aslında kavramın sanattaki önemi yeni değildir. Geçen yüzyıl içinde Sanatçılar zaman zaman değişik yaratma süreçlerini keşfetmek için, sanatla ilgili aslında sanat da denemeyecek öteki alanlara kaymışlardır” (<http://www.msxlab.org/foum/sanat/10773kavramsal-sanat.htm>)

Özetlemek gerekirse, sanatı geleneksel yöntemlerin ve biçimlerin ötesine taşıyan kavramsal sanat, izleyici o güne kadar edinmediği düşünsel deneyimlere sevk eden çalışmalar ortaya koymuştur. Nitekim, sanatın salt obje ve mekanla var olduğu düşüncesinin aksine, kavramsal sanat tüm bu sınırları ortadan kaldırarak sanatçıyı düşünce yaratımına teşvik eder. “Yapıtın görsel bir biçimi olmasa bile, düşüncenin bizzat kendisi herhangi bir biçimdeki bir ürün kadar sanat eseri demektir. Başka bir deyişle kavramsal sanatta “yapıt”, “düşünce” ile aynı şeydir” (Yılmaz, 2006: 221). Bu nedenle, kavramsal sanatçı üretim sürecinde fikirlerine uygun bir malzeme seçme konusunda özenli davranır. Bu süreçte kullandıkları nesnenin estetik değerini önemsemeyen sanatçılar, sundukları eserlerle izleyiciyi eseri sorgulama süreçlerine çağırır. Kısacası, So Lewitt’in de ifade ettiği gibi asıl önemli olan: “Kavramsal sanat, yalnızca düşünce iyi olduğu zaman iyidir” (Akt: Yılmaz, 2001: 173). Bu nedenle, Duchamp’ın bir tüketim nesnesini sanat nesnesi olarak sunarak sanata ve sanatçıya yönelik tüm gerçekliği alt üst etmesi neticesinde, üretim sürecindeki düşünsel süreçlerini esere doğru aktardığının göstergesidir diyebiliriz. Zira, bir eserin nasıl gözüktüğünün ya da malzemesinin ne olduğunun hiçbir önemi yoktur, önemli olan düşüncedir.

2.4.2 Oluşumlar (Happening)

Kavramsal sanatla birlikte ortaya çıkan performans hareketleri, müzik, dans, resim gibi birçok sanat dalını içerisinde barındırmaktadır. Dolayısıyla, sanatın sınırlarını zorlamaya çalışan bir ifade biçimi olan happening, ortak bir ifade biçimi yaklama adına ortaya çıkmıştır. Eylemlerini bir tiyatro gösterisi şeklinde sunan happening sanatçıları, sanat ve yaşam arasındaki sınırları ortadan kaldırarak, ürünün/eserin oluşum sürecindeki üstünlüğünü reddederek yapıtın kendisini temel alırlarlar. “Bir kez ve bir yerde birden fazla yapılan ya da algılanan olayların birleşimi sanatı günlük yaşama yakınlaştırmak amacıyla göstericiler ve izleyiciler tarafından oluşturulan çevresel sanat eylemleri” (Atakan, 1998: 9) olan Happening, aslında farklı zamanlarda ve yerlerde sonlandırılan veya anlaşılan bir çeşit eylem kolajıdır. Eylem sanatçı için net bir anlam ifade edemez ve Happening resmi şekilde hiçbir bildiri veya program tarafından tanımlanmadığı için, bu etkinlik olabildiğine çeşitli şekillerde ortaya koyulabilmektedir. Happeninglerin bir

başka özelliği ise izleyiciye birbirinden farklı duygular iletmesi ama bunlarla alakalı bir yorum aktarmamış olmasıdır. Eylemin, olayın kurgusu birbiri ile örtüşük birimlerden oluşmakta bu nedenle de birimler arasındaki bağı katılımcı/izleyici bulmak ve inşa etmek mecburiyetindedir.

Happening ilerleyen bölümlerde de bahsedilecek olan fluxus hareketiyle benzerlikler gösterse de, bazı noktalar da ondan ayrılmaktadır. Bir oluşum esnasında, izleyicinin spontane katılımıyla hareketin desteklenmesi, gösterinin bir akış içerisinde yayılarak sürekliliğini sağlar. Oysa Fluxusda, izleyicinin olaya katılımı hedeflenmişse bile, bu katılımın planlı olması öngörülür, böylece olayın bir karmaşa içerisine sürüklenmesi engellenmiş olur. Ayrıca, fluxus gösterileri tekrarlanabilirken oluşum ancak bir kez yapılabilmektedir.



Resim 4: Alan Kaprow
6 Bölüm de 18 Oluşum, 1959



Resim 5: Claes Old
Scene from Nekropolis II, 1961

Önemli happening sanatçıları arasında olan Alan Kaprow, müzelerin sanat ve insan arasındaki ilişkiyi kopardığına inanarak, alternatif sergileme alanlarında seyirciyle etkileşim içerisinde özgür ve özgün bir şekilde yakınlık kurar. Böylece geleneksel sanatın sınırlarını aşan happening sanatçıları, her ne kadar galerilerinde performans sergileselerde seyirciyle kişisel olarak çok yakın bir bağ kurmuşlardır. Tiyatro salonundan başka bir yerde ya da açıkta sahnelenebilen happening hazırlanmış sahnede, önceden tasarlanmış ya da o anda içten geldiği gibi sergilenen olaylardan ibarettir.

Çoğunlukla iki kişi ile başlayan performans, sürecin ana hatları önceden belirli bir şekilde başlatılır ve sonrasında seyirciden alınan tepkiye göre süreç ilerler. (Resim 4-5) Kısacası, tek seferlik olan bu performans sanatı yalnızca seyircinin belleğinde varlığını sürdürür. Sanatla yaşam arasındaki mesafeyi yok sayarak sonucu değil, süreci önemli kılar. Böylece, sanatı sürekli yaşamakta olan bir eylem olarak düşünen sanatçı, izleyicinin de bu eylemde doğrudan katılımını sağlayarak, sanatın sanatçının ürünü olduğu düşüncesi sorgulanmaya çalışılmıştır.

Sonuç olarak baktığımızda, happening sanatçıları geleneksel yaklaşımlar yerine kendisini farklı bir şekilde ifade edebileceği yeni alanlar bulmuştur. Resim, heykel, şiir, dans ya da sahne sanatları gibi alanlar, kendi sınırlarının dışına çıkarak disiplinler arası bir yapı sergileyerek birbirinin içerisine nüfuz etmeye başlamıştır. Böylece sanatçılar ressam, dansçı ya da şair gibi tanımlanmanın ötesinde yalnızca bir “sanatçı” olma çabasındadırlar.

2.4.3 Fluxus

1960 ve 1970’li yıllar sanata yeni bir boyut kazandırmaya çalışan “Fluxus” hareketi’nin de başladığı ve gelişimini gösterdiği yıllar olmuştur. Marciunas’ın sözlükten bulduğu “akış”, “arındırma”, “hareket”, “bolluk”, “çokluk”, “yükseliş” anlamına gelen fluxus, İngilizcede; “sürekli olarak değişen durum” anlamına gelmektedir. “Tarihsel kaynağı ise eski Yunan filozofu Herakleitos’un ünlü *panta rei* -her şey akar-düşüncesidir” (Yılmaz, 2006: 262). Yaşamın her anıyla ilgilenen Fluxus, sanat ve yaşam arasındaki sınırları kaldırarak deneysel bir eylem sergileme peşindedir. Dolayısıyla, sürekli bir değişim içerisinde olan yaşamda, sanat eseri de sonuçlanmış bir ürünün ifadesi değildir, yani eserler sürekli değişen ve gelişen bir süreçtir. Bu noktada fluxus sanatçıları yaşamı ve ölümü temalandırarak, kalıcı olmayan ve akışkan olan bir yaşama gönderme yapar. Öte yandan, bu hareket içerisinde var olan sanatçılar eylemlerini “burjuvazinin olumsuz duruşuna tepki olarak” da nitelendirmişlerdir. Fluxusla ilgili yayımladığı bildiride, “Dünya burjuva yaşamından temizlemek”ten (Şahiner, 2013: 49) bahseden, bir fluxus sanatçısı olan George Maciunas, hızlı bir tüketim döngüsü paralelinde giderek artan mutsuzluk, tatminsizlik, kaygı gibi

kavramları insan ve yaşam arasındaki tüm sınırları kaldırarak ifade etmişlerdir. Diğer bir ifadeyle, toplumsal kaygılar estetik kaygıdan önce gelir, ve bu noktada burjuvaya yönelik var olan tüm tutumları yıkmışlardır. Böylece, sanatı üretilebilirliği olan bir ifade biçimine dönüştürmüşlerdir. Örneğin, 1964 yılında da Maciunas Fluxshop adı altında bir dizi dükkan açmış seri olarak üretilen ürünleri mektupla sipariş yöntemiyle sembolik fiyatlara satmaya amaçlamıştır. (Resim 6)



Resim 6: George Maciunas, *Fluxshop*, 1964
(Fluxus sanatçıların işlerini ve ortak Fluxsus işlerini içeren bavul)

Özetlemek gerekirse, doğaçlama bir şekilde gerçekleşen fluxus hareketi raslantıya önem verdikleri için, ortaya çıkan ürünün sanat olup olmadığıyla ilgilenmezler. Hatta kendilerini bile sanatçı olarak tanımlamak her fırsatta dile getirirler. Üretim sürecinde fluxus hareketinde seyircinin eyleme katılması planlı ve programlı bir katılımdır, buda olayın karmaşaya dönüşümünü engeller. Dolayısıyla, ne sanatçının nede sanatın ayrıcalığının olduğunu düşünen fluxus sanatçıları, bu açıdan Duchamp ve Dadaizm'in çizgisinde yer almıştır diyebiliriz. Ayrıca estetik kaygıları arka plana iten fluxus sanatçıları, bu düşünceler doğrultusunda sanat fikrini tümünden yıkmayı başaramasalar da sanat bağlamı içerisinde ele alınacak malzemelerin ve yöntemlerin sınırlarını genişletmişlerdir. Sanat ve hayat arasındaki sınırları sokak gösterileri, elektronik müzik konserleri, ses enstalasyonları ve performanslar gerçekleştirerek çeşitli denemelerde bulunmuşlardır.

2.4.4 Beden Sanatı

Postmodern sanatın içerisinde barındırdığı her “şey”in sanata dahil olduğu söylemi, her nesnenin sanatın konusu olabileceği bakış açısı sonucunda yaşama ilişkin her bir parçanın sanat olarak değerlendirilebilmesi mümkündür. Postmodern sanat, kullanılan malzeme ve yöntemlerin sınırsızlığı aracılığıyla “gerçek olanı” bulma çabası içerisinde var olduğunu söyler. Düşüncenin izleyiciye aktarımını en etkin şekilde sağlamak için kimi zaman sanatçılar kendi bedenlerini de sanat malzemesi olarak kullanmaktadırlar. Beden, Postmodern sanat içerisinde kimi zaman Kaprow ve Beuys’un yaptığı gibi “*eylem anındaki var oluşa*”, kimi zaman da “*eylem aracılığıyla var oluşuna*”-Chris Burden, Stelarch ve Orhon’un gibi sanatçıların yaptığı gibi- dikkat çeker.

1960’lı yıllarda ifadenin önemli bir parçası olan vücudun kullanılışı “ Vücut Sanatı (Body Art) olarak adlandırılan yeni bir eğilimin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Body-Art 1970’li yıllardan itibaren “performance” sanatının içinde erimeye başlamıştır. Terim geniş kapsamlıdır, Vücut Sanatı’nın bir türü “performance” a çok yakındır ve seyirci önünde gerçekleştirilir” ([http:// www.msxlab.org/forum/sanat/244193-vucut-sanati-body/244193-vucut-sanati-bodyart.html](http://www.msxlab.org/forum/sanat/244193-vucut-sanati-body/244193-vucut-sanati-bodyart.html)).



Resim 7: Ayin sırasında dans eden Aborijin

Resim 8: Afrika kültürüne ait beden görüntüleri

Vücut sanatı çalışmalarında sanatçı bedenine yaptığı müdahaleyle izleyicinin görüş alanına girer. Aslına bakarsak kişinin beden gücünü ve performansını kullanımını uzun bir geçmişten itibaren süregelenmektedir. İlkel dönemlerde kişinin kabiledaki gücünü arttırmak, hangi kabileye ait olduğunu belirtmek, olgunluk çağına erişmiş olduğunu

kanıtlamak ya da doğurganlığını göstermek gibi, dinsel veya toplumsal birçok nedenlerle, bu insanlar bedenlerini, bir ifade aracı olarak kullanma yolunu seçmişlerdir. Aborjin kültüründe, her birey tüm yaşamı boyunca kabilesine ait simgeleri belli günlerde bedenine çizer, boyar. Yerine göre, derin bir saygı ya da yardımlaşma ifadesi olarak bireyler birbirlerinin bedenlerini de boyarlar ve sonrasında dans ederler. (Resim 7-8)



Resim 9: Marina Abramoviç, *Ritim*, 1973

Postmodern sanatçının bedenini sanat malzemesi olarak görmesinde tıpkı ilke kabileler de olduğu gibi bedeninin dayanma sınırları zorlanmanın yanısıra izleyiciyi tedirgin etme anlayışı da yatmaktadır. Body-Art sanatçıları vücutları ile manevi yönden dayanma sınırlarını zorlayan performanslar gerçekleştirerek; yaşam ve ölüm arasındaki sınırı irdelemektedirler. Marina Abramoviç, (Resim 9) eylemlerinde bedenini hammadde olarak kullanmayı seçen ve bedenine uyguladığı baskı karşısında, vücudunun dayanma sınırını bir ölçü aleti olarak gören sanatçılardan bir tanesidir. 1970 yıllarında yaptığı gösteri ve fiziksel saldırganlık yoluyla bedeni bilinçli bir durumdan bilinçsiz duruma taşımaya dayanıyordu. Tensel acıyı deneyimleyerek, gösteri gereği ölüme çok yaklaşan Abramoviç amacını şu şekilde ifade etmiştir:

“Sarsıntı yaratmakla ilgilenmedim hiç. Benim asıl ilgilenmek istediğim şey, insan bedeninin ve aklının fiziksel ve zihinsel sınırlarını deneyimlemektir. Bu deneyimi halk ile birlikte yaşamak istedim(...) Halkın bana bakmasına ihtiyacım var çünkü halk bir enerji diyalogu yaratır(...) Sonraları başka kültürleri tanıdığım da, Tibet'e gittiğim de, Aborjinlerle tanıştığım da, Hatta Sufi ayinlerini gördüğüm de bütün bu kültürler de bedeninin zihinsel bir atlama gerçekleştirilmesi için aşırı zorlandığını fark ettim. Ölüm ve acı korkusunu yenmek için, bedenimizin bize yaşattığı kısıtlamalardan kurutla bilmem için fiziksel zorlanma gerekiyordu” (Yılmaz, 2006: 299)

Body art sanatçılarına baktığımızda içinde yaşadığımız toplumluma yönelik eleştirel bir bakış açısı getirdiklerini de görebiliriz. Acı çekmeyi, zorluğu ve güç yaşam koşullarını aşılamak için mesleki başarıyı, rahat ve hızlı yaşamayı yücelten, keyif almanın reklamını yapan bir toplumdur. Sanatçıların gerektiğinde kendi bedenlerine işkence yaparak dikkat çekmelerinin nedeni, bizi *olumsuzluk* ve *acı* deneyimle yeniden karşı karşıya getirme zorunluluğu duymalarıdır.

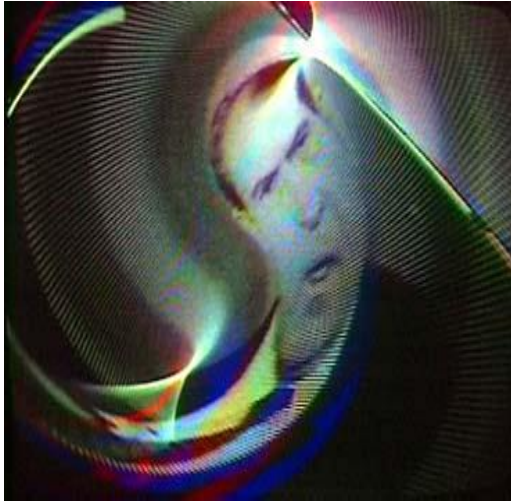
Sonuç olarak baktığımızda, Body art sanatçılarının beden ve zihin sınırlarını zorlamaya yönelik çalışmalarının, politik sürece karşı muhalif bir çıkış olduğunu söyleyebiliriz. Şiddeti içselleştiren body art sanatçılarına göre üstünde durulması gereken şey görünen değil, görünenin arkasında ki düşüncede yer almaktadır. Dolayısıyla sanatçılar sisteme yönelik eleştirilerini, ölüm ve acı korkusunu yenerek, neticesinde sahip oldukları bedenlerine yönelik bir takım müdahalelerde bulunarak ortaya koymuşlardır. Çünkü, bu sürecin yaşam ve ölüm, bilinç ve bilinçaltı arasındaki sınırları ortadan kaldırdığına inanmaktadırlar.

2.4.5 Video

19. yüzyılda sinematografi aygıtının geliştirilmesi, teknolojik yeniliklerin giderek arttığı 20. yüzyılın sanatı olan video sanatının oluşumuna kaynaklık etmiştir. Dolayısıyla, sinemanın gelişiminin video sanatı üzerindeki etkisi göz ardı edilemez. Postmodern dönemin iki önemli aracının “Video Sanatı” ile olan bağlantısı belirgindir: Bilgisayar, imaj üretici bir araç, televizyon ise video için vazgeçilmez bir unsurdur. Maureen Turim’e göre de “video, son bulunan sanat biçimlerinden biri olarak tamamen postmodernist gelişmiştir” (Kılıç, 1995: 108-117). Postmodern sanat anlayışında kitleye ulaşım çabası oldukça önemlidir ki Video Sanat’ı bunu karşılayacak bir sanat formudur. Fakat bu da bir takım sıkıntıları beraberinde getirmiştir. Artık sanat üretimindeki, kitlesel üretim ve buna bağlı olarak teknoloji ön plana çıkmakta, yaratıcılık, karmaşıklığın yansıtılması vb. olgular daha geride kalmaktadır.

1960’lar boyunca video alanında gerçekleştirilen sanatsal araştırmalar aracın sağladığı gündelik kullanım avantajları açısından, Çevre Sanatı ve Kavramsal Sanat’taki

gelişmelerle yakından ilişkilidir. Bu süreç boyunca sanat çalışmalarının nesnesizleştirilmesi ve sanat pazarındaki fetişist birikim ve değişimin reddedildiği bir iklim oluşmuştu. Böylece Video Sanatı, sadece görsel teknolojiler (sinema ve fotoğraftaki olanaklar) tarafından önerilen yeni olasılıklarla sunulan bir ifade biçimine değil aynı zamanda içsel bir estetik kod aracılığıyla yönlendirilen orijinal imaj üretimine dönüşmüştür. (Resim 10-11)



Resim 10-11: Paik, *Global Groove* Videosun'dan bir parça

Video teknolojisinin karakteristiklerini araştırmalarına taşıyan sanatçıların yaklaşımları oldukça farklıdır. Sanatçılar, elektronik aracı, basit bir kayıt aracı olarak değil, resimsel ve heykelsi materyalleri dönüştürebilecekleri, karmaşık bir sanatsal yöntem olarak düşünmekteydiler. Böylece, örneğin aracın tüm olanakları (ve formlarını) araştırmaları boyunca kullanan Paik, video kameranın içerdiği elektronik özelliklerle oynayarak (ses ve görüntü kaydırma yöntemleri) ve kameranın çalışma biçimine müdahale edilmesi sonucu ortaya çıkan, siyah-beyaz “soyut” kayıtlar yapabiliyordu. Günümüzde video sanatının en çarpıcı karakteristiklerinden biri, sanatçıların sadece enstalasyonlarında ardışık yeni imajlar yaratmaları değil aynı zamanda onların izlenmesi için bütünüyle yeni durumlar kurgulamalarıdır. Gündelik yaşama bir tepki olarak, çok sayıda monitör aracılığıyla yaratılan karmaşık görsel oluşumlarla desteklenen video imajları içeren karmaşık üretimlerde ve video heykellerde ön plana çıkmaktadır. Video anvironmanlarda ve enstalasyonlarda izleyici, sanatçının önerdiği bir dizi farklı bakış

açısı ve alışkın olduğu algılama biçimlerini yıkan imajları karşılaştığı bir yolda ilerlemeye davet edilmektedir.

Aslında tüm bu açıklamalar ışığında şunu belirtmek gerekir ki, sanatın son 50 yıldır ilgilendiği bilişimsel imgeler, teknolojinin sunduğu araçlarla ifade alanını zenginleştirmiştir. Slaytlar, ses kaydı cihazları ve nesnelere birbiriyle bağlantılı bir şekilde kullanılarak yaratılan imajlar kullanılır. Bu süreçte gerçekle kurgu arasında gidip gelen imgelerin çatışması, aynı zamanda uzlaşıp örtüşmesi söz konusudur. Aynı zaman da hızlı bir şekilde benimsenip ve yayılan Video sanatının kolay ulaşılabilir ve kolay yayımlanabilir olması da gelişiminin bir parçası olmuştur.

2.4.6 Arazi Sanatı (Land Art)

1960'lı yılların sonlarında ABD'de gelişen ve 1970'li yıllarda Avrupa'ya yayılan Land Art kavramı, Minimalist heykel anlayışıyla olduğu kadar kavramsal sanatla da yakın bir görüşü paylaşmıştır. Land Art, çağdaş sanatın “*Non-Art*” ya da “*Anti-Form*” hareketleri içinde yer almaktadır. Land art sanatçıları “ “*yeryüzünün insanın emrine verilmesi*” ile “*insanın yeryüzünün efendisi olması*” arasında (yeryüzü açısından) hiçbir farkın olmadığını söylemektedir. Birinci önermenin Tanrı, ikincisinin insan merkezli olsa bile sonuç itibariyle kullanılan *yeryüzü*, kullanan ise *insan* olduğunu ifade eder” (Yılmaz, 2006: 238). Yeryüzüne yönelik bu bakış açısının zamanla yeryüzünün tahribatıyla doğan sonuçları gözardı edilemez bir gerçek olmuştur. Böylece 1960'larda bu duruma eleştirel bir bakış açısı getiren bazı sanatçılar doğa ve sanatın ayrı şeyler olmadığı söylemleriyle yeni bir eğilime temsilcilik etmişlerdir.

Land Art dönemin kaos dünyasından beslenen, uygulama alanlarını müze ve galeri gibi kurum ve kuruluşlarla sınırlamayan bir anlayışa sahiptir. Sanatçılar kapitalizme karşı tepkilerini sanatı ticari kurumlardan kopararak doğaya taşıyarak göstermişlerdir. Dünyanın her yerinin bir malzeme niteliği taşıdığını düşünen sanatçılar çalışmalarında sanata yeni anlamlar yüklemişlerdir. (Resim 12-13) Mekan olarak dünyayı düşünen sanatçı, düşüncelerini gerçekleştirebilmek için her türlü nesneyi, mekanı, hatta dünyayı, doğayı kullanabilmektedir. Bu süreçte doğa ve sanat arasında ki aktarım söz konusudur.

Fakat, “zaman aynı anda bir sanatsal etken de olmaktadır. Sanat yapıtları zaman içinde yok olmaktadır” (Yılmaz, 2006: 239).



Resim 12: Dennis Oppenheim,
Directed Seeding Wheat, 1969



Resim 13: Robert Smithson
Sarmal Dalgakıran, 1969

Land art sanatçılarına göre sanatın dili görüntüden öte, her zaman gelişime açık yapıda olmalıdır. “Sanatın gelişimi süreci metafizik değil, diyalektik olmalıdır. Sanatçının kastettiği kültürel kapatılmışlık dışında bir diyalektiktir. Ayrıca, galeri denen tarafsız bir odanın metafizik sınırları içinde ki bir “süreci” öneren sanat yapıtlarıyla ilgilenmemektedirler. Sınırları belli bir süreç, süreç değildir. Özgürlük yanılısamadan çok, özgürlüğe gerçekten ulaşmak gerekmektedir” (Yılmaz, 2006: 241).

Bu veriler ışığında söyleyebiliriz ki; Modern teknolojiyle birlikte doğada yaratılan tahribat karşısında Land art sanatçıları sanatı sorgulamaya başlamışlardır. Bunu yaparken de doğanın sanat oluşu üzerinde durmuş ve endüstri alanlarına tepkisini ortaya koyma yolunu seçmişlerdir. Land Art sanat yapıtları genellikle taşınamaz olduğu için satılabilir olma özelliğini de kaybetmiş yani kapitalizm-sanat ilişkisine kendi içinde karşı çıkmışlardır. Ayrıca, insanın doğaya etkisinin daha kalıcı olduğunu düşünen sanatçılar dünyanın her tarafına diktikleri heykeller ve inşa ettikleri yapılarla bunu açık bir şekilde ifade etmişlerdir. Böylece sanatın sadece sanattan ibaret olmadığını savunarak, sanatı insan duyarlılığını çevre lehine harekete geçirmek için kullanmışlardır.

2.4.7 Kiç

Modern dönemin tanımını yaptığı bir kökene sahip olan Kitsch (kiç) kavramı Almanca'da “werkitschen” (ucuzlatma, bayağılaştırma, kolay satılır hale getirme) kelimesinden geldiği öne sürülmüş, her kavram gibi “kiç” de günümüze çok farklı bakış açısı ve demagogilerin içerisinden geçerek gelmiştir. Modernizmin yaptığı ilk tanımlamalara göre kitsch, “sanat olmayanı ancak sanat gibi pazarlanı” temsil etmek için kullanılmış bir sanat terimi olarak ortaya çıkar. Sanat eserinin, içerik, biçim ve öz açısından “genelin beğenisine indirgenmesi, bayağılaştırılması, ince ve altyapı gerektiren estetik birikime gerek duymadan anlaşılabilir olana yoğrulması” olarak kullanılmıştır. Yani, kiç kavramı negatif bir tanımlama olmaktan çıkmış, ve modernizmin dışladığı ve postmodernizm kabullendiği “öteki” kavramı olarak kabul görmüştür.

Alman çıkışlı olmakla birlikte, İngilizce üzerinden diğer dillere geçiş yapan kiç kavramının, estetik olmak konusunda başarısız olanı ifade eden estetik bir ulam olarak sanat eleştirisinde popülerleşmesi, 1930'larda, Clement Greenberg, Hermann Broch, Theodor Adorno gibi teorisyenlerin bu kavramı avangartın karşısında konumlandırmaları sayesinde gerçekleşmiştir. Kiç, kültür endüstrisi kavramıyla birlikte sanatı sorgulayıcı ve muhalif olmak olarak gören Adorno için “avangard sanat kurulu düzene ve her türlü sahte uzlaşmaya karşı duran, eleştiren radikal bir isyandır. Çağdaş dünyanın tek sanat formudur. Sanat yapıtı yanlış olan toplumsal gerçekliğin dışındadır. Kitsch ise estetik deneyimin ve katarsisin parodisidir. Her fırsatta öne çıkmak üzere sanatta pusuya yatar. O bütün sanata katıştırılmış bir zehirdir” (<http://lebriz.com/pages/Isd.aspx?lang=TR§ionID=6&articleID=979&bhcp=1>).

Kiç'i estetiğe karşı yapılan bir değersizleşme yaratıcı ve avangard sanatın karşısında var olan, sığ ve yüzeysel bir kavram olarak tanımlayan Greenberg, 1939 yılında yazdığı “*Avangard ve Kitsch*” adlı makalesinde modern sanatın tüketime karşı direndiğini ileri sürer: “Kitsch, mekaniktir ve formüllerle çalışır. Hayali bir deneyim ve sahte duyumlardır. Stillere göre değişir ama hep aynı kalır. Çağımızın yaşamındaki her şeyin sahteliğini gösterir. Avangard propaganda kullanımında masumken, kitsch yanlış

duygulara yönlendirir. Yüksek sanattan bahsediyorsak, alçak/popüler sanattan da kaçınamayız” (Artun, 2010) Benjamin’e göre “kiç kitleler nezdinde sanatın yeni tüketim nesnesidir ve kitleler sanat eserinden içlerini ısıtan bir şey beklerler” (2013: 395). Böylece sanatın ıssının onların yüreklerini ferahlatmaya yettiğini ifade eder. Bu nedenle Benjamin’e göre kitsch, tüketime yönelik sanattan başka bir şey değildir. Dolayısıyla, sanatı ve kitsch’i tamamen karşıt bir çerçeveye alır. Sanat yapıtı, kendisine özgü niteliklerden bazılarını yitirmiş, dolayısıyla da anlamında ve varlık koşullarında bir dönüşüm ortaya çıkmıştır. Kısacası, “sanat yapıtının gerçeklikten (realite) koptuğunu ve artık kaynak yada model olarak doğayı değil, daha önce üretilmiş olanı seçtiğini görüyoruz. Bu açıdan bakıldığında, üretilmiş olanın yeniden üretileceklere kaynaklık etmesi; bir anlamda çağın sanatının kitsch’le kurduğu ilintiyi de vurgulamakta. Yani sanat, artık biriciklik (unicum) ve sonsuzluk iddiasını yitirip farklı bir oluş biçimine evrildi” (Şahiner, 2009: 145). “Modern sanat bağlamında kitsch anlamına gelebilecek bir tür jargona Baudelaire’in salon sergileri üzerine eleştirilerinde rastlarız” (Baudelaire, 2003).

Kiç üzerinde de yorumlar yapan Baudrillard'ın imgelerin hiper-gerçekliği ile ilgili analizi ideolon ile ilgili kısmında da farklı değildir. Baudrillard’a göre “Sanat yapıtı doğadan koparak, onu, bir “taklit” olmaktan bile çıkarıp, “aynısını yapma/modelleme/benzetme” (simülasyon) sürecine dönüştürünce, beraberinde çok tehlikeli bir şeyi, her şeyin birbirine benzemesini getiriyor” (Baudrillard, 1983: 78). Şahiner’e göre ise; “imgeler kayboluyor, daha önce yapılanlar yeni yapılanlara kaynaklık ediyor ve bu döngü sonsuza dek sürüyor” (2013: 145). O zaman da bir tür değişmezlik, bir tür aynılık, bir tür benzeşme ortaya çıkıyor. Bu mantık sanat yapıtına uyarlanınca, sanat yapıtını farklılaştıran öge ortadan kalkıyor, her şey bir örnek olmaya başlıyor. Özellikle modern dönemin sonrasında, sanatta, “kiç” ve “simülasyon”un birer estetik kategoriye dönüştüğü ve sanat yapıtının içeriğini büyük ölçüde belirlediği görülmekte. “Jean Baudrillard 1990’larda resmin çirkinliği değil (çünkü çirkinlik hala estetik bir değerdir), çirkinden daha çirkinini kitsch’i geliştirdiğini gerçeklikten kurtulunca, gerçeklikten daha gerçek olabilirsiniz: Hiper-Gerçekçilik...” (<http://lebriz.com/pages/Isd.aspx?lang=TR§ionID=6&articleID=979&bhcp=1>) söy

lemiyle ifade etmiştir. Dolayısıyla, “güzel ve çirkin karşılıklı çelişkilerinden bir kez kurtuldular mı bir biçimde çoğalır: Güzel’den daha güzel ya da Çirkin’den daha çirkin ortaya çıkar. Örneğin günümüzde resim tam olarak çirkinliği değil (çirkinlik hala estetik bir değerdir), çirkinlikten daha çirkini (“*bad*”, “*worse*”, “*kitsch*”); karşıtıyla ilişkisinden kurtulmuş olduğu için çirkinliğin karesini geliştiriyor. “Hakiki” Mondrian’dan bir kez kurtulunca, “Mondrian’dan daha Mondrian” olmakta özgürsünüz. Hakiki naiflerden kurtulunca, “naiflerden daha naif” olabilirsiniz” (Baudrillard, 2012c: 23). Dahası, estetiğinin artık güzel ya da çirkini değil, banal ve kiç’i vurgulaması gibi Baudrillard, kiç olgusunun arkasında tüketim toplumlarının sosyolojik gerçeğinin yattığını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Tüketim toplumları devingen toplumlardır. Büyük insan kitleleri toplum merdiveninde yukarı çıkar, daha yüksek bir yerde olmayı ister, yanı sıra da kültürel istemlerde bulunurlar. Kültüre yönelik istemlerinin bir tek nedeni vardır: Buldukları yeri çeşitli göstergelerle vurgulamak... Kısacası kiç, toplumsal hareketliliğin bir bağıl değişkenidir. Toplumsal devinimi olmayan toplumlarda kiçten söz etmek de olanaksızdır. (...) Büyük insan kitleleri belirli bir gösterge kategorisine yönelip onu kendileriyle bütünleştirdiklerinde, üst sınıflar başka göstergelere yönelerek ve onları kullanarak araya bir uzaklık sokarlar. Bu ikinci kategorilerin (üst sınıfların kategorileri) nicelik yönünden sınırlı olduğunu vurgulamak gerekir. (Az bulunan “şeyle” ve onlara yönelme mantığı) (...) Kiç, farklı olmak mantığına, o mantığın bir türevi olduğundan yeni hiçbir şey eklemeyiz. Sonuç bellidir: Kiç nicelik olarak çoğaldıkça çoğalırken, “yüksek sınıf”a ait mallar nitelik boyutlarını daralttıkça daraltırlar ve sayılarını da gitgide azaltırlar” (Kahraman, 2005: 221-222).

Kitsch moda göre değişir ama aslında hep aynı kalır. Kitsch; moda da kullanarak yaygınlaşmayı, estetik duyarlılığı gelişmemiş olan herkesi etkilemeyi, genelin beğenisini önemser ve ticari bir yanı da vardır. Aynı zaman da üretim sisteminin bir parçası olduğu için yaygınlaşmak ve pazarı korumak zorunda olduğu için moda ile beslenmek zorunda olduğunu da söylememiz mümkündür. “McQuail, toplumsal değerlerin ve popüler kültürün gerçek anlamda bir değişiminden güç aldığını belirttiği postmodernizmin; kültürel açıdan değişken, istikrarsız, mantıksız ve hedonist olduğunu ileri sürmekte, öte yandan ticarileşmiş popüler kültürün de, çok açık bir biçimde postmodernist öğeler barındırdığını söylemektedir. Yine postmodernizmin kültürel estetiği içerisinde geleneğin reddi, anlık eğlence, nostalji, pastiş, kolaj, değişkenlik ve tutarsızlık gibi unsurlar bulunmaktadır. Televizyon, reklamcılık ve popüler müzik, bugünün egemen sanatları haline gelmiştir. Kuşkusuz postmodern ethos, önceki kültürel

perspektiflere nazaran, piyasayla çok daha içli dışlı ve ticarete çok daha fazla elverişlidir. Günümüzdeki reklam formları -özellikle de televizyondakiler-, yukarıda bahsedilen kültürel özelliklerin pek çoğunu kendi içinde sergilemektedir” (McQuail, 2005: 131-133).



Resim 14: Jeff Koons, *Hanging Heart*, 2006

Amerikalı heykeltıraş ve Yeni kavramsalci Jeff Koons, gündelik hayatta karşılaştığımız sıradan nesnelerin devasal heykellerini yapmaktadır. Örneğin, . “Asılı Duran Kalp” (Macenta ve Altın) adlı paslanmaz çelik heykeli bir sanat taciri tarafından 23.6 milyon Amerikan Doları karşılığın satın alınmıştır. (Resim 14) Öte yandan popüler kültür imgelerini ele alan sanat anlayışına sahip olan Koons, kent meydanları için tasarladığı devasal çalışmalarıyla sanat piyasasında kiç olgusunu tartışmaya açan bir sanatçı konumunda yer almıştır. Plastik ise Koons gibi kiç üreten sanatçıların sıkça kullandığı bir malzemedir. Popüler kültürü en bilindik imajlarına dayalı bir Banallik gösterisi’ni oluşturmakta olan Koons’un işleri hakkında Peter Nagy, “bu ortamın gerçeklerine uzlaştıran mutlu melezleşmeler olarak nitelemektedir” (Şahiner, 2013: 101). Koons ise, izleyici (alıcı) ile olan iletişimi şu şekilde ifade etmektedir;

“Sanatım, izleyiciyle iletişim kurmak adına her türlü adıma başvurur. İzleyicinin ilgisini çekebilmek için her türlü hileye, ne gerekiyorsa, ama ne gerekiyorsa ona başvurmaya hazırım. En saf ve yüzeysel kişiler bile benim sanatım karşısında kendilerini tehdit edilmiş hissetmezler, karşılarında gördükleri şeyi anlayamadıkları, anlayamayacakları gibi bir his yaşamazlar. Bakarlar ve hemen

onunla bir ilişki kurarlar. Ayrıca çok iyi eğitim görmüş, daha derinlemesine bakabilen bir kişi de yapıtlarıma bakıp, yaşadığımız kültüre nasıl bir katkıda bulunduğunu görebilir. Yapıtlarımla, insanların gereksinimlerine seslenmek istiyorum. İnsanları kendi kültürlerinden uzaklaştıran, onları bloke eden sınırları yok etmek istiyorum. Benim yapıtlarım insanlara bir ilişki kuramadıkları şeyler onları etkisini altına alıyormuş gibi değil, o anı kucaklamalarını sağlar. Bir şeye inanmalarına ve o inancı göstermelerine yardımcı olur” (<http://sanatkaravani.com/jeff-koonsla-yeni-kavramsalcilik/>)

Böylece, Koons modern ideolojinin manipüle etme biçimini, ideolojinin bizzat kendisini sorgulatarak görünür kılmaya çalışmaktadır. Bu durum da Hassan’ın “postmodern teori ve uygulamaların, yaratıcı olmama, parçalanma Kellner, yapı bozumunu uğratılma, yersizleştirilme, tanımsızlaştırılma, sarsıcılığı ve otoriterliğini yitirme gibi anahtar kavramları da içeren bir tür yapmama kültürü olduğu” (Best ve Kellner, 1998: 256) söylemini göz ardı etmek mümkün değildir. Bu durum da “Postmodernitenin, ideolojik düzeyde bile tek bir doğruya dayanmayan bir güç sapmasını” (Mamiya, 1992: 163) yansıttığını söylemek doğru olacaktır.

Jeff Koons, “ben bonkör bir sanatçıyım, çünkü benim eserlerime bakan herkes anlayamayacağı bir şeyle karşılaşmaz” (<http://www.brandmaillive.com/2010/09/say132/brandart.html>) söylemiyle herhangi bir gündelik nesnenin kavramsal arkaplanını reddetmekte, işlerindeki görünüşlerin niyetini doğrudan ele verdiğini, bunların ardında herhangi başka bir anlamsal katman olmadığını vurgulamaktadır. Şahiner, Koons’un çalışmalarını, “çalışmalarında gelişmiş batı toplumunun kültürel alt yapısını ve yapay doğasını gözler önüne serer. Koons’un banal, hayasız ve kiç olarak nitelenebilecek kavramsal yaklaşımı, izleyiciyi de doğrudan kavramın bir parçası kılmayı hedefler” (Şahiner, 2013: 107) şeklinde değerlendirmiştir.

Warhol gibi Koons da tüketim nesnelere doğrudan kullanarak, kültürel yapının içerdiği nesnelere aracılığıyla sistemi sergilediğini ifade etmektedir. O, nesneyi meta estetiğine dönüştürerek normalleştirir. Koons ise kiç ve banal olarak nitelenen nesnelere sergilemesinin önünü açmıştır. Örneğin, Koons elektrikli süpürgesine (Resim 15) günlük kullanımının dışında anlamsal değerler yüklemiştir. Bu objenin üzerinde kendine ait parmak izi de dahil herhangi bir işaret bırakmayan Koons, günlük tüketim nesnesini alıp onu bir cam fanusun içerisinde koyarak bir fetiş olarak sunmuştur.

Sanatçı bunu yaparken hazır nesneyle izleyiciyi kışkırtacak kadar banaliteye yakın durur ve hem izleyiciyi hem de nesneyi bir estetikleştirme sürecine maruz bırakır.



Resim 15: Koons, *Vacuums*, 1981

Öte yandan, hazır nesnelere kullanan, yaratıcı edimin önemli olduğu ve sanat eserinin estetik bir çekiciliği olmaması gerektiğini savunan Duchamp ve Koons'u bu açıdan birbirinde ayıran bir nokta vardır: “Duchamp, Çeşmeyi ürettiğinde, sanat yapıtına dair tüm anlamsal içerikleri ters düz etmiştir; ama pisuarın üzerine “R.Mutt” diye imzalayarak, bu önermeyi üreten sanatçının varlığını ironikte olsa vurgulamıştır. Bu nokta da, Duchamp'ın temel ereği, elbette imzayı koyan sanatçının ürettiği değer ilkesiyle sanat denen ve neredeyse dini doktrin'e dönüşmüş olan değerler bütünü de alaşağı etmektedir. Oysa, Koons bu yapıtlarda değil bir rumuz, onun insan elinden çıktığına dair bir iz bile bırakmaz. Bu tarzda olan çalışmalarda sıradan günlük bir nesne fetişleştirilerek sonsuzmuşcasına var edilmektedir. Dahası bu nesne, kullanışsız bir üründür; soğuk bir hareketsizliğe ve görkemli bir yalnızlığa mahkum edilmiştir” (Şahiner, 2013: 108).

Duchamp'ın seri üretim nesnelere imzalayıp sergilere göndermesi sanata yönelik bir tepki, neyin sanat eseri olduğuna dair bir sorgulama biçimidir. Bu durumda sergilenen ürünler de bu provokasyona dahil olmaktadır. Oysa Koons, hem kültür hem de üretim çevrelerini hep birlikte küçük nitelikli bir sanata davet etmektedir. Koons, Duchamp'ın yaratım sürecindeki sanatçı ile ürün arasındaki ilişkiyi şu şekilde ifade etmiştir;

“(…)Duchamp hazır-yapımlarla, nesnelere olan aldırmaçlığını sergiledi ancak benim kişisel gelişimim nesnelere olan bağlılığımdan geliyor... Bu nesnelere içeriklerim değiştirerek, kişiliğime ait bazı karakteristikleri ortaya koymaya çalışıyorum” (Koons-Haden, 1992: 26).



Resim 16: Jeff Koons, *Balloon Dogs* (1994-2000)



Resim 17: Jeff Koons, *Pink Panther* 1988

Koons, paslanmaz çelik kullanarak dev boyutla yeniden ürettiği balon hayvanlarla kiç olgusua vurgu yaparak, sanatın değerleri üzerine yeni bir boyut kazanmıştır. (Resim 16) Sanatçı eserlerin de sıkça kullandığı plastik malzeme aracılığıyla yüzeyselliği vurgulayan anlamlar yüklemiştir. Ona göre izleyiciyle iletişim ancak herkesin anlayabilceği sanat anlayışını sergileyerek olabilir. (Resim 17) Bu yüzden, gerektiği zaman sıradanlığı da kullanarak her kitlenin zevk alabileceği bir anlayış sergiler ve kullandığı sanat nesnesinin işlevini sorgulamak yerine onu açığa çıkartır. Ayrıca, Koons'un sanat anlayışı olan *kitsch* kitle kültüründen beslenmektedir. Örneğin, kitle kültürüne yönelik eleştirileri red eder ve onu gerçek kültürün bir kalıntısı olarak benimser. Sanatçının 1988 yılında yaptığı “*Banalite Sergisi*” bu yaklaşıma kaynaklık etmektedir. Ayrıca burjuva sınıfına bir tepki olarak yaptığı bu sergi için fikirlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Burjuvanın banaliteyle ilgili suç ve utancım onlara iade ederek, onları motive etmeye ve yanıt almaya çalıştım ve onları bağrına bastıkları gerçeklerle yüzleştirerek, suç ve utancım onlara iade ederek, onları motive etmeye ve kültür onları aşağılasa da, yeni bir üst sınıf yaratmaya çalışarak, kendi tarihlerini nasıl benimsediklerini göstermeye çalıştım. Ve gerçekten bu nesnelere aracılığıyla yanıt

vermeye ve de kendi tarihlerinin gerçekte ne olduğunu deneyimlemeye başladılar” (Koons- Haden, 1992: 28).

Sonuç olarak özetlemek gerekirse, Artun’nun tanımıyla artık “*her şey kitsch, her şey popür*” (2011: 42). Kitsh’i bir anlatım biçimi olarak seçen sanatçı günümüzde algılanan gerçeği bu sayede ifade edebileceğini savunmaktadır. Bu yüzden sanat-popüler karşı sanat ya da karşı estetik olarak tanımlanan “kitsch”i lanetlemekte kararlı olan Modernizmin karşısında Postmodernizm, bazı temsilcileri aracılığıyla belirli bir popülist gerçekler dizisi oluşturmaya koyulmuştur. Ayrıca, sanat eserinin, sanat çalışmasının ya da müzede ikonlaştırılmış büyük metnin ötesine uzanan bu hamle sanat ve gündelik hayat arasındaki ayrımın bulanıklaştırılmasını gösterir. Featherstone’un ifade ettiği gibi; “Bundan böyle yüksek ya da ciddi sanat ile kitlesel popüler sanat ve kitsch arasında geçerli bir ayrım yapılamaz. Bu anlamda artık güzel ya da çirkine ulaşamadığımızdan ve değer yargısında bulunmamız olanaksız olduğundan içinde bulunduğumuz bu noktada umursamazlığa mahkumuz” (2013: 223-24).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ESTETİĞİN POSTMODERN TEORİDEKİ YERİ

3.1 Estetik Nedir?

Estetik sözcüğü Grekçe “aısthesis” ya da “aısthanestha” sözcüğünden gelir. Aısthesis sözcüğü duyum, duyulur algı anlamında aısthanesthai ise duygularla algılamak anlamına gelir. Estetik bu anlamda duyulur, algılanır ya da duygusallığın sağladığı bilgiyle ilgili bir bilim dalı olarak düşünülür. Bu kavram, İlk olarak 18. yüzyılın ortalarında Alman filozof Baumgarten tarafından felsefede duyular öğretisini özerk bir alan olarak tanımlamak amacıyla kullanılmıştır. 1750–1758 yılları arasında yayınladığı *Aesthetica* adlı eseriyle ilk kez bu bilim dalını temellendiren, konusunu belirleyen ve sınırlarını çizen Baumgarten, estetik’i “güzel üzerine düşünme” bilimi olarak ele almıştır (Yetişkin, 1991: 6).

Baumgarten’e göre estetik, temel olarak sanat alanında güzeli arayan, inceleyen bir alandır ve Baumgarten gerçekliği ‘güzel’den ayırarak estetiği ayrı bir çalışma alanı olarak tespit etmiştir. Peter de Bolla estetiği Baumgarten’in kurduğu bilim dalı olarak kullanmış ve genel tanımlamasını şu şekilde yapmıştır:

“(…) Burada ki zorluk bu sözcüğün niyetlerle ve bu amaç ya da niyetler belli edilmeksizin çok çeşitli şekillerde kullanılıyor olmasında kaynaklanır. Günlük konuşma da örneğin, sanki X kişinin ayırt edici özelliğiymiş gibi o bireyin ‘estetik’inden söz edilebilir. Burada anlatılmak istenen kişinin “beğenisi” gibi bir şeydir, ancak bu terimin olumsal ve kendine özgü yönleri “estetik” kategorinin evrensel sınırlarına riayet edebilmek için göz ardı edilir. Terim bir sanatçıyla ilgili olarak kullanıldığında genellikle sanatçının ilkeleri ve sanat yapım süreci gibi bir şey anlatılmak istenir. Bu bağlamda Baumgarten’in sözcüğü ilk defa kullanılmasıyla başlayan bir estetik geleneğinden söz edilebilir” (Bolla, 2006).

Bu şekilde güzelliğe temel kaynak olan duyuşsal bilgi, gerçeği araştıran mantıktan ayrı tutulmuştur. Estetiğin ilgi alanında ve temelinde güzel kavramı vardır ve bu bağlamda oldukça geniş bir çalışma alanına sahip olduğu söylenebilir. Bu güzel kavramı geçmişten günümüze soyut bir kavram olarak tanımlanmaya çalışılmıştır. Nasıl ki

aktöre (ahlak) soyut bir “iyi” kavramında, din soyut bir “kutsal” kavramında toplanmışsa; estetiğin konusu da soyut bir “güzel” kavramı olmuştur. Avrupa’daki toplumsal dönüşüm sürecinde “güzel” kavramı hızla öne çıkartılır; hatta Fransız Devrimi’ni hazırlayan süreçte Saint-Just, güzeli doğrunun emrine verenlerin başında gelir. Zaman zaman “güzel” bir yapıtta ve onun estetiğinde değer ölçüsü birimi durumuna bile gelmiştir (Acar, 2012: 27). Kökeni insanlığın varoluşuna kadar gidebilecek olan ‘güzel’, elbette tarihsel süreç, yaşanılan coğrafya ya da sahip olunan kültürel değerlere göre farklılık göstermiştir. Bu sebeple sürekli değişen güzellik, estetik bilimi içerisinde hoş, yüce, çirkin gibi kavramları da bünyesinde barındırabilmektedir. Moissej’in tanımına göre; “Estetik sadece güzel olanın bilimi değildir; daha kapsamlı daha doğru ve tam bir şekilde formullendirirsek, estetik, insanın çevresinde yatan, insanın paratik faaliyetinde yarattığı ve gerçekliği yansıtan sanatta saptanabilen tüm estetik değerlerin zenginliğini araştıran bilim”dir” (Kağan, 1982: 5).

Avner Ziss ise “*Estetik*” adlı kitabında estetiğin güzelin bilimi olarak tanımını yaparken bu konudaki görüş ayrılıklarına şu şekilde değinir:

“Estetiğin tanımıyla ilgili görüş ayrılıkları, en başta, birbiriyle uzlaşmaz savdan kaynaklanırlar. Birinci sava göre estetiğin bir tek konusu olur: Sanatın evrim yasaları ve sanatsal yaratının özü (nature); öyleyse o, sadece, genel sanat kuramı olarak kendini gösterecektir. Öteki görüşe göre ise, estetik ile genel sanat kuramı birbirinden büsbütün ayrı iki bilimdir: Genel sanat kuramı, sanattaki evrim yasalarını ve sanatsal yaratının özünü inceler; buna karşılık estetik de, sanatta ve gerçeklikte güzelin bilimidir” (Ziss, 2009: 1).

Aslında bu fikir farklılıklarının sebebi Yunan filozoflarının manuskriptlerine kadar uzanmaktadır. Bu devirde sanat veya güzel hakkında düşünüş, fikir insanların genel bilgi birikimleri ve var oluş düşüncesine koşut bir şekilde form bulmuş, fakat farklı, kendine has bir inceleme sahası haline gelememiştir. Güzeli ve sanatı açıklamak adına gerçekleştirilen düşünsel çalışma ve analizlerinin yetersiz kalışı, estetiğin otonom bir saha olarak oluşmasını büyük oranda geciktirmiştir. Bu yüzden 18’inci yüzyıla kadar estetik, felsefi alanda düzenli bir inceleme konusuna dönüşmemiştir. Sanat felsefesinin de estetikle olan ilgisi çok benzer bir esasa dayanmaktadır. Antik çağ filozoflarından 18. yüzyıla kadar, güzel ve sanat üzerine fikir yürütmek henüz açık bir ayrıma sahip değildir ve sanat felsefesi olarak isimlendirilmiştir. Dolayısıyla, estetik kavramı da sanat felsefesi alanının bir alt dalı olarak kabul görmüştür. Yapısal olarak sanatı, çeşitli

kültürel alanlardaki mevcudiyetini, insan bakımında kullanımını ve ne anlama geldiğini inceleyen bir felsefe dalı olan sanat felsefesi, tarihi ilerleme sırasında bilgi alanı olarak zaman zaman da olsa estetik kavramıyla özdeş tutulmuştur.

Bir bilim olarak estetiğin çalışma alanı, bilimsel bilgiyle açık şekilde ilişkili görünse de 18. yy batı Avrupa'sı mantığına oldukça uygun düşen bir tavırla sanat tarihi ya da felsefeden net şekilde ayrılmıştır. Zira modernizm her türlü disiplinin kendi alanı içerisinde incelenmesini gerektiren, sınırları belirleme ve disiplinleri birbirlerinden ayırma eğilimi, estetiğin de apayrı bir alan olarak incelenmesini gerekli kılmıştır. Elbette bu alan da diğer disiplinler gibi birikimli ve değişime açıktır. Erinç, estetiği güzeli bulma arayışı olarak değerlendirmiş ve hiçbir zaman kesin bir vargıya ulaşamayacağını şu şekilde ifade etmiştir: “Estetik, güzeli, daha güzeli, en güzeli sorgular. Bu nedenle estetik bir beğeni düzeyi değil, bir araştırma bir irdeleme sürecidir. Bitmeyen, kesilmeyen bir süreç... Hem güzel denilen var olanı hem de beğeni denilen duygusal olanı irdeler. Estetik, bir varış noktası değil olsa olsa bir çıkış noktasıdır” (Erinç, 2004: 127).

Tarihsel süreç göz önünde bulundurulduğunda Platon'dan Kant'a Nietzsche'ye kadar pek çok düşünür estetik ve güzel ile ilgili tanımlar yapmış, Platon, Hegel, Heidegger gibi isimler güzelin doğrulukla paralel bir ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Burada bahsedilen doğruluk, iyi (faydalı) ya da gerçek anlamlarında kullanılmıştır. Kant ise bu bakış açısını eleştirerek güzellik karşısında duyulan hazzın iyilik karşısında duyulan hazdan farklı olduğunu belirtmiştir. Çünkü herhangi bir güzelliğe karşı ortaya çıkan estetik dürtü, iyilik karşısındaki hoşça gitme durumundan farklıdır. “İlk çağdan beri “güzel” kavramı, iyi ve doğru kavramları ile aynılaştırılmıştır; İlk kez Kant, estetik değeri sıkıca bağlanmış olduğu iyi ve doğru kavramlardan ayırmış, “güzel” i salt bir estetik kavram olarak belirlemiştir. Ona göre “güzel”in ne olduğunu araştırmak, estetik yargının çözümlenmesiyle olasıdır; çünkü estetik yargı güzel'den duyulan hazdan önce gelir ve estetik sürecin taşıyıcısıdır” (Bozkurt, 2000: 126).

Zaman içerisinde güzel kavramı, hem yapısal olarak içeriden hem de dış etkenlerden etkilenecek sürekli bir değişim içinde olmuştur. Zira, “Marksist açıdan bakılacak

olursak, “estetik güzelin bilimidir” düşüncesi geçerliliğini yitirir. Çünkü güzel, topluluklara, kişilere, sınıflara hatta düşüncelere göre değişmektedir” (Acar, 2012: 31).

3.2 Yitirilen Bir Estetik Değer: Yüce

Toplumlar yalnız siyasal formlarıyla değişmezler, aynı zamanda düşünce şekilleri, duyarlık formları ve değer katagorileriyle de değişirler. Bu kapsamlı değişim sadece ekonomik ilişkilerdeki yapıyı, toplumun üretim gücünü, sosyolojik ve politik özelliklerini ciddi bir şekilde etkilemekle kalmaz aynı zamanda bir dönüşüme sebep de olur. Estetik algı sürecine baktığımızda aynı değişim olgusunu görebilmemiz mümkündür. Değişen bu değer katagorileri, bilgide doğruluk, eylemde iyi ve sanatta güzellik değerleridir. Platon’un Büyük Hippias diyalogunda sorduğu “Güzel nedir?” sorusu o günden bugüne daima sorulmuş ama hep farklı tanımlamalarla temellendirilmeye çalışılmıştır (Platon, 286d).

Konuya yeniden kant açısından bakılacak olursa, estetiği tüm dağımlığından kurtarıp, belli ilkeler dahilinde toparladığı görülecektir. Bu düzen ise “ortak duygu”dur. Kişinin herhangi bir şeyi beğenip beğenmemesi yalnızca kendi öznel yargısının bir sonucudur. Ancak her insanda var olan bu duygu genel-geçer bir belirleyiciliğe bürünür. Kant beğeni yargılarının evrenselliğini şu sözleriyle ifade eder.

“ Bir şeyin güzel olduğunu bildiğimiz ütün yargılarda biz, hiç kimseye o şey hakkında bizden başka türlü bir kanıtta olmasına izin vermeyiz; her ne kadar bulunduğumuz yargı kavramlara değil de duyularımıza dayanıyorsa da. Ama bu duyum benim özel bir duyumum olmayıp, bütün insanlar için ortak bir duyumdur. Şimdi bu ortak duyum, bundan ötürü deneye dayandırılmaz, herkesin bizim yargılarımızla uyuşabileceğini değil de uyuşması gerektiğini öne sürer” (Kant, 1951: 75).

Kant güzel ve yüce arasında ilişki kurmuş, hatta ortak noktalarına değinmiştir; “güzel ve yücenin ortak yanı, onların doğrudan ve kendiliklerinden hoşla gitmeleridir. Ancak güzelle ilgili bilgi yetilerimiz objeyle harmonik bir oyun içine girdiği ve bu uyum (armoni) yaşam güçlerimizi canlandırdığı halde, yüce, canlılığımızı engeller. Bu konuyu açmak gerekirse; Kant iki tür yüceden söz eder. Bunlardan birincisi Matematik diğeri ise dinamik yüce’dir. Ona göre “matematik yüce” kavranamayan büyüklük olarak;

“dinamik yüce” ise bütün ölçüleri aşan bir kuvvet olarak kendini gösterir” (Tunalı, 2011: 156). Yani, Kant estetiğinde yüce kavramı da herhangi bir kavram araya girmeksizin kendiliğinden haz uyandırması ve her zaman evrensel bir değer verdiğimiz özel yargılara yol açması bakımından güzele benzer. Jameson’ın ise “yüce” değerine ilişkin düşünceleri şu şekildedir:

“Modern estetik bir yüce estetiğidir, ama nostaljiktir; gösterilemeze sadece namevcut bir içerik olarak atıfta bulunmaya imkan verir. Ama biçim tanınabilir, istikrarı ile bakana ve okuyana teselli ve haz için malzeme sunmaya devam eder. Oysa bu duygular hakiki yüce duygusunu oluşturmazlar. Yüce, acının ve hazzın özgün bir birleşenidir; aklın her türlü gösterimi aşmasının hazzı ve imgelemin ya da duyarlığın kavramla boy ölçüşmesinin acısıdır” (Jameson, 1994: 57).

20. yüzyılda modern sanatın gelişiminden dadaizm’e kadar geçen sürede, kendi sanatsal sağlamasını yapan soyut sanatta estetiğin yüceltilmesiyle ilgili bir problem görünmemektedir. Ancak dadaizmle gelişen yeni bir estetiksizleştirme süreci herhangi bir nesnenin hatta her tür nesnenin sanat eserine dönüştürülebileceği fikrini beraberinde getirmiştir. Hatta; “Picasso’nun yapıtlarında da aynı karikatürvari etkinin izlerinden söz etmek olasıdır. Bilinçli biçim bozmaların altında yücelik kategorisini estetik alanından kapı eden bir tutum gizlidir. Bu tutumun izini sürmeye devam edersek; sanat tarihi içerisinde geriye doğru bir okumayla, Hogart’ın gravürlerinde, Jan Steen’in gündelik yaşam sahnelerinde, Yaşlı Bruegel’in peyjasına yayılmış insan yüzlerinde, ahlaki bildirgenin ötesinde, “yüce”yi sorunsal bir hale getiren bir çaba karşımıza çıkacaktır” (Yılmaz, 2012: 61).

Günümüzde ise güzel bir “anti-güzel”e dönüşerek değer skalasından çekilmiş, onun yerini şok, ilginç hatta çirkin gibi değerler almıştır” (Tunalı, 2011: 155). Modern “büyük anlatılar” devrinin bitmesinin sanattaki karşılığı olan “yüce estetiği”ni reddi söz konusu olmuştur. Artık, ne yüce üzerine bir felsefi yaklaşım ne de yüce diye adlandıracağımız bir değer objesi vardır. Özellikle, Marcel Duchamp’ın hazır nesne kullanımıyla birlikte modern sanatın “yüce estetiği” eleştirilmeye başlanmıştır. Bu yeni bakış açısı sanata yeni bir nitelik kazandırarak köklü bir değişimin de yolunu açmıştır. Sonuç olarak, nesneye karşı yeni bir bakış getiren ve estetiğe karşı bir duruş sergileyen bu yaklaşım post-estetik (estetik sonrası) bilincinin oluşmasına neden olmuştur.

Sanatın kendine özgü değerlerini günden güne kaybetmesiyle, güzel ve yüce kavramları da değişime uğramıştır. Bu değişim süresince ‘güzel’, sanatın yapısı gereği bazen doğada, bazen günlük yaşamda, bazen sanat yapısının kendisinde, günümüze yakın süreçte ise bizzat sanatçının fikirlerinde ve zihinsel süreçlerinde aranmıştır. Günümüzde ise postmodern sanatın eklettik yapısıyla tüm sanat akımlarını aynı anda tek bir eserde görebilmek ya da geçmişten alınan bir imgenin, günümüz imgeleriyle birleşimini görebilmek olanaklı hale gelmiştir. Böylelikle gözden düşen yüce sanat, sanatçının gördüğü, dokunduğu her şeyin “eser” haline gelebileceği çok daha esnek ama bir olanaklar dünyası haline gelmiştir.

3.3 Anti-Güzel’e Dönüşen Anlayış: Anti Estetik

Moda terimle Anti-estetik olarak ele alınan bu kavram, Donald Kuspit’in “*Sanatın Sonu*” kitabında “*Postestetik*” olarak ifade edilerek “estetik değerlerinden tamamen yalıtılır, arındırılır” (2010: 44). Kuspit, Postestetikğe yönelik ifadelerinde Barnett Newman üzerinden örnekleyerek aktarsa da, bu kavramı Duchamp’ın anti-estetik kavramı üzerine oturtmuştur. “Donald Kuspit postestetikleşme sürecini yaratıcı edimin özü olan estetiğin reddedilmesine bağlarken, estetiğin reddinin yüksek sanattan sanat olmayan şeye doğru geri gidişe yol açtığını savunur” (Çadircı, 2010: 47). Duchamp ise, ilkel temel duyguların sanatçı tarafından tam da yaratıcı edinim süresince yarattığı malzemeye taşıdığını ifade eder; bu vesileyle kullanılan malzeme izleyici ile sanatçı arasında bir köprü rolü üstlenerek bu ilk duyguların bir aracısı konumuna gelir. Farklı bir şekilde ifade etmek gerekirse, üretilen malzeme bu yeni dönüşümü sayesinde edindiği aracılık vasıtasıyla analistin görevini üstlenmeye başlar. Aslına bakılırsa, tüm sanat eserleri, sanatı üreten kişinin kendisiyle yüzleşmesini ve bu şekilde malzemeyi aracı kullanarak tekrar belli duyguları yaşamasını sağlayarak, sanatçının yeni bir şekillendirme ve organizasyona maruz bıraktığı analitik bir seansı göstermektedir.

Duchamp'ın fikrine göre sanat eseri estetik-karşıtı olmalıdır. Çünkü, “estetik” bir engellenmiş duygudur. Bu noktada, temel olarak ilgilenilmesi gereken şey, sanat eserinin kendisi değil, bu eserin yaratılmasını sağlayan edinimdir. Duchamp bunu ifade ederken sanat eserinin yaratım öyküsünün sonunun sanatçı değil izleyici olduğunu

vurgulamıştır. Öte yandan, izleyicin süreçte ki görevi: eserin içsel niteliklerini ortaya çıkarıp yorumlayarak dış dünyayla bağlantısını sağlamaktır. Böylece, izleyici yaratıcı edim'e katkıda bulunarak hikayeyi sonlandırmış olur. Sanat, Kuspit'in aktardığı bilgi çerçevesin de Duchamp' göre;

“ (...) sanat eserinin hiçbir esestetik çekiciliği olmamalıdır. Sanatçı gelecek nesillerin kendisini alkışlaması adına kendini kısıtlamamalıdır. Zevkli olmaya çalışmamalıdır, çünkü zevk daima değişir. İyi olmaya çalışmamalıdır, yalnızca var olmaya çalışmalıdır. Malzemesini oluşturan tutkuları ve acıları mümkün olduğunca iyi bir biçim de aktarmaya çalışmalı, sonra da her şeyi kendi akışına bırakmalıdır” (Kuspit, 2010: 36).

Duchamp'ın ifadesinde gördüğümüz gibi sanatçının üretim sürecinde estetik kaygısının olmaması gerektiğini savunur ve sanatı biçimlendiren tek şeyin “ kişisel “*sanat kaygısı*” ” olduğunu ifade etmiştir (Kuspit, 2010: 31). Bunun sebepleri ise; sanat adamının bu eseri meydana getirebilmek adına verdiği mücadeleden, acı duygusundan, yaratımın yarattığı memnuniyetten ve reddedilenlerden ve son olarak alınan karardan oluşmaktadır; tüm bu süreçte bulunanlar ise estetik bağlamda bakılacak olursa tüm olarak bilinç dahilinde gerçekleştirilmemelidir. Bir nevi estetik düzlemde var olabilmek, bahsedilen bilinç dışı savaşıma, yani; tümüyle kişi bazlı yaratım sürecine karşı duyarsızlıktır.

Söylenebileceği üzere bildik anlamda estetik doktrinlerin güdümü doğrultusunda üretilen sanatı reddeden Duchamp, üretimin matematikselliğinden kaçınmaya çalışmakta idi. Çünkü matematiksellik, yani estetik değerlerin tam da olması gerektiği gibi kurgulanarak sanat ürününe; yani bir resme büründürülmesi sanatı ticarileştirmektedir (Çadırcı, 2010: 47). Nitekim Duchamp' göre;

“Sanat eseri tamamen ticarileştiğinde –yani meta kimliği estetik kimliğe tam bir üstünlük elde edip onu kendi içinde erittiğinde ve böylece pahalı bir yapıta eleştirelilikten uzak bir biçimde estetik önem hatta manevi değer bahşedildiğinde– sanat eserleri gündelik el ürünleri haline gelerek Duchamp'a göre “yaratıcı edim”in özünü oluşturan “estetik osmoz”u tersine çevirmektedirler. Estetik osmoz (*Osmoz*: az yoğun ortamdan çok yoğun ortama enerji harcamadan geçiş... bu bağlamda “estetik osmoz” sanat eseri ile izleyici arasında var olduğu sayılan etkileşim olarak kullanılmıştır.) sanat eserlerinde insanlara bir şey anımsatmasını ve ilgi çekmesini sağlar, hatta ve hatta onları yaratır. “eylemsiz durumdaki madde”yi, izleyicinin sanat eseri diye adlandıracağı bir olguya –“izleyiciyi eleştirel açıdan tepki vermeye iten bir olguya”– dönüştürür” (Kuspit, 2010: 30).

Duchamp'ın estetiğın kendisini değil yaratıcı fikri sanat olarak görmesinin sebebi ise, onun sanatın ticari eser olarak var olması, ve bu şekilde ona verilen bedelin kendisinin sanatsal değerini geçmesinin doğru olduğu savı olarak görülebilir. Duchamp'ın estetik kavramını dışarda bırakarak yeni bir sanat önerisi sunduğu ve “estetik osmoz” olarak belirlediği kavramı “boya, piyano ya da mermer gibi eylemsiz bir madde aracılığıyla (...) sanatçıdan izleyiciye doğru bir aktarım faaliyeti” olarak tanımlıyordu (Kuspit, 2010: 30). (Resim 18) Bu bağlam çerçevesinde dışınılduğunda –elbette Duchamp'ın kendi üretimleri de göz önünde bulundurularak– sanatçı sanat olarak hazır malzemeyi sunuyordu. Böylece, ortaya konulan malzemenin kendisi ve arkasındaki düşünce izleyiciyle buluştuğu anda sanat yapıtı oluyordu. Duygu ile düşüncenin, tutku ile zihnin birbirinden ayrılması sürecine dayanan postestetik yapı Duchamp'a göre, düşünce ile ortaya konan aktarımın aslında malzemeyi sanat haline getiren temel yaratıcı edimdir ya da malzemeyi sanat haline getirmek için gereken duygusal emektir. Malzeme, aracıya dönüşerek analistin (sanatçının) yerini alır. Her bir sanat eseri deyim yerindeyse sanatçının kendi kendisiyle karşılaşmasını, yani sanatçının malzemesi aracılığıyla duygularının yeniden yaşayıp, yeniden düzenlediği analitik bir seansı temsil etmektedir (Kuspit, 2010: 31)



Resim 18: Marcel Duchamp, “Şişe Tutacağı”, 1914

Kuspit'in sorguladığı şudur; acaba zaten hazır halde olan obje aynı zamanda hem günlük bir ürün hem de sanat eseri olabilir miydi? Nitekim, onun düşüncesine bakacak olursak, hazır nesnelere Duchamp için çift kimliklidirler. Ona göre, bu nesnelere sanatçının yaratıcı pratiği sonucunda üstün nitelikli şaheserler haline gelen ama aynı zamanda toplum açısından da işlev sahibi olan ürünlerdir. Zira, tüm bunlar günlük hayattaki vasıtalarını hala sürdürmekte, yaratıcı bir kişinin görüşüyle veya zihninde hazır bir nesne haline dönmektedirler. Kısa bir şekilde ifade etmek gerekirse, bu nesnelere her ne kadar eylem halinde olmayan maddeler olarak bulunsalar da, aynı zamanda estetik ozmos sahibidirler. Duchamp objelere karşı yaklaşımını şu şekilde ifade etmiştir;

“ (...) nesnenin görünüşü hakkında dikkatli olmak zorundayım. Yaklaştığımız şeye sanki hiçbir estetik duygu beslemiyormuş gibi kayıtsız yaklaşmak zorundasınız. Hazır nesnelere seçilmesi her zaman görsel bir kayıtsızlığa aynı zamanda iyi ya da kötü zevkin tamamen yok olmasına dayanır” (Duchamp, 1988: 139).

Hazır halde bulunan objeyi var eden zihinsel yaratım sürecinin sonucunu anlatmak için “Andre Breton'ın kullandığı ifadeyle söyleyecek olursak hazır nesneye “sanatın itibarı ve statüsü” verilir verilmez kaçınılmaz olarak estetik duygu yaratır. Yani bir nesneyi sanat eseri olarak ilan etmekle o nesneyi taçlandırmış oluyorsunuz” (Kuspit, 2010: 38). Bu durumda bir sanat eserinin hangi sınıfta olduğu konusuna da yepyeni bir açı getirdiği belirtilebilen hazır obje, geleneksel el yapımı sanat ürünü ile aynı seviyeye çıkartılmakta ve bu şekilde el yapımı sanat eseri basit herhangi bir objeye dönüşmektedir. Öte yandan Kuspit (2010), postestetik (anti- estetik) sanatını en eski güzellik kaygısını yitirdiği için eleştirir. Ayrıca bir yapı iskelesi veya konunun ilan edilmekte olduğu bir platform gibi görüldüğünü söylediği post estetik sanatın formunun da kritiğini yapar. Çünkü aynı bir siyasetçide olduğu gibi, sanat insanının da kendi konusuna dair bir “yer”i bulunur, ve anlatmak istediği konuyu sunabilmek için izleyicinin belki de gözüne sokması gereklidir. Fakat bu onu vahiy durumuna yükseltmeyecektir. Estetik olarak tümüyle bir değişim ve dönüşüme uğramadığı, başka bir ifadeyle neredeyse ona ciddi bir form vermek uğruna hiç çabalamadığı için, postestetik sanat konuyu gözünüzün önüne koyar hissi uyandırmaktadır. Başka bir deyişle form en az konu ise en yüksek seviyededir, bu şekilde bakılacak olursa ise estetiksel olarak dengeye sahip olmayan bir sanat eseri vardır ortada. Konu post-estetik görüşe bakılacak olursa aynı zamanda form

olmakla birlikte kendi kendisini ifade edebilmektedir ki bu da sanat adamı için yeterli görülen bir düşüncedir.

Tüm bu veriler ışığında şunu söyleyebiliriz ki, Duchamp ve Newman için sanat eseri anti-estetik, Kuspit'in tabiriyle ifade edecek olursak, post-estetik hale gelmiştir. Bir nevi, estetik değerlerden tamamen izole ve arındırılmış haldedirler. Duchamp içinse estetik edinim zaten hep toplumsal bir edim olarak bulunmaktadır. Zira, sanatçının yaratma durumuyla ironik bir şekilde alakalı olduğunu, yaratıcının hedefini eksik bir şekilde olsa dahi, formunu verilen sanat eserini yorumladığını ve toplumsallaştırarak bu hedefi geçersiz hale getirdiği söylenebilir. Fakat Newman ise, estetik edimin toplumsal edimden gerçekleşmeden önce var olduğunu söyler. Bu düşünceye göre, Duchamp'ın aksine estetik edinim eserin yaratılma sürecinin sonrasında gerçekleşmemektedir. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, estetiğin asli varoluşsal bir fenomen olduğunu ve bu sebeple tarih dışı ve toplum dışı olduğunu belirtir. Her ikisi de estetik konusun da farklı düşünceler de estetiğin gerçek sanat eseriyle hiçbir ilişkisi olmadığı konusun da hem fikirdirler. Her ikisi de estetiği gerçek anlamda sanat eseri yapmak için gereken fiziksel ve zihinsel emeğin dışın da anlıyarak, estetiği üretiminde değil sanat eseri öncesi ve sonrasında aramışlardır. Duchamp ve Newman'la bağlantılı örneklerle dayanarak anti-estetik ve post-estetik süreçle alakalı tanım yaparken Kuspit, bu üretim açısından farklı iki sanatçıyla bağlantılı olarak şöyle der;

“Her ne kadar Newman'ın resimleri Duchamp'ın hazır-nesnelere farklı olsa da, resmin “zihnin hizmetinde” olması, yani “düşünsel bir ifade” olması gerektiği konusunda onun da Duchamp'a katıldığını belirtmekte yarar var. Newman “modern sanat soyuttur, düşünseldir” diye yazar. “Modernizm sanatçıyı ilk ilkelere geri döndürmüştür. Sanatın duygusal ve yapay “güzelliğin” değil, düşüncenin, önemli doğruların ifadesi olduğunu öğretmiştir.” (...) Söz konusu ayırım popüler sanat ya da grup sanatı ya da Theodor Adorno'nun söylediği gibi, hafif sanat tarafından yapılır. Sanat, düşünceyi ifade etmez; fikir ile ifade arasındaki farkı ortadan kaldırarak onları estetik deneyimde birleştirir” (2010: 48).

Sonuç olarak ise, orta çıkarılan sanatın postestetik açıdan gerçekmiş gibi görüldüğü, bilincin gerçeklikle alakasının kökten değişime uğradığı ve bu şekilde sanatın herkesin üretebildiği bir yaratıya dönüştüğü, dahası kişinin tamamiyle sanat adamı olabildiği güncel sanatın ortaya koyduğu bu değişim sebebiyle entropik bir şekil aldığını belirten

Kuspit (2010), sonuçta post-estetik sanatın yaratıcılığa sahip fakat yeterlilikten uzak olduğu görüşünü savunmaktadır.

3.4 Trans Estetik

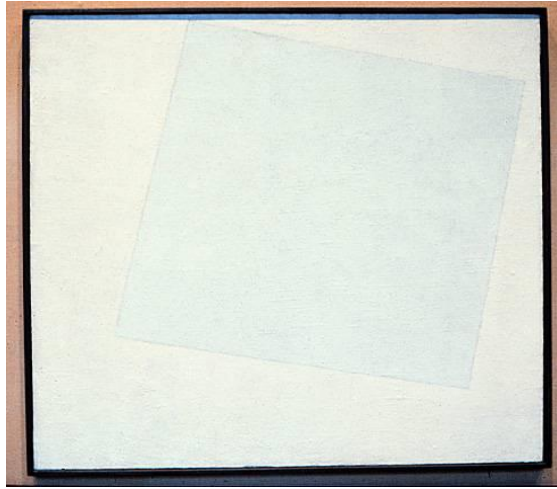
Yirminci yüzyılın sonlarında yaşanan siberetik -dijital- devrimin yarattığı evren, herkesin hizmetine sunduğu teknolojik medyalar, sonsuz bilgi-işlem olanakları ve video teknolojisi sayesinde herkesin yaratıcı olabilme durumunu ortaya çıkarmıştır. Bu gerçeklik sanatsal yaratma edimini tersine çevrilebilir işlemsel bir boyuta indirgeyerek estetik varlık olgusunda bir tür kırılmaya sebep olmuştur. İçerisinde kaybolunacak denli sınırsız olan bu yeni mecra sanat-sanatçı-sanat eseri algısını yeniden biçimleyerek, gelenekten aktarıla gelen estetik kavrayışı da başkalaşma sürecine mahkum kılmıştır (Çadırcı, 2010: 16). İşte tamdan bu noktada, Baudrillard'ın "Trans-estetik" olarak adlandırdığı bir estetik anlayış ortaya çıkmıştır. Bu anlayış biçimlerin, çizgilerin, renklerin ve estetik kavramların özgürleşmesiyle, tüm kültürlerin ve üslupların kaynaşmasıyla toplumumuz genel bir estetikleşmeye giden bir yapı barındırmaktadır. Öte yandan, içerisinde barındırdığı "her şeyin estetikleştiği" düşüncesi, estetik'in bir tür tahribata uğradığı anlayışını barındırır, böylece, var olan katagoriler genelleşir ve diğer kategoriler tarafından emilir. Örneğin; her şey politik olması durumunda politika kavramının bir anlamı kalmayacağı gibi her şey estetik olduğunda artık güzel/çirkin ayrımının varlığından söz edemeyiz. Benzer noktada Baudrillard'ın ifadesiyle:

“Politika, cinsellik ve sanat alanında öngörüye sahip bir öncü (avant-garde) yok artık; dolayısıyla arzu adına, devrim adına ya da biçimlerin özgürleşmesi adına köktenci bir eleştiri olasılığı da yok. Bu devrimci hareket günleri geride kaldı. Modernliğin görkemli ilerleyişi tüm değerlerde hayal ettiğimiz değişime yol açmadı; değerlerin birbirine dolanıp kendi üzerine katlanmasına yol açtı ki bunun sonucu bizim için tam bir kafa karışıklığı oldu. Cinsel, politik ya da estetik alanda belirleyici bir ilkeyi kavramamız artık olanaksızdır” (2012c: 16).

Baudrillard'a göre Batı'nın yaptığı en büyük iş "dünyanın estetikleşmesi, kozmopolit biçimde sergilenmesi, görüntüye dönüştürülmesi, gösterge-bilimsel olarak düzenlenmesidir" (Baudrillard, 2012c: 21). En sıradan şeyin bile estetikleştirildiği, medya, moda, reklam aracılığıyla her şeyin "gösterge sanayisine (semiurgire)" (Baudrillard, 2012c: 21) dönüştürüldüğü bir yapı söz konusudur. Bu yapı, sistemin her

şeyin gösterge gücüne büründüğü, her şeyin söylendiği ve ifade edildiği bir form barındırmaktadır, yani, artık sistemin ticaretin artık değerinden çok göstergenin estetik artık değerine göre işlediği varsayımı söz konusudur.

Bourillard, sanatın bahsettiğimiz bu genel estetikleşmesi içerisinde dağılarak sıradanlığın transestetiği içinde yok oluşunu, “sanat kendini aşkın bir ideallik içinde değil, ama gündelik yaşamın genel estetikleştirilmesi içinde dağıttı” (Baudrillard, 2012c: 17) şeklinde ifade eder. Böylece, Baudrillard güzel ya da çirkin ayrımına ulaşamadığı nokta da, değer yargısında bulunamayacağını, böylece estetik olanın yerini sıradan olana bırakacağını öne sürmüştür. Bu ifadeyi “tek renk bir tabloda bizi büyüleyen şey, her tür biçimin o muhteşem yokluğudur. Trans-seksüelde bizi büyüleyen şeyin –hala gösteri halindeki– cinsiyet farkının silinişi olması gibi, bu da her tür estetik söz diziminin –hala sanat halindeki– silinişidir” açıklamasıyla yaptığı benzetileme aracılığıyla örneklemiştir (Baudrillard, 2012c: 22).



Resim 19: Mondrian, *White on White*, 1918. Museum of Modern Art, New York

Sanat Baudrillard’a göre , “her şeyin estetik bayağılık düzeyine yükseltilmesi yararına yanılısama arzusunu yitirmiş ve trans-estetik bir hale dönüşmüştür ” (Baudrillard, 2004: 134). Bunu söylerken sanatın her yerde çoğaldığını sanat üzerine söylemlerin ise daha da hızlı çoğaldığını vurgulayan Baudrillard, aynı zamanda sanatın ruhunun yok olduğuna gönderme yapmıştır. Yani, temel kural yargı ölçütü ve sanatsal zevkin varlığının olmadığı bu tür bir yapı içerisinde de var olmaya çalışan sanatı Baudrillard,

“günümüzün estetik alanında, kendi kurallarını tanıyacak tanrı kalmadı; ya da başka bir metafor kullanırsak, estetik zevk ve yargıya ilişkin hassas terazi yok artık” (Baudrillard, 2012c: 20) şeklinde ifade etmiştir. Bu durumda, güzel ve çirkin ayrımının yok olması biçimde çoğalmalara neden olmuştur ki güzeller güzeli ya da çirkinin çirkin kavramları ortaya çıkmıştır. “Örneğin, günümüzde resim tam olarak çirkinliği değil (çirkinlik hâlâ estetik bir değerdir), çirkinin çirkinini (bad, worse, kitsch); karşıtıyla ilişkisinden kurtulmuş olduğu için çirkinliğin karesini geliştirmektedir. “Hakiki” Mondrian'dan bir kez kurtulunca, “Mondrian'dan daha Mondrian” olmakta özgürsünüz. (Resim 19) Gerçeklikten kurtulunca, gerçeklikten daha gerçek olabilirsiniz; hiper-gerçekçilik. Gündelik yaşam fotoğrafik gerçekçiliğin ironik gücüne bu şekilde yükseldi. Bugün bu tırmanış, trans-estetik simülasyon alanına giren tüm sanat biçimlerini ve tüm üslupları ayrımsız kucaklıyor ”(Baudrillard, 2012c: 23)

Gelinen noktada, sanatta belirleyici dönemin sanatın kendi estetik oyun kurallarını yadsıyarak görüntülerin sıradanlığının trans-estetik çağına açıldığı Dada ve Duchamp dönemi olduğunu söylemek bu ifadeyi destekleyici nitelikte olacaktır. “Dünyanın tüm sanayi makineleri estetikleşti, dünyanın tüm anlamsızlığı estetik tarafından güzelleştirildi. Duchamp’ın çeşmesi sanat yapıtı olarak sunulması olayında, bir yandan Duchamp’ın estetik değerlere topyekün bir saldırısından bahsedilebilirken, diğer yandan Baudrillard’ın her şeyin estetikleş-tiril-mesi savı itibariyle trans-estetikleşmesi, yani öteki olma durumunu kabul edilebilir kılınıyor” (Çadırcı, 2010: 19). Diğer bir noktada, sanatın durumu, aşkın bir hedef olmaksızın, Baudrillard’ın deyişiyle, entegre devrelerin yanyanalığına benzer katıksız bir yanyanalık içinde birbirini tekrarlayan bir sistematığı arz eden ve neredeyse matematiksel bir yavanlığa indirgenmiştir. “Örneğin; Yeni Geometricilik, Yeni Dışavurumculuk, Yeni Soyutlamacılık, Yeni Figürasyon; tüm bunlar tam bir farksızlık içinde bir arada bulunuyorlar. Bu eğilimlerde özgün bir yaratıcılık kalmadığından aynı kültür alanı içinde bir arada bulunabiliyorlar. Biz de bunları derin bir umursamazlık uyandırdıklarından aynı anda benimseyebiliyoruz. Çağdaş sanatın tüm sarsıntılı deviniminin ardında bir tür durgunluk, artık kendini aşamayan ve giderek daha fazla tekrarlayarak kendi üstüne kapanan bir şey var. Bir yanda güncel sanat güncel sanat biçimlerinde bir tıkanma ve diğer yanda hızla çoğalma, vahşi bir abartı, geçmiş biçimler üzerine sayısız çeşitleme (ölmüş olanın kendi içinde

hareketli yaşamı) varlığı söz konusu olmuştur. Tüm bunlar mantıklıdır: nerede bir tikanma [statis] varsa orada metastaz (çoğalma, yayılma) vardır” (Baudrillard, 2012c: 20).

3.5 Modern Estetik Anlayışına Radikal Bir Eleştiri: Postmodern Estetik

Postmodern estetik anlayış o döneme kadar sanatsal çevrelerde etkinliğini sürdüren modernizmden ya da modern sanatsal estetik anlayışından tam bir kopuşu gündeme getirerek, bugüne kadar görünenden farklı bir sanatsal “*estetik anlayış*”ı ifade etmektedir. Dolayısıyla, bu anlayışı tam anlamıyla çözümleyebilmek için çalışmamın ileriki kısmında ele alacağım postmodern sanat ve estetik anlayışından ya da postmodernizmin sanatsal alanda belirlenen anlam ve içeriğinden bahsederken zaman zaman modernizmin estetik ölçütlerine de değineceğim.

3.5.1 Sanatta Değişen Varlık Katagorisi: *Kalıcılık*

Değişen ve oluşum belirlediği doğaya alternatif bir varlık arayışın da insan sanatı yaratır. Sanat yeni bir varlık katagorisini beraberinde getirir. Bu yeni varlık katagorisi değişmezlik anlamında “kalıcılık” tır. Doğanın bir oluş ve bir değişim varlığı olmasına karşılık sanatın varlığı kalıcı ve ölümsüz olarak düşünülür. Düşünce tarihinde ilk defa Platon sanatta böyle nitelik görmüş ve onu *Şölen* (Symposion) diyalogunda ele almıştır. Doğa varlığı ile sanat varlığını karşılaştıran Platon, bunu şöyle ifade eder;

“(…) Ama canlarında bereket olanlara gelince, çünkü böyleleri de var. Bedenden çok daha fazla verirler can ürünlerini. Nedir bu can ürünleri? Düşünce ve daha ne varsa. İşte bütün yaratıcı şiirler ve sanatlarına yönelik getiren işçiler, bu canı berekli insanlardır...Kim olsa böylesi varlıklar yaratmayı çocuk yetiştirmekten üstün görü, bir baksa yeter Homeros’a bütün büyük şairlere. Onların bıraktığı ölmez çocukları kim kıskanmaz?” (Tunalı, 2011: 269).

Hem Phydias'ın heykellerinde hem de Sophokles'in tragedyelerinde görüldüğü gibi, bu çağın sanatında, sanatın kalıcılığı, ölümsüzlüğü fikri ağır basmaktadır. Aslen kendisini varlık kavrayışında ifade eden kalıcılık, değişmezlik ilkesi, bir nevi sanata da yansır ve sanatın varlığı değişim ve oluşum ötesinde, biçimlerin rasyonel kapalı bir sistemi olarak kabul edilir. İşte bu sanat zamanla Klasik sanat adını almıştır. Rönesans'ın başlamasıyla

ise bu şekilde hem oluşumun hem de değişimin dışında var olduğu düşünülen sanat anlayışı, pozitif doğa bilimlerinin doğuşuyla birlikte ortaya koyulan mekanik bir evren tablosu fikri ile sarılmış ve kapalı bir sistem olarak anlamlandırılan evren ve sanat varlığı artık yepyeni bir kategoriye kavuşmuştur. Tüm bunların sonucunda sanat içerisinde ki formlar değişmiş, kişinin sanata karşı duyarlılığı ve beğenileri farklılaşmış, hatta estetik değer ve bu değerlerin model itesi farklılık göstermiştir. Tüm bu değişimler boyunca sanat yine sanat olarak ifadesini sürdürür ama yeni bir hareket kategorisinin içine girmiştir. Kuşku yoktur ki; bu kökten değişimin ilk misalleri barok sanatta görülmektedir. Zira, bu sanatta figürlerin mekanın içinde adeta koştuğu, kubbelerin döndüğü fark edilmektedir. Takip eden diğer sanat akımlarında da bu değişim gitgide artan bir tempoyla günümüze kadar bu şekilde gelmiştir.

Şimdilerde sarsıntıya uğramış bulunan Newton'ın fizik kanunları ve Einstein'ın izafiyet teorisi gelişen tüm bu radikal değişimlerin öncüsü halindedir. Hem varlık hem de sanat felsefesini etkileyen de aslında bilimdeki gitgide varlığını sağlamlaştıran bu değişimdir. Bu konudaki en önemli örneklerden biri ise, varoluşçuluk ya da eski adıyla existensializm adı verilen ve Jean Paul Sartre'nin öncülüğünde şekillenen varlık teorisindeki sarsıcı ve derinden değişimdir. Bu değişimin getirdiği en büyük yenilik “varlık” (existentia) ve “öz” (essentia) arasındaki geleneksel ontolojik bağlantının tersine dönmesi ve “varlık”ın “öz”den evvel geldiğinin belirtilmesidir. Bu düşüncüyü temel alan varoluşçuluk akımı, insanın kendisine ait bir eylem alanının açılmasını sağlamakta ve bu vesileyle özgür davranış şeklini kazanan insanın, “insan olma özü”nün yeniden yaratmaktadır. Bu düşüncüyü izleyen hermeneutik, yorum felsefesi (Hans George Gadamer), insanın “şimdi” yaşantısını tarihin içine bir ufuk olarak yerleştirir ve buradan varlığın bir yorum olduğu, varlığın değişmezliği gibi bir modalitesinin bulunmadığı anlayışına varır (Tunalı, 2011: 271). Neticede, bilimde ve felsefe de meydana gelen bu köktenci değişimler sanatın varlık alanına da yansımıştır ve varlık dünyasında bir değişmezlik modus'u bulunmayan sanat, “kalıcılık” problemiyle karşı karşıya gelmiştir.

3.5.2 Geçici Olanın Estetiği

“Postmodern sözcüğünün anlam ve alanı geniş, karmaşık ve belirsiz” (Şaylan, 2009: 78) olmasına rağmen postmodern söylemin bugünkü kapsam ve içeriği ile ilk kez modernist sanat ve estetik anlayışına karşı radikal bir eleştiri yönelttiği tartışılmaz bir gerçektir. 1970 yıllarından itibaren kültürel, politik ve ekonomik faaliyetlerde mekan ve zaman algılayışımızı tümüyle deştiren köklü bir değişim süreci yaşanmıştır. Dolayısıyla, bu değişim süreci kendisini sanat alanında da göstermeye başlamıştır. Örneğin, Sanat Postmodernist süreçte Modern sanat ile popüler kültür ürünleri arasındaki farkın ortadan kalkması ile her iki kategorinin biçim ve içeriklerinin, mimarlıktan edebiyata, heykelden sinemaya dek her alanda iç içe geçmesi sonucu popülist bir estetik anlayışı oluşmuştur. Dahası, gündelik hayatın kültürü dışında kutsal olan hiçbir şeyin yok sayıldığı Postmodern süreçte, sanat ile gündelik hayatın arasındaki sınır yok olmuş, hayatın kendisi bir sanat eserine dönüşmüştür. Dolayısıyla, yüksek sanat ile halk sanatı arasındaki ayrımı ortadan kaldıran bir yapıya sahip olan postmodernizm, gelip geçici bir estetik anlayışa sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Postmodern sözcüğü ile nitelenen yeni sanat anlayışı olan estetik ölçüt “gövdenin estetiği” olarak da adlandırılmaktadır. Postmodern söylem için sanat yapıtı ya da metin belli bir misyonu olan orijinal bir nesne değildir. Çünkü, ne yiyeceği ne giyeceği, ne tüketiceği ne okuyacağı ne izleyiceği imajsal olarak belirlenen bireylerin oluşturduğu kitle ya da toplum için sanatın bir görev şahabı olması, bir şeyleri kritik edip yıkmaya ve doğru bulduğu yanının nasıl kurulabileceğini göstermeye kalkması anlamsız olarak nitelendirilmektedir. “Postmodern sanatçılar göre nesnelere esas olarak insanların duygularını harekete geçirmelidir. Bir başka değişle, izleyiciler ya da bir sanat nesnesinin tüketicileri için duygu ve duygular, düşünüp yorumlamaya öncelik almalıdır. Sanat yapıtı ya da nesnenin duyum ve duygulara hitap etmesi demek, bunların izleyiciler tarafından acı ve haz ikilemine göre değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Buna göre Postmodern bakış açısı için sanattan beklenen işlev, izleyiciye duyumsal ya da duygusal haz maksimizasyonu sağlamaktır. Böylece estetik ölçüt, gövde için hazzın olabilecek en yüksek düzeyde gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilecektir. Burada söz konusu olan estetik ölçüt çerçevesinde izleyici için zihinsel yorum yapma

zorunluluğu dışlanmakta, sadece anlık ve geçici bir haz sağlaması esas alınmaktadır. Postmodern sanat anlayışı açısından gövdenin estetiği, hem sanatçıyı hem izleyiciyi özgürleştirmektedir; çünkü artık sanatçı için bir misyon ya da mesaj vermeye bağlı olmak, izleyici içinde anlamak kavramak baskısı söz konusu olmamaktadır. Gövdenin estetiği kavramı, üzerinde düşünülmesi gerekmeyen, duygulara yönelik bir estetik anlayışı ifade etmektedir” (Şaylan, 2009: 119).

20. yüzyılın sonunda eleştirel tarihsel aşamada, sanatın gerçekliği imajsal olarak yansıtması son bulmuş sanat yapıtı ile gerçeklik arasındaki tüm bağıntılar kopmuştur. Anda Bay, Postmodernistlerin hedefinin “bir şeyleri açık bırakmak, yarattığımız gerçekliklerin üzerindeki gizemi ortadan kaldırmak” olduğunu savlar (Wu, 2005: 251). Modernizemin keskin kategorileri bizi olduğumuzdan ya da olmak istediğimizden daha dengeli yapmaya meyillidir. Bay, “Postmodern bir çalışmanın didaktik olmaktan çok çağrışımıcı, kapalı olmaktan çok olasılıkları davet eder nitelikte ” olduğunu da eklemektedir (Wu, 2005: 251). Yani, postmodernist ideolojinin merkezinde belirsizlik ve rastlantı önemli bir yer oluşturur. Şans faktörünü göz ardı etmeksizin, her türlü öznel ve bilinçli seçim yöntemlerini etkisizleştirmek postmodernist ideolojinin nitelikleri arasında yer alır. Postmodern olguyu kavramanın, üzerinde anlaşma sağlanan başlangıç noktası, modernlik ile arasında ileri sürülen kontrolsüz ilişkinin varlığıdır.

Postmodern süreçte yaşam kitleselmiştir ve sanat yapıtının estetik değerini de kitle beğenisi belirler. Dolayısıyla, popüler kültürü küçümseyen Modernist anlayışın aksine, popülist bir çerçeveye oturtulan Postmodern estetik, kitlenin beğenisi ile sanatsal ürünün estetik değeri arasında doğrusal bir orantı olduğunu savunur. Böylece, kitleselleştirilen sanat içerisinde “taklit” i de barındıracaktır. Nitekim, Şaylan “sanat yaşamı yansıtacağı için taklidi içerecek ve aynı zamanda dinamik olduğundan sanatsal estetik için bir “geçicilik” (ephemerality) söz konusu olacaktır. Taklit ürünlerin çoğalmasına sebep olan şey: yüksek sanat ile kitle sanatı arasındaki ayrımın yok olmasıdır” (2009: 122) derken, Postmodernist yaklaşımın kitleselleşen yaşamı yansıtma kaygısı güderken, aynı zamanda “taklit”e yöneldiğini ifade etmiştir.

Geçmişini üzerinden atan ve sanat üretiminde bireysel yenilik için çabalayan Modernistlerin aksine postmodernistler yalnızca modernistleri kronolojik olarak izlemekle kalmaz aynı zamanda onları eleştirirler. Genelde geçmişte bir şeyler ödünç almakla birlikte eski bilgiyi yeni bağlamalar içine yerleştirme gücünüyle karşı karşıyadırlar. Nitekim, malzeme veya araç kullanımlarında saf olmaya çalışan Modernistlerin aksine; postmodernistler ise araç ve malzeme konusunda eklektik olma eğilimindedirler ve görselleri, teknikleri, ilhamı çoğu popüler kültüre ait olan çok daha çeşitli kaynaklardan alırlar. Çalıştıkları zamanlara ilişkin olarak çoğu zaman heyecanlı olsalar da kendilerini ve yaptıkları sanatı o günün sıradan olaylarından bağımsız ve üstün olarak görürler. Postmodernistler ise zamana şüpheci ve eleştirel bakmakla birlikte, yaşamı yansıtmaya kaygısından kaynaklı bir dinamik yapı ve bu yapıdan kaynaklı gelip geçici bir estetik anlayış barındırırlar. Bu süreçte, Modernistler gibi evrenseli arama kaygısından öte farklılıkları tespit etme çabası içerisindedirler. Cornel West'e göre ise bu farklılığın yeni kültürel politikası “ çeşitlilik, çok türülük, heterojenlik adına monolitik ve homojen olanı çöpe atmaya; somut, özel ve belirli olanın ışığında soyut, genel ve evrensel olanı reddetmeye ve rastlantısal, geçici, uyumsuz, belirsiz, hareketli ve değişken olanı vurgulamak (...)”tır (Barrent, 2012: 60-61).

Postmodernitenin "anything goes" (her şey olur) gerçekliği ve Koons'un (1992: 26) “estetik hazza ilişkin terazinin yok olduğu ve bu durumun da estetiği yok ettiği” savunusunun, Postmodern estetik dair birçok tartışmaya dayanak sağladığı bir gerçektir. Koons, bunu söylerken estetiğe ilişkin temel bir yargının yok olmasıyla birlikte postmodernizm içerisinde taşıdığı bu belirsizlikten söz ederek, sanatın ruhunun yok olduğundan bahsetmiştir. Macera olarak sanat; yanılısama yaratma gücüne sahip sanat; şeylerin daha üstün bir oyunun kuralına boyun eğdiği, gerçekliğe karşıt bir “başka sahne” kuran sanat; bir tuvalin üzerindeki çizgi ve renkler gibi, varlıkların anlamlarını yitirip kendi varlık nedenlerini aşarak bir baştan çıkarma süreci içinde (kendi yok oluşlarının biçimi bile olsa) ideal biçimlerine ulaşabildikleri aşkın bir figür olarak sanatın yok olduğu düşüncesindedir. Şahiner, bu paralel de düşüncelerini şu şekilde ifade eder;

“(...) estetiğin stabil bir yol haritası yok. Çoğul bir estetik var, çoklu ve farklı yönlerle savrulan bir estetik var. İçine her katılanı, ayrık doğadaki her alanı, her

nesneyi bir oluş biçimi olarak yeni baştan tarif eden bir estetik. Neredeyse bir kriter yokluğu noktasında düğümlenen bir kriter yumağı gibi’’ (2013: 153).

Postmodern estetiğin özelliklerini genel bir yapıda değerlendirmek istersek;

- Misyon ve anlatı yadsınırken onların yerine montaj konmaktadır.
- Gerçek acık uçlu olarak kavranmakta ve gerçekliği yansıtmaya yerine belirsizlik ve kararsızlık esas alınmaktadır.
- Bireyin bütünleşmiş kişiliği tutarlılığı bir tarafa atılmakta, hümanist değerlerden ve yapısallıktan arındırılmış kişilik belirleyici olmaktadır.

Tüm bu açıklamalar ışığında söyleyebiliriz ki, postmodernizm, sanat dünyasına modernizmle ilişkisi kopmuş farklı estetik biçimleri sunarak, sanatın kendisinden başka şeylere gönderme yapabileceğini ve sanatın kendi biçiminden farklı bir şey olabileceği gerçeğini sunmuştur. Postmodernistler genelde geçmişten bir şeyler ödünç almaktan memnundur ve eski bilgiyi yeni bağlam içine yerleştirme gücünüyle karşı karşıyadırlar.

3.6 Estetik Yaklaşımlar

Tarihsel süreçte içerisinde varlık nedeni ve tanımı değişen sanatı tanımlama adına farklı eleştiri ve inceleme yöntemleri geliştirilmiştir. Ayrıca, sürekli yeniden, yeni çözümleme ve eleştiri yöntemlerine gereksinim duyan sanat, farklı açılarla değerlendirilmeye gereksinim duymuştur. Bu sebeple “sanat nedir ve nasıldır ?” sorularına dair bulunan yorumlar süreç içerisinde devamlı farklılaşmıştır. Çünkü bilimin aksine sanatın tarihsel gelişiminde, ilerlemeci ve doğrusal bir çizgi bulunmamaktadır. “Bu süreç, inişli çıkışlı, çapraşık, rastlantısal olasılıklarla dolu bir oluşumdur ” (Ötgün, 2008: 160). İşte tam da bu nedenle, içeriği zengin olan ancak sınırları belirlenemeyen sanatın herhangi bir tanımı hiçbir zaman yeterli olamamaktadır. Sanatı değerlendirmek için tarihi süreçte çeşitli yaklaşımlar, pek farklı değerlendirme kurallarıyla düzenlenebilmektedir. Ötgün (2008), “Sanat Yapıtlarına Yaklaşım Biçimleri” adlı makalesinde yaklaşım biçimlerini dört ana başlıkta temellendirmiştir: sanatçı, yapıt (eser), toplum ve alımlayıcı (izleyici) merkezli yaklaşım. Tüm fikirler sanatı açıklayabilmek için bu dört temel öğeden birisine eğilmiştir. Örneğin, bazıları “sanat nedir ?” sorusunun cevabını sanatçıda

aramaktadır. Yani, sanatçının kişisel yaşantısı, duyguları yapıtına yansıdığı ölçüde o sanat yapıtı başarılı kabul edilir. Diğer başka bir yaklaşıma göre, yapıtın yorumlanıp, açıklanması ancak ve ancak yapıtın içinde, biçimindedir. Başka bir deyişle, sanatın özü yapıtın kendine özgü yapısında gizlidir. Bir diğeri ise, gerçek olandan alınan duyum ve izlenimle ilgilenir. Son görüşe göre ise, alımlayıcının heyecanı sanatın gerçekliğini belirlemektedir. Görüldüğü gibi tüm bu yaklaşımlar her zaman başka türlü ifade edilebilecek olan sanatın, ne olduğu ve nasıl gerçekleştiğini açıklamak için var olmuşlardır.

Çalışmanın genel çerçevesi itibariyle bu yaklaşımlardan biri olan “Alımlayıcı Odaklı Yaklaşım”, özellikle 1960 sonrası sanat yapıtları incelendiğinde, estetik beğeniye yönelik üretimden vazgeçildiği ve bir gösterge olan sanat yapıtının odağının biçimden gösterene, anlama kayması sonucunda sanat yapıtı karşısında izleyicinin konumunun nasıl değiştiğini anlamak açısından geniş bir çerçevede ele alınmıştır.

3.6.1 Sanatçı Odaklı Yaklaşım

18. yüzyıl sonlarında “Aydınlanmanın özünde bulunan akıl vurgusuna, aklın yaratıcılık üzerindeki baskısına ilk eleştiri” (Ötgün, 2008: 161) olan Romantizm akımıyla ilişkili olarak ortaya çıkan bu anlayış, sanatçıyı merkeze alarak onun duygularını, kişiliğini oluşturan niteliklerini, yaşam anlayışını ve sanat nesnesinin ne olduğunu sorgular. Böylece, Romantizme kadar yalnızca akıl ve mantığın süzgecinden geçen görüşler doğrultusunda Antikiteye kadar uzanan bir dünya çizen, Krallar, feodaller ve din adamları gibi kişilere seslenen sanatçı, artık eserlerinde duygularına ifade edebildiği gibi, kendisine ait dünyadan da söz etmeye başlamıştır.

Romantizmde sanatçı, insan ve toplum hayatı ile ilgili her şeyin işlenebileceğini, dram ile trajedinin gülünç ile acıklının bir arada bulunabileceğini savunmuşlardır. Sanatçılar eserlerinde kendi şahsiyetlerini gizlemeyerek olaylar karşısında duygu ve düşüncelerini daima öne geçirmişleridir. Onlar için önem arz eden şey, kendi duygularının aktarılmasıdır. Ayrıca, sanatçı kimseye benzememekte ve hiçbir kimse onun yaptığı gibi duygularını ifade edememektedir. Bu sebeple, sanatçının hissiyatı her şeyin önündedir ve

duygularını açıkça anlatabildikleri müddetçe rahattırlar. Romantiklerde hayal gücü de aynı derecede önemli bulunan bir faktördür, çünkü sanat yapıtı öncelikle sanatçının bireysel heyecan ve duygularının dışı yansımasıdır. Kişi ancak ve ancak özgür olur ise, kişisel tavır duygular vasıtası ile dışı vurulabilir, ancak bu şekilde hayal gücü özgür bir şekilde ifade bulabilir.

Eugene Veron, Romantizm akımını dikkate alarak, ilk kez “Sanatçı Merkezli Yaklaşım”ı estetik bir kuram haline getirmiştir. Eugène Véron sanatı, “duygunun dile getirilmesi” olarak tanımlar ve sanatçının bir dahi olduğunu, eserin şiddetli ve derin etkisinin yaratıcının kişiliğinde bulunduğunu belirtir. Veron,’a göre eserin değeri sanatçının değerinden doğar. Sanatçının sahip olduğu özelliklerin ve melekelerin izlerini taşıdığı içindir ki eser bizi çeker ve büyüler” (Moran, 2007: 103). Bu yüzdendir ki, eserin sanatçının duygu ve yaşantısını aktarması onun iyi bir eser olarak nitelendirilmesi için yeterlidir. Çünkü, bu yaklaşıma göre, sanatçının duyguları, hayal gücü ve dış dünyaya karşı ortaya koyduğu bireysel tavır her şeyden önemlidir. Nitekim, yapıt, dış dünyayı birebir yansıtmaya kaygısı gütmeyen sanatçının, yaşadığı duyuşsal süreç doğrultusunda duyguların dışı avurumu şeklinde ifade edilir.

Özetlemek gerekirse bu yaklaşım, sanatın ancak sanatçının kurallardan kurtulup, duygu, düşünce ve idealleri çerçevesinde oluşturduğu nitelikler aracılığıyla kavranabileceğini savunmuştur. Bu noktada, izleyici ise sanatçının iç dünyasında var olan sezgisel ve duygusal yapının dışı avurmuna olarak, yapıtın bir parçası konumuna gelmiştir. Kısacası, dış dünyanın insan üzerindeki etkisini belirtmeyi bir yana bırakarak, gerçekçi görüşün yerine sanatçının kendine özgü görüşü üzerinde duran bu yaklaşım, sanatçının bireysel yaratıcılığını yapıtın oluşum süresince merkeze almış ve sanatı, duyguların dile getirilmesi olarak yorumlamıştır.

3.6.2 Yapıt (Eser) Odaklı Yaklaşım

Çözömlenen yapıtın odağına sanatçı yerine yapıtı alan bu yaklaşım, biçimi temele alan ve düzene, kurguya önem veren bir yapıya sahiptir. Yani, formun örüntülerinin hiçbir dışı etmene bağılı bulunmadan incelenmesidir. Bu yaklaşımda, yapıtın örüntülerinin

bağlantıları, biçimin önemi, niteliği ve bağlamı araştırılır. Aynı zamanda, yapıtta bulunan estetik ve yapı üzerindeki anlamı bulmaya çalışan, yapısal ilişkileri incelemektedir. Yapıtı merkeze alan, “dil”i temele yerleştiren bu bakış açısı, ne sanatçının ruhsal durumunu ne de yaşantısını işin içine sokmaz ve yapıtı incelerken yapıt dışı elemanları kullanmaktan imtina eder.

Bu anlayış Fransa'da başta C. Lévi-Strauss olmak üzere R. Barthes, A.J. Greimas, J. Courtès, F. Rastier, J. Fontanille gibi göstergebilimciler, edebiyatın yanında diğer toplumsal dizgelerin de (reklamlar, söylenler, tutkular, hatta zevk ve hazlar) bir "dil" olarak incelenmesi gerektiğini düşünürler. Bunlar arasında R.Barthes'ın kuramsal yazıları yapıtın çözümlemesinde "dil"e dikkat çeker. Birçok yapıt merkezli çözümleme yapıt, sanatçının duygularından çok, genel bir anlam üretme dizgesini ifade eder. Bu anlam üretme dizgesinin kaynağı da biçimdir. Biçim sürekli anlaşılmayı ve yorumlanmayı gerektirir (Ötgün, 2008: 165).

Diğer bir nokta, içerik ya da anlatı yerine bir imgenin formuna veya görünümüne bakan bu yaklaşım, bir sanat eserini oluşturan görsel unsurların, eserin anlamı açısından temel bir dayanak olduğunu savunur. Çünkü, düşüncelerin, hislerin, bilginin veya bir sanat eserinin aktarmak isteyebileceği herhangi bir şey, ancak görsel unsurlar aracılığıyla aktarılabilmektedir. Kısacası, Bozkurt'un ifadesiyle;

“Bir sanat yapıtını ötekilerden ayıt edilebilecek bir duyusal yaşantı nesnesi haline getiren, ona özgünlüğünü, bireyselliğini, iç bütünlüğünü kazandıran bütün öğeler biçimseldir. Sanatta kavranması güç olan da çoğu zaman biçimdir (...) Sanat yapıtının estetik olarak kavranmasını sağlayan etken, biçimdir. Yapıtta her birim ötekilerle ve yapıtın bütünüyle belirli bir ilişki içindedir ” (Bozkurt, 2000: 53-54).

Temelde yeni anlam arayışlarına giren bu yaklaşım, bunun ancak biçimin çeşitlenerek dönüştürülmesiyle elde edileceğini savunur ve yapıtın biçimine, kurgusuna öncelik veren bir çözümleme süreci içerisine girer. Çizgi, şekil, renk, kompozisyon ve ton gibi görsel unsurları içeren biçimsel öğeler varlığında, anlamı yapı üzerinde arayan bu yaklaşım, 20. yy.'da özellikle Soyut Sanat hareketiyle kendisini göstermiştir. Sanatçıların nesnelere biçimlerini bozmaları, biçimin daha kesin ve daha nesnel olarak ortaya çıkmasına yol açmıştır. Örneğin, genelde soyut biçimcilik anlayışının egemen olduğu Kandinsky, biçimleri yarı geometrik, yarı süslemeci bir anlayış içinde

birleştirmeye yönelerek, biçime, düzene, kurguya öncelik veren bir çözümleme içerine girmiştir.

Kısaca özetlemek gerekirse, eserin/yapıtın görsel niteliklerini vurgulayarak biçimciliğin göz ardı edilmemesini gerektiğini savunan bu yaklaşım, içerikten çok biçimi ve biçimselliği önemseyerek bir anlam üretme sürecine girer. Çünkü, sanatta önemli olan, sanat elemanlarının ve bu elemanların oluşturduğu düzenin nasıl olduğudur.

3.6.3. Toplum Odaklı Yaklaşım

Toplum merkezli yaklaşım biçimleri iki kuram çerçevesinde geliştirilmiştir. Bunlar Yansıtmacılık kuramı ve özü itibariyle yansıtmacı temele dayanan, ancak farklılıklar içeren Marksist kuramdır. Yansıtmacılık kuramı, sanatı bir yansıtma, benzetme ya da taklit olarak değerlendirir. Bu görüşe göre sanat yapıtında gösterilmesi gereken şey, dış dünyada gördüğümüz gerçekliğin yapıta yansıtılmasıdır. Bu görünen dış gerçeklik; doğadır, insandır, yaşamdır (yaşantıdır) ve sanatçı da bunları yapıtına yansıtır (Ötgün, 2008: 169) Doğalcı bir sanat anlayışına dayanan bu kuram, içinde bulunduğumuz dünyayı olduğu gibi yansıtmaya çalışır. Dolayısıyla, sanatçı gerçekliği en iyi şekilde taklit eden kimse konumundadır. Özü veya ideali değil, görünüşler ya da duygular dünyasını yansıtmaya çalışan sanatçı, dış gerçekliği yansıtma amacı güder. Çünkü, taklit ne kadar başarılıysa, sanat eseri de o kadar değerli olacaktır.

19. yüzyıldan sonra ise bu görüşlerden bağımsız olmaksızın yeni bir anlayış ileri sürülmüştür: Marksist Estetik. Bu görüş birçok yönüyle 19. yüzyılda Romantizime tepki olarak ortaya çıkan gerçekçilik akımıyla birlikte ele alınır. Toplum ve insan gerçeklerinin ele alındığı bu akımda, duygu ve hayaller yerini yaşamın olağan olaylarına bırakır. Konular gerçek yaşamdan alınarak, yaşanan ve gözlenen gerçek bütün çıplaklığıyla anlatılır. Dolayısıyla, sanatçılar eserlerine duygu, düşünce ve yorumlarını katmazlar. Bu nedendir ki, onlara göre yaşamın acı, kötü ve çirkin olan yüzü sanata konu olabilmektedir.

Marksist estetiği, partinin saptadığı kesin bir görüşün olmadığı ilk dönem ve sanatın Sovyetlerde resmi bir nitelik kazanarak "toplumcu gerçekçilik" adını aldığı iki dönem halinde geliştini görüyoruz. Marksist estetikçiler, sanatı özellikle ikinci dönemde bir propaganda aracı olarak görmüşler ve eylemi ön plana çıkarmışlardır (tgn, 2008: 173).

Sanat eseri ve ekonomik yapı arasındaki ilişkiyi inceleyen Marksist estetiğin kaynağı olan marksizm'e göre alt yapı, üst yapıyı belirler. Bu demektir ki, bir toplumun sanatı o toplumun ekonomik koşullarıyla şekillenir. Dolayısıyla, ekonomik koşulların oluşturduğu alt yapıyı anlamak, sanatı oluşturan üst yapıyı anlamamanın n koşuludur. Diğer bir noktada üst yapı, toplumun egemen sınıfının ideolojisini yansıtmakla birlikte onun çıkarlarını göz önünde bulundurur. Kısacası bu yaklaşıma göre, üst yapının bir parçası olan sanat, egemen sınıfın çıkarlarını gözetten bir yapıya sahiptir.

Marksist estetiğin ikinci dönemi, 1930 yıllarda Sovyet Rusya'da güçlenen "toplumsal gerçekçilik" tir. "Bu anlayış sanatın ne olduğundan ziyade, ne olması gerektiği üzerinde durmaktadır. Bu kurama göre de sanat yansıtmadır ancak, sanatın yansıttığı gerçeklik, toplumsal gerçekliktir. Toplumcu gerçekçilik, Marksizmin bilgi teorisi ile Hegel'in estetik anlayışını birleştiren, sanat eserini dış gerçekliği yansıtan somut-genel yapısıyla ele almaktadır" (tgn, 2008: 173) Sadece şu an gerçeğiyle ilgilenmek yerine geleceğe dair ngrde bulunmayı amaçlayan ve sanatçıyı toplumsal bir varlık olarak gören bu anlayış, bu paralelde sanatsal ürünü de toplumsal bir yaratı olarak ele alır. Sanatçı, yaşadığı toplumsal yapıdan beslenir ve onları kendi bilincinde estetize eder. Dolayısıyla, bu durum onu toplumsal olaylara ve yaşadığı çağa karşı aktif kılmıştır.

3.6.4 İzleyici (Alımlayıcı) Odaklı Yaklaşım

Savlarını ortaya koyarken sağlam dayanaklar arayan modernizm, yapıtları çözümleme ve yorumlama konusunda tutarlıdır. Yapıtın yaratıcısının biyografisi, yaşadığı dönem, sosyal evre sorgulanır ve yapıtla ilişkilendirilir ve yorum ortaya çıkar; böylece tutarlı bir yaklaşım sergilenmiş olarak görülür; birçok sosyal bilim dalının verileri yapıt çözümlenmesinde dayanak oluşturur. Post-modern yapıtların ise, içsel tutarlılığından söz edilemez; yorumcudan da mantıklı eleştiriler beklenmez; yorumcudan beklenen,

düşüncelerini temellendirmektir. Tam da bu noktada, postmodernizm içerisinde barındırdığı bu karmaşık yapı gereği, birbirinden bağımsız gibi görünen ögeler arasında yeni bir düzen oluşumunu savunan bir kuram olan “Alımlama Estetiği” nin varlığı söz konusu olmuştur.

3.6.4.1 Geleneksel Yorum Anlayışına Bir Tepki: Alımlama Estetiği

Modern ulusların oluşturduğu evrensel kültür yükselen değerleriyle dünyaya egemen olma eğilimindedir. Fakat, zamanla modern çağın getirdiği yabancılaşma, tek tip insan tipi, robotlaşma küreselleşme, tek kültürlü yapı gibi insan yaşamında oluşturduğu sıkıntılar, modern karşıtı toplumlarda kargaşaya neden olmakla birlikte kendi kimlik değerlerine karşı olan bağlılığı da arttırmıştır. “İnsan yavaş yavaş kendi doğasından koparak, kendine ve topluma yabancılaşmaya başlamıştır. İnsana güven veren bağlar zayıflayarak, paylaşımlar azalmış, insan, ikili ilişkilerde kendini her an bir yedekle değiştirilebilir bir parça gibi görmeye başlamıştır. Dolayısıyla, modern çağın, insan yaşamında oluşturmaya başladığı boşluklar, doyumsuzluklar, insanı içten içe kemiren can sıkıntısı, katlanılmaz boyutlara ulaşmıştır” (Özbek, 2005: 1). Yaşanan bu süreç aydınlar, düşünürler ve sanat çevreleri desteğiyle özellikle sanat alanında yapılan değişimlerle sonuçlandı. Nitekim, farklı anlayışlar, farklı bakışlar, farklı tarzlar yavaş yavaş kendilerinden söz ettirmeye başladı. Böylece, bir karşı duruşu temsil eden Post-modern kavramı ortaya atıldı ve geniş yankı buldu.

Geleneksel yorum anlayışında sanat yapıtının tek bir anlamı olduğunu, yorumcunun bu saklı anlamı ortaya çıkarması gerektiğini söyleniyordu. Bu nedenle, postmodern tüketim çağında tüketilmiş, okunmuş, değerlendirilmiş, yorumlanmış objeler, imgeler ve sanat eserlerinin izleyici üzerinde yaptığı etkiyle ilgilenen bir kurama gereksinim duyuldu. Böylece, yapıtların belli bir anlamı olmadığını, anlamı oluşturanın alımlayıcı olduğunu öne süren, yani tüketiciyi öne çıkararak bu yöntem orta çıktı: Alımlama Estetiği (Rezeptionsästhetik).

Alımlayıcıya oldukça aktif bir rol biçerek merkeze alan ve onun ne kadar katılımcı kıldığı ile ilgilenen bu anlayış açısından alımlayıcı, sanat eserini üreten kadar önemlidir.

“İser’in kuramsal temellerini belirlediği Alımlama estetiğinde, sanat yapıtıyla iletişime geçen, onu kavrayan ve onu alımlayanın duygu ve düşüncelerini odağa alır” (Ötgün, 2008: 166). Yani, yaratıcı ikinci plana atılarak onu alımlayıcıda/tüketicide yarattığı duygu ve düşünceyi dikkate alır. Alımlama estetiği bir yapıtın sadece biçim ve kurgudan öte alımlayıcıda oluşturduğu düşünce ve duygu ya da anlam boyutuyla ilgilenir. Umberto Eco’nun “bir yapıt yaratıcısının elinden çıktığında tamamlanmış sayılmaz, son sözü tüketici tüketici söyleyecek, son biçimi tüketici verecek”(1992: 14) şeklinde açıklık getirdiği Alımlama estetiğine göre, her sanat yapıtı bir değil, birden çok anlam içermektedir.

Alımlama estetiğinin kuramcılarında Iser’e göre “bir edebiyat eserinin anlamı metnin içinde hazır olarak bulunmaz, metindeki bazı ipuçlarına göre okur tarafından okuma süresinde yavaş yavaş kurulur” (Genç, 2004: 306). Başka bir deyişle, sanat onu alımlayanın duygu ve düşüncelerini odağa alır ve onunla bu şekilde iletişime geçer. Bu durum da her alımlayıcı farklı şekilde anlamlandırdığına göre yapıtın çok anlamlılığı dikkate alınır ve yapıt diğerleri tarafından algılanırken her seferinde var olur. Yani, alımlama estetiği yapıtı biçimsel ve kurgusal oluşumların ötesinde alımlayıcının yaratıcılığını ortaya koyan bir yaklaşım biçimidir. Nitekim, Moran’ın “gösterge bilim anlam üreten kodların, konvansiyonların iş göreceği bir yer olarak okura döndü. Bu okur, bir kişi değil, kodların toplandığı anlam kazandığı bir işlevdi. Aynı nedenden ötürü Barthes, metnin birliğinin, metnin çıkış noktasında (yazarda) değil, varış noktasında yani okurda oluştuğunu söylüyordu” (1999: 240-241) şeklinde ifade ettiği gibi, bu yaklaşımın odak noktası, esere son noktayı koyan alımlayıcıdır.

Alımlama sürecinde eser ve alımlayıcı arasında bir ilişki başlar; bunda sanatçının artık herhangi bir yönlendirmesi söz konusu olmaz. İzleyici ve eser başbaşadır; araya başka kimse giremez; ilişkinin hangi boyutlara varacağı, nasıl bir derinlik kazanacağı, izleyicinin birikimine bağlıdır; her izleyiciyle eserin ilişkisi farklı olacaktır. Kısacası, “farklı bakış açılarına farklı anlamlar ifade eden” (Warning, 1998: 43) çalışmalardır. İçerdiği düzensiz öğelerle izleyiciyi düzen kurmaya yönlendiren postmodern sanat anlayışı, izleyiciyi “üretim katılma etkinliği”ne (Lensec, 2000: 56) davet eder.

Alımlama estetiği açısından eleştiri, irdelemek, sorgulamak, bir sonuca ulaşmak, yani anlam vermektir; belirsiz alanları belirli hale getirmektir. Yapıtın iki önemli süreci vardır: üretim ve tüketim süreci. Alımlama estetiğine göre tüketim süreci asıl yaratıcı süreçtir. Bu süreçte hayal ve düşünce dünyası dinamiktir, sürekli üretimi besler, okurun/alımlayıcının gerçeğini önemli, en belirleyici öge haline getirir (Özbek, 2005: 15). Bu noktada, tüketici anlasın diye değil, çözümlenin, yorumlasın diye ortaya çıkan bu yöntemle alımlayıcıya güç verecek, rehberlik edecek olan, onun kendi birikimi ve kendi gerçeğidir. Yaratıcı geri çekilmiştir; ön planda olan tüketicidir. Nitekim, Rosenau (1998: 73), bu adımı alımlayıcı ve eser arasında ki diyalogun başlangıcı olarak görür. Ona göre, izleyici eserle/metinle daha yaygın biçimde hesaplaşır, yeni düşünceler üretir; sanatçının/yazarın kasıtlı olarak ürettiği boşlukları doldurma süreci, aynı zamanda boşluk üretme, doldurma sürecidir. Bu demektir ki, eserin anlamı eser üretimi sırasında değil, okuma sürecinde yani alımlama sürecinde ortaya çıkar.

“Alımlama estetiğinin bir diğer önemli kuramcısı H. Robert Jauss'dur. Jauss 'da yapıt-alımlayıcı ilişkisinde tavrını alımlayıcıdan yana koyar” (Ötgün, 2008: 166) ve bir yapıt üretildikten sonra çeşitli zamanlarda alımlayıcı tarafından nasıl algılandığı sorgular. Çünkü, zaman birçok şeyi değiştirir, değişen bu süreç yeni yorumlarda beraberinde getirir. Bu durum da Jauss'un bakış açısına göre yapıtlar birden çok anlamlar içerirler; çok katmanlıdır onlar; zamanla değişebilir; bir veya birkaç perspektif onların çözümlenmesi için yeterli olmaz. Sayısız bakışa, sayısız yanıt veren yapıtlara doğal olarak çok katı kuralları olmayan, asıl yaratıcı olarak gördüğü alımlayıcıyı/izleyiciyi öne çıkaran bir bakış açısı vardır. Kısacası, sanat yapıtının bir anlamı olduğunu, yorumcunun işinin bu saklı anlamı çıkarmaktan ibaret olduğunu söyleyen geleneksel yorum anlayışı, bugün Post-modern eğilimlerin yaşamın hemen her alanında kendini duyumsatmasıyla birlikte popüler olmaktan çıkmıştır. Lensh, bu durumu şu şekilde ifade eder:

“(…) bunu kavrayan eleştiri çevreleri tek doğru, tek anlam peşinde koşmanın eskimiş bir yaklaşım olduğunu, yeni sanat anlayışını çözümlenmede kısır kalacağını gördüler ve sanat üretim biçimlerindeki değişimler karşısında yeni bir tutum belirleme, yeni bir konum alma gereğini duydular; kendi bakış açılarının yapıtın üretimine katkı oluşturacağını, ona anlam zenginliği katacağının bilincine vardılar; sanat yapıtının iletmediği anlamın yalnız yaratıcısından kaynağını almadığını, tüketici deneyiminin, birikiminin ve gerçeğinin de yapıta can verdiğini gördüler.

Yani, okuma sürecinin okur için sadece bilgilenme süreci olmadığı, bunun aynı zamanda üretime katılma süreci olduğu düşüncesine geldiler” (2000: 56)

Bu açıklamalar doğrultusunda da diyebiliriz ki, geleneksel yorum anlayışı sanat yapıtının tek bir anlamı olduğunu, yorumcunun bu saklı anlamı ortaya çıkarması gereğini söylerken, izleyici odaklı yaklaşım yapıtın belli bir anlamı olmadığını, anlamı oluşturan asıl ögenin izleyici gerçeği olduğunu ileri sürer. Çünkü, “her alımlayıcı sanatçının bilinçli ya da bilinçsiz olarak bıraktığı boşlukları doldururken, kendi yaşam deneyiminden yola çıkar, kendi birikiminden yararlanır yapıtla hesaplaşır, ona ruh ve anlam verir” (Ötgün, 2008: 168). Dolayısıyla, her sanat yapıtı karşısında izleyici kendini üreten biri olarak görür. Öte yandan, Alımlama estetiği izleyicinin gerçeğini önemser, çünkü sanat yapıtının gerçek anlamını onun birikim ve deneyimleri verir; devamlı bir devinim içinde olan izleyici gerçeği, sonsuz sayıda, sürekli kendini yenileyen çözüm önerileri sunar. Böylece, izleyicinin/alımlayıcının birikimi, deneyimleri ve hayalleri her yapıtta bakışta yeniden canlanır ve yapıtta anlamlar katar. “Her tüketiciye aynı düşünceleri, duyguları, gerçekleri duyumsatan sanat yapıtlarının sanatsal değeri bugün artık tartışılmaktadır. Bir sanat yapıtı içinde barındırdı öğeleri dışa vurmada her zaman cömert olmaz” (Özbek, 2005: 26). Bu nedenle, her insanı birey olarak gören, her bireyi yaratıcı olarak algılayan ve buna yüreklendiren bir anlayışı barındıran Post-modernizmin, Alımlama estetiği ile ruh ve anlayış yakınlığının vardır diyebiliriz.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

POSTMODERN PERSPEKTİFTE “TÜKETİM TOPLUMU”

4.1 Tüketim Kavramına Terminolojik Yaklaşım

Raymond Williams’ın işaret ettiği gibi, tüketme teriminin en etken tarihli kullanımlarından biri “tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek” (2005: 68) anlamına geliyordu. “İsraf, ifrat ve harcama olarak tüketimin, kapitalist toplumlardaki ve devlet sosyalizmi toplumlarındaki üretimi vurgu bağlamında, bir şekilde denetlenmesi ve yönlendirilmesi gereken bir edim olarak paradoksal bir mevcudiyeti söz konusudur. Bu kavramın anlamı farklı kuramsal görüşlere göre şekillenebildiği gibi, aynı görüş çevresinde tarihsel döneme bağlı olarak farklı şekillerde yorumlanabilmektedir. Genel olarak tüketim kavramını ise ihtiyaçların giderilmesi şeklinde tanımlamak mümkündür” (Ercan, 1998: 121).

Tüketimcilik, “batılı ve diğer toplumsal oluşumlarda yaşayan milyonlarca kişinin günlük yaşamında ve günlük uygulamalarında kapitalizmi meşrulaştıran, sağlam bir kapitalizm ideolojisi” (Karakaş, 2001,1) haline gelmiştir. Dolayısıyla, tüketici bir insan olduğuna göre ve insan davranışları farklılık gösterdiğine göre, tüketicilerin davranışları da tüketim eyleminde farklılık gösterecektir. Bu farklılığın sebebi çevresel ya da kişisel birçok faktörden olabilir. Yapılan araştırmalar tüketici davranışlarını etkileyen psikolojik, kişisel, toplumsal veya sosyo-kültürel birçok faktör olduğunu göstermektedir. Batıda ve her yerde, varlıkların ve yoksulların bilinçdışı arzularına seslenmektedir. Doğu Avrupa’daki komünist rejimlerin dengesinin bozulmasına potansiyel tüketicilerinin arzuları yardımcı olmuştur. “Çeşitli şekillerde dolaysız bedensel tahrik ve estetik hazlar yaratan, tüketicinin kültürel hayalinde ve tikel tüketim alanlarında coşku ile karşılanan duygusal hazları, rüyalar ve arzular sorununu ortaya koymaktadır” (Featherstone, 2013: 39).

Tüketim, günlük yaşam üzerine etkinlik kurarak günlük olayların, hareketlerin, sıradanlıkların ve tekrarların oluşumunun yanında, günün yorumlanmasını sağlayan bir

mekanizma olarak da çalışmaktadır. Geçmişten farklı olarak geç kapitalist toplumda tüketim, elektronik iletişim boyutuyla da ön plana çıkmaktadır. Televizyon ve internet gibi elektronik kitle iletişim araçları, insanların gerçeklik duygularını tehdit eden bir imaj ve bilgi üreterek tüketime yeni roller yüklemektedir. Kırdar, toplumsal yaşamda birey ve topluluk açısından bakıldığında, tüketime yüklenen bu yeni rolleri, yaygınlığı açısından şu şekilde sıralar;

- İnsan ekolojisinin önemli bir bileşeni olarak bireye ve gruba kimlik tayin etmek.
- Toplumda bir iletişim biçimi olarak bireyin grup ve cemaatlerle bütünleşmesini sağlamak.
- Ekonomik sermayeyi değişik boyutlara (siyasal, toplumsal, kültürel ve sembolik) dönüştürmek.
- Arzu ve isteklerin tatminiyle bireyi mutlu ve özgür hissettirmek (2012: 52).

Görünen o ki bütün bu yeni rollerle tüketim, bugün hem kapitalizm, yasallaştırmaya hem insanları fantezilerinde olduğu kadar, gerçekte de tüketici olmak için güdülendirmeye yarayan bir ideoloji haline gelmektedir. Tüketici ürünleri ve reklamlar, televizyon programları aracılığıyla, bilinçdışı arzuları kullanarak kapitalizmi, entelektüel ve ahlaki olarak değilse de bilinçdışı seviyesinde geçerli hale getirmekte yardımcı olmakla birlikte, bu durum giderek global bir olgu haline gelmiştir.

4.2 Postmodern Toplum Yapısındaki Değişim

Modern sanayi toplumların modern sonrası bir toplum yapısına dönüşmüş olduğu varsayımı, Batı'nın son derece gelişmiş toplumlarına yönelik bir duygudur. Bununla birlikte, aslında, ileri teknolojiye erişmiş ve bu yolda bir hayli mesafe kat etmiş bu ülkelerde postmodern gelişme süreci öyle sanıldığı kadar çok yeni bir olay da değildir. Nitekim, bu süreç II. Dünya savaşını takip eden yıllardan itibaren kendini göstermeye başlamış, 1970'li yıllardan itibaren de giderek daha belirgin bir hal alma yolunu tutmuştur. Modern sanayi toplumu tipinden farklı, yeni bir takım hususiyetler de kendilerini göstermeye başlayan, giderek hakim bir karaktere bürünme yolunu tutan bu yeni tipe "bilgi toplumu" veya "sanayi-sonrası toplum" denmiş ve bu toplum tipinin

“post-modern” denilen yeni bir çağın başlangıcına işaret ettiği öne sürülmüştür. Kumar, bu adlandırmanın temeli kültürle ilişkilendirerek şu şekilde ifade etmiştir:

“Post-modern kültür yeni bir toplum biçimiyle, genelde “sanayi sonrası” kavramıyla adlandırmanın tercih edildiği “sanayi sonrası” toplum biçimiyle bağlantılı oluyor. Bu durumda toplum açısından kültür hangi konumdaysa, post-modernin konumu sanayi sonrası açısından o konumdadır. Post-modernizm sanayi sonrası toplumun kültürüdür” (2013: 138).

Lyotard ise etkili incelemesinin konusu olan “post-modern durum”u, sonuçta bir sanayi sonrası toplumun ortaya çıkışıyla bağlantılandırılan kültürün, bugünkü post-modern durumu bağlamında “bilginin durumu”na gönderme yapar. Lyotard’ın incelemesinde “işler haldeki hipotez”i şudur: “Toplumlar sanayi sonrası denen çağa ve kültürler de post-modern denen çağa girdikçe bilginin statüsü değişir” (Lyotard, 2000: 3). Bu noktada, bir post-modern kültürden baksetmeden önce “post-modern durum” ve “sanayi sonrası” toplumun ürünü olan bir durumun var olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla, postmodern toplum saptamasında bulunmadan önce postmodern söylemlerden kısaca bahsetmek gerekirse:

- Genel önermelerin reddi,
- Çoğulculuğun ve parçalanmanın kabul edilmesi,
- Çeşitliliğin vurgulanması,
- Mutlak değerler anlayışının reddi,
- Gerçeği olabildiğince yorumlamak.

Tüm bu söylemlerin ötesinde, “postmodernizm, modernizm’in temel özellikleri olan bilginin üstünlüğüne, pozitif bilimlere, endüstriyalizme, kapitalizme karşı çıkan ya da onları sorgulayan, buna karşılık belirsizliği, parçalılığı, farklılığı, etnikliği, alt kültürleri, kültürel çoğulculuğu, yerel bilgiyi ön plana çıkaran” (http://edemirdalic.blogspot.com.tr/2015_03_01_archive.html) bir toplumsal yapıya sahiptir. Dolayısıyla postmodernizmde kabul edilmiş veya inanılmış olan değer yargılarımız da dahil her şeyin çok kolay biçimde değişimi söz konusudur. Postmodernizmin değişim sürecinden geçerek oluşan yeni bir biçim kazanan toplumlarda, modernizmin içerdiği değerlerin sadece yerinin değişmesinin ötesinde, tümünden bir anlayış ve değer değişikliği de söz konusudur. Bu süreci, “Precis 6”nın Editörleri (1987) “gelişmiş kapitalist ülkelerin kültüründe, derin

bir haleti ruhiye değişimi” (Harvey, 1997: 54) olarak tanımlamıştır. Nitekim, postmodern toplumun başlıca özelliklerinden biri olan, hızlı değişen üslup ve moda döngüsü, artan reklam ve elektronik medya gücü, ihtiyaç odaklı tüketimden hazcı tüketime yönelme ve evrensel standartlaşma gibi kültürel, politik ve ekonomik değişimler bu vargıyı destekler niteliktedir.

Modernist anlayışa göre üretim değer yaratıcı tüketim ise yok edici bir fonksiyondadır. Bunun aksine, postmodernizm ise tüketimin olumsuz konumunu değiştirerek kültürel ve sayısal açıdan üretilen işaret değerinde olduğunu savunarak, tüketimin hem birlikteliğine hem de önemli olduğu düşüncesini ön plana koymaktadır. Böylece, eskiden en önemli ekonomik ve ahlaki değer olarak görülen üretim ve onun karşıtı olarak görülen yok edici nitelikte olduğu düşünölen tüketim kavramlarının eski inanışlar geride bırakılmıştır. Tüketimin eskiden geride bırakıldığı algıdan çıkartılmasını “tüketim özgürlüğü” kavramıyla birleştiren McRobbie şu şekilde duruma açıklık getirmektedir:

“ (...) Politik ve entelektöel hayata, tüketicilik üzerinde odaklanma yönelimi, tüketimi üretimin ve yeniden-üretimin gerçek ilişkilerini gizleyen göz boyayıcı (ya da ideolojik) bir ilişki (meta fetişizmi) olarak gören eski model reddetmeyi yansıtmaktadır. Tüketim konusunda bugün üzerinde durulan nokta, tüketimde bulunan özneye , “sihirli sistemin” in kandırdığı biri olmaktan başka bir rol verme sürecinin bir parçasıdır” (1999: 53).

Postmodernizm tüketimi yönlendirilebilen yapay ihtiyaçların tatmininde kullanarak onu düşlerin fantezilerin bir karma oluşumu olarak görmektedir. Postmodern toplumda üretim gereksinimlere dayanmaktan çok, “gittikçe arzulara seslenen, mübadele değerinin ön plana çıktığı bir olgudur. Bu durum, toplumun hedonistik arayışını gündeme getirir. Haz arayıcılık, hazın peşinden koşma olarak tanımlayabileceğimiz hedonizm, açıkça postmodern toplumun en belirgin göstergelerinden biridir” (Fox ve Lears, 1993: 12). Bu durum, postmodern toplumun, “sahip olduğüm ve tükettiğim şeyler dışında bir hiçim” bakış açısına sahip anlayışıyla, sosyal bir sınıf olarak kendisine alan açtığı gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Öte yandan, bu toplumun tüketimi üretimin tam merkezine alması ve tüketim kültürünü meydana çıkarması vesilesiyle, insanın da meta haline geldiği ve adeta bir mal gibi tüketiminin olabilir hale geldiği ifade edilebilir. Postmodernizme dair yapılan en büyük eleştirilerin başında da bu durum

görülmektedir. Eski klasik bakış açısına göre, üretim sürecinde üreticiler insan, üretilen varlıklar ise ürün veya hizmettir. Tüketim sürecinde ise üretici imajlardır ve sonuçta kendileri ürün veya hizmet olarak ortaya koyarken, ürünler ise insandır. İşte bu ikinci yaklaşım, postmodern sistemi açıklamaktadır. Zira, postmodernizm tüketimi bir nevi kutlamacı, özgürleştirici bir insan eylemi olarak kabul etmektedir.

Öte yandan, “bu dönemde kimlik kavramı, toplumsal yaşamın hızla farklılaşması ve karmaşıklaşması sonucu, çok daha kırılğan, değişken ve çok katmanlı bir yapıdadır”. Çünkü, eklektik bir yapıya sahip olan bu toplumsal yapı, bireyin kimlik inşasında da etkili olduğu gibi, kaygan bir zemin üzerinde ki belirsizlik, çeşitlilik, karmaşıklık kavramları çerçevesinde hem bireysel hem de ulusal düzeyde parçalı kimlik yapısının da şekillenmesinde önemli rol üstlenmiştir. Ayrıca, insanın sürekli bir değişim içerisinde var olduğunu düşünen postmodernist yapı çevre-duyu etkileşimini de önemser ve çevreden etkilendiği gibi çevreyi de etkileyeceğini savunur.

Genel olarak ifade etmek gerekirse, “Post-modernist araştırmacılar, modern ilkelerin amaçlarını yitirdiklerine, yerlerine yeni/farklı ilkeler konmakta olduğuna inanmakta ve diğerlerini de buna inandırmaya çalışmaktadırlar. Onlara göre, genel olarak, aydınlanma dönemi ile başlayan modernitenin benimsediği, örneğin, “evrensellik” ilkesi radikal bir biçimde eleştirilmelidir. Bireyin ve toplumun bu tür tarihsel inançlarının artık gerçekleşmeyeceği ilan etmektedirler. Özellikle, gelişmiş ülkelerin geçmişlerini iyi sorgulamaları gerektiği ve bu sorgulamanın sonucunda insan aklının/rasyonalitesinin tekleştirilmiş olduğunun görüleceğini savunmuşlardır. Modernizmin egemen olduğu dönemler boyunca var olan aklın evrensel ilkelerini red eden post-modernizm, tüm insanlığı kapsayan tekçil hedeflerden/projelerden uzak durulmasını tavsiye etmektedir” (<http://www.aku.edu.tr/aku/dosyayonetimi/sosyalbilens/dergi/V1/zcirhin.pdf>) Nitekim, postmodernizm modernizm aksine çoğulcu ve katı kuralları olmayan bir yapıya sahiptir. Öte yandan, sınıfsal tüm ayrımlara önem vermeyen postmodernist anlayış, toplumsal hiyerarşinin ortadan kalkması gerektiğini savunur.

4.2.1 Parçalanmışlık ve Paradoksal Birleşme

Modernizmin tanımlayıcı öğelerinden olan bütünlükçü ve evrenselci anlayışın aksine postmodernizm, “totalleştirici bütün söylemlere ve totalleştirici bütün açıklama sistemlerine” karşı çıkar (Williams ve Sewpaul, 2004: 558). ““Parçalanmışlık” sosyal, ekonomik ve siyasal açılardan, egemen ideolojilerin ve değer yargılarının yok olması ve bunun yerine çoğul değer yargılarının normların yer almasının ifade etmektedir. Bu boyutu ile sınıflandırıcı, düzenleyici yaklaşımları içererek “kategorik düşünce” sistemini önemseyen postmodernizm, düşünce çeşitliliğini ve farklılığını merkezden biçimlendirme uygulamaları ile denetim altında tutmak istemiştir” (Odabaşı, 2012: 50). Kısaca, her konuda ve alanda genel sınırlar ve bütünlük sağlama düşüncesi egemendir. Örneğin, postmodern açıklamalarda rasladığımız “farklılığa saygı”, “farklılığın bir arada varlığı”, “farklılık içerisinde birlik”, “farklılıkların eşitliği” gibi kavramlar kesin sınırları olan kavramlar değil, aksine birbirlerinin içerisine akmış ve karışmışlardır. Postmodern toplumun bir parçası olan postmodern birey ise bu “parçalanmışlık” kavramı içerisinde farklı ve öznel düşünmenin yanında eklektik düşünceyi önemser. Odabaşı’na göre bu durum “bireyin küçük bilgi parçacıklarını tercih etmesine ve hızlı sonuç almasına” (2012: 52) olanak sağlamaktadır. Neticede, bu durum yüzeysellik getiriyor olsa bile hız zaman baskısı ile anında ihtiyacın görülmesi olarak sonuçlanmıştır.

Postmodernizm içerdiği “parçalanma”, aynı zamanda üretim süreçlerine de yansımıştır. Modernizmin üretim yapısına egemen olan tek ürünün ve onun kullanıcısı olarak tüketicinin de parçalanmamış bir kimliğe sahip olması gerekiyordu. Postmodernizm de ise esnek ve küçük ölçekte üretim ve sonsuz türde ürün olanaklı hale gelmiştir. Böylece, sürekli değişen üretim biçimi, üretimin yeri, akışkan talep karşısında, esnek uzmanlaşma ve esnek üretim kavramının ortaya çıkarmaktadır. Farklılıkları hoş gören, çoğulculuğu savunan bir yapısı nedeniyle postmodernist bireyde, parçalı, çoklu toplama bir kimlik (hem bireysel düzeyde, hem de ulusal düzeyde) oluşumu söz konusu olmuştur. Öte yandan, “postmodernite kimlik inşasında, modern paradigmanın tersine kaygan bir zemin üzerinde gelişen toplumsal koşullar içerisinde belirsizlik, çeşitlilik, heterojenlik, karmaşıklık, görecelik ve parçalanmışlık kavramlarının hakim olduğunu

söyleyebiliriz. Bu dönemin geçerli olan kimlik söylemi, heterojenlik ve farklılık özünde biçimlenmiş, toplumsal yaşamın hızla farklılaşması ve karmaşıklaşması sonucu, çok daha kırılğan, değişken ve çok katmanlı bir yapıdadır. Neticede, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte zaman ve mekan tanımlamalarının dönüşüme uğradığı postmodernitede, kimlik kavramı sorunsallaştırılmakta, öznenin artık dayanaklarını (öznenin taşıdığı varsayılan değerler) yitirdiği iddia edilmektedir” (Karaduman, 2010).

Postmodern düşünce, bireyleri ve grupları kendi yaşam şekillerinin yaratıcısı olarak görmektedir. Bu yaklaşımda, toplumsal bütünleşmelerde ferdin ve grubun ezildiği ve yok edildiği kabul gördüğünden, insanları kaynaştıran ve kitleler halinde bütünleştiren araçların yeri olmadığı gibi bütünleştirme düşüncesi, araçları ve çabaları da olumsuzlanmakta, bireylerin ve grupların bireysel benlikleri ve farklılıkları yüceltilerek vurgulanmaktadır (Akça, 2005). Başka bir açıdan bakmak gerekirse, “feministlerin toplumda seslerini duyurabilmeleri, heteroseksüel davranışın dışında kalan tercihlerin normal olarak kabul edilmeye başlaması böyle bir postmodern duruşun koşulu olarak görülebilir. Bu yaklaşım öyle bir hale dönüşmüştür ki, postmodern düşünürler arasında geniş kabul görmüş konuların başında her şeyin her şeyle birlikte bulunabilmesi gelir” Postmodernizmin “her şey gider”, “her şey uyar” sloganları bunun bir göstergesidir” (<http://blog.kavrakoglu.com/tag/postmodernizm/>) Benzer noktada, Odabaşı'nın söylemiyle: “Her şey her şeyle birlikte olmalıdır. Örneğin inanç, şüphe aşk ve nefret gibi karşıtların birlikteliği özelliğinin getirdiği önemli bir durum, bilişsel ve duyuşsa bağlanmanın hiçbir şeye değmeyeceğidir” (2012: 63).

Postmodern yapının içerisinde barındırdığı kültürel çoğulculuk, toplumsal hareketlerin özgür bir şekilde gerçekleşmesine izin vermektedir. “Postmodernizm, radikal demokrasi için iyi bir yol olacaktır. Radikal demokrasi anlayışına göre sosyalist strateji, demokrasinin derinleştirilmesi ve genişletilmesi esası üzerine kurulmalıdır. Burada talep, farklı toplumsal kimliklerin bir üst kimlik altında eritilmesi değil, farklılıklarını ve özgünlüklerini koruyarak ortak yaşam alanında bulunmasıdır. Postmodernizm yeni toplumsal hareketle farklı kimliklerin kamusal alanda yaşama şansı bulmalarını ve toplumsal hayatın demokratikleşmesini sağlamak amacıyla sivil toplumun farklılıklar üzerine kurulmasını savunur. Kimlik siyasetinin devlet içinde değil, sivil toplumda

yaşamayı, bu bağlamda devletten ayrı bir alan olarak sivil toplumun çoğulculuğu ve farklılığı kapsamayı gerektiği savunulur” (Türküne, 2005: 504).

Tüm bunların aksine postmodernizmin birleştirici bir yapıya sahip olduğunun aksini idda eden eleştirilenler olmuştur. Örneğin, Serdar, küreselleştirici etkisiyle postmodernizmin “tüm kültürleri tarih dışı, liberal, serbest piyasa kültürüne dönüştürmekte ve öteki kültürlerle gerçek bir diyaloga girmenin önünü kapamakta” (2001: 348) olduğunu, yerel kültürleri devre dışı bırakarak onların kendine özgü realitelerini yaktığını ve değerlerini yok ettiğini ifade etmektedir.

Sonuç olarak baktığımızda, “Post-modernist araştırmacılar, modern ilkelerin amaçlarını yitirdiklerine, yerlerine yeni/farklı ilkeler konmakta olduğuna inanmakta ve diğerlerini de buna inandırmaya çalışmaktadırlar. Bunlara göre, genel olarak, aydınlanma dönemi ile başlayan modernitenin benimsediği, örneğin, “evrensellik” ilkesi radikal bir biçimde eleştirilmelidir. Bireyin ve toplumun bu tür tarihsel inançlarının artık gerçekleşmeyeceği ilan edilmektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerin eriştikleri ekonomik düzeyde, geçmişlerini iyi sorgulamaları gerektiği ve bu sorgulamanın sonucunda insan aklının/rasyonalitesinin tekleştirilmiş olduğunun görüleceğini belirtmektedir. Tüm insanlığı kapsayan tekçil hedeflerden/projelerden uzak durulmasını tavsiye eden postmodernist bireyler, aklın evrensel ilkelerine ve bunun gerektirdiği zorunlu sonuçlara inanmayı reddetmişlerdir (<http://www.aku.edu.tr/aku/dosyayonetimi/sosyalbilens/dergi/V1/zcirhin.pdf>)

4.2.2 Üretim ve Tüketimin Yer Değiştirmesi

Modern zamanın üretim modeli olan Fordizm, 1920-1980’lerde Amerikalı otomobil yapımcısı Henry Ford’un seri üretim yoluyla ürettiği ilk otomobiller aracılığıyla oluşmuş; Gramsci tarafından adlandırılan bir kavramdır (Gramsci, 1971). Fordizmin temel hedefi, benzer alanlarda oluşan toplu bir pazar tüketicisi oluşturmaktır (Harvey, 1997). Nitekim, zamanla yüksek kar maksimizasyonuna ulaşan bu pazarlam anlayışı, daha kısa zamanda daha fazla üretim yaparak ekonomide yüksek bir artışa olanak sağlamıştır. Fakat, özellikle 1960 sonrası fordist üretim modeli sahip olduğu sınırları keskin pazar

anlayışıyla, her ne kadar ulusal pazara hizmet etsede uluslararası pazar piyasasının farklılık ve çeşitlilik yönündeki istemine karşılık verememiştir. Tamda bu nedenle, uluslararası rekabete kaynaklık edecek esnek üretim modeli olan post-fordist üretim modeli olarak adlandırılan “esnek üretim modeli” (Odabaşı, 2012: 77) ortaya çıkmıştır. Öte yandan, bu süreçte kitlesel üretimin ve tüketimin rağbet görmemesi neticesinde yaşanan ekonomik kriz, değişen üretim modeline kaynaklık etmiştir diyebiliriz.

Modernizmden postmodernizme geçişle birlikte üretimin eski değerini kaybettiği, tüketimin yüceltiği bir toplum anlayışı söz konusu olmuştur. Dolayısıyla, marka ve imajın ürünün fonksiyonel değerinden üstün olduğu ve tüketimin ihtiyaçtan ziyade hazza yönelik bir eylem olduğu bir toplumsal yapı söz konusu olmuştur. Nitekim, postmodern tüketiciler tüketim eylemi sırasında ürünün işlevsel yönünden ziyade, ürüne sahip oldukları anda alacakları hazla ilgilenirler.

Bu yeni üretim modeliyle birlikte ürünler, postmodern toplumun tüketimi uyardığı en büyük aracı olan reklam vasıtasıyla, ürünün fonksiyonel öneminden çok, imajı, gösterge değeri, çağrışımları, estetiği ile ilgili uyarıcılara maruz kalırlar. “Featherstone’un da dediği gibi, bu, aynı zamanda Jean Baudrillard’ın da metalarla ilgili anlatımının temelidir. Baudrillard’ın çalışmaları da malların, gösterge haline gelmek için kullanım değeri saptamasından kurtulma yolları üzerinde durur” (Barnard, 2002: 240). Benzer paralelde, Barnard ve Baudrillard postmodern kapitalizmin içerisinde taşıdığı bu göz alıcı dünyayı şu şekilde betimliyordu:

“Her gün araba lastikleri, çamaşır makinesi, sigaralar, kozmetikler vb. sıradan nesnelere, romantizm, egzotizm, istek güzellik tatmin, sosyallik, bilimsel gelişme iyi yaşamla özdeşleştirilmekteydi. Elbette bu, reklamlar sayesinde yapıyordu: sigaralar, istek ve tatminle bağlantılıken iyi bir yaşam, arabasız düşünülemezdi. Bu süreçte son aşama, bu malları, göstergeler ve tüketimi de bu göstergelerin, aktif olarak çıkarları için kullanılması olarak ele alınmaktadır” (Barnard, 2002: 293).

“Merak ve yanlış bilme, gerçek konusunda bir tek ve aynı toplu davranışı, kitle iletişimleri pratiğiyle genelleştirebilen ve sistematikleştirilen ve dolayısıyla tüketim toplumumuzun karakteristiği olan bir davranış betimler; göstergeleri açgözlü bir biçimde ve her yerde tüketmek üstüne kurulu bir gerçeklik yadsınması. Bu vesileyle tüketimin yerini saptayabiliriz: Tüketimin yeri günlük yaşamdır. Günlük yaşam yalnızca günlük olayların ve hareketlerin toplamı, sıradanlığı ve yinelenmenin boyutu değil, bir yorumlama sistemidir ” (Baudrillard, 2012b: 27).

Postmodern bireyde kimlik kavramı tükettikleri üzerine kurulmuştur. Nitekim, John Fiske'ye göre, "tüketim malları yalnızca ekonomik takas nesnelere değildir; onlar, kendileri aracılığıyla düşünülen ve konuşulan" (1989: 31) şeylerdir. Dolayısıyla, postmodern bireyin varlığı ve niteliği tükettiği şeylerle ölçülür. İnsanlar kimlik oluşumuna katkı sağlayacaklarını düşündükleri malları tüketerek, "olmayı arzu ettikleri varlık gibi olmaya ve kendileriyle ilgili bu imajı, bu kimliği sürdürmeye çalışırlar. Giysiler, parfümler, otomobiller, yiyecek ve içeceklerin hepsi, bu süreçte rol oynayabilecek şeylerdir. Bütün bu kalemler, insanın kendisi ve kendisiyle aynı anlatım kodlarını ve aynı gösterge/sembol sistemini paylaşan diğerleri için, o kişinin x veya y olduğunu gösterirler" (Bocock, 1997: 74). Yani, Judith W'ın söylediği gibi: "pek çok insanın yaşamlarında bilinçli olarak seçtikleri anlam, bu insanların ürettiklerinden çok, tükettikleriyle oluşur" (1986: 230). Öte yandan, postmodern bireylerin yemeğe yönelik alışkanlıkları, dinledikleri müzikler, sosyal alışkanlıkları gibi konularda tüketim alışkanlıklarını etkileyebilir. Çünkü, aslında özneyi oluşturan tüm bu etmenler, aynı zamanda öznenin toplumda kendisine benzer bireylerle iletişim kurma aracıdır. Nitekim, postmodern tüketici özelliklerinin ve eylemlerinin uygulamalı araştırmalarla ölçülüp değerlendirilmesi için yapılan özgün araştırmalardan birinde, bu konuda kurumsal olarak yapılan açıklamaları destekleyen sonuçlar elde edilmiştir:

- " Modern öznenin tersine post modern tüketici tek bir kimlik yerine farklı kimlikleri göstermeye çok daha fazla istekli davranmaktadır.
- Belirtilen bu özellikle bağlantılı olarak, post modern tüketici modern olanına göre farklı ilkeler ve değerler sistemlerine karşı çok daha rahat, kabullenici ve daha açık tavır göstermektedir.
- Postmodern tüketici maddi servet ile daha az güdülenirken, maddi zenginlik yerine anlam yaratan deneyimleri büyük bir olasılıkla aramaktadır.
- Postmodern tüketici, modern olanına göre, merkezliğe ya da insanın diğer her şeyi kontrolünün gerekliliğine daha az odaklanır. Postmodern tüketici, sosyal gerçekliğin bir insan tasarımı olduğunun farkındalığıyla diğer amaçlara alan vermeye daha fazla istekli olduğunu gösterir. Modern tüketiciye göre post modern tüketici, öznenin objeye üstünlüğü konusunda daha büyük bir dengeyi aradığını ya da en azından bu konuda daha fazla kararsız olduğunu gösterir" (Fırat ve Schultz II, 2001: 201).

Kısaca ifade etmek gerekirse, postmodern süreçte tüketim sadece ihtiyaçların giderilmesine hizmet etmemiştir. Modern endüstriyle başlayan bu tüketim döngüsü postmodernizmle birlikte giderek artan bir olgu haline gelmiştir. Bu süreçte medya,

kullandığı göstergeler, imajlar ve bireyde uyandırdığı yapay ihtiyaçlarla tüketime güdüleyen temel organ haline gelmiştir. Dolayısıyla, önce imajlar üretilerek bir istem yaratılır ve sonrasında bu imajları karşılayan ürünler piyasaya sunulur.

4.2.3 Öznenin Merkezleştirilmesi

Aydınlanma dönemi öncesinde merkeze alınan “Tanrı”, modern dönemle birlikte yerini insan iradesine bırakmıştır. 18.yy’da ortaya çıkan Aydınlanma hareketi gerek toplumsal yaşamı gerekse düşünce sistemini köktenci bir değişime uğratmıştır. İnsanı merkeze alarak, onu düşünen ve sorgulayan bir sisteme yöneltmiştir. Nitekim, aydınlanma dönemi öncesinde var olan tüm inanışlar sonrasında yerini akıl ve bilim aracılığıyla elde edilebilecek bilgiye bırakmıştır. Dolayısıyla, bu sistem içerisinde var olan özne geleceğe dair ön görüde bulunabilen ve geleceğini tasarlayan bir kişi mertebesine erişmiştir. Fakat, postmodern süreçle birlikte merkezde olan “insan” yerini merkezi olmayan bir düşünce yapısına bırakmıştır ve artık merkezde ne “İnsan” nede “Tanrı” vardır.

Postmodern teorisyenler insan kavramını kullanmak yerine özne kavramını kullanmıştır. Çünkü, “insandan özgün ve özgür kişiymiş gibi söz etmek, yaşam gerçeğini çarpıtmak olur. Postmodernistler bu nedenle “**kişi**” sözcüğü yerine “**özne**” sözcüğünü kullanırlar” (Doltaş, 2003). Nitekim, postmodern özne tutarlı ve bilinçli bir kimlik sergilemek yerine sürekli duygu durumu değişen, etkilenmeye açık, çoğu zaman tutarsızlık sergileyen bir kimliğe sahiptir. Dolayısıyla, önceden eylemlerine dair öngörüde bulunulabilen modernist kimlik yapısı yerine, anlık ve kalıcı olmayan bir kimlik yapısının varlığı söz konusu olmuştur. Çünkü, postmodernistlere göre özne sürekli bir değişim döngüsü içerisinde yer alır ve çevreden etkilendiği gibi çevreyi etkileyen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, postmodern öznenin bugüne kadar kabul gören kimlik değerlerini alacağı ettiğini söylemek mümkündür. Nitekim, Odabaşı’nın bu konuya dair düşüncesi şu şekilde olmuştur:

“Postmodernistlere göre, insan her anki özellikleriyle var oluyor ve sürekli bir farklılık içinde. Bu durum durgun olmayan, devingen ve sürekli hareket eden Pazar gerçeğini yaratmaktadır. Nesnelere insanların arzularını etkilediği kabulü her şeyin devingenliği tüketicinin oyunculuğunu da ortaya çıkarmaktadır. Öznenin merkezden kurtulması ve onun bağımsız, özerk olması sonucu, tüketicinin

kendisini hem tüketici, hem de tüketilebilir nesne olarak tanımlamasına olanak sağlamıştır. Her şeyin metalaşması, ticarileşmesi olarak görülebilen değişimin özne- nesne ayrımının birbirine karışması biçiminde olması ve insanı da kapsaması bu nedenle açıklanabilmektedir” (Odabaşı, 2012: 32).

Özetlemek gerekirse, modernizm içerisinde barındırdığı zıt kavramlar genel bir tanımlamayla sınırlarını ayırmış ve bu sınırların dışarısında kalan tüm kavramlar “öteki” olarak var sayılmıştır. Postmodernizm ise, modernizm içerisinde barındırdığı tüm sınırları yok sayarak heterojen bir yapı barındırmıştır. Dolayısıyla, modernizm dışladığı “öteki” kavramı, postmodernizm de diğer kavramlardan ayrılmayan ve dışlanmayan bir konuma sahiptir. Öte yandan, modernist düşünce aynılıkları yüceltirken, postmodern düşünce ise melezleştirmeyi merkeze alır. Çünkü, postmodernizm farklılığa büyük bir sempati duyarak, özneyi tercihleri konusunda özgür bırakır.

4.2.4 Üst- Gerçeklik

Hiper Gerçekçilik Baudrillard’ın ortaya attığı bir kavram olmakla birlikte yaşanan toplumsal ve ekonomik gelişmeler paralelinde kitle iletişim araçlarının olağan etkisi nedeniyle bireylerin gerçeklik ilkesini kaybetmesi olarak açıklanabilir. Gerçeklik ilkesi zihinsel bir süreç olduğuna göre, birey gerçeğin ne olup ne olmadığı ayrımını kaybetmişse sağlıklı bir gerçeklik algısının varlığından söz edemeyiz. Dolayısıyla, gündelik hayatın akışında yer alan ve bireylerin tercihleri üzerinde etkili olan gerçeklik kavramının yitirilmesi sağlıksız kararlarla sonuçlanan birer yaşam ideolojisi haline gelebilir. Bu noktada, Baudrillard’ın simülasyon kavramı ortaya çıkar. Gerçek olmayan fakat gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünüm olan “simülakr” lar olarak ortaya çıkar.

Baudrillard’a göre (2011) özellikle 1950 sonrasında gerçeklik kavramı oldukça değişmiştir. Birey bu değişen sosyo-kültürel simülasyon evreninde gerçekliğe dair tüm algısını kaybetmiştir. Bu nedenler, tüm gerçekliği kaybeden bir sistemin içerisinde yaşan birey, zamanla gerçekliğe dair tüm yetisini kaybeder ve simülakr gerçeğin kendisi olur. Baudrillard’ın “Dünya, kendisini göremediği bir sistemi, yalnızca görüntü ve üzerine döşenen yorumlar aracılığıyla mahkum edilmek istenmektedir. Bu durumda görüntünün hakikati, hakikatin görüntüsü anlamına gelmektedir” (Baudrillard, 2011:

69) şeklinde tanımladığı “simülasyon evreni”, aslında bir gerçeği saptıran bir yapı barındırmaktadır. Bu noktada özellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla oluşan imajlara ve sözlere dayalı simülasyon evreni, gerçekliği devre dışı bırakarak kitleleri pasifleştiren ve yönlendirebileceği bir sistem oluşturur. Böylece gerçeklik sürekli değişen, yeniden üretilebilen ve hatta önem arz etmeyen bir kavram olarak var olur.

Bu kavrama toplumsal açıdan yaklaşmak gerekirse, simülasyon ortamını yaratan moda, iletişim teknolojileri, politika gibi alanlar bireylerin yaşamlarını belirleyen temel etken konumunu almışlardır. Özellikle, iletişim teknolojileri aracılığıyla “gerçek” ve “kurgu/düş” arasındaki ayırım ortadan kalkması toplumsal enformasyona sebebiyet vermiştir. Benzetim aracılığıyla oluşturulan temsili gerçeklik, var olan gerçekliğin yerini alıyor. Nitekim, tüketimin yüceltiildiği postmodern toplumlarda kültür yöneticileri, bireylerin tüketim alışkanlıklarını yönetme adına imajlardan, göstergelerden ve işaretlerden oluşan bir simülasyon evreni yaratarak tüketiciyi tüketime teşvik eden bir sistem oluşturmuşlardır. Bu nedenle, postmodern günlük kültür, heterojen, göstergelerin yüceltiildiği ve gerçeklik algısını yitirmiş yapı barındırmaktadır.

Özetlemek gerekirse, postmodern toplumlar kendilerine göstergeler, imajlar ve bezetim yoluyla yapay bir gerçeklik oluşturmuşlardır. Böylece gerçeklik algısının kaybolduğu bu toplumsal yapıda gerçekten daha gerçek olan “*hipergerçeklik*” kavramı yaratılmıştır. Tamda bu nedenle, gerçekliğin yerini alan benzetim, postmodern toplumlarda “gerçek var mı yok mu?” sorusunu anlamsızlaştırmıştır.

4.3 Postmodern Tüketim Toplumunu Oluşturan Temel Dinamikler

Bu çalışmada tüketim kavramı postmodern bir bakış açısıyla incelenmiş ve temel olarak çalışma tüketimin toplumsal anlamında yoğunlaşmıştır. Postmodern zamanda toplumun sahip olduğu hayatın yapılandırılması için tüketim temel bir görev üstlenmektedir. Postmodern bakış açısına göre tüketim kültürün bir ögesi değil daha ziyade aldığı yeni anlam ile bir kültüre dönüşmüştür. Postmodern dönemde Kültür endüstrisinin kurucuları vasıtasıyla kültürel, sanatsal ve politik alanlarda manipülasyona sebebiyet veren “popüler kültür”, “kitle kültürü” ve “yaşam stili” (Gündelik Hayatın

Estetikleşmesi) gibi bazı kavramlar bulunmaktadır. Bu terimler postmodernizmin en temel dinamoıdır. Hedef seçilen kitle kültürünü yönlendirmek için kültür endüstrisinin üreticileri bilinçli bir şekilde bir araç olarak, anlamlarının çok dışında, bu kavramları kullanmaktadır. Bu şekilde tüketim çılgınlığını yaşayan bir toplum yaratılmıştır diyebiliriz.

4.3.1 Popüler Kültür

“Popüler kültür”ü tanımlamada ele alınan iki terimin, “yani “popüler” ve “kültür” kavramlarının ayrı ayrı ne anlama geldikleri önem taşımaktadır; ama “popüler”in tanımı, “popüler kültür”ü açıklamakta “kültür”den daha belirleyici bir rol üstlenmektedir. Popüler kelimesinin günümüzde kullanıldığı biçimiyle iki temel anlamı vardır. Hakim olan birinci tanımda popüler, “yaygın olarak beğenilen, tüketilen” anlamında kullanılmaktadır. İkinci tanımda ise popüler kelimesi popüler kültür-yüksek kültür tartışmalarından yola çıkılarak “halka ait olan” anlamıyla ele alınmaktadır. Nitekim, “Popüler” başlangıçta Latince “popularis” ten türeyerek “halka ait” anlamına gelen hukuki ve siyasi bir terimdi. Örneğin, 16.yüzyılda popüler hükümet terimi, halk tarafından kurulan ve yürütölen bir siyasi sistem anlamına geliyordu. Bu yaklaşım, kültürün halkın içinde ortaya çıktığını ve popüler kültürün yalnızca halka ait olduğunu savunarak yüksek kültür ile popüler kültür arasında keskin bir ayrımın varlığı kabul etmiştir” (Özbek, 2005: 81). Aristoteles, bu konuya *Politika* isimli kitabında ele almıştır. Nitekim, Aristoteles yüksek müziğin alt işlerde çalışanlar tarafından anlaşılması ve tüketilmesinin zor olduğuna değinerek, bu kitleye hitap edebilecek daha eğlendirici bir müziğe izin verilmesini, bu türün hoş görülmesini istemiş ve şöyle demiştir:

“Tiyatroda iki türlü seyirci vardır: Biri iyi eğitilmiş soylu baylardan oluşur, öteki ise aşağı uğraşları olan kimseler, parayla çalışan işçiler ve benzerleri gibi avam takımından. Bu ikinci sınıfın dinlenmesi için de yarışmalar ve gösteriler düzenlenmelidir. Fakat bunların zihinleri çarpılmış, doğal durumundan uzaklaşmış olduğu için, uyumlarında kuraldan sapmalar ve melodilerinin tonunda doğaya aykırı abartmalar vardır. Onun için tiyatro yöneticilerinin bu sınıftan dinleyicilere çekici gelen müzik türünü kullanmalarına göz yummak gerekir” (Özdemirci, 2012: 177).

Görüldüğü gibi Aristoteles’de popüler kültürün avam takımının yönetmekte kullanılacak bir aygıt olduğunu söylemektedir. Ne var ki, temeli Aristoteles’e dayanan bu yaklaşım, egemenlik altına alma güçleri üzerine öylesine fazla yoğunlaşmıştır ki, temelini halktan alan gerçek bir popüler kültürü tam anlamıyla göz ardı etmiştir. Popüler kültürün yerine, güçsüz ve edilgen halka kültür endüstrisi aracılığıyla dayatılan kitle kültürü konulmuştur. “Sonradan hakim olan “yaygınca tercih edilen ya da çok beğenilen” i (Özdemirci, 2012: 168) ifade eden “ticari” tanımı benimseyenler ise genellikle popüler kültür kavramını kitle kültürüyle eş anlamda kullanır ve bu doğrultudaki kuramsal yaklaşımı kabul ederler. Örneğin, “Marksist yaklaşımda popüler kültür, halk üzerine empoze edilmiş kitle kültürüdür. Bu yaklaşıma göre popüler kültür, kültür endüstrisi tarafından üretilir ve dağıtılır. Halkın bu üretim ve dağıtımda hiçbir denetimi yoktur ve halka hiçbir yaratıcı ve verimli girişim olanağı verilmez. Burada kültür endüstrisi, “aydınlatma/aydınlanma” kılıfı altında yürütülen “kitle yönetimi”nin bir aygıtıdır” (Özdemirci, 2012: 174). Bunun aksine, Kitle kültürü ve Frankfurt Okulu'nun “kültür endüstrisi” kuramlarına eleştirel yaklaşanlar ise, popüler kültürün salt bir egemenlik aracı olmadığını altını çizerler. Bu doğrultuda Stuart Hall, “sıradan insanlar kültürel aptallar olmadıklarına göre, popüler kültür biçimlerinde kendi hayatlarına ilişkin gerçeklerin nasıl temsil edildiğinin basbayağı farkındadırlar” (Özdemirci, 2012: 181) saptamasıyla tüketiciyi tümüyle edilgen bir konumdan çıkartıp daha etkin bir konuma taşır.

Görüldüğü gibi popüler kültüre yönelik birçok farklı bakış açısı yer almaktadır. Bu çalışma da, popüler kültürü gündelik hayatın eğlencesini içeren “gündelik yaşamın kültürü” (Özdemirci, 2012: 175) olarak ele alacağım. Popüler kültür, gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yarayan ve yapay mutluluklar üreten bir olgu olmakla birlikte toplumlarda aldanımcı/adatıcı bir karakter taşı ve gerçeğin görülmesini engeller. Egemen toplumsal ve ekonomik ilişkileri desteklemekle birlikte sürüp gitmesinde yardımcı olur. Aslında, kitle üretimi yapan pazarın ekonomik, siyasal ve bilişselliğinin ifadesi olan kitle kültürünün somut şekillerinden biridir diyebiliriz. Kitle kültürü tekeli kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve gereksinimlerine göre biçimlenip değişen, önceden yapılmış, önceden kesilip biçilmiş, paketlenip sunulmuş bir kültürü anlatır. Bu bağlam içinde popüler kültür,

pazar tarafından pazarda tüketim için “sipariş edilen, ısmarlama” kitle kültürünün en çok kullanılan ürünlerini, bu ürünlerin tüketilmesini ve bu ürünleri teşvik eden düşünceleri ve duyarlılıkları anlatır. Bilişsel bağlamda, popüler kültürde anlamlar ve zevkler aktif bir şekilde toplumda üretilir ve dağıtılır. Bu üretim ve dağıtımın en planlı yanı endüstriyel faaliyetlerin kendisidir ve güdümlenmiş yanı ise çeşitli örgütlü yapılardaki kişiler arası ilişki ve iletişimidir.

Popüler kültür oluşum sürecinde ortaya çıkan bir ürünün ya da hizmetin tüketimi sadece fiziksel değil, aynı zamanda psikolojik bir süreçtir. Bu nedenle işletmeler, ürettikleri ürünlerin tüketicilerin psikolojik ihtiyaçlarına da cevap verdiğini tanıtım faaliyetlerinde belirgin bir şekilde hissettirirler. Üreticiler tarafından sunulan metalden anlam ve haz üretme sürecinde hem üreticilerin, hem de tüketicilerin payı vardır. Popüler kültürün yaratıcılığı ürünlerin ve imajların üretiminde değil, bunların kullanımında yatmaktadır. Gündelik yaşam kültürü, üreticilerin sağladığı kaynakların yaratıcı, beğeniye dayalı kullanımıyla beslenir. Hazzın kültürdeki rolünü kuramlaştırmak için pek çok girişimde bulunulmuştur. Bu kuramlar birbirlerinden son derece farklı olmalarına karşın, hepsi de onayladıkları hazlar ve onaylamadıkları olmak üzere hazzı iki genel kategoriye ayırma arzusunu paylaşırlar. Fiske’ye göre “bu karşıtlık kimileyin estetik (aşağı düzey zevk almaya karşı yüksek, haz), kimileyin siyasi (devrimci hazlara karşı gerici hazlar), kimileyin söylemsel (hazır anlamları kabul etmeye karşı kendi anlamlarını üretme hazları), kimileyin fizyolojik (bedensel hazlara karşı tinsel hazlar), kimileyin disipline sokucu (iktidardan sıyrılma hazlarına karşı iktidar uygulama hazları) olarak görünür” (2012: 160-165). Hazların çok çeşitli olduğunu, çok çelişkili biçimler alabileceklerini kabul eden Fiske, ancak hegemonyacı hazlara karşıt olan popüler hazlar üzerinde yoğunlaşarak, hazlar arasında yapılan ayrımın daha itibarsız olduğu düşünülen tarafın üzerinde durmak istemiştir. “Ve yine Fiske’ye göre popüler hazzın işleyişi iki temel biçimde gerçekleşir: *Sıyrılma* (ya da saldırıya geçmiş) ile *üretkenlik*” (Fiske, 2012: 165). Ona göre popüler haz direnişleri her iki işleyiş biçiminde de farklı biçimlerde yaşama geçirilir. Ayrıca, bu kategorileşmeyi şu şekilde ifade eder;

“Popüler hazzın işleyişini bu şekilde kategorileştirirken, bunun yalnızca analitik bir strateji olduğunu unutmamalıyız; yalnızca kendi pratiklerinde, bağlamlarında ve üretim anlarında var olduğu için popüler hazzın büyük bir bölümü genelleştirmeden de kuram için gerekli yapılandırmadan da kaçıp kurtulur.

Sıyrıma ile üretim popüler hazzın iki temel ögesi olmakla birlikte, asla bütünü değildir, çünkü popüler hazzın büyük bir bölümü betimlemenin ve çözümlemenin ötesindedir, kişiye ve ana özgüdür” (Fiske, 2012: 60-66).

20.yüzyılın başında “sanat-popüler kültür ve sanat günlük hayat karşıtlıklarını sorgulayan ve sanat ile hayatın iç içe geçen bir dinamiğe sahip olması gerektiği savına dayanan Avangard akım doğmuştur” (Özdemirci, 2004: 26). Postmodern süreçle birlikte toplumsal değişim paralelinde oluşan pop kültür-yüksek kültür arasındaki ayrımın ortadan kalkarak kendisine sanat alanında da oluşum alanı bulmuş ve Pop Art akımını ortaya çıkarmıştır. “Popüler kültürü konu alan sanat anlayışının gelişiminde önemli rol oynayan Popüler Sanat'la (Pop Art) sanatın kutsal, dokunulmaz, ender olma özellikleri ve dikte edici tavrı; yerini az sorgulayıcı, az eleştirel, tüketimci ve eğlendirici özelliklerden ve tüm zamanlara hitap etmesinden kaynaklandığı görünüşü yıkılmış ve sanatın hayatın bir parçası olması gerektiği fikri öne çıkmıştır” (Özdemirci, 2004: 26)

Bütün bu açıklamalar ışığında şunu söyleyebiliriz ki; popüler kültür, gündelik yaşam ve kapitalizmin kaynaklık ettiği kültürel arasında üretilmektedir. İşte bu noktada, postmodernizm ile popüler kültür arasındaki ilişki dikkat çekmektedir. “Postmodernizme atfedilen cazibe, toplumdaki değişmelere hitap etmesinden ve ayrıca toplumdaki geniş grupların gündelik tecrübelerindeki ve kültürel pratiklerindeki değişimleri aydınlatmaya yaramasından kaynaklanmaktadır” (Featherstone, 2013: 33). Featherstone, toplumsal yapılar ve ilişkilerdeki temel değişimleri önceden haber vermesi açısından, postmodernizmle kurulabilecek ilintileri şu şekilde sıralamıştır:

I-Batı modernliğinin bilim, hümanizm, sosyalizm vb. nosyonlarla imtiyazlı evrensellik iddialarının yaslandırıldığı temel üst-anlatıların sakat olduğunu ve entellektüellerin kendinden emin yasa koyucu rolünü terk edip yorumlayıcı rolüne soyunmasından ötürü yerel farklılıklara daha duyarlı ve daha az gösterişçi bilgi tarzlarına yönelmemiz gerektiğini öneren felsefe, toplum ve kültür teorilerinde temelcilik karşıtı bir konum.

II-Yerel ve bölgesel alanın bu şekilde imtiyazlı kılınması akademi içerisinde, entellektüel ve san'at çevrelerinde simgesel hiyerarşilerin demokratik ve popülist bir çöküşüne tercüme edilir ve böylece sözgelimi yüksek kültür ve popüler ya da kitle kültürü arasındaki, sanat ve gündelik hayat arasındaki ayrımlara itiraz edilir.

III- Sözcükler karşısında görsel imgelere, egonun ikincil süreçleri karşısında, birincil süreçlere ve izleyicinin mesafeli değerlendirmeleri karşısında nesneye

gömölüp gidilmesine ağırlık verilmişinde belirgin olarak görülebileceği gibi, söylemsel kültür biçimlerinden figürel kültür biçimlemesine bir geçiş vardır.

IV- Bu boyutlar "postmodern derinliksiz kültür" (Jameson) ibaresinde düzenli tarihsel gelişme nosyonunun yerini, geçmişin esaslı bir düzen ya da değer yargısı üretilebilecek bir noktanın keşfedilmesine izin vermeyecek şekilde, bitimsizce çoğaltılan ve simüle edilen imajlar, fragmanlar ve gösterilerin yığılması olarak algılanmasına bırakması gerektiğini belirten nosyonda özetlenir (2013: 164).”

Kısacası, bugünkü popüler kültür ürünlerini oluşturan temel dinamikler postmodernizmin temel ilkeleriyle benzerlik göstermesi, raslantı sonucu değildir. Toplumların gündelik hayatı, postmodernizmin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bundan dolayıdırki popüler kültür, “postmodern yaşantılar” şeklinde de adlandırılır.

4.3.2 Kitle Kültürü

19. yüzyılın başlarında yaşanan sanayi devrimi yüksek miktarda endüstriyel üretimi ve yeni iş kolları arayışlarını da birlikte getirmiştir. Bu süreçte kent yaşamına arzu duyan insanlar göç ettikleri kentlerde yeni iş kolları arayışına girmiştir. Dolayısıyla, fabrikaların yarattığı standart, tek düze hayat tarzı ve yaşanan yabancılaşma sorununun varlığı, toplumda hem ahlak değerlerinin değişimine hemde yeni bir toplumsal formun oluşumuna kaynaklık etmiştir. Ayrıca bu süreçte ortaya çıkan yeni buluşlar, kitle iletişim araçlarında ve ulaşımında köktenci gelişmelere kaynaklık etmiştir. Öte yandan, varlığını iyice hissettiren kitle hareketleri insanlar arasındaki iletişimi etkilemiş ve değiştirmiştir. Böylece, 20. yüzyılın başından itibaren kitle toplumu ve bu toplumun oluşturduğu dünya görüşü, hayat felsefesi, inanç ve değerleri belirleyen kitle kültürü ortaya çıkmıştır.

Modern süreçle birlikte ortaya çıkan üst kültür/kitle kültür ayrımı, gelişen ekonomi paralelinde pazar ve tüketim kavramlarının kabul görmesi, ve bu noktada sanat yapıtıyla benzer çerçevede tutulan kültür kavramının iki farklı yaklaşımla neden olmuştur. Bunlardan ilki, mevcut düzenin aksine yeni ve ütopyik bir anlayış sergileyen sanatçının bir ürünü olan üst kültür, diğer ise kitleleri yönlendirme adına ortaya çıkan kitle kültürüdür. Fakat, modernist süreçte oluşan bu ayrım postmodernizmle birlikte tüm sınırların ortadan kalkması neticesinde geçerliliğini yitirmiştir. Hatta “postmodern

kültür'e “yüksek kültür ve pop kültür farklılığın giderilmesiyle oluşan kitle kültürüdür” de diyebiliriz (Horkheimer M. & Adorno T, 1972: 144).

Unutmamak gerekir ki, sanayi toplumu öznenin kaybolması gibi bir oluşumu da gündeme getirmiştir. Çünkü, ileriye dönük tüm davranış kalıpları (ne içeceği, nasıl çalışacağı, ne tüketeceği) belli olan özne pasif bir konumda kalarak sadece günlük ihtiyaçlarını giderme peşindedir. Kitle kültürü teorisini savunanlar halkı pasif, değişime açık olmayan, bilinçsiz, ruhsuz, zevksiz, mekanik insanlar topluluğu olarak düşünür. Dolayısıyla tüm bu kavramlara sahip olan birey, toplumun içerisinde ayrılmak yerine bu yapıda erimeyi tercih eder. Böylece, benzer davranışlar sergileyen, ortak zevklere sahip olan ve giderek yalnızlık duygusuna itilerek kendine yabancılaşan bireyler topluluğu oluşur.

Adorno ve Horkheimer tüketim, kültür ve seri üretim arasındaki ilişkiyi analiz etmek için 1940'ların sonlarından itibaren kitle kültürü yerine kullandıkları ifade olan “*kültür endüstrisi*” yoluyla, kitle kültürünü yanlış gereksinimleri uyararak kitleleri pasifleştiren bir ideoloji ya da kurumun bir ögesi olarak görülmesi gerektiğini öne sürmüşlerdir. Onlara göre, ekonomi yapay ihtiyaçlar üreterek tüketiciyi tüketime teşvik eder ve bu noktada kültürü bir araç olarak kullanır. Bu nedenle, Adorno ve Horkheimer “kitle kültürü” kavramının kitlelerin ürettiği bir kültür olarak algılanması nedeniyle, alternatif olarak “*kültür endüstrisi*” kavramını kullanmıştır. Çünkü, onlara göre kültürü var eden şey kitle değil, ekonomik güç göstergesi olan sermayedir. Nitekim, tüketicilere yönelik yapay ihtiyaçlar üretildikten sonra piyasaya sunulan ürünler bunun bu durumun göstergesidir. Bu süreçte hızlı bir tüketim eylemi için reklamı kullanan kültür endüstrisi, tüketiciyi tüketime koşullayarak onu pasif konuma sokar. Kısacası, bireye karar verme özgürlüğü sunmayan kültür endüstrisi, hedeflediği tek tip insan profiline bu şekilde ulaşmış olur.

4.3.3 Gündelik Hayatın Estetikleşmesi

Postmodern toplumların en büyük özelliklerinden biri de “günlük hayatın estetikleştirilmesi” dir. Bu söyleme iki yönlü bakabiliriz; Birincisi, Featherstone'nın “hayatı

bir tür sanat eserine dönüştürme projesi” (2013: 118) olarak ele aldığı, üst ve alt kültür ayrımını kabullenmeyen postmodern düşüncenin, sınırları kaldıran eriten buharlaştıran bir yaklaşımla estetize edilmiş bir yaşama biçimi önermesidir. Yani, sanat yaşamın bir parçası olduğu gibi, günlük yaşam da bir sanattır. İkincisi ise, herhangi bir nesnenin estetikleştirilmesine yönelik tutumdur. “Günelik hayatın estetikleşmesi” hayat ve sanat arasındaki sınır yok edilmeye çalışan Postmodernizm’in hayatı bir sanat eserine dönüştürme projesidir.

4.3.3.1 “Yaşam Biçimi”nin Estetikleşmesi



Şekil 20: Bitkisel pastil markası “Ricola” ambalaj tasarımı

Sanat ve gündelik hayatın arasındaki sınırların kalktığı postmodern süreçle birlikte, estetik daha sık bir şekilde konuşulmaya başlanmış, nitekim güzel yaşam ölçütleri varlığında postmodern birey yeni üslup arayışına girmiştir. Dolayısıyla, sanat bu genel estetikleşme içerisinde sahip olduğu statüyü yitirmiştir. Gündelik yaşamın estetikleşmesi, kitlelerin

ihtiyacına yönelik üretilen metanın estetik değer taşıması varlığında ortaya çıkan bir değişimdir. Örneğin, ambalaj tasarımı, çevre düzenlemesi, reklam estetiği gibi tasarım ürünleri tüketicilerin alım satım sırasında aradıkları önemli unsurlar haline gelmiştir. Kısacası, herşeyin estetik nitelik kazandığı postmodern süreçte ürünün fonksiyonel özelliği estetik anlamının gerisinde kalmıştır. Nitekim, bu süreçte gündelik hayatın içerisinde var olan göstergeler imajlar metaya yönelik yapay kullanım değerleri üretir. Dolayısıyla, reklam aracılığıyla imajların manipüle edildiği, yapay ihtiyaçların imajlar vasıtasıyla harekete geçirildiği bir gündelik yaşam estetiği söz konusu olmuştur.

Postmodern süreçte var olan kitleleşme neticesinde taklitin yaygınlaşması, estetik değerler göz önünde bulundurulduğunda kitle beğenisini önemseyen bir yapı söz konusu olmuştur. Nitekim bu süreç pazar piyasası içerisinde değerlerinde yer almasına

sebebiyet vermiştir. Öte yandan, postmodern dönemin estetik kavramı bu süreçte modern dönemin estetik kavramından çok farklı bir içerik taşımaktadır. Örneğin, modernizmin güzele yönelik bir estetik kaygısı yerini postmodern süreçle birlikte arzu, tutku, duygu gibi gündelik hayattaki estetik kavramlara bırakmıştır. Nitekim, Odabaşı bunu “müzeler, satış yapmakta, mağazalar sergiler açabilmektedir” (2012: 66) şeklinde ifade etmiştir.

Sonuç olarak, “gündelik hayatın estetikleştirilmesinin bu önemli boyutu, postmodern toplumdaki gündelik yaşamın dokusunu oluşturan gösterge ve imajların hızlı akışıyla ilişkilendirilebilecek bir tersine çevirmedir” (Featherstone, 2013:118) Her şeyden önce sanatın endüstri tasarımı, reklam gibi simgesel üretim ve imaj üretimi sektörlerine aktarılması söz konusu olmuştur.

4.3.3.2 Estetize Edilen Nesne



Resim 21: Marcel Duchamp, *Fountain*, 1917

“Gündelik hayatın estetikleşmesi” söylem çerçevesinde tartışacağımız ikinci bakış açısı ise şudur; herhangi bir gündelik nesnenin estetikleştirilebileceğini göstermeye çalışan içsel bir avant-gardist dinamiğin varlığı. “Postmodern süreçte ortaya çıkan sanat hareketleri ve özellikle güncel sanat uygulamalarına bakıldığında, Marcel Duchamp’ın sıradan, fabrikasyon nesnelere (Resim 21) sanatsal edimin merkezine koyma

eğiliminin, sıkça başvurulan bir strateji olarak ağırlığını hissettirdiği görülmektedir. (<http://www.futuristika.org/konu/hans-richter/>).

Duchamp'ın burjuvaya karşıt bir söyel barındıran hazır-yapımlar, dönüp kendi aslını reddeden nesnelere, göstergeler ve imgeler bütününe dönüşmüştür. Dolayısıyla bu durum aslında sanata ve onun yüce estetiğine karşıt bir meydan okumaydı. Öte yandan Duchamp'la başlayan bu süreç Pop sanatının sıradan tüketim nesnelere estetize etmesiyle devam etmiştir. Nitekim, birer ekonomik gösterge değeri taşıyan bu nesnelere galeri ve müzelerde yer alarak birer sanat eseri mertebesine yükselmiştir. Çünkü, önemli olan şey metanın sahip olduğu değere değil, metaya yüklenen anlamdır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

POSTMODERN ESTETİK KOŞULLAYANLAR PARALELİNDE SANATA TÜKETİMSEL MÜDAHALE

5.1 Postmodern Estetik Değişkenler/ Uyarılar

“Koşullanma” kavramı bu bölümde “Postmodern estetiğin kuramsal çerçevesinin içerisinde, sanatın ve sanatçının hareket alanına kendine ait “etik ve estetik anlayışı” doğrultusunda yön veren, bunun yanısıra; sanatta önceliği finansallaşmaya vererek neyin sanat olduğunun yargısında bulunan ve hatta sanatı tüketime koşullarken sanatçıyı da hem tüketilmeye hem de üretime koşullayan uyarılar/değişkenler” varlığı kapsamında ele alınmıştır.

Postmodern estetik koşullanmadan bahsedilmeden önce temel olarak “koşullanma kuramı”ndan bahsedilmesi gerekmektedir. Davranışçı öğrenme kuramının teorisyeni J. B. Watson’un ortaya attığı bir kavram olan koşullanma, davranışların öğrenilmesine aracılık eden bir faktördür. “Watson’a göre insanlar yaşamları boyunca belirli bir uyarıcıya az çok kestirilebilir bir biçimde tepki göstermeye koşullanmaktadır. Çevre yeteri kadar kontrol edilebildiği takdirde” (Akt: Burger, 2006: 513) insan davranışları da kontrol edilebilir ve şekillendirilebilir.

Davranışın öğrenilmesinde üç temel mekanizmanın olduğunu savunan Davranışçı yaklaşım, bunları “Klasik Koşullama”, “Edimsel Koşullama” ve “Gözlem Yoluyla Öğrenme” ya da “Model Alma” olarak ele almıştır. Fakat, çalışmanın öne sürdüğü ana çerçeve açısından bu yaklaşımlardan “Klasik Koşullanma” ve “Edimsel Koşullanma” genel itibarıyla bu çalışmada ele alınan temel kavramlar olmuştur. “Klasik koşullama olarak adlandırılan koşullanma türünde, bir uyarıcıyı otomatik olarak izleyen istemsiz, refleks davranışlar, öğrenme öncesinde nötr olan diğer uyarıcılar tarafından uyandırılırlar. İnsanlar günlük yaşamda pek çok davranış kalıbını, örneğin bazı duygu tepkilerini bu yolla öğrenmektedir. “Edimsel koşullama” olarak adlandırılan ikinci koşullama türünde ise, belirli uyarıcıların var olduğu bir ortamda, istemli davranışlar bir ödül kazanmak ya

da cezadan kaçınmak için ortaya konur” (<http://notoku.com/sosyal-psikolojide-kurumsal-yaklasimlar/#ixzz3IaXqDgF5>).

Tüm bunların ışığında denebilir ki; nasıl psikolojide çevresel koşulların düzenlenmesi insanın davranış şeklini değiştirebilmekteyse, Postmodern sanat da değişkenleri/uyaranları vasıtasıyla sanata ve sanatçıya yeni bir yönelim verebilmektedir. İnsanın içinde bulunduğu koşulların, davranışını belirlemesine çok benzer bir paralellikte, sanat/sanatçı da yönelimini, koşullayanları vasıtasıyla belirlemektedir.

İşte bu durum organize bir yapı içerisinde var olan, sanatı ve sanatçıyı yönlendiren uyaranlar /değişkenler (sanat piyasası belirleyenleri ve medya) sanatta finansallaşmaya öncelik veren kendi “etik ve estetik anlayışı” doğrultusunda piyasa içerisinde kendi sözünü ve medyasını yaratan bir organize yapı oluşturmuştur. Bu yapı içerisinde var olmaya çalışan sanat ve sanatçı bu değişkenlerin sanatsal / estetiksel talebi paralelinde bir yönelim göstermektedir. “ Postmodern bir sanatçının ürettiği yapıt, prensip olarak önceden yerleşmiş kurallar tarafından yönetilmektedir” (Lytard, 2000: 158). Zira aynı ekseninde bakılacak olursa, piyasanın belirleyenleri ve oluşturduğu medya söylemleri, sanatsal yönelime biçim veren ve bu doğrultuda sanatçının hareket alanına müdahale eden temel değişkenlerdir denilebilir. Bu türden araçların belirlediği sanatsal pratikleri de, tabii olarak kitlelerce benimsenmektedir. Üstelik bahsedilen bu yapı, sanatın sanatsal değer açısından değil, “marka değeri olmak” gibi sanata ait olmayan, fakat pazarlama stratejileri açısından değerlendirilmesine yönelik bir oluşumu da barındırmaktadır.

Öte yandan postmodern sanatta merkeze alınan alımlayıcının/izleyicinin de öncekini kabul etmeme ve sürekli olarak yenilik ve değişim talebi sanatçıyı üretime sürüklemiştir. Çünkü Endüstri ve iletişim çağında insanlar her an bir öncekini sıradanlaştıran şok edici olaylarla karşılaşabilmektedir. Bu durumdan doğal olarak sosyal birer varlık olan sanatçılar da hemen herkesten önce etkilenmektedir. Modern sanatın aksine postmodern sanatta her gün duygu durumu değişen izleyicinin aktif rol edinmesi sonucunda her gün sanatsal anlayışa yönelik bir geçicilik söz konusu olmuştur. Ayrıca, izleyicinin ise her “yeni” karşısındaki tepkisi geçici bir hazzla

yöneliktir, yani başka bir değişle anlık bir etkidir. Postmodern sanat, bunu yaparken şaşırtıcıdır ve zevk verici bir estetik anlayış yakalamayı amaçlamıştır. Bu da sanatın kalıcı olmaması sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu açıdan Postmodern estetik anlayışın, o döneme kadar süregelen modern sanatsal estetik anlayıştan tam bir kopuş sergilediğini söylemek doğru olacaktır. Bu noktada, sanatçının sınırsız ve anlık tatmin ile güdülenen izleyici talebi karşısında üretim için koşullanması söz konusu olmuştur.

Atkinson'ın "Psikolojiye Giriş" adlı kitabında bahsettiği "Teşvik Kuramı" sanatçının üretime güdülenmiş faaliyetini açıklama çabası açısından önemli bir çıkış noktası olabilir. Bu kuram, güdülenme nedeni olarak dış koşulların önemi üzerinde durur ve "teşvik" in davranışı uyardığı gibi yönlendirdiğini de ifade eder (Atkinson, 1995: 435). Çünkü, sanatçı bu süreçte alımlayıcı/izleyici karşısında güven, kabul edilme, onaylanma, kendini değerli kılma, yeterli olma duygusu, yeni deneyim arayışı gibi psikolojik güdüler besler. Kısacası; alımlayıcıyı tatmin etmeye ve sanat piyasasında yer edinmeye yönelik endişesi sanatçının sanatsal anlayışına da yansımıştır.

Tüm bu veriler ışığında bahsettiğimiz sanat piyasası içerisinde yer tutan öznelerin (sanat piyasası belirleyenleri ve medya) ve onların arasındaki kurumsal ilişki biçimlerinin sanata ve sanatçının hareket alanına müdahale eden uyarıcılar/değişkenler olduklarını söyleyebiliriz. Çünkü sanatı ve sanatçının hareket alanına müdahale ederek, estetik anlayışın oluşumuna yönelim veren, sanatın/sanatçının geleceğini belirleyen, sanatı tüketime, bu paralelde sanatçıyı ise tüketilmek için üretime koşullayan, temel olarak sanat piyasası yönlendiricileri (galeriler, kurum ve kuruluşlar, Bienaller, küratörler, sanat eleştirmenleri) ve medyadan oluşan bu organize yapı aslında bir "Klasik Koşullanma" örneğidir. Fakat Postmodern sanatın bu eğilimi tepkisel koşullanma olarak başlamış ve devam etmiş olsa da, tüketim anlayışının sonrasında gerçekleşen kalıcı anlayış ya da davranışlar bu uyarıcıların varlığında, Postmodern sanatın göstermiş olduğu eğilim davranışlarının öğrenilmesine, diğer bir değişle; kalıcılığı sağlamış olmuştur. Bu da kişiyi "Edimsel Koşullanmaya" götürmektedir. Çünkü tüketimin sürekliliği sonucunda piyasada oluşan yapay dinamizm sanatı cazip ve ilgi çekici bir hale getirmekle birlikte, sanatçının sanat piyasasının bu tüketim döngüsü içerisinde

aldığı tatmin ve edindiği popülarite bu sürecin tekrarı açısından önemli bir yapı sağlamıştır.

5.1.1. Sanat Piyasası

Özellikle, kültür ile ekonominin bir olduğu postmodern zamanla birlikte sanatın “işletme süreci”ne girmesine imkan veren, burjuvazinin finansal desteğinde var olan, temel olarak sanat piyasası belirleyenleri (galeriler, kurum ve kuruluşlar, bienaller, küratörler, sanat eleştirmenleri) ve medyadan oluşan bu organize yapı, barındırdığı dinamizmle estetik anlayışın oluşumuna yönelim veren, sanatın/sanatçının geleceğine dair öngöründe bulunan; sanatı tüketime, sanatsal pratikler çerçevesinde sanatçıyı ise tüketilmeye ve markalaşmaya güdüleyen bir form barındırmaktadır.

5.1.1.1 Piyasa Belirleyenleri

Sanat piyasasının yaşadığı bu dönüşümle birlikte, çalışmanın daha sonraki bölümlerinde de ayrıntılı bir şekilde inceleyeceğim başta en çağdaş, belirgin olan Bienaller, küratörler, kurum ve kuruluşlar, galeriler, koleksiyonlar, sanat eleştirmenleri ve medya sanat alanının egemenleri haline gelmiştir. Böylece, sanatçılar artık piyasa koşullarında ve küreselleşmecî ideolojiler doğrultusunda üreten kişiler haline gelerek, sanat etkinlikleri dahilinde küresel sermayenin göstergeleri ya da destekçileri konumunu almışlardır. Yani sanatçı pazarın kendinden beklediği işi ortaya koyan ya da koyamayan bir işçi konumundadır. Bu durum, piyasa değeri tartışılmasına kaynaklık eden değişkenlerin, eserin/ürünün sanatsal ve estetik değerinin belirleyenleri olduklarının da bir göstergesidir. Bu da hem sanatçının yaratım sürecine hem de estetik beğeniye yapılan en büyük müdahaledir. Bu süreçte sanat piyasasının en önemli belirleyicilerinin bir olan çokuluslu şirketler ise küresel ölçekte sanatsal etkinliklere sponsor olurken aynı zamanda bu sanat pazarının alıcıları durumuna gelmişlerdir. Böylece, sanatın özerkliğini kaybetmesinin aslında sanatın özerkliğinin örgütlenmesinde bulunan aynı ortamların geçirdiği yapısal değişim aracılığıyla gerçekleşmiş olduğunu söylemek mümkün olacaktır.

Sanat piyasası belirleyenleri üreticinin konumu, ne olduğu veya sanat anlayışıyla ilgilenmez. Bu süreçte temel olan şey üreticinin kendi ideolojileri doğrultusunda bir performans sergileyip sergilemediğidir. Çünkü, sanatta değer anlayışı finansal çıkarlardır ve iyi sanat bunu başarabilen sanattır. Bu noktada, küresel sermayenin çıkarları doğrultusunda var olan ve ona hizmet eden bir sanat anlayışı söz konusudur. Nitekim, eser satışında verilen meblağ sanat niteliği taşıması açısından önemlidir. Çünkü, eserde/ üründe sorgulanan anlam ona biçilecek fiyatındarmayla ölçülür. “O nedenle sanatı anlamamanın manası yoktur. Zaten Moma’nın yaptığı ölçümlere göre sanat hamilerinin bir resme bakma süreleri ortalama yedi saniyedir” (Thompson, 2011: 367).

5.1.1.1.1 Galeriler

1980’li yıllarda güçlenen galerici, sanatçı ve koleksiyoncu arasındaki ilişki giderek güçlenmiştir. Çünkü, her şeyin mübah olduğu bir sanatsal anlayış barındıran postmodern sanat, piyasaya yenik düşerek galerilerin sanattaki varlığına yeni bir bakış açısı getirmiştir. Sanatçının imzasından daha çok, çalıştığı galerinin sanat eserinin niteliğini belirleyen temel etmen olması, galerilerin küresel sanat piyasası içerisinde önemli bir değer niteliği taşımasına neden olmuştur. Örneğin McAndrew “Marcel Duchamp’ın *R. Mutt* imzası attıktan sonra sergilediği pisuarla kazandığı unvan artık galerilere devredilmiştir. Bu sayede sanatçılar üzerinde bir otorite kurulmuştur” (2010: 11) ifadesiyle sanat piyasası içerisindeki sanatçının galeriler karşısındaki çaresizliğini ifade etmiştir. Galeriler sanatçının hayatını ve sanatını denetlemesinin gerekçesi olarak da “kariyer planlayıcısı oldukları” tezini öne sürmüşlerdir. Bu süreçte, galeriler tarafından oluşturulmak istenen değer anlayışı gerek medya gerekse sergiler aracılığıyla oluşturulur. Bu şekilde amaçlanan kitleye ulaşan postmodern sanat/sanatçı, bir kariyer yönlendiricisi olan galeriler karşısında bir sonra ki adım için hazırda bekler. Kısacası, sanat pazarında önemli bir yer edinen galeriler, aynı zamanda sanatçının/sanatın geleceğine dair planlama yapan temel değişken konumundadırlar. Erdemci, bu süreci “sanata yatırım teşvik edildi; sanatla ilgilenmek ve koleksiyon yapmak bir seçkinlik göstergesi haline geldi. Sanatın alınıp satılan, dolayısıyla kar getiren bir mala dönüşmesi, birçok alanda zaten yaşamakta olan bir değerler kargaşasına yol açtı” (2007: 37) şeklinde ifade eder.

Galeri yöneticisinin temel görevi (birçok galeride aynı zamanda galeri sahibidir) alıcıları (koleksiyoner vs.) ve sanatçıları veya sanat eserlerini bir araya getirmektir. Öte yandan denilebilir ki, galeriler her ne kadar sanatçıları piyasada var olmasına ve yer edinmesine aracıda olsa, ticari kaygıları vardır ve satış odaklıdırlar. Dolayısıyla, kendi finansal çıkarları doğrultusunda hareket etmeyen ve taleplerini gideremeyeceğini düşündükleri sanatçıları galerilerin ilgi alanına girmez. Ünlü galerist İbrahim Demirel sanat galerilerini aşağıdaki şekilde tanımlayarak, sanat pazarındaki yeri ve önemine şu şekilde değinmiştir:

“Birer kamusal mekan olarak sanat galerileri sanat piyasasının vitrinidir diyebiliriz. Sanatçıyı, sanatseveri, koleksiyoneri; kısacası sanat üreticisini ve alıcısını bir araya getiren mekanlardır. Ayrıca, pazarı belirleyen kıstaslar galerilerde oluşmaktadır. Sanat galerilerinde satışa yönelik sergiler açılmakta, koleksiyonlar sergilenmekte, kurslar verilmektedir. Henüz tanınmamış genç bir sanatçıyı sergisini açarak topluma tanıtmak, eğitim vererek yeni sanatçıların yetişmesine katkıda bulunmak, karma sergilerle belki de bir araya gelemeyecek pek çok sanatçıyı bir araya getirmek, sürekli yayınlar çıkararak ve sergiler düzenleyerek toplumu eğitmek gibi sanatın teşhir, alım-satım, koleksiyonerlik ve eğitim gibi farklı yönlerini bir araya getirmek gibi bir işlevi vardır. Sanatla ilgili tüm kesimleri birleştiren mekanlardır” (Akt: Kaya, 2013: 82).

Demirel'in ifadesi doğrultusunda öncelikle galeriler olmak üzere, müzeler ve sanat eleştirmenleri gibi kurumsal aktörlerin, diğer galerilerle ilişkiler kurarak sanatçılarının onaylanmasını sağladıklarını ve kariyer gelişimlerine katkıda bulduklarını söyleyebiliriz. Nitekim bu süreçte galeri, gerek yazılı gerek sözlü medyada sanatçının tanıtımını yaparak, değeri belirlenen eseri geniş kitlelere ulaştırır. Böylece, genişleyen pazar ağı değişkenleri giddikçe güçlenen bir karar merci konumunu alır. Bu noktada sanatçı ise, pazar piyasasında var olma adına birnevi galerilere bağımlı hale gelen sanat yapıtı üreticisi konumundadır.

Tüm bu veriler ışığında söyleyebiliriz ki, özellikle 1970 sonrasında sayıları giderek artan sanat galerileri bir rekabet ortamı içerisine girerek sanat pazarının gelişmesine aracılık etmiştir. Bu süreçte galerilerin talep ettikleri kitleye ulaşmak için imaj yaratmaya ve popüler olmaya yönelik girişimleri sanat piyasasını etkileyen birer etmen konumundadır. Öte yandan, postmodern süreçle birlikte değişen alımlayıcı/izleyici algısı galerilerin eskisinden çok daha çaba sarfetmesini gerektirmektedir. Galeriler farklı deneyimler yaşamak isteyen alımlayıcının ilgisini çekmek ve bunun sürekliliği adına

yeni arayışlar içerisine girmek durumdadırlar. Çünkü, küreselleşme aracılığıyla var olan sanat paralelinde zevkleri daimi olarak farklılık gösteren tüketicilerin sanattan da beklentisi benzer yöndedir. Bu noktada, izleyicinin ilgi alanına girmek isteyen galeri sanatçının yaratım sürecinde müdahalede bulunarak, sanatçıdan yaratıcı, ilgi çekiçi ürünler talep eder. Bu beklentisini karşılayan sanatçı, sanat piyasası belirleyenlerinin diğer bir kolunu oluşturan medya aracılığıyla, eserinin satış değeriyle sansasyon yaratan haberler içerisinde konumunu alır. Tabi ki bu süreç sanatçıyı öne çıkarmak için çalışan galerici veya müzayedeci adına en meşakatsiz yoldur.

5.1.1.1.2 Kurum Ve Kuruluşlar



Resim 22: Fatih Balcı, Gazete İlanı

Çalışmamın bu kısmına Fatih Balcı'nın 10. İstanbul Bienaliyle eş zamanlı olarak yayınlanan, sanat ortamına ilişkin eleştirisini ifade ettiği ilanla başlamak istedim. Balcı'nın bu ilanı güncel sanatın potansiyel tüketicileri /alıcıları olan, sponsurlukla başladıkları destekle işi dahada ilerleterek sanatı yöneten şirket sahiplerine yönelik bir eleştiri niteliği taşımaktadır. (Resim 22)

Özellikle 1980 sonrası sanatın içerisine iyice girerek kendisine yeni bir hakimiyet alanı oluşturan finans dünyası, çok uluslu şirketler, galeriler ve müzayede evleri gibi yapılanmalarla, sanat geleceğe yönelik bir yatırım aracına dönüşmüştür. Bu noktada,

piyasanın içerisinde barındırdığı bu kurum ve kuruluşlar zamanla piyasanın yönelimine de kaynaklık eden birer yönlendirici unsur olarak yerini almıştır.

Zamanla sanat alanında birer egemenlik kaynağı oluşturan şirketler, büyük koleksiyonlar oluşturmuşlardır. Öte yandan, sanatı finanse etmek adına var olan şirketler, sergi afişlerinde yaptıkları bağışa dair yer alan söylemler neticesinde sanat piyasasında statü sahibi olmuşlardır. Müzayeciler ise “müzayeciler ise ödünç veren kurumlar haline gelmişler, sanata borç teminatı niteliğiyle yeni bir değer kazandırmışlardır. Ve bütün bunlar eski ustaların değerinin enflasyona uğramasını değil, sanat üretimin kendisi etkiliyor (...) Büyük şirketler büyük miktarları ucuza kapatıyor, genç sanatçıların değerinin yükseleceği günlere yatırım yapıyorlar” (Harvey, 1997: 80). Çünkü, sanata yaptıkları bu yatırımla çalışanlarının motivesini arttırarak, güçleneceklerini düşünen şirketler, marka değerlerine de katkıda bulunmuşlardır. Öte yandan, sanatçılar ise bu durum paralelinde ortaya çıkan rekabet ortamının içinden sıyrılarak, kurumlar altında isimlerinin daha fazla duyulması için, üretim sürecinde ne tür bir sanatsal yönelim sergilemesi gerektiğini, şirket gibi piyasa değişkenleri/uyaranları talebi paralelinde değerlendirmek zorundadır. Diğer bir noktada, kurum ve kuruluşlarca desteklenen sanat projeleri kurumun imajına ters düşmeyecek şekilde seçilir. Şirketler tarafından yönetilen bu sanat piyasası, yatırılan büyük meblağlar sayesinde abartılı bir satış potansiyeli oluşturur. Bunun sebebini, Donald Kuspit şu şekilde ifade etmektedir: “(...) kuralsız sanat piyasası kurallı hisse senedi piyasasından daha tercih edilebilir birer alandır” (Kuspit, 2006: 98).

Sanat, şirketlerin uluslararası pazar piyasasında yer edinmesi açısından önemli bir konuma sahiptir. Bu yüzden şirketlerin bünyesinde yer alan kurumlar kendi çıkarları doğrultusunda sanatçı seçiminde bulunurlar. Örneğin, ses getirecek ve kitlelerce kabul görebilecek sanatçıları tercih ederek, kendi kurumsal imajlarına katkıda bulunurlar. Bu noktada, şirketlerin müdahalesinden çok sanatçının kendine uyguladığı otosansür söz konusu olmuştur. Çünkü, kariyer edinme, popüler olma ve kabul görme gibi psikolojik güdüler besleyen sanatçı, yaratım sürecine en büyük darbeyi yapmıştır. Bu noktada ise şirket sponsorluğunun, sanatçıları ve sanat kariyerlerini nasıl etkilediğini sormamız

gerekiyor. Sanat dünyasının en çok kazanan sanatçılarından olan Damien Hirst, bu konu hakkında düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Eğer sanat hayat hakkındaysa, hayatın o yüzünü görmezden gelemezsiniz. GoldSmiths’ College’da sizi gerçekten engelleri yıkmaya ve yeni iş yapma yolları bulmaya teşvik ediyorsa, sponsorlukta bunun bir parçası. Hiç kuşkusuz sponsorluk işin alımlanışını etkiler. Ama bu da üzerinde çalışılacak bir şeydir. Kendimi et pazarlama Komisyonuna yakın falan hissetmiyorum, ama hayvanları kullanarak gerçekten iğrenç bir şey yapıp Friends of the Earth’ün sponsorluğundan yararlanarak politik bir mesajda verebilirsiniz” (Wu, 2005: 251).

Bu veriler ışığında söyleyebiliriz ki, sanat piyasasının temel belirleyenlerinden biri olan şirketler varlığında ilgi çeken, ses getiren, gösteri değeri yüksek büyük organizasyonlu sergiler desteklenmektedir. Dolayısıyla, bu çemberin dışında kalan sergiler ve sanatçılar şirketlerin sağladığı tüm olanaklardan faydalanamamaktadır. Bu yüzden, sanatçılar da bu çemberin dışında kalmamak ve isimlerinin duyulması adına, kendilerine dritelen yaptırımlar ve yaratım süreçlerine yapılan müdahale karşısında sessiz kalmışlardır.

5.1.1.2.1 Bir Prestij Aracı Olarak “Sanat”

Küreselleşme sürecinde milyonlarca dolarlık maliyetleriyle boy gösteren dev organizasyonların bütçelerini sağlayan, bol sıfırlı fiyatlara sahip sanat eserleri alan şirketler, farklı reklam ve pazarlama teknikleri kullanarak sanat üzerinden kendi markalarını ön plana çıkarmaktadırlar. Behrman (1999) şirketlerin “yenilik” kavramını sermaye kapsamı içerisinde yeniden tanımlamalarının nedenini sanata yönelik müdahalelerini meşrulaştırmak adına olduğunu üzerinde durur. Nitekim, şirketlerin bir çok sanatsal etkinlik düzenleyerek ve medya aracılığıyla sanatı/sanatçıyı yönelik desteklediklerini kitleye sunarak göstermektedirler. Dahası, küresel ekonomide bir şirketin gücü menkul ve gayrimenkullerinin ötesinde sanata ne denli yatırım yaptığıyla da açıklanmaktadır. Öte yandan, bu durum şirketin halk karşındaki kurumsal kimliğine olumlu etkiler. Çünkü, şirketler sanata yatırım yapamamaları kazandıkları itibarı ekonomilerine yönelik projelerde yer alarak kazanmazlar. Özellikle petrol, sigara, silah şirketleri sanata yatıkları yatırımların medya aracılığıyla reklamını yaparak kamusal bir prestij kazanmışlardır. Kısa bir şekilde ifade etmek gerekirse, kendi sanat

departmanlarını kuran büyük şirketler bunu piyasa içerisinde saygınlık kazanmak ve kalıcı ilişkiler kurma adına yaparlar.

5.1.1.1.2.2 Hazır Egemenlik Kaynağı: Sanat Ödülleri

Sanat ödüllerinin şirketlerin sanata müdahale etmek için kullandıkları en etkili araçlardan biri olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle 1980 sonrasında şirketlerce düzenlenen sanat ödülleri sanatçı camiası içerisinde bir rekabet ortamı yaratmış, bu durum aynı zamanda küresel piyasanın en büyük sahiplerinden olan şirketlerin imaj rekabetine dönüşmüştür. Çünkü, hedef kitle karşısında güçlü bir imaja sahip olan şirketler, rakipleri karşısında daha güçlü bir konuma sahip olurken, manevi olarak kurumsal imajlarına katkı sağlamış olurlar. Bu süreçte, en büyük medya aracı olan sanat ödülleri, şirketlerin gerçekte pazar piyasasında hedefledikleri uluslararası sınırlara ulaşma adına kullanılır. Dolayısıyla, pazar piyasasında saygınlık kazanan ve popülaritesi artan şirketler sanat piyasası içerisinde gittikçe büyüyen yaşam alanı oluşturmuşlardır. Öte yandan, şirketlerce verilen sanat ödülleri büyük oranda piyasa ilkeleri doğrultusunda işlev görmektedir. Kurumsal imajlarını göz önünde tutan şirketler, buna ters düşecek sanatçıyı ödüllendirmezler. Şirket çıkarları gözetilerek tercih edilen reklamı yapılan sanatçı, sanat piyasasına kazandırılır. Bu nedenle sanat piyasasında yarattıkları değer yargıları doğrultusunda bir “beğeni hiyerarşisinin oluşmasına katkıda bulunurlar” (Wu, 2005: 265).

Sonuç olarak, şirketler için pazarlama aracı olan sanat ödüllerinin bu görevi başarıyla yerine getirdiğini düşünecek olursak, sanatın şirketin ticari çekiciliğini arttırdığını söylemek kaçınılmaz olacaktır. Öte yandan, kamunun bilincinde yer etme olanağı sağlayan sanat ödülleri, benzer noktada şirket hakimiyetine sahip egemen çevrenin ve bu paralelde sanat dünyasına hakim olan belirleyicilerin bir parçası olma fırsatı sunmaktadır. Bu noktada, şirket sanat ödülleri aracılığıyla elde ettiği prestijle iş dünyasındaki statüsünü meşrulaştırmıştır. Küçük ödüller için egemen sanat çerçevesi içindeki isimleri jüriye davet eden şirketler, kazandıkları popülariteyle medyanın ilgi odağı olarak, sanat camiasının merkezine oturmayı da başarırlar. Kısacası, şirketler artık

kendi kalite standartlarını belirleyebilecek ve sanatsal eğilimlerin yönünü etkileyebilecek birer otoritedirler.

5.1.1.1.3 Bienaller

Sanatın kurumlarının işletmeleşmeye başlayarak sanat piyasasında küresel bir örgütlenme pazarı oluşumunun en belirgin ortamı Bienallerdir. Bieneller, sanatçı müzayedeci, galericiler, medya, sanat danışmanları gibi temel elemanları içerisinde barındırarak organize bir yapı içerisinde varlıklarını sürdürmektedirler. Müzelerin aksine bir ideoloji sergileyen bieneller, sanatın güncel kalması gerektiğini savunarak, genel olarak kurumsallaşmayı red eden ve bu nedenle uluslararası sanatçıları davet eden etkinliklerdir. Dolayısıyla, farklı ülkelerden davet edilen sanatçıları, sanat eleştirmenleri ve alımlayıcıları bir araya getirerek hem kentin tanıtımını yaparlar hemde ulusal sanat piyasasına katkıda bulunmuş olurlar. Böylece metropolitan bir ağ oluşturan Bieneller, oluşturdukları küresel sanat ve sanatçı havuzuyla, tüm sanatçıların ilgisini çeker ve onları kıyasıya bir rekabete sürükler.

Küresel şirketlerin yönetim merkezi olan bieneller, aynı zamanda iyi bir yatırım aracı olan sanatı sunan/pazarlayan temel değişken rolündedir. Dolayısıyla, sanat piyasasındaki yeri sponsurlukla başlayan şirketler, zamanla sanatın hareket alanına müdahil olarak, hem sanat eseri hemde sanatçı seçiminde bir yönetim merkezi konumunu alırlar. Artun'a göre bienaller, sanatçıları bir bienalden ötekine sürükleyerek göçebeliği yersiz ve yurtsuzluğu melezliği efsaneleştirir (2011: 126). Nitekim, uluslararası bir ağ oluşturan bieneller hem Doğu ve Batıyı harmanlayarak global bir sanat piyasası oluşumuna, hemde sanat ve sanatçı etkileşimine kaynaklık eder.

Kısaca ifade etmek gerekirse, uluslararası bir sanat piyasası oluşturan Bieneller, sanatın hareket alanını genişletirken, sanatçıyı da daha esnek bir üretim sürecine sokmuştur. Modernizmin içerisinde barındırdığı özgünlük, biriciklik gibi tarihsel katagorilerin aksine, güncel olana yönelen değişime açık bir sanatsal anlayış söz konusu olmuştur. Dolayısıyla, bu sürece dahil olmak isteyen sanatçı kendisini sürekli olarak bir yeni arayış içerisinde bulur. Çünkü, bu sayede hem ulusal hemde uluslararası sanat piyasasında

kabul edileceğini ve itibar göreceğini düşünen sanatçı piyasada bir yer edinme kaygısı içerisine girmiştir. Fakat, sanatçıların yakaladıkları bu başarı kalıcı değildir ve asla gelecek vaat etmez.

5.1.1.1.4 Küratörler

Çağdaş sanat piyasasının en büyük belileyicisi ve yönlendirici olan, ve bu piyasada var olmaya çalışan sanatçıların en büyük destekleyici olan Küratörler, sanat yönetimine kaynaklık eden bir edim konumundadırlar. Resmî ya da özel kurumlarda sergi organizasyonları, sanat yapıtı arşivleneme gibi yetkileri olan küratörler, günümüzde sanatın oluşum ve yönelim sürecine müdahale eden ve neyin sanat neyin sanat olmadığına dair değer yargılarında bulunan bir edimci olarak tanımlanmaktadır. Öte yandan postmodern süreçle ortaya çıkan Küratöryal yönetim (curatorial management) kavramı ise sanat piyasasının barındırdığı küresel ağa eklenerek var olmuştur. Şirket kurumlarının atadığı küratörler, sanatçı seçiminde özgürlüğe ve sanatçının işlerini temalandırma konusunda sınırsız bir yetkiye sahiptir. “K rat rleri atayan Şirket kurumları, onların yönetim ve iletişim danışmanları veya bunlarla işbirliği içinde  alışan İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı gibi NGO lar bulunur. Zira onlar Korporasyonlar adına sanatın ve sanatçının küresel yönetimini üstlenirler. Bu Şekilde ayrıca küratörler düzenledikleri uluslararası sergilerle kültürler ve yerel sanatçıları bir arada toparlayarak  ağdaş sanat ortamında görülme fırsatı bulmuşlardır” (Orientation, 1995: 20-34).

Küratörler eser/sanatçı seğerken  ng r de bulunarak beğenilebilir düzeyi yüksek ve en b t k sanat yatırımcısı olan koleksiyonerlerin ilgisini çekecek eser/sanatçılara yönelirler. Tabi bu süreçte sanatın niteliğine dair bir karar merci olan küratör, sanatın ne olup olmadığına dair yönelik sorunsalı beraberinde getirir, bu noktada önemli olan küratörün talebine karşılık veren doğru sanatçıyı/eseri bulmaktır. Sonrasında, gerek yazılı gerekse sözlü basında sanatçıya yönelik bir talep yaratılır.

Günümüzde sanatçı y retiminin kavramsal  erçevesi belirleyici olmak yerine, küratörün sergi gerçekleşmeden önce belirlediği kavramsal  erçeve sergi için bir  ng r de niteliği taşımaktadır. Serginin bir imgesini belirleyen küratör, bu amaca hizmet edebilecek

sanatçıları seçer ve davet eder. Dolayısıyla, sanatçı ürünüyle küratörün ilgisini çekmeli, küratör ise seçtiği sanatçıyla koleksiyonerlerin ilgi alanına girmelidir. İstemine karşılık verecek sanatçıyı seçen küratör sonrasında sanatçıyı serginin kuramsal çerçevesinde işler üretmeye yönlendirir. Bu noktada, sanatçı üretim sürecinde talebe yönelik ürün verme kaygısı, kabul görme gibi psikolojik güdüler barındırmaktadır. Çünkü, postmodern sanatçı için her şeyden önce kazanacağı ün, onu üretime motive eden temel noktadır. Bu süreçte sanat piyasası bileşenlerinden bazıları yapıt üretir; bazıları hem alır hem satar, bazıları eleştirir, bazıları ise medyada sansasyon yaratma peşindedir. Bu durum piyasada bir rekabet ortamı yaratır.

Diğer bir noktada küratör ve sanatçı arasında var olan galip gelme çekişmesi sanat piyasasını yönlendiren bir etmendir diyebiliriz. Çünkü, küratörün sergilediği tutum sanatçının sanat anlayışını biçimlendirse, sanatçının ikna kabiliyeninin yüksek olması da küratörün tutumunu biçimlendirmektedir. Nitekim, sanat pazarında küratöre gücünü ispatlamış sanatçının duruşuyla küratörün ilgi alanına girmeye çalışan sanatçının duruşu aynı olmamaktadır. Bu nedenle, süreç içerisinde hem sanatçının hem de küratörün performansı oldukça önemlidir.

Özetlemek gerekirse, kapitalist sistemin içerisinde bulundurduğu zincir sanat piyasasında etkilemiştir. Bu süreçte sanatçı ve küratör arasındaki bağ kapitalist bir çerçevede kendisine yeni bir yaşam alanı oluşturmuştur.

5.1.1.1.5 Koleksiyonerlik

Kültürün yeni-liberal akımların özelleştirme hareketlerine maruz kaldığı ve güç kaybettiği bir zamanda, sanatın biriktirilmesi ve segilenmesi kamu özelliklerini ve hedeflerini elden kaybederek sade bir hegemonya ifadesiyle yer değiştirmiştir. Medyanın bu süreçteki rolü ise “cemiyyet hayatının” üst düzey koleksiyonerlerinin ün dünyasının paylaşımlarını, ışıltılı görüntülerini izleyicinin karşısına getirmektir.

Sanat koleksiyonerliği özellikle 1980 sonrasında ortaya çıkan yeni bir oluşumdur. Özellikle son dönemde yüksek kar kaynağı olarak ele alınan sanat koleksiyonerliği,

borsaya ya da garimenkule yapılan yatırımdan daha çok rağbet görmektedir. Mary Boone'un “yanlış nedenlerle, esas olarak da, bu işi çabuk yoldan zengin olmanın en son yöntemi olarak gördükleri için eser toplayanların sayısı artıyor. Piyango bileti alır gibi sanat eseri alıyorlar” (Akt: Thompson, 2011: 351) ifadesi, sanat piyasasına sadece karlı bir uğraş olduğu için giriş yapan sanat koleksiyoncularına yapılan bir eleştiri niteliği taşımaktadır. Çünkü, sanat konusunda yeterli donanıma sahip olmayan, ve ona sadece bir yatırım aracı olarak bakan koleksiyonerler piyasada en saygın yerlerini almışlardır. Dolayısıyla, koleksiyonerliğin popüler olduğu bu yapı, sanatın ilerleyip ve gelişmesini değil koleksiyonerleri sanat piyasasında yer edinme adına teşvik etmiştir.

Diğer bir noktada, günümüzde sanat koleksiyonerlerinin birçoğu temel sanat bilgisinden yoksun oldukları için sanatı metalaşmaya teşvik eden bir anlayış barındırmaktadır. Cortez, eski moda koleksiyonerlerin tarihçi olmamalarına rağmen, konesörlük deneyimlerinin çoğu zaman bir sanat tarihçisinininkinden daha hakiki olduğuna yönelik düşüncelerini, yeni koleksiyonerlere yönelik yaptığı eleştirisiyle şu şekilde ifade etmiştir:

“(…) Oysa şimdi, bu eski moda koleksiyonerler sahip oldukları sanatı sonunda müzelere bağışlıyorlar... Yeni moda koleksiyonerler ise, ne yazık ki, sanat piyasasında spekülasyon yapmakla uğraşıyorlar ve aldıklarını hemen geri satmaya başlıyorlar...Artık doğru dürüst koleksiyonerler kalmadı ve gerçek sanat nesnelarini pek umursamıyorlar. Çünkü bakmak, birlikte yaşamak ve hazzetmek için sanat eseri almıyorlar. Depolarda istiflemek ve vakti gelince, gene onlara bakmaya tenezzül etmeyecek başkalarına satmak için satın alıyorlar... Spekülasyon oyunu devasa ölçülere geldi. Başta müzayede evleri, galeriler ve hatta sanatçılar tarafından körükleniyor. Paraları almaktan memnunlar, çoğu bunu kabul etmiyor. Spekülasyonun sanat dünyasını boğmasından şikayette ediyorlar” (2007: 33).

Zamane koleksiyonerlerinden bahsederken Theory Veblen'nin 1988 yılında kaleme aldığı klasikleşmiş *Theory of Leisure Class* kitabında ele aldığı “*Veblen Etkisi*” ne değinmek istiyorum. Gösteriş için para harcayanların tüketim alışkanlıklarını inceleyen Veblen'e göre, “insan satın aldıklarının değerini ödediği paraya göre ölçer. Bir mal ne kadar pahalıysa o kadar iyidir ve güzeldir. İşte bu kurala göre, pahalı bir sanat eserinde beklenen yarar, onun özel niteliğinden çok ona ödenen paranın göstereceği etkidir” (Velthuis, 2007: 104, 164). Kısacası, sanatı anlamamanın bir anlamı yoktur. Çünkü bir eserin pahalı olmasının anlamı onun pahalı olmasıdır. Bu yüzden önce eser (ürün)'e

fiyat biçilir, daha sonra “bu bir sanat eseridir” söylemiyle eser alıcılara sunulur. Bu nedenle sanatı anlamlandırmanın bir önemi yoktur. Dolayısıyla, bu esere sahip olan alıcı, hem sanat piyasasındaki imajına katkı sağlar, hemde sanat piyasasında bir prestije ve güce sahip olur. Olaya başka bir açıdan bakmak gerekirse, koleksiyonerlerin sanata olan müdahalesi sadece finansal olarak değil, aynı zamanda estetiğe ve bu paralelde beğeni hiyerarşisi oluşumuna da yöneliktir. Örneğin, reklam bu noktada koleksiyonerlerin kullandığı en iyi manipüle etme yoludur. Kısacası, bir moda olan sanat koleksiyonerliğinin ürün yerine ismi taçlandırması sanata yönelik yapılan en büyük darbelerden birisidir diyebiliriz.

5.1.1.1.6 Sanat Eleştirmenleri

Genel olarak gazeteler için çalışan sanat eleştirmenleri sanat piyasasında, oldukça yetkin bir edim konumundadır. Sanat severlere sanat yapını dair çözümler konusunda ipuçları veren, sanatın değer anlayışları konusunda önemli yargılarda bulunan sanat eleştirmenleri, sanat yapıtının anlaşılmasına yardımcı olur. Sanat eleştirmenlerinin gerek yazılı gerekse sözlü medyada yer alan görüş bildirimleri, sanatın/sanatçının geleceği konusunda önemli bir konuma sahiptir. Fakat günümüzde sanat eleştirmenleri, galeriler ve sanat müzelerine yönelik düşünce aktarmak yerine, reklam amaçlı yazılar yazdıkları için eleştirilmektedirler. Nitekim “ Radikal gazetesinde “*Eleştirmenlik şef garsonluk mu oldu?*” başlıklı haberde Ahu Antmen, sanat piyasası üzerine yazmaya son veren Sarah Thornton’un, bu piyasanın yolsuzluklarını teşhir eden manifestosuna “tümüyle katıldığı”nı belirterek, yıllardır “iradesi dışında araçsallaştırıldığını” ve artık “piyasa emperyalizminin [kendisinde] fena halde hazımsızlık” ” yaptığını açıklamıştır. (Artun, 2013)

Sarah Thornton, “Sanat Dünyasında Yedi Gün” adlı, TAR Magazine’deki yazısında manifesto yayınlarken neden sanat gazeteciliğini bıraktığını on maddeyle şu şekilde ifade etmiştir:

- “ Eserleri yüksek fiyatlara erişmiş olan sanatçıları çok göz önüne çıkartır. Sevmediğiniz işleri ve tarihsel bağlamda önemsiz bulduğunuz sanatçıları onaylar görürsünüz, çünkü işin finansal tarafından bahseden haberler sizin asıl anlamak istediğiniz öyküyü şekillendirir.

- Fiyatları arttırmak istedikleri sanatçıların reklamları için manipülatörlere fırsat verir. Entrikacı tüccar ve spekülör koleksiyoner topluluğu, siz bu rekor fiyatlar hakkında haber hazırlarken bunların aslında ne gibi dolaplarla gerçekleştiğini ifşa edemeyeceğiniz gerçeğine güvenirlir. Örneğin, Urs Fischer’in en kötü işleri (koleksiyoner Peter Brant’ı tasvir eden mum heykel) 1.3. milyon dolar ederken Sherrie Levine’in Fountain (After Marcel Duchamp) (1991) adındaki bronz pisuarı 1. Milyon doları bile göremediğinden rahatsız oluyorum.
- Hiçbir zaman bir düzene oturacakmış gibi görünmez. Bir hilebaz ifşa edecek yeterli bilgiyi toplasanız bile otoriterler bir türlü aralarında anlaşıp soruşturma açamazlar. Anti- tröst şubesinden birkaç avukat sizi tanık olarak çağırır, sonra işin aslında dolandırıcılık şubesine ilgilendiriyor olabileceğine karar verir. Ama kimse işin peşine düşmez.
- En ilginç hikayeler hep iftiradır.
- Oligarşiler ve diktatörler havalı değildir. Zengin insanlarla bir derdim yok. Ancak sanat piyasasında en çok para harcayanlar arasında bu paraları korkunç insan hakları sicillerine sahip ülkelerde kazananlar var.
- Sanat piyasası ile ilgili yazmak kendini tekrar eden bir iştir.
- İnsanlar size aptalca hazırlanmış basın bültenleri gönderir. Güvenilir hiçbir piyasa istatistiği sunmadıkları gibi tüccarların; “Ne büyük başarıydı”, “ Galerî için yeni bir rekorlar yılı” ve benim favorim olan “Anlamlı satışlar yaptık” gibi yavan laflarıyla uzar gider.
- Paranın sanatla ilgili en önemli şey olduğu gibi bir izlenim yaratır. Paranın sesi diğerlerini kolaylıkla bastırır. Halkın paraya ilgisi sanat haberlerini gazetelerin sanat sayfalarından ana sayfaya taşıdı... Ama belki bu haberleri arka sayfalara alarak sanata daha iyi hizmet edebiliriz. Sanat piyasasının nüfusunu daha da arttırır. Sanat piyasası güçlü bir medya organı haline geldi. Piyasanın müze programlarını ve eleştirilerin nasıl yazılacağını belirler hale gelme nedenlerinden birisi de piyasa belirleyenlerinin artık neyin haber olmayacağını biçimlendirmesidir.
- Sanat piyasasını onun hakkından yazacak kadar iyi tanıyorsanız ve bir miktarda bilgi ve haber kaynağına sahipseniz aslında ortalıktaki sanat danışmanlarının çoğundan daha çok şey biliyorsunuzdur” ([http://www. Radikal.com.tr/hayat/elestir-menlik-sefgarsonluk mu oldu- 1113864](http://www.Radikal.com.tr/hayat/elestir-menlik-sefgarsonluk-mu-odu-1113864)).

Thorton’un ifadelerinde görüldüğü gibi, postmodern süreçle sanat piyasasında rolü değişen eleştirmen, sanatın ve sanatçının geleceğine dair bir öngürüde bulunan, ve hatta zaman zaman da müdahalelerde bulunarak sanat piyasasının dikkatini çeken bir kişi konumundadır. Nitekim, gerek gazete köşelerinde gerekse sanat dergilerinde yer alan eleştirmenler, eleştirel bir bakış açısı sergilemek yerine sanatçıyı ve sanatını popüler etme uğruna, sanat piyasasında gerçekte var olma sebeplerini bir kenara itmişlerdir.

Dahası, piyasası belirleyenleri eleştirmenlerce odağa alınarak, sanatçının piyasada itibarını yitirmesine neden olmuştur. Böylece, popülist bir anlayış barındıran postmodern sanat, ihtiyacı olan şeyi sanat eleştirmenleri aracılığıyla karşılamıştır.

5.1.1.2 Piyasa Oyuncusu Olarak Sanatçının Pazar Odaklı Performansı

Hirschman'a göre sanatçılar kişisel vizyonlarını iletmek veya kendilerini ifade etme ihtiyaçlarını tatmin etmek için üreten kendilerine odaklı yaratıcılardır (1983: 48). Yani sanatçı, üretim sürecinde talebe yönelik bir yönelim sergilemez ve kendi estetik, etik ve değer anlayışı doğrultusunda bir yaklaşım sergilemelidir. Bu kapsamda Hirschman sanat eserleri için kullanılan pazarlama yaklaşımının ürün odaklı olduğunu belirtmektedir (1983: 49). Bu yaklaşım çerçevesinde sanatçı isteme yönelik bir yaklaşım sergilemek yerine sanat piyasasında yeni bir istem yaratır. Fakat duruma postmodern sanat açısından bakmak gerekirse, birçok sanatçının bu yaklaşım karşısında yenik düştüğünü söylemek mümkündür. Nitekim, çağın değer anlayışının sanat anlayışına yansıdığı düşünülürse, bu noktada sanatçı küresel ideolojiler doğrultusunda ürün veren kişi konumundadır. Hatta sanata yeni yönelimler kazandıracığı düşünülen sanat etkinlikleri bu anlamada önemli bir konuma sahiptir. Bu noktada temel olan şey, sanatçının küresel ekonominin çıkarları doğrultusunda verdiği üründür. Bu süreç aynı zamanda sanatçının kendi yarattığı ürüne karşı yabancılaşma sorunsalını da ortaya çıkarmıştır. Çünkü, talebe yönelik ürün verme kaygısı güden sanatçı, kendi estetik anlayışı ve piyasanın direttiği bir estetik anlayış arasında kalır. Neticede, ürün sanatçının değer anlayışı doğrultusunda değil, piyasa talebi varlığında ortaya çıkmıştır ve sanatçının ürünü artık piyasa tarafından üretilmiştir.

5.1.1.2.1 Piyasa Sanatçısının “*Ne Üretirsem Tüketilirim?*” söylemi

Tek gerçeğin her şeyin hızlı bir şekilde tüketilmesi olan postmodern toplumda, sanatta yaşam alanını bu temel anlayış üzerine kurmuştur. Sanayi devrimiyle birlikte metalaşma sürecine giren kültür, bu noktada sanatın da geleceğine dair belirleyici rol üstlenmiştir. Çünkü, metalaşan kültür ürünleri paralelinde sanatçı çağının gerektiği gibi sanat piyasası belirleyenlerince oluşturulan sanat piyasası (pazar)ına girme adına kendisini bir

mücadele içerisinde bulmuştur. Aslında, ister postmodern süreç öncesine, ister sonrasında bakalım, sanatın pazarla olan ilişkisi tartışılmaz bir gerçektir. Fakat, sanatçı ve alıcı ilişkisi ötesinde bir “aracı”nın varlığının söz konusu olması bu süreci farklı kılan temel etmendir. Böylece, “finansallaşmayla birlikte sanatın değişim değerinin belirleyici olmasının; ya da estetik değerle değişim değerinin birbiriyle karıştırılmasının estetiği bir yönetim (management) disiplinine dönüşmüştür” (Kuspit, 2010: 150-151).

Tüketimin yüceltiildiği bir toplum anlayışı paralelinde, sanatta kendini bundan pay edinerek bir pazar organizasyonu içerisinde bulmuştur. Özellikle 1970 sonrasında gerek devlet desteği varlığında, gerekse tüketici talebine yönelik bir istem neticesinde pazarlama sanatta bir teşvik alanı bulmuştur. Dolayısıyla, postmodern sanat içerisinde barındırdığı dinamizmi sanat pazarı varlığında alımlayıcıya sunar. Özellikle 1990 sonrasında var olan ve organize bir yapı barındıran sanat pazarı (sanat pazarlama uzmanları, danışmanlar, pazarlam departmanları) belirleyenleri bu sürecin hızlı bir şekilde sonuçlanmasına kaynaklık etmiştir. Ayrıca, “Bugün sanatta pazarlama, sadece pazarlamanın sanatta kullanılmasından öte sanat pazarlaması şeklinde tanımlanır hale gelmiştir. Günümüzde sanat işletmeleri kendilerini tüketicinin perspektifinden görmeye ve müşteri ihtiyaçlarını karar verme süreçlerinin merkezine koymaya teşvik edilmektedir” (Lee, 2005: 289-305).

Bunun yanı sıra, ticaret ve sanat arasındaki ayrımın ortadan kalması neticesinde sanatın ne olup ne olmadığına yönelik ayrım ortadan kalkmış ve bu durum alımlayıcı (izleyici), sanatçı ve piyasa eleştirmenlerince tartışılır olmuştur. Postmodern süreçle birlikte var olan sınırların alışı edilmesi, ve her şeyin sanat eseri niteliği taşıyabileceğine dair var olan inanış, estetik değerlere yönelik bir saldırı niteliği taşımıştır. Artun’un da dediği gibi: Piyasanın sanatı özgürleştirdiği doğrudur; şimdi her şey sanattır ama sattığı sürece (2011: 182). Nitekim, postmodern süreçte ekonominin çıkarları doğrultusunda var olan sanat, en çok talep edilen sanattır.

Bu süreçle birlikte sanatçının pazarda diğer sanatçılar ile yarışması gündeme gelmiştir ve bu yarışma doğası gereği giderek keskinleşen ve sertleşen bir yarışmadır. Bu değişkenler/uyaranlar karşısında güdülenen sanatçı var olabilmek için pazarda yarışmak

ve bu yarışmada öne çıkmak zorundadır. Dolayısıyla, bu durum sanatçının farklı olmak ve bu farklılığı toplumsallaştırma gereksinmesi ile karşı karşıya kalması demektir. Bir başka deyişle, karmaşık yani çok yönlü ve dinamik, yani sürekli değişim içinde olma durumsalı ortaya çıkmaktadır. Bu durum karşısında piyasanın talebini karşılamaya çalışan sanatçı yeniyi arama çabası içerisinde çeşitli sanatsal denemelerde bulunur.

5.1.1.2.2 Sanatçının Markalaşma Çabası

Adına sanat piyasası dediğimiz yapı, genel ekonomi kapsamındaki alım-satım ilişkilerini belirleyen kuralların dışında değildir. Markaların, kimliğin, benliğin yaratılmasında ve sürdürülmesinde sembolik kaynaklar olarak kullanıldığı Postmodern Çağda, sanat ve kültür, şirketlerin tanıtımı ve “markalaşma” açısından gündeme gelmiştir. Yapıtın değil, ismin bir “marka” işlemi gördüğü bu yapıda, her şey gibi sanatın da salt parasal değer açısından ölçülüp tartılır hale gelmiş olması şaşırtıcı değildir. Nitekim, tacirler (galeriler), koleksiyoncular ve müzayedelerin oluşturduğu sanat piyasası içerisinde, sanatçının kendi sanatsal anlayışıyla ilgilenmek yerine “marka olma” çabası göz ardı edilmeyecek kadar önemlidir. Çünkü, markalaşarak sanat piyasasında kabul ve itibar gördüğünü düşünen sanatçı, sanatsal yönelimlerine bu doğrultuda bir form arayışı içerisine girer. Dolayısıyla, sanat piyasası sanatçının eserine yönelik bir değer biçerken markalaşma değeri üzerinden bir öngöründe bulunur. Nitekim, sanat piyasasında var olan çekişme ortamından galip gelerek markalaşan sanatçılar, eser üzerine attıkları imza ile adından çokça söz ettirmişlerdir. Dahası, piyasanın talebi doğrultusunda sanatçılarla imzalanan sözleşmeler, sanatçının marka değeri söz konusu olduğunda farklılıklar göstermektedir. Dolayısıyla, markalaşma adına sürekli bir rekabet içerisinde olan birçok sanatçı, sanat piyasasındaki varlıklarını kanıtlama ve bir prestij sahibi olma adına performans sergilemektedir. Örneğin, Damien Hirst, Tracey Emin ya da Jeff Koons gibi marka olmuş sanatçılar, daha düşük komisyon, sergi sıklığı, avans, hatta bir “el sıkışma primi” için tacirlerle pazarlık edebilmektedirler. Dolayısıyla, markalaşan bu sanatçılar aynı zamanda popüler kültür içerisinde önemli bir konuma sahip olmuşlar, ve bu durum müzayede evlerinde ve galerilerdeki yüksek fiyatlara yansımıştır. Çünkü, sanat piyasasında ürünü değerli kılan esere atılan imzadır.



Resim 23: Tracey Emin, *My Bed*, 1998

Örneğin, pazarlama konusunda başarılı olan ve markalaşmış sanatçılardan olan Tracey Emin tarafından yapılan bir işin değeri, aynı işin asistanlar tarafından yapılması durumunda biçilen değerden daha fazladır. Çünkü, sanat piyasası için finansal değeri ürünle değil, kimin yaptığıyla ölçülür. (Resim 23) Markalaşmış diğer bir sanatçı olan Emin'in yer aldığı reklamlar, onu, tıpkı reklamlara çıkan yıldız futbolcular gibi, ticarî bir ürünle ilişkilendirir. Dahası, ürünün reklamı ve promosyonu sanatçının markasını güçlendirir. Örneğin, Parisli bavul markası Longchamp için sınırlı sayıda üretilen "International Woman" çantaları (Resim 24) Emin'in eski sevgililerinin adlarını işlediği bir çadırdan oluşan ve en tanınan işi olan "Hayatım Boyunca Yattığım İnsanlar" dan (Resim 25) yola çıkılarak üretilmiştir. Longchamp çantayı sadece İngiltere'de satar ve iyi sattığından değil (fiyatlar aynı ayarda bir deri çantanın dört katıdır), diğer ürünlerine cool bir hava katmak için pazarladığı da bir gerçektir.

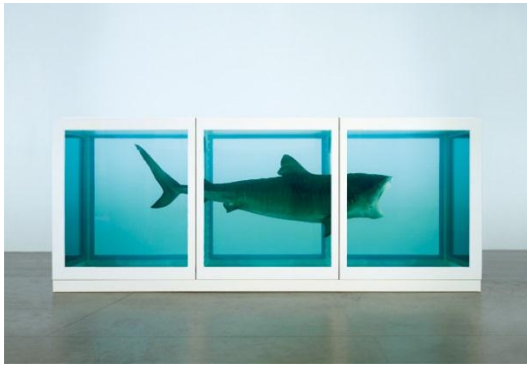


Resim 24: Tracey Emin
International Woman Suitcase



Resim 25: Tracey Emin
Everyone I have ever slept with, 1995

Postmodern sanatçı markalaştığında, piyasa sanatçının sunduğu her şeyi meşru kabul etmeye yatkınlaşır. Bunun en büyük örneklerinden biri, On iki milyon dolarlık doldurulmuş köpekbalığının yaratıcısı olan Britanyalı sanatçı Damien Hirst'tür. (Resim 26) Hirst, ilk olarak 1990'da, “*Bin Yıl Başlıklı*” (Resim 27) enstalasyonuyla ilgi çekmişti. Bu tür çalışmalarıyla sanat piyasasına yeni bir soluk getiren Hirst, geleneksel çizim ustalığı ya da renk kullanım becerisinden çok, büyük bir yaratıcılık, yenilikçilik veya şok değeri taşıyan eserlerle sanat piyasası içerisinde markalaşan sanatçılardan biri olmuştur.



Resim 26: Damien Hirst, *Jumping the Shark* (2012)



Resim 27: Hirst, *A Thousand Years* (2012)

Sanat piyasasında olağan olanın değeri markalaşarak yükseldiğinden, Hirst gibi sanatçıların sosyal faaliyetleri finansal çıkarları doğrultusunda olmalıdır. Diğer bir yönden bakmak gerekirse, Hirst'ün ürünlerine baktığımızda eserin anlamından ziyade, eser adları daha çok ilgimizi çekmektedir. Bu durum, piyasanın ve alımlayıcının ilgisini çekmeyi başaran Hirst'ün pazarlama yeteneğinin bir göstergesidir. Öte yandan, medya sanatçının markalaşmasında önemli bir etken olarak yer alır ve “en pahalı eser”, “en çarpıcı eser” gibi iddialarda bulunarak, eserin niteliğine dikkat çekmektedir. Tabii olarak, bu nitelik sanatçının markalaşmasına aracılık eden galeri ve koleksiyoncular tarafından belirlenmiştir. Bu noktada, sanatçının sanat anlayışından ziyade marka değeri taşıyan isminin öneminin giderek arttığı bir sanat anlayışı ortaya çıkması söz konusu olmuştur.



Resim 28: Jeff Koons, *Stacked*, 1988

Damien Hirst'a kaynaklık eden, nesnelere vitrine sokmasına yön veren, sanat dünyasında markalaşan ve postmodern sanatsal yönelimler başlığı altında ele aldığım kitsch sanatçısı Jeff Koons' dur. (Resim 28) Koons, sanat piyasasında hedeflediği varlıklı koleksiyonerlere ulaşarak markalaşma başarısı gösteren sanatçılardandır. Bu süreçte medyanın ilgi alanına girerek, şöhret olma uğruna çok çaba sarfetmeyen Koons, kısa sürede müzayedelerin aranan sanatçılarından biri olmuştur. Dolayısıyla, Damien Hirst gibi gerek sanat anlayışı gereği, gerekse eserlerine verdiği ilgi çekici isimlerle sanat piyasasında yüksek fiyatlara satış yapan sanatçılardan biri olmuştur.

Tüm bu veriler ışığında söyleyebiliriz ki, postmodern sanat piyasasının istediği markalaşmış bir sanatçıdır. Koleksiyoncular markalaşmış tacirlerden, markalaşmış sanat furarlarına gider ve markalaşmış sanatçı ararlar. Bu, piyasa içerisinde beslenen sanatçının göz ardı edemeyeceği kadar önemli bir taleptir. Böylece ancak markalaşarak piyasa da var olabileceğine inanan sanatçı, piyasa odaklı sanatsal yönelimlerde bulunurken bu durumu göz ardı edemez. Öte yandan, sanatçının piyasanın getirdiği karşılıklı alışveriş içerisinde marka değeri belirlenerek sergilere dahil edilmesi sanatı daha güvende hissettirmiştir. Örneğin; markalaşmış bir galeriyle çalışmak sanatçının kariyeri için bir garanti oluştururken, galerinin markalaşmış bir sanatçıyla çalışması da ona prestij sağlamaktadır. Fakat bu durum bir sorunsal olarak karşımıza çıkar çünkü sanatçıların imzası, eserin değerini eserin kendisinden daha çok belirleyen bir unsur haline gelir. Özetlemek gerekirse, sanatçı isimlerinin şirketlerin marka pazarlama yöntemlerine benzer şekillerde yönetilmesini beraberinde getirmiştir. Böylece, sanatçılar eserin izlenebilmesi üzerinden değil, günümüz gerçekliğinde “marka”

olabilmek adına, kendisine ait olmayan ve tam olarak benimseyemediği standartları kullanmak zorunda bırakılıp, üzerine yapıştırılan onlarca renkli etiketin altında girme çabası içerisine girmişlerdir.

5.1 1.2.3 Sanat Alımlayıcısı (İzleyicisi) ve Sanatçı İlişkisi

Postmodern süreçle parçalanmış özne kendisini sosyolojik bir sorun olan ötekileşme ile gündeme oturmuştur. “Paradox ve düalizm, organsal bir bağ olarak postmodern özneyi kuşatır. Kolaj, montaj, ayrıştırma ve püskürtme teknikleri iç içe geçerek öznenin bilinç akısını gerçekleştirmesini engeller. Süreci belirleyen önemli özelliklerden biri de şüpheciliğin yaşamın her alanını kapsamış olmasıdır. Artık hiçbir şey net değildir. Nesnelere, duygular, düşünceler adeta birbirine geçmiştir ve sürekli bir değişim söz konusu olmuştur” (Özcan, 2007: 267). Bu nedenle anlık olana yönelen postmodern bireyin sanata karşı gösterdiği tutarsızlıkta aynı şekilde olmuştur. Nitekim, sürekli duygu durumu değişen izleyici/alımlayıcı, postmodern sanatın anı yakalama ve güncel olma kaygısı doğrultusunda, kendisini şaşırtarak anlık etki bırakan, gelip geçici bir estetik deneyim yaşama beklentisi içerisindedir.

Bu süreci belirleyen en temel özelliklerden biri, bireyin hızla tüketme isteğinin sanata olası yansıması olan yepyeni bir tarz ve duyum arayışıdır. Kişinin sembolik isteklerini içeren ama biyolojik olmayan, ihtiyaca değil tatmin olmaya yönelik, sadece haz barındıran ve bunun için tüketen birey pek tabii eseri yorumlarken de aynı tutumu sergilemiştir. Postmodern karmaşada yaşamın içinde var olmaya çalışan ve ona uygun üretimlerde bulunmak isteyen sanatçı acı verici bir ikilem içerisinde bulunur. Çünkü, bir taraftan global tüketim endüstrisinin zorunda bıraktığı güncel olana uyum sağlamaya çalışırken, bir taraftan kendisine has bir sanatsal anlayış oluşturmaya çalışacaktır. Neticede, her daim yenileşme çabasında bulunan sanatçı, kendisini pek tabii olarak bir kaosun içerisinde bulmuştur.

Diğer bir açıdan bakmak gerekirse, postmodern teoriyle birlikte sanat, artık izleyicinin aktif katılımıyla oluşan etkileşimin yansıması olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlama için izleyicinin katılımıyla varoluşumunu tamamlayan sanat yapının iki değeri

üzerinde duruluyor. Birincisi; ürün olarak sanatın tecrübelenmesine yönelik vurgu; ikincisi ise, yapının sonuçlanmasında temel etken olan alımlayıcı ile üretim sürecinde var olan sanatçı arasındaki rol değişimidir. Dolayısıyla, bu durum sanat eserinin her alımlayıcı karşısında başkalaşıma girdiğinin göstergesidir. Bu sürece maruz kalan sanatçı, izleyici/alımlayıcı etkileşimi için, alımlayıcının öncekini reddetme tepkisi ve daimi olarak “yeni” talebi karşısında kayıtsız kalamamaktadır. Böylece, modern alımlayıcının aksine, yaratım sürecine ortak olan ve her gün duygu durumu değişen postmodern alımlayıcı karşısında postmodern sanatın, kalıcı olmayan, geçici bir anlayış biçimine sahip olduğunu söylemek mümkün olacaktır.

Varılan nokta da ise, postmodernlik bahanesiyle devamlı yenilikler üretilmesini isteyen bir tüketim ortamının acımasız girdabı içerisinde ne yaptığını bilemeyen sanatçı ve izleyici bitmeyen ve tükenmeyen yenilik arayışlarının içerisinde debelenip durmaktadır. Çünkü, hem sanatçı hem de izleyici bu tüketim döngüsü içerisinde kendini tatmin etmek için yeni fikirlere ihtiyaç duymaktadır. Bu noktada, ne yaptığının bilincinde olan bir sanatçıdan, ne de anladığının bilincinde olan bir alımlayıcıdan söz edilebilir. Bu noktada, özellikle izleyicinin her “yeni” karşısında ki tepkisinin geçici bir hazzı ve anlık etkiye yönelik olması da sanatın kalıcı olmaması sorunsalını ortaya çıkarmıştır.

5.1.2 Medya

Özellikle 1960’lı yılların sonuna doğru yaşanan toplumsal değişim paralelinde medya ve TV yayınlarının artması neticesinde kendisine bir yaşam alanı bulan popüler kültür, postmodern anlayışın oluşumuna kaynaklık etmiştir.

Postmodernist süreç öncesinde var olan üst kültürün estetik değer açısından belirleyici olduğu anlayışı ortadan kalkmış ve estetik popülist bir çerçeveye oturtulmuştur. Böylece, kitlelere ulaşma amacı güden postmodernist sanat, popülist bir anlayış varlığında kitlelere sunulmuştur. Postmodern sanatçının kitleye ulaşım kaygısını karşılayacak en iyi yapı “medya”dır. Bilindiği üzere postmodern toplumlarda kitleyi yönlendirme, değer yargısı ve davranış formları oluşturma açısından medya önemli bir güce sahiptir. Tüketim merkezli bir kültürün tüketim alışkanlıklarını yönlendiren

medya, sanat pazarı içerisinde de bu hakimiyetini korumaktadır. Medya'nın sanat içerisinde iktidar sahip olma amacı hem hedef kitleye ulaşmak hem de sanatı/ sanatçıyı popülist bir çerçeveye yerleştirmektir. "Kitlelerde sanata dair nasıl bir düşüncenin ve izlenimin oluşturulması isteniyorsa-ki postmodern sanatın temel kaygılarından birisidir bu- medya bunu başarıyla yapabilmekte; ne tür eğilimlerin ve anlayışların varlık göstermesi isteniyor ise sayfalarında ona yer vererek bunun alt yapısı hazırlanabilmektedir" (Esmer, 2007). Bu noktada, neyin haber olup neyin olmayacağına yön veren sanat piyasası belirleyenleri (galeriler, küratörler, bienaller, kurum ve kuruluşlar, sanat eleştirmenleri vb.) ve yarattıkları medya, sanatın ve sanatçının hareket alanına müdahil olan birer değişken/ uyaran konumundadır.

Sanat haberlerinin medya içerisindeki yerine bakıldığında haber niteliği taşıyan, öne çıkarılan unsurun çoğunlukla alıcının esere ödediği "meblağ" dır. Çünkü, postmodern alımlayıcı eserin niteliğiyle ilgilenmek yerine, sanatçıya ödeyeceği meblağla daha çok ilgilenir. Diğer bir noktada, eserin satış fiyatı kitlenin ilgisini çekme açısından önemlidir, bu nedenle sanat haberleri bol sıfırlı meblağlardan bahsederek gereken kitleyi çekme amacı içerisinde. Bu durum, sanatçıyı öne çıkarmak isteyen müzayedeci ve galerici için, ne yazık ki çözüm yollarından biri olarak da kullanılmaktadır. Bu süreçte postmodern sanatçı magazinleştirilme uğruna medyada bol bol tartışılır. Böylece, ortaya çıkan iki sonucun varlığından söz edebilir: Medya aracılığıyla yaratılan ve yönlendirilen kitle (sanat sevicileri) ve sanatı bir tanıtıcı reklam olarak gören burjuvazinin medyayı kullanma başarısı.

Kısacası, postmodernizmin içerisinde barındırdığı popülist sanat anlayışı, sanatçıda popüler olma ve evrensel sanata dahil olma kaygısı yaratmıştır. Neticede, bu durum sanatçıyı bir takım iç sıkıntılara itmiş, böylece postmodern sanatçı kitle beğenisine en kısa sürede ulaşabileceği bir yapı olan "medya"yı popüler olma uğruna bir araç olarak kullanmıştır. Zira, sanatçı bunu yaparken tarihin sanatçısı olmak yerine, şu anın sanatçısı olma yolundadır. Kitleleri ikna etme yolunda olan postmodern sanatçı, kendini toplumsal kılmaya yönelik kaygılar barındırmakta ve üretimine bu şekilde yön vermektedir. Dolayısıyla, bu durumun aynı zamanda sanatçıyı yalnızlığa ve zorlamacı arayışlara ittiğini söylemek mümkün olacaktır.

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ

Bazı çalışmacılara göre modern dönemin bir devamı, eklentisi olarak nitelendirilirken, diğerlerine göre ondan tümüyle ayrı bir fazı anlatan ve birçok farklı isimle ortaya çıkan postmodern dönem, hem kavramsal, hem de tarihi süreç olarak üzerinde tam olarak anlaşmaya varılamayan bir terimdir. Bu nedenle elle tutulur somutlukta bir postmodernizm tanımının yapılması oldukça zordur. Zira; bu alanın temel karakter özellikleri her an farklılık göstermektedir. Tam da bu sebepten ötürü, postmodern kültürün dinamiklerini belirlemek de epey güçtür. İçinde bulunduğumuz postmodern ortam, beraberinde getirdiği çeşitliliği nedeniyle, bir durum değerlendirmesinde bulunmayı çok zor hale getirmektedir. Fakat; postmodern sanatta varolan bu kavram kargaşası açık ve net bir şekilde belirgin de olsa, bu konunun araştırılması, onun sahip olduğu kalıcılıktan uzak estetik anlayışını kavramak için gerçekten önemli bir yer teşkil etmektedir. Bu sebepten dolayı, çalışmaya ait ilgili literatürce desteklenen bulguların ortaya koyduğu genel çerçeve, postmodern estetik koşullanmaya aracılık eden uyaranların/değişkenlerin sanatsal tüketime müdahalesine ilişkin tespitleri gündeme getirmemizi mümkün kılmıştır. Kendisi temel olarak moderniteye ait olumsuz bulguları ve uygulamaları eleştirmeyi hedefleyen bir söylem olduğu için, postmodernizm bu olumsuzlukları kendi üzerine almamak niyetiyle her çeşit statik, genelleyici ve otoriter durumun dışında durarak, belki de hiççiliğe dahi uzanan bir hareketsizlik ve reddedici refleks ortaya koymuştur.

Aydınlanmanın rasyonalite öncülüğünde bütün sosyal sınıfları içine alacak biçimde ortaya koyulan toplumsal değişim/dönüşüm amacının; kendi iddiasının tamamen dışında kalan cihan savaşlarını, global eşitsizliği ve soykırım gibi sonuçlar ortaya koyduğunu postmodernistler belirlemiş, felsefe, sosyoloji ve tarih gibi birçok farklı disiplin vasıtasıyla bunlara karşı savaşıma girişmişler ve pek de tabi olarak bu kritikler ve yeni yaratılan önermeler sanatı da kapsamlı bir şekilde dönüştürmüştür. Elbet postmodernizmin kendi yaradılışına da uyumlu bir şekilde, eleştirel söylemlerin

doğrudan sanat vasıtasıyla sürdürüldüğünü ve sanatsal uygulamaların da teoriyle hem karşılıklı hem de eş zamanlı etkileşime geçtiğini belirtmek gerekmektedir.

Postmodern sanat, ayırım yapmadan birçok biçimsel öğeyi birlikte kullanarak, derleme yöntemine dayalı işlerin üretimini sağlamıştır. Sanatta biçimsel yöntemlerin çeşitliliği, yapıtlarda vurgunun içerikten biçime kayması, çoğulcu bir yapının ön plana çıkması, geleneksel olana geri dönüş dikkat çekici unsurlardır. Tüm bilinen kuralların alt üst olduğu, belli bir üslupta çalışmanın gereklilik olmaktan çıktığı, body art, video art, kitch gibi sıra dışı çıkışların olduğu, modernizmin tüm anlayışlarının aksine, “her şey olur” sloganıyla tam bir üst üste, karma, değişken ve eklektik bir yapının söz konusu edildiği gözlenmektedir. Bu paralelde, Heller ve Feher’in ifadesiyle (1993: 200-201); “Ne olsa gider” anlayışı açısından bakıldığında “postmodernizm ne muhafazakar ne devrimci ne de ilericidir. Bu tür ayrımları ilgisiz hale getiren bir kültürel harekettir” denilebilir. Bu nedenle, durumun karmaşık yapısının niteliğini ve sorunun önemini ortaya koyması bakımından, yüksek ve kitle kültürü/popüler kültür arasındaki ayrımının ele alınması, konuya farkındalık yaratmak açısından önemli bir rol teşkil etmektedir. Probleme bu açıdan bakıldığında, postmodern sanatın sahip olduğu eklektik yapı ve “üslup meleziği”ni sorgularken, daha bilinçli bir çözüm süreci getirdiği fark edilecektir.

Postmodern teoride her şeyin söylenip bittiği, her yöntemin denenmiş olduğu düşüncesi, var olanı kullanarak çeşitlemeler yaratmaya olanak tanımıştır. Çünkü, başka yapıtlardan alınan öğelerle oluşturulan yeni kurgularıyla, tarihsel dönemlerden birebir alıntılarla, bütünlüğün kimi zaman kaybolduğu, parçalanmış, belirsizliğin temelde olduğu, kuralları hiçe sayan, parodi, pastiş, kendine mal etme gibi kavramlarla, birbirine karşıt öğelerin aynı yüzeyde eşzamanlı kullanımı ile estetik ve sanat ölçütlerini eklektisizm üzerine oturtmuştur. Bu açıdan, tarzların birbirine karıştığı, parçalı, değişken, kaygan bir zemin üzerine kurulu postmodernist sanatın, sanatçıya sınırsız özgürlük alanı vererek çoğulcu bir üslup sunduğu sonucuna varabiliriz. Fakat bu durum bizi Postmodern sanatçının, olabildiğince özgür olmanın yanı sıra, neyin sanat neyin sanat olmadığına dair sahip olduğu ontolojik iradeyi yitirdiği sorunsalıyla karşı karşıya getirir. Zira, bu irade şimdi sanat piyasasına devrolunmuştur.

Postmodern sanatın daha çok piyasa, milyon dolarlar, pazarlama, marka, medya, gibi kelimelerle birlikte anıldığını söyleyebiliriz. Kapitalizmin ilk evrelerinin geride bırakılmasıyla, büyük sanayi devrimiyle birlikte ortaya yeni bir süreç çıkmış ve kültürel ürünlerin metalaşması gündeme gelmiştir. Özellikle 1970 ve 80’lerde sanat pazarlaması bir yönetim felsefesi olarak kabul edilmeye başlanmış, sanat organizasyonlarında pazarlama bölümleri kurulmuş, sanat pazarlaması uzmanları ve danışmanlarının görev almaya başlaması bu piyasa zincirini güçlendiren öğeler olmuştur. Sanat piyasası belirleyenleri (galeriler, küratörler, kurum ve kuruluşlar, bienaller, koleksiyonerler, sanat eleştirmenleri) ve medyadan oluşan, sanatın ve sanatçının hareket alanına müdahale eden bu uyarılar/değişkenler, sanatta finansallaşmaya öncelik veren kendi “estetik anlayışı” doğrultusunda sanat piyasasında sanatın ne olup olmadığına ilişkin değer yargıları oluşturmuşlardır.

Sanatın hareket alanına yapılan bu müdahale, eş zamanlı olarak sanatçının da sanatsal pratiklerine yönelik bir saldırı niteliği taşımıştır. Çünkü sanatı ve sanatçıyı popülist bir çerçeveye oturtan, sanatçıyı “tüketilenin iyi olduğu” anlayışı doğrultusunda koşullayan piyasa, tüketilmek için üretilen bir sanatçı formu oluşturmuştur. Bu durumda yarattığı sanatsal ürünler bir “mal” gibi pazarlanan sanatçının, piyasadaki varlığının sürekliliği arzusu onu daima “yeni” bir arayış içerisine sokmuştur. Öte yandan, sanat piyasasının acımasız kuralları üzerinde, ateşte yürüyen sanatçı, izleyiciyi tatmin etmek için yeni fikirlere ihtiyaç duymaktadır. Böylece, yaratım sürecinde piyasanın belirleyenleri tarafından “her ürün sanat eseridir ama sattığı sürece” şeklinde ifade edilen estetik değer, sanatçıyı “neyi üretirim satarım, neyi üretirim tüketirim?” şeklinde bir zihinsel sürece sürüklediği kanısına varabiliriz. Bu doğrultuda söyleyebiliriz ki; estetik değerleri bunun üzerine kuran, piyasanın içerisinde tutunmaya çalışan sanatçının, yetenek, tecrübe, bilgi, donanım gibi her türlü niceliği dışlayan sanat piyasasının isteklerine cevap vermek için yaşadığı kaygı tartışılmaz bir gerçektir.

Duruma madalyonun diğer yüzünden bakmak gerekirse, izleyici açısından sanat piyasası belirleyenlerinin oluşan organize yapının (galeri, küratör, kurum ve kuruluşlar, bienaller, küratörler, koleksiyonerler, sanat eleştirmenleri ve medya) daimi olabilmesi için dinamik, canlı, ilgi çekici bir yapının varlığı söz konusu olmalıdır. Çünkü,

postmodern toplum yapısının bu yeni tarz arayışının ve hızlı bir şekilde tüketme isteğinin sanat üzerinde benzer bir şekilde yansımaktadır. Bireyler kalıcı olmayan ama anlık etkileşim ve şaşkınlık hissi yaratan estetik deneyimlere maruz kalmayı beklemektedirler, zira toplumun içindeki kimselerin de duygusal durumu her an değişmektedir. Dolayısıyla, piyasa ve sanatçı, izleyicinin bu talebi karşısında “yeni” olana yönelmektedir. Hızlı bir sanatsal tüketim sirkülasyonunu destekleyen bu yapı aynı zamanda sanatı/sanatçıyı popülist bir düzleme oturtarak sanatsal değerleri gelip geçicilik üzerine inşa etmiştir. Zira, postmodernist dönemde modern sanat ile popüler kültür ürünleri arasındaki farkın ortadan kalkması neticesinde, her iki kategorinin iç içe geçerek kaynaşması sonucu popülist bir estetik anlayış oluşmuştur. Dahası, gündelik hayatın kültürü dışında kutsal olan hiçbir şey yoktur, bu yüzden sanat ile gündelik hayatın arasındaki sınır yok olmalı, hayatın kendisi bir sanat eserine dönüşmelidir. Bu da postmodern sanatın gelip geçici bir estetik anlayış barındırmasının yanısıra, yüksek sanat ile halk sanatı arasındaki ayrımı ortadan kaldıran bir yapıya sahip olduğunun göstergesidir.

Öte yandan, en iyi kitle ulaşım aracı olan medyanın, yönlendirici gücüyle postmodern toplum içerisindeki yeri ve postmodern estetik oluşum sürecindeki etkisi göz ardı edilemez olmuştur. Medya'nın sanat içerisinde iktidar sahibi olma amacı hem hedef kitleye ulaşmak hem de sanatı/sanatçıyı popülist bir çerçeveye yerleştirmek olmuştur. Postmodernizm “yüksek” ve “aşağı” kültür, “seçkin” sanat ve “kitle” sanatı arasındaki modernist ayrımları yıkmaya çalışır. Tekdüze bir üslup dayatmak yerine “beğeni kültürleri”nin çeşitliliğini kabul eder ve bir üslup çoğulluğu sunarak bu “beğeni kültürleri”nin ihtiyacını karşılamaya çalışır” (Kumar, 2013: 128). Burada, başından beri tartışılmaz bir biçimde popülist bir doğrultuda olmak söz konusudur. Bu durumda, sanat eserini tüketecek olanın bir “kitle” olması nedeniyle, kitlenin değer anlayışı ile sanatsal estetik arasında sıkı bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Böylece, medyanın da desteğiyle kitlelere sunulan ve markalaşan sanatçının yapıtının değil, isminin bir “marka” işlemi gördüğü, yaptığı her şeyin meşru kabul edildiği bir gerçektir. Zira, modernizmin büyük sanatçılar ve başyapıtlar dönemi sona ermiştir. Bu, kısmen artık anakronistik bir hale gelmiş karizma normları karşısında gecikmiş bir tepkiyi yansıtmaktadır. Ama aynı zamanda piyasa ile yeni bir bağı da ifade etmekte, ekonomik düzenin karşısında yer

almayan, ona eşlik eden bir kültürün varlığı içerisinde yaşam alanı bulması söz konusu olmuştur.

Tabana yayılmış, hayatla ilişki içindeki bu kültür aracılığıyla, katılımcı bir sanatsal üretim/tüketim düzenini savunan postmodern eleştirel yaklaşım, aynı zamanda orijinallik, başyapıt ve aidiyet gibi kavramları reddeden, sanat ve ticaret ilişkisini günümüzde çekici, kışkırtıcı ve sıradan yeni bir birlikteliğe dönüştüren bir anlayıştır. Bu doğrultuda küresel sermayenin sanattan beklediği, kendi estetik anlayışı doğrultusunda popüler olana, tüketim kültürüne, yerele ve çoğulculuğa hizmet etmesi, küresel sermayenin emperyalist düşüncesine de katkıda bulunmasıdır. Sanat eserinin “ürün” olarak değerlendirildiği bu süreçte, sanatın endüstrileşmesi ve bir tüketim nesnesi haline dönüşerek tüketilmesi, sanatsal estetik anlayışını da değişime uğratmıştır. Bu doğrultuda sanata yeni bir anlam katmakla birlikte, sanatçının işlev ve rolünü de yeniden biçimlendirdiği tespitine varılmıştır.

Öne sürülen veriler ışığında düşünüldüğünde postmodern toplum her alanda hızlı bir değişim toplumdur. Nitekim, bu durum sanatın varlık alanına da yansımış ve “sanat yapıtı” galerilerce metaya dönüştürüldüğü için etkisiz hale gelerek kısa ömürlü olmuştur. Postmodern sanat toplumsal yapı vasıtasıyla tüketimi yüceltmekle kalmaz, aynı zamanda içinde dinamik bir yapı barındırarak hem postmodern sanatçıyı, hem de alımlayıcıyı kapsama alanına kabul ederek, yargılardan ve eleştirilerden uzak, yalnızca bireye ilginç gelecek anlık buluşlar sergilemek vesilesiyle yepyeni estetiksel deneyimler yaşatır. Kabul edilmiş veya inanılmış olan değer yargılarımız da dahil her şeyin çok kolay biçimde değişimin söz konusu olduğu postmodernist anlayışta, değişim sürecinden geçerek oluşan toplumun, yeni bir biçim kazanmasıyla, modernizmin içerdiği değerlerin sadece yerini değişmesi söz konusu değil, aynı zamanda, tümünden bir anlayış ve değer değişikliği de söz konusudur. Bu durum doğal olarak postmodern estetik algının oluşumuna da zemin hazırlamıştır. Baudrillard’ın “çoğu zaman, artık görülmeyi değil görsel olarak soğurulmayı ve ardında iz bırakmadan dolaşıma girmeyi istiyor” (Baudrillard, 2012a: 31) söyleminde ifade ettiği gibi, postmodern estetik yüzeysellik iddiasına sahiptir ki bu da onu gelip geçiciliği kendi özünde barındıran bir estetik deneyim haline sokmuştur.

İşte bu perspektiften bakıldığında, yukarıda açıklamaya çalıştığımız bu çalışma, temel nokta da postmodern estetiğin yüzeysellik söylemi çerçevesinde, “kalıcılık” tan yoksun bir sanat anlayışı barındırmasının nedenlerine ışık tutacağı gibi, sanatın genel olarak eskiye nazaran daha da kitleselleşmesi ve dolayısıyla endüstrileşmesi ve tüketilebilir olduğuna yönelik görüşlerin artması sonucun da, üretim ve tüketim kavramlarıyla ele alınır hale geldiği problematiğine de bir çıkış noktası sunacağı düşünülmüş ve ele alınmıştır.

KAYNAKÇA

- ACAR, Adnan, 2012. **Marksçı Estetik Toplumcu Gerçekçilik**, İstanbul: Doruk Yayınları.
- AKÇA, Gürsoy, 2005. “Modernden Postmoderne Kültür ve Kimlik”, **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 15
- ALMASULU, Doğan, 2008. **Postmodernizm Sanatın Sonu Mu?**, İstanbul: Sone Yayınları.
- ANDERSON, Perry, 2002. **Postmodernitenin Kökenleri**, (Çev.), Elçin Gen, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ANTMEN, Ahu, 2010. **20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar**, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- ARTUN, Ali, 2010, “**Kiç Patlaması ve Eleştirinin Anlamsızlaşması**”, (<http://www.aliartun.com/content/detail/54>), (Erişim Tarihi: 17.02.2015)
- ARTUN, Ali, 2011. **Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ARTUN, Ali, 2013, **Eleştiriden İstifa**, (<http://www.aliartun.com/content/detail/85>) (Erişim tarihi: 16/02/2015)
- ATAKAN, Nancy. 1998. **Arayışlar: Resim ve Heykelde Alternatif Akımlar**, İstanbul: Y.K.Y.
- ATKINSON, Rita L., 1995. **Psikolojiye Giriş**, Sosyal Yayınları.
- BARAZ, Yahşi, 2005a. “Sanat pazarı”, **Rh+ Sanat**, (<http://galeribaraz.com/2010/3055/sanatpazarı>) (Erişim tarihi: 20.12.2013).
- BARAZ, Yahşi, 2005b. “Türkiye ve Dünyada galericilik ve sanat piyasası”, **Artist Dergisi**, (<http://www.galeribaraz.com/yahsibaraz/galeri.htm>) (Erişim tarihi: 17.03.2013).
- BARNARD, Malcolm. 2002. **Sanat Tasarım ve Görsel Kültür**, (Çev.), Güliz Korkmaz, Ankara: Ütopya Yayınları.
- BARTHES, Roland, 1992. **Camera Lucida**, (Çev.), Reha Akçakaya, İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.
- BAUDRİLLARD, Jean, 1983. **Simulations**, New York: Semiotext(e).
- BAUDRİLLARD, Jean, 2011. **Simülakrlar Ve Simülasyon**, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- BAUDRİLLARD, Jean, 2004. **Tam Ekran**, (Çev.), Bahadır Gülmez, İstanbul: Y.K.Y.

- BAUDRİLLARD, Jean, 2012a. **Sanat Komplosu**, İstanbul: İletişim Yayınevi.
- BAUDRİLLARD, Jean, 2012b. **Tüketim Toplumu**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRİLLARD, Jean, 2012c. **Kötülüğün Şeffaflığı**, İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- BAUDELAİRE, Charles, 2003. **Modern Hayatın Ressamı**, İstanbul: İletişim.
- BENJAMİN, Walter, 2013. **Pasajlar**, (Çev.), Ahmet Cemal, İstanbul: Yapı kredi Yayınları.
- BEHRMAN, Samuel Nathaniel, 1999. **Duveen/Antikacılığın Piri**, (Çev.), Celal Üster, İstanbul: P Kitaplığı.
- BEST, Steven- KELLNER, Douglas, 1998. **Postmodern Teori**, (Çev.), Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BOCOCK, Robert, 1997. **Tüketim**, (Çev.), İrem Kutluk, Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- BOLLA, Peter De, 2006. **Sanat ve Estetik**, (Çev.), Kubilay Koş, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BOZKURT, Nejat, 2000. **Sanat ve Estetik Kuramları**, Bursa: Asa Kitabevi.
- BURGER Jerry M., 2006. **Kişilik**, İstanbul : Kaktüs Yayınları.
- CEVİZCİ, Ahmet, 2003. **Felsefe Terimleri Sözlüğü**, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- CORTEZ, Diego, 2007. **The Price of Everthing: Perspectives on the art Market** , New York : Yale Universty Press.
- CONNOR Steven, 2005. **Postmodern Kültür**, (Çev.), Doğan Şahiner, İstanbul: YKY.
- ÇADIRCI, Orçun, 2010. Donald Kuspit ve Jean Baudrillard'da sanatın sonuyla ilgili tartışmalar bağlamında yeni yapıt üretme dinamikleri, **Yayınlanmış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.**
- ÇUBUKÇU, İhsan M, 1999. Küreselleşme süreci içinde Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü, **Yüksek Lisans Tezi Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Erzurum.**
- DANTO, Arthur C. , 2010. **Sanatın Sonundan Sonra**. (Çev.), Zeynep Demirsü, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- DUCHAMP, Marcel, 1988. The Creative Art,1957, **The Writings of Marcel Duchamp**, (Der.), Michel Sanouillet ve Elmer Peterson, New York: Capo Press

- ECO, Umberto, 1992. **Açık yapıt**, İstanbul: Kabalcı yayınevi.
- ERCAN, Fuat, 1998. **Toplunlar ve Ekonomiler**, İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- ERDEMÇİ, Fulya, 2007. **Modern ve Ötesi 1950-2000: Büyüyü Bozmak, Yeniden-Yön Vermek**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- ESMER, Hayri, 2007. **Yazılı Basında Magazinleşen Sanat, Düzey ve Güven Sorunları**, (<http://hayriesmer.com/makale/yazili-basinda-magazinlesen-sanat-duzey-ve-guven-sorunlari/8?ln=tr>) (Erişim Tarihi: 19.02.2015)
- FEATHERSTONE, Mike, 2013. **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**. (Çev.), Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FOX, Richard W. ve Lears, T.J. Jackson (1993). **The Culture of Consumption: Critical Essays in American History**. New York: Pantheon Books.
- FIRAT, Fuat A. ve SCHULTZ II, Clifford J., 2001. “**Preliminary, Metric Investigations Into the Nature of the Post modern Consumer**”, Marketing Letters, Vol:12, No: 2, 189-203
- FİSKE, John, 1989. **Reading the Populer**, Boston, USA: Unwin Hyman.
- FİSKE, John, 2012. **Popüler Kültürü Anlamak**, İstanbul: Parşömen Yayınları
- GREENBERG, Clement, 1977. **Modernist Resim**, Modernim Serüveni, (Haz.), Enis Batur, İstanbul: YKY.
- GÜNAY, Burcu, 2005. Günümüz Sanatında Postmodern_st Yaklaşımlar, **Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu**.
- HABERMAS, Jürgen, 1994. **Postmodernizm**, İstanbul, Kıyı Yayınları.
- HARVEY, David, 1997. **Postmodernliğin Durumu**, İstanbul: Metis Yayınları.
- HASSAN, Ihab, 1985. “ **The Culture of Postmodernism, Theory, Culture & Society**”, Vol: 2, No: 3, 119-131.
- HELLER, Agnes & FEHER, Ference, 1993. **Postmodern Politik Durum**, (Çev.), Şükrü Argın ve Osman Akınhay, Ankara: Öteki Yayınları.
- HİRSCHMAN, Elizabeth, C., 1983. “**Aesthetics, ideologies and the limits of the marketing concept**.”, **Journal of Marketing**, Vol: 47 No: 3, 45-55.
- HORKHEİMER, Max & ADORNO, Theodor, 1972. **Culture industry reconsidered**. London: Routledge.

JAMESON, Fredric, 2011. **Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı**, İstanbul: Bileşik Dağıtım Kitapevi.

JAMESON, Fredric, HABERMAS, Jrger, LYOTARD ve Jean François, 1994. **Postmodernizm**, (ev.), Necmi Zeka, İstanbul: Kıyı Yayınları.

KAĞAN, Moissej, 1982. **Güzellik Bilimi Olarak Estetik Ve Sanat**, (ev.), Aziz alışlar, İstanbul: Altın Kitaplar Yayıncılık.

KAHRAMAN, H. Bülent, 2005. **Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve teleri**, İstanbul: Agora Kitaplığı.

KANT, Immanuel, 1995. **Gelecekte Bilim Olarak Ortaya ıkabilecek Her Metafizığe Prolegomena**, (ev.), İ. Kuçuradi-Y. rnek, Ankara: Felsefe Kurumu Yayınları.

KANT, Immanuel, 1784. **“What is Englihment”**, Prussia, 30 th September.

KANT, Immanuel, 1951. **Critique of Judgement**, The Hafner Publishing Company, New York .

KARADUMAN, Sibel, 2010. “Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü”, **Journal of Yasar University**, 17/5, 2886-2899.

KARAKAŞ, Mehmet, 2001. “Tüketim Kültürü ya da Tüketime Yeniden retimi”, (file:///C:/Users/User/Downloads/11-27.pdf) (Erişim Tarihi: 17.02.2015)

KAYA, Feyza, 2013. Sanat ve Pazarlama: Türkiye’deki Sanat Galerilerde Pazar Odaklılık ve Performans İlişkisi, **Yayınlanmış Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (Pazarlama) Anabilim Dalı, Eskişehir.**

KELLNER, Douglas, 1988. **Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar**, (Der.), M. Küçük (1994), *Modernity versus Postmodernity*, Ankara: Vadi.

KESER, Nimet, 2005. **Sanat Szlg**, Ankara: Utopya Yayınevi.

KIRDAR, Yalçın, 2010. **Postmodern pazarlama ve tüketim kültürü**, İstanbul: Moss Akademik Yayınevi.

KILIÇ, Levend, 1995. **Video Sanatına Eleştirel Bir Bakış**, İstanbul: Hil Yayınevi.

KILIÇ, Sibel, 2011. “Postmodern Ortamın Sanatçı ve Sanat retiminin Değişim ve Dönüşümü zerine Sosyo- Kültürel Etkileri”, **Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi**, 3/9, 103-119.

KUSPİT, Donald, 2010. **Sanatın sonu**, İstanbul: Metis Yayınları.

KOONS Jeff.& Guest Anthony Haden, 1992. **Guest Interview, in Jeff Koons**, Cologne, Muthesius A. Benedikt Taschen.

KUMAR, Krishnan, 2013. **Sanayi Sonrası Toplumdan Post- Modern Topluma- Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları**, Ankara: Dost Yayınları.

LEE, Hye-Kyung, 2005. “**When arts met marketing arts marketing theory embedded in romanticism. International Journal of Cultural Policy**”, Vol: 11, No:3, 289-305.

LENSH, Martin, 2000. **(nicht) im Buche steht**, Waxman Münster/New York, München/Berlin.

LUNN, Eugene, 1995. **Marksizm ve Modernizm**, (Çev.), Yavuz Alogan, Ankara: DipnotYayınları.

MAMIYA, Christin, 1992. **Pop Art and Consumer Culture**, Austin: Uni. Of Texas Press.

MCANDREW, Clare, 2005. **Fine Art And High Finance**, New Yor: Bloomberg Press.

MCANDREW, Clare, 2010. **The international art market 2007-2009. Trends in the art trade during global recession**, Helvoirt: The European Fine Art Foundation.

MCQUAIL, Denis, 2005. **McQuail’s Mass Communication Theory**, London: Sage Publications.

MCROBBİE, Angela, 1999. **Postmodern ve Popüler Kültür**, (Çev.), Almila Özbek, İstanbul, Sarmal Yayınevi.

MORAN, Berna, 1999. **Edebiyat Kuramları ve Eleştiri**, İstanbul: İletişim Yayınevi.

PLATON, 286D, **Büyük Hippias**.

ODABAŞI, Yılmaz, 2006. **Tüketim Kültürü Yeniden Toplumdan Tüketim Topluma**, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

ODABAŞI, Yılmaz, 2012. **Postmodern pazarlama**, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

ÖTGÜN, Cebail, 2009. “Sanat Yapıtına Yaklaşım Biçimleri”, **Gaz, Üniv. GSF Sanat ve Tasarım Dergisi**, Sayı:2, 159-178.

ÖZBEK, Yılmaz, 2005. **Postmodernizm ve Alımlama Estetiği**, Konya: Çizgi Kitapevi.

ÖZDEMİRÇİ, Ata, 2012. **Popüler Kültür Tüketim Psikolojisi ve İmaj Yönetimi**, İstanbul: Beta Yayınevi.

ÖZCAN, Burcu, 2007. “Postmodernizmin Tüketim İmajları”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 17/1, 261-274.

ROSENAU, Pauline Marie, 2004. **Post- Modernizm ve Toplum Bilimleri**, (Çev.), Tuncay Birkan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

SARUP, Madan, 1995. **Postyapısalcılık ve Postmodernizm**, (Çev.), Baki Güçlü, Ankara: Ark Yayınevi.

SİMMELE, George, 1978. **The Philosophy of Money**, (Çev.), T. Bottomore and D. Frisby, Londra: Routledge& Kegan Paul.

SÖZEN, Metin- TANYELİ, Uğur, 2011. **Sanat Sözlüğü**, İstanbul: Remzi Kitapevi.

ŞAHİNER, Rıfat, 2013. **Postmodern Kırılmalar**, Ütopya Yayınevi, Ankara.

ŞAHİNER, Rıfat, 2002. “Yeni Bir Binyılın Eşiğinde Sanat Eğitimi Üzerine”, **Anadolu Üniversitesi Süreli Sanat ve Kültür Dergisi**, Sayı: 13, Güz.

ŞAYLAN, Gencay, 2009. **Postmodernizm**, Ankara: İmge Kitabevi.

THOMPSON, Don, 2011. **Sanat Mezat**, İstanbul: İletişim Yayınları.

TOURAİNE, Alain, 1994. **Moderliğin Eleştirisi**, (Çev.), Hülya Tufan, İstanbul: YKY.

TÜRK, Eylem, Milliyet, “**Sanat Yatırım Piyasası 24 Milyar Dolara Ulaştı**”, (<http://www.milliyet.com.tr/Ekonomi/HaberDetay.aspx?aType=HaberDetayArsiv&KategoriID=3&ArticleID=212791&PAGE=1>) (Erişim Tarihi: 04.12.2014).

TÜRKBİLİM, 2014. (<http://turkbilder.net/wp-content/uploads/T%20C3%9CRKB%20C4%B0L%20C4%B0M-15.pdf>) (Erişim Tarihi: 18.02.2015)

TÜRKÖNE, Mümtaz Er. 2005. **Siyaset**, Ankara: Lotus Yayınları.

VELTHUIS, Olav, 2007. **Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art**, Princeton ve Oxford: Princeton University Press.

WILLIAMSON, Judith, 1986. **Reklamın Dili**, Ankara: Ütopya Yayınevi.

WILLIAMS, Raymond, 2005. **Anahtar Sözcükler**, (Çev.), Avaş Kılıç, İletişim Yayınları.

WILLIAMS, Lincoln & SEWPAUL, Vishanthie, 2004. “**Modernizm, Postmodernizm and Global Standards Setting, Social Work Education**”, Vol. 23, No. 5, 555-565.

WU, Chin-tao, 2005. **Kültürün Özelleştirilmesi: 1980'ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi**, İstanbul: İletişim.

YETİŞKİN, Hülya, 1991. **Estetiğin ABC'si**, İstanbul: Kabalcı Yayınevi

YILMAZ, Mehmet, 2001. **Sanatçıları okumak ya da Hayali Söyleşiler**, Ankara: Ütopya Yayınevi.

YILMAZ, Mehmet, 2006. **Modernizmden Postmodernizme Sanat**, İstanbul: Ütopya Yayınevi.

YILMAZ, Mehmet, 2009. **Sanatçıları Okumak ya da Postmodern Söyleşiler**, Ankara: Ütopya Yayınevi.

YILMAZ, Mehmet, 2012, **Sanatın Günceli Güncelin Sanatı**, Ankara: Ütopya Yayınevi.

ZİSS, Avner, 2009. **Estetik**, İstanbul: Hayalbaz

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Parodi>

<http://www.ww.w.asosindex.com/journal-article-abstract?id=1941>

<http://www.msxlabs.org/foum/sanat/10773-kavramsal-sanat.html>

<http://www.msxlabs.org/forum/sanat/10773-kavramsal-sanat.html>

<http://www.frmartuklu.net/el-sanatlari/82583-performans-sanati.html>

<http://itatsiz.org/2014/03/14/sanatta-devrimci-bir-akim-fluxus-ve-joseph-beuys/>

<http://www.msxlabs.org/forum/sanat/14388-sanat-akimlari-fluxus.html>

<http://www.msxlabs.org/forum/sanat/14388-sanat-akimlari-fluxus.html>

http://itaatsiz.org/2014_03/14/sanatta-devrimci-bir-akim-fluxus-ve-joseph-beuys/

<http://www.msxlabs.org/forum/sanat/244193-vucut-sanati-body-art.html>

<http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=6&articleID=979&bhcp=1>

<http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=6&articleID=979&bhcp=1>

<http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=6&articleID=979&bhcp=1>

<http://sanatkaravani.com/jeff-koonsla-yeni-kavramsalcilik/>

<http://www.hhportal.com/kultur-ve-sanat/753656-estetize-hayatlar-estetizecoplukler.html>

<http://www.timeoutistanbul.com/sanat/makale/672/Vas%C4%B1fKortunK%C3%BCrat%C3%B6r>

<http://lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=&articleID=792&bhcp=1>

<http://www.aydinlikgazete.com./ekrem-kahraman/13735-kurator-guncel-sanat>
<http://www.aydinlikgazete.com/yazarlar/ekrem-kahraman/13735-kurator-guncel-sanatalfabesinin-aharfi.html>

ÖNERİLEN DİĞER KAYNAKLAR

ADORNO, Theodor, 1984. **Aesthetic Theory**, Minneapolis: University of Minnesota Press.

ADORNO, Theodor, 2005. **Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek**, (Der.), E. Mutlu, Ankara: Ütopya Yayınevi.

ADORNO, Theodor, 2007. **Kültür Endüstrisi**, İstanbul: İletişim Yayınları.

ADORNO, Theodor, 2003. “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, **Cogito Dergisi**, (Çev.), Bülent O. Doğan, İlkbahar-Yaz, Sayı:36.

ADANIR, Oğuz, 2000. **Simülasyon Kuramı ve Baudrillard’la söyleşi**, İzmir: Dokuz Eylül Yayınevi.

AKAY, Ali, 2010. **Postmodernizmin ABC’si**, İstanbul: Say Yayınları.

AKTULUM, Kubilay. 2004. **Parçalılık Metinlerarsılık**, Ankara: Öteki Yayınevi.

AKYÜREK, Engin, 2011. **Ortaçağdan Yeniçağ’a Felsefe ve Sanat**, İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.

AKBULUT, Doğan, 2012. “Küresel Siyaset, Kimlik ve Sanat”, **İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi**, 2/6, 403-409.

ALEMDAR, Korkmaz & Erdoğan, İrfan, 1994. **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara: Ümit Yayınları.

ATIKER, Erhan, 1998. **Modernizm Ve Kitle Toplumu**, Ankara: Vadi Yayınları.

ASLAN, Tamer, 2010. Kültürel Yeniden – Üretim Süreçlerine Etkisinde Postmodern Tüketim Estetiği, **Yayınlanmamış Sanatta Yeterlilik Tezi, Ondokuzmayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Samsun.**

AXELSAN, Megan, ARCODIA, Charles ve SWAN, Taryn, 2006. “ **New directions for art galleries anmuseums: the use of special events to attract audiences - a case study of the AsiaPacific Triennial**”, (<http://core.kmi.open.ac.uk/download/pdf/pdf/11036964.pdf>) (Erişim Tarihi: 4.12.2014).

BARTHES, Roland, 1997. **Göstergebilimsel Serüven**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

BARRENT, Terry, 2012. **Sanatı Eleştirmek, Günceli Anlamak**, (Çev.), Gökçe Metin, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

BAUDRİLLARD, Jean, 1972. “**Gesture and Signature**” ,A Critique of the Political Economy of the Sign, (Çev.), Charles Levin, St. Louis: Telos Press, 143-163.

BAUDRİLLARD, Jean, 1975. **The Mirror of Production**, St.Louise.

BAUDRİLLARD, Jean, 1988. **Selected Writings**, Cambridge: Polity Press.

BAUDRİLLARD, Jean, 2009. **Gösterge Ekonomi Politigi Hakkında Bir Eleştiri**, Nesne-ler Sistemi, (Çev.), Oğuz Adanır, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

BAUMAN, Zygmunt, 1992. **Intinations of Postmodernity**, Londra: Rautledge.

BAUMAN, Zygmunt, 1999a. **Çalışma, Tüketimcilik ve Yeni Yoksullar**, (Çev.), Ümit Öktem, İstanbul Sarmal Yayınları.

BAUMAN, Zygmunt, 1999b. **Küreselleşme ve Toplumsal Sonuçları**, (Çev.), Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

BAUMAN, Zygmunt, 2002, **Parçalanmış Hayat Postmodern Ahlak Denemeleri**, (Çev.), İsmail Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BAYRAK, Bengisu, 2012. “Çağdaş Sanat Pazarın da Bir Marka Olmak: Bir Marka İncelemesi Olarak Damien Hirst”, **NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2/1, 240-271.

BENJAMIN, Walter, 1973. **Illuminations**, London: Collins.

BENJAMIN Walter, 2010. **Sanatta ve Edebiyatta Eleştiri-Alman Romantiklerinin Sanat Eleştirisi Kavramı**, İstanbul: İletişim/sanat hayat dizisi.

BENHABİB, Şeyla, 1999. **Modernizm, Evrensellik ve Birey**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BERGER, John, 1999. **Görme Biçimleri**, (Çev.), Yurdanur Salman, İstanbul: Metis Yayınları.

BERMAN, Marshall, 1999, **Adventures in Marxism**, New York and London, Verso.

BİRCHMONT, Jean.- Sokal, Alan, 2013. **Son Moda Saçmalar**, İstanbul: Alfa Yayıncılık.

BİGSBY, Christophe, 1999. **Popüler Kültür Politikaları**, (Der.), Nazife Güngör, Ankara: Vadi Yayınları.

BOURDİEU, Pierre, 2006. **Sanatın Kuralları**, (Çev.), Necmettin Kamil Sevil, İstanbul: Yapı kredi Yayınları.

- BÜRGER, Peter, 2003. **Avangard Kuramı**, İstanbul: İletişim Yayınevi.
- CALLİNİCOS, Alex, 2001. **Postmodernizme Hayır**, (Çev.), Şebnem Pala, Ayraç Yayınevi Yayınları, Ankara.
- CHANEY, David, 1999. **Yaşam Tarzları**, (Çev.), İrem Hukuk, Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- CHARLS, Lemert, 1995. **Sociology After the Crisis**, Boulder, Colorado, Westview Press.
- CRANE, Diana, 2003. **Moda ve Gündemleri Giyimde Sınıf**, Cinsiyet ve Kimlik, (Çev.), Özge Çelik, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ÇABUKÇU, Yaşar, 2003. **Postmodern Toplumda Kriz ve Siyaset**, İstanbul: Metis Yayınları.
- ÇABUKÇU, Yaşar, 2010. **Postmodern Toplumdan Kesitler**, İstanbul: Paloma Yayınları.
- ÇAKIR, Mukadder, 2002. **Sanatta Eleştirelilik**, İstanbul: Beta Basın.
- ÇAKIRKAYA, Sena, 2010. **Çağdaş Sanatta Kurumsal Eleştiri ve Türkiye'deki Tartışmaları, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.**
- DEDEOĞLU, Gözde, 2004. **Etik Düşünce ve Postmodernizm**, İstanbul: Telos Yayınları.
- DEMİRDÖVEN, Jülide ve ODEKAN, Ayla, 2008. "Muzayedelerin sanat piyasalarındaki rolü ve Türkiye'deki yansımaları", **İtü Dergisi**, 5/1, 55-66.
- DERVİŞOĞLU, Gökçe, 2009. "Sanata Kurumsal Destek: Kısır Döngü mü?", 11. Uluslararası İstanbul Bienali Kataloğu: Metinler, İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul.
- DURİNG, Simon, 2000. **Postmodernist Burjuva Liberalizmi**, (Çev.), Yavuz Alogan, İstanbul: Mavi Ada Yayıncılık.
- DİCKMAN, Sharron, 1997. **Arts Marketing: the pocket guide**, Kew, Vic.: Centre for Professional Development
- EAGLETON, Terry, 1999. **Postmodernizmin Yanılsamaları**, (Çev.), Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ERCAN, Fuat, 2001. **Modernizm, Kapitalizm ve Azgelişmişlik**, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

- ERİNÇ, 2004. **Sanatın Boyurları**, İstanbul: Ütopya Yayınları.
- ERDOĞAN, İrfan & ALEMDAR, Korkmaz, 2011. **Kültür ve İletişim**, Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- ERDOĞAN, Zafer, DEVELİOĞLU, Kazım, GÖNÜLLÜOĞLU, Sevgi, ÖZKAYA, Hakan, 2006. “Kurumsal İmajın Şirketin Farklı Paydaşları Tarafından Algılanışı Üzerine Bir Araştırma”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:15, 55-76.
- ERİNÇ, Sıtkı M., 2000. **Kültür Sanat Sanat Kültür**, Ankara: Ütopya Sanat Dizisi.
- ERTÜRK, Hasan, 1997. **Kent Ekonomisi**. Bursa: Ekin Yayınları.
- FEATHERSTONE, Mike, 1987. “Theory, Cultur and Society”, Vol: 4, No:1, 55-70.
- FEYERABEND, Paul, 1999. **Yönteme Karşı**, (Çev.), Ertuğrul Başer, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FOSTER, Hal, 1983. **The Anti-Aesthetic Essays on Postmodern Culture**, Washington: Bay Press.
- FIRAT, Fuat ve SCHULTZ, II Clifford J., 1997. “From Segmentation to Fragmentation: Markets and Marketing Strategy in the Postmodern Era”, **Europesn Journal of Marketing**, Vol. 31, No: 3/4, 183-207.
- FİSKE, John, 1990. **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Ankara: Ankara Yayınevi.
- FİLİS, Ian, 2006. “Art for art's sake or art for business sake: an exploration of artistic product orientation”, Vol: 6, No:1, 29-40.
- FROMM, Erich, 1991. **Sahip Olmak ya da Olmamak**, (Çev.), Aydın Arıtan, İstanbul: Arıtan Yayınları.
- FREELAND, Cynthia, 2008. **Sanat Kuramı**, Ankara: Dost Kitabevi.
- FUAT, Ercan, 1998. **Toplunlar ve Ekonomileri**, İstanbul: Sarmal Yayınevi
- FRANCİS, Fukuyama, 1993. **Tarihin Sonu Mu**, Eski Dünyadan Yeni Dünyaya, (Haz.), Hakan Yılmaz, İstanbul: Yayınları.
- GABLİK, Suzi, 2000. “Kaygı Nesneleri: Kültürel Muhalefet Tarzları”, **Sanat Dünyamız**, sayı: 75.
- GERMANER, Semra, 1997. **1960 Sonrası Sanat**, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- GENÇ, İlhan, 2004. “Alımlama Estetiği ve Edebiyat Öğretimi”, **Tebliğler**, Sos.Bil.Eğt. Kongresi, MEB-Dokuz Eylül Üniv. Buca Eğt. Fak. (15-17 Mayıs 2003 İzmir), Ankara.

GOTTDIENER Mark, 2005. **Postmodern Göstergeler**, (Çev.), Hakan Gür/ Arhan Nur/ Erdal Cengiz, İstanbul: İmge Kitapevi Yayınları.

GIDDENS, Anthony, 1998. **Modernliğin Sonuçları**, (Çev.) Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

GRAMSCI, Antonio, 1971. **Selection from the Prison Notebooks**, New York: International Publishers.

GÜNEŞ, Ali Özhan, 2011. Yeni Eski Ustalarda Çirkinliğin Estetikleştirilmesi, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Ana Sanat Dalı, Mersin.**

HABERMAS, Jurgen, 1987. **A Philosophical Discourse of Modernity**, Oxford and Cambridge.

HAUSER, Arnold, 1984. **Sanatın Toplumsal Tarihi**, (Çev.), Yıldız Gölönü, İstanbul: Remzi Kitabevi.

HEWISON, Robert, 1995. "Out to Change the Message on a Bottle", **The Sunday Times**, 28. Mayıs.

HOROWITZ, Noah, 2011. **Art of the deal: contemporary art in a global financial market**, London: Princeton University Press.

HORKHEİMER, Max & ADORNO, Theodor, 1969. **Dialectic of Enlightenment**, Stanford University Press.

HUYSSSENS, Andreas, 1984. **Mapping the Postmodern**, New German Critique.

İSKENDER, Kemal, 1991. "Postmodernizmin Gündemi: Ne Var? Ne Yok", Sanat Çevresi, Sayı: 153.

İSKENDER, Kemal, 1991. "Post-Modernizmin Kökeni ve Değerleri", Sanat Çevresi. Sayı: 154.

JAMESON, Fredric, 1984. **Postmodernism and the Consumer Society**, Londra: Pluto Press.

KUSPİT, Donald, 2000. "Art is Dead, Long Live Aesthetic Management", Redeeming Art: Critical Reveries, New York: Allworth Press, 150-151.

KUTLU, Sinan, 2003. **Elveda Postmodernizm**, İstanbul: Papirüs Yayınevi.

KÜÇÜK, Mehmet, 2011. **Modernite Postmodernite**, İstanbul: Say yayınları.

KOSUTH, Josephi 1980. **Felsefenin Sonu Sanatın Başlangıcı. Sanat Olarak Betik**. İstanbul: Sanat Tanımı Topluluğu Yayınları.

KROKER, Arthur, 1985. **Baudrillard' Marx, Theory Culture & Society**, Vol: 4, No: 1, 55-70.

LEJA, Michael, 1993. **Reframing Abstract Expressionism: Subjectivity and Painting in the 1940's**, New Heaven and London: Yale University Press.

LEMERT, Charles, 1995. **Sociology After the Crisis, Boulder**, Colorado: Westview Press.

LEBEVRE, Henri, 1998. **Modern Dünyada Günlük Hayat**, (Çev.), Işın Gürbüz, İstanbul: Metis Yayınları.

LUKACS, Georg, 1998. **Tarih ve Sınıf Bilinci**, (Çev.), Yılmaz Öner, İstanbul: Belge Yayınları.

LYONTARD, Norbert, 1991. **Modern Sanatın Öyküsü**, (Çev.), Cevat ÇAPAN ve Sadi ÖZİŞ, İstanbul: Remzi Kitabevi.

LYONTON, Jean-François, 2000. **Postmodern Durum**, (Çev.), Ahmet Çiğdem, Ankara: Vadi Yayınları.

MADRA, Beral, 1989. "80'li yıllarda Çağdaş Sanat", **Hürriyet Gösteri Özel Eki**, 100. Sayı.

MADRA, Beral, 1991. "Modern'den Postmodern'e-2", **Hürriyet Gösteri**, 126. Sayı.

MARCUSE, Herbert, 1998. **Karşı devrim ve İsyân**, (Çev.), Gürol Koca-Volkan Ersoy, İstanbul: Ayrıntı yayınları.

MARCUSE, Herbert, 1997. **Estetik Boyut**. (Çev.), Aziz Yardımlı, İstanbul: İdea Yayınları.

MANDEL, Ernest, 2008. **Geç Kapitalizm**, İstanbul: Versus Kitap.

MURPHY, John W, 1995. **Postmodern Toplumsal Analiz Ve Postmodern Eleştiri**, (Çev.) Hüsamettin ARSLAN, İstanbul: Eti Yayınları.

MUKADDES, Cavit, 2007. **Bir Bianel Bilanco, Ululararası İstanbul Bianeli**, İstanbul: Çekirdek Sanat yayınları.

PETERSON, Karin, 1997. The distribution and dynamics of uncertainty in art galleries: A case study of new dealerships in the Parisian art market, 1985-1990, **Poetics**, Vol: 25, No: 4, 195-263.

OKTAY, Ahmet, 1995. **Türkiye'de Popüler Kültür**, İstanbul: Yapı Kredi.

ONUR, Nur, 2004. **Moda Bulaşıcıdır**, İstanbul: Epsilon yayınları.

ÖNSAL, Başak, 2006. Emergence of art galleries in Ankara. A case study of three pionerring galleries in the 1950s. **Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara.**

OSKAY, Ünsal, 2001. **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

ORIENTATION, 1995. 4. **İstanbul Bienali kataloğu.**

ÖZBEK Meral, 2002. **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, İstanbul: İletişim Yayınevi.

RAGON, Michel, 2009. **Modern Sanat**, (Çev.), Vivet Kanetti, İstanbul: Hayalbaz Kitap.

RIFAT, Mehmet, 2008. **Yaklaşımlarıyla Eleştiri Kuramcıları**, Sel Yayıncılık.

RİTZER, George, 2000. **Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek**, (Çev.), Şen Süer Kaya, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

SARUP, Madan, 1998. **Identity, culture and the postmodern World**, Edinburg, Edinburg University Press.

SARUP, Madan, 2010. **Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm Eleştirel Bir Giriş**, İstanbul: Kırk Gece Yayınları.

SİMMELE, George, 2003. **Modern Kültürde Çatışma**, İstanbul: İletişim Yayınları.

SMART, Barry, 1993. **Postmodernity**, Londra: Routledge.

STALLABRASS, Julian, 2009. **Çağdaş Sanat ve Bienaller**, (Çev.), Esin Soğancılar, İstanbul: İletişim Yayınları.

ŞAFAK, Fatma Simge, 2008. 1960 Sonrası Sanatta Nesnenin Yeri ve Resim Sanatına Yansıması, **Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anasanat Dalı, Antalya.**

THOMPSON, Edward Palmer, 1963. **The Making of the English Working Class**, Harmondsworth: Penguin.

TUNALI, İsmail, 2010. **Estetik Beğeni Çağdaş Sanat Felsefesi Üstüne**, İstanbul: Remzi Kitabevi.

TURANİ, Adnan, 2009. **Çağdaş Sanat felsefesi**, İstanbul: Remzi Kitabevi

WARNİNG, Rainer, 1998. **Rezeptionsasthetik**, Wilhelm Fink Verlag, München.

WEEKS, Jeffrey, 1998. **Farklılığın değeri, Kimlik**, (Çev.), İrem Sağlamer, İstanbul: Sarmal Yayınevi.

The Enterprise Culture: Art Institutions Since the 1980s", (<http://newleftreview.org/static/assets/archive/pdf/NLR22602.pdf>) (Erişim Tarihi: 8.12.2004)

YAMANER, Güzin, 2007. **Postmodernizm ve Sanat**, İstanbul: Algi Yayıncılık.

YILMAZ, Mehmet, 2004. **Sanatın Felsefesi Felsefenin Sanatı**, Ankara: Ütopya Yayınevi.

YILMAZ, Aytekin, 1995. **Modernden Postmodern Siyasal Arayışlar**, Vadi Yayınları, Ankara.

ZORLU, Abdülkadir, 2006. **Üretim ve Tüketim Teorileri**, Ankara: Global Yayınları.

ZIMA, Peter, 2004. **Modern Edebiyat Teorilerinin Felsefesi**, İstanbul: Hece Yayınları.

ZİSS, Avner, 2009. **Estetik**, (Çev.), Yakup Şahan, İstanbul: Hayalbaz Kitap.

ZİYAÜDDİN, Serdar, 2001. **Postmodernizm ve Öteki**, (Çev.), Gökçe Kaçmaz, İstanbul: Söylem Yayınları.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı:	Yudum GÜNDÜZ
Doğum Yeri ve Tarihi:	01/01/1985
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi:	Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, 2006, İZMİR
Yüksek Lisans Öğrenimi	Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Resim Anasanat Dalı, 2009, İZMİR
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
İş Deneyimi	
Çalıştığı Kurumlar:	Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Eğitimi, Resim İş Eğitimi Anabilim Dalı, 2011- Halen
İletişim	
E- Posta Adresi	yudumakkus@gmail.com
İletişim	
Cep	05321633675
Tarih	13/03/2015