

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI PROGRAMI

**POP ART AKIMININ POSTMODERNİZM İLE İLİŞKİSİ VE
TEKSTİL MODASINA UYARLANMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Cemile ÜSTÜNDAĞ

Danışmanı
Yrd. Doç. Bahattin ŞEBER

İstanbul – 2012

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI PROGRAMI

**POP ART AKIMININ POSTMODERNİZM İLE İLİŞKİSİ VE
TEKSTİL MODASINA UYARLANMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Cemile ÜSTÜNDAĞ

Danışmanı
Yrd. Doç. Bahattin ŞEBER

İstanbul – 2012

T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

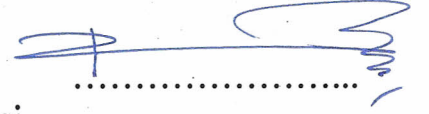
Tekstil ve Moda Tasarım Anasanat Dalı Tekstil ve Moda Tasarım Programı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi **Cemile ÜSTÜNDAĞ** tarafından hazırlanan “**Pop Art Akımının Postmodernizm ile İlişkisi ve Tekstil Modasına Uyarlanması**” adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Tarihi : 15.06.2012

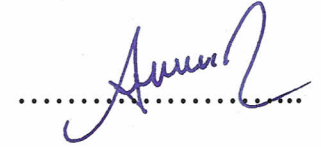
(Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Bahattin ŞEBER
Dan.-HAL.Üniv.Tekstil ve Moda Tas.ASD Öğr.Üyesi


.....

Jüri Üyesi: Yrd.Doç.Dr.Altan ORAN
HAL.Üniv.Tekstil ve Moda Tas.ASD Öğr.Üyesi


.....

Jüri Üyesi: Yrd.Doç.Dr.Engin AKDOĞAN
Gelişim Üniv.Tekstil ve Moda ASD Öğr.Üyesi


.....

Jüri Üyesi : Prof.Dr.Esin SARIOĞLU
Dan.-HAL.Üniv.Tekstil ve Moda Tas.ASD Öğr.Üyesi(Yedek)

.....

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Başak SAÇLIOĞLU
Marmara Üniv. Öğr.Üyesi (Yedek)

.....

ÖNSÖZ

Tüketim toplumunun simgesi haline gelen medyadan, endüstriden ve modadan esinlenen ve eserlerini bu yönde ortaya koyan Pop Art sanat akımı, sanat kavramını başka bir boyuta taşımış; gerek renkleriyle gerekse özgün tavrıyla tüketim toplumu tarafından dikkat çekmiştir.

1950’li yıllarda ortaya çıkan bu sanat akımı moda sektörüyle alışveriş içinde olmuş; 2000’li yıllarda dahi bu etkisini devam ettirmiştir. Bu çalışmamda temel olarak sanat akımlarının modayı ne kadar derinden etkilediğini vurgulayarak gelecekte de bu etkinin devam edeceğini savunmaktayım.

Bu geniş kapsamlı, uzun çalışmalarım sonrası ortaya çıkmış olan yüksek lisans tezimde bana sonsuz güven duyan, her zaman varlıklarıyla arkamda olduklarını bildiğim babam İrfan Kemal ÜSTÜNDAĞ’a, annem Bilsev ÜSTÜNDAĞ’a ve kardeşim Ozan ÜSTÜNDAĞ’a sonsuz teşekkür ederim. Bana olan güvenini her daim hissettiren, sonsuz saygı duyduğum, değerli büyüğüm ve tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Bahattin ŞEBER’e, engin bilgilerini benden asla esirgemeyen Yrd. Doç. Altan ORAN’a, Prof. Dr. Şebnem Temir’e ve Prof. Dr. Esin SARIOĞLU’na saygılarımı sunar sonsuz teşekkür ederim.

Cemile ÜSTÜNDAĞ

İstanbul, 2012

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

KISALTMALAR LİSTESİ	III
ŞEKİLLER LİSTESİ	IV
ÖZET	X
ABSTRACT	XI
1. GİRİŞ	1
2. POP ART	2
2.1. İngiltere’de Pop Art.....	14
2.2. Amerika’da Pop Art	23
2.3. Pop Art Sanatçıları	28
2.3.1. Andy Warhol	28
2.3.2. Claes Oldenburg	41
2.3.3. Eduardo Paolozzi.....	44
2.3.4. Jasper Johns.....	48
2.3.5. Tom Wesselmann	51
2.3.6. Peter Blake	54
2.3.7. Richard Hamilton	56
2.3.8. Roy Lichtenstein	60
3. POSTMODERNİZM	67
3.1. Postmodernizm ve Pop Art	74
4. MODA	77
4.1. Modayı Etkileyen Faktörler	83
4.1.1. Psikolojik-Sosyolojik Faktörler.....	85
4.1.2. Cinsiyete Bağlı Faktörler	85
4.1.3. Kimlik ve Statüye Bağlı Faktörler	86
4.1.4. Ekonomik ve Siyasi Faktörler	86
4.1.5. Sanat Akımlarına Bağlı Faktörler	87
4.2. 1960’lı Yıllarda Moda.....	87
4.3. 1970’li Yıllarda Moda.....	98
4.4. 1980’li Yıllarda Moda.....	108

5. POP ART VE MODA	115
5.1. Pop Art Sanatçıları ve Moda	129
6. GÜNÜMÜZ TEKSTİL MODASINDA POP ART	141
6.1. Dış Giyimde Pop Art'ın Etkileri	143
6.2. İç Giyimde Pop Art'ın Etkileri	188
6.3. Ev Tekstilinde Pop Art'ın Etkileri	194
6.4. Aksesuarda Pop Art'ın Etkileri	198
6.5. Ayakkabıda Pop Art'ın Etkileri.....	205
7. SONUÇ.....	209
8. KAYNAKLAR.....	211
9. İNTERNET KAYNAKLARI	215
10. ÖZGEÇMİŞ.....	219

KISALTMALAR

a.g.e. : Adı geçen eser

Bkz. :Bakınız

s. :sayfa

v.b. : ve benzeri

y.y. : yüzyıl

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 2.1. Kurt Schwitters'in 'For Kate' isimli kolaj çalışması.	8
Şekil 2.2. Stuart Davis'in 'Lucky Strike' adlı resim çalışması.	9
Şekil 2.3. Matisse'nin 1952'de guaj boya tekniği kullanarak yaptığı bir resmi.	9
Şekil 2.4. Tom Wesselmann'ın 'Büyük Amerikan Çıplağı' serisine ait bir çalışması.....	12
Şekil 2.5. Claes Oldenburg 'a ait 'Giant Hamburger' adlı bir yumuşak heykel. 1962 yılı.....	13
Şekil 2.6. Peter Blake'e ait 'The Toy Shop' adlı resim çalışması. 1962 yılı	15
Şekil 2.7. Marcel Duchamp'ın eseri olarak adlandırılan 'Çeşme' adlı pisuar.1917 yılı	16
Şekil 2.8. Richard Hamilton'a ait 'Bugünün Evlerini Böylesine Farklı, Böylesine Cazip Kılan Nedir?' isimli kolaj çalışması. 1956 yılı	19
Şekil 2.9. Andy Warhol'un 'Elvis' adlı portre çalışması. 1963 yılı.....	30
Şekil 2.10. Andy Warhol'un 'Coca Cola' adlı çalışması. 1962 yılı.....	31
Şekil 2.11. Andy Warhol'un 'Marilyn' adlı serigrafî çalışması. 1962 yılı	32
Şekil 2.12. Andy Warhol 'Büyük Campbell's Çorbası' adlı çalışması. 1962 yılı	33
Şekil 2.13. Andy Warhol'un 'Otuz, Birden Daha İyidir' adlı serigrafî çalışması. 1963 yılı ..	34
Şekil 2.14. Andy Warhol'un 'Çiçekler' adlı resim çalışması. 1964 yılı	35
Şekil 2.15. Andy Warhol'un serigrafî tekniği ile yapmış olduğu otoportresi. 1986 yılı.....	37
Şekil 2.16. Andy Warhol'un 'Telefon' adlı çalışması. 1961 yılı	38
Şekil 2.17. Andy Warhol'un 'Haç' adlı resim çalışması. 1981 yılı	38
Şekil 2.18. Andy Warhol'un 'Hamburger' adlı serigrafî çalışması. 1985 yılı.....	39
Şekil 2.19. Andy Warhol'un 'Bıçaklar' adlı resim çalışması. 1981 yılı	39
Şekil 2.20. Andy Warhol'un 'Dolar İşareti' adlı çalışması. 1982 yılı	40
Şekil 2.21. Andy Warhol'un 'Kırmızı Liz' adlı serigrafî çalışması. 1962 yılı	40
Şekil 2.22. Andy Warhol'un 'Süperman' adlı resim çalışması. 1960 yılı	41
Şekil 2.23. Claes Oldenburg'un 'Caterpillar Üzerinde Ruj' adlı heykel çalışması. 1969 yılı .	43
Şekil 2.24. Claes Oldenburg'un 'Hamur İş Kasası' adlı alçı heykel çalışması. 1961 yılı.	43
Şekil 2.25. Claes Oldenburg'un 'Koni' adlı yumuşak heykel çalışması. 1962 yılı	44
Şekil 2.26. Eduardo Paolozzi'nin 'Gerçek Altın' adlı kolaj çalışması. 1950 yılı	45
Şekil 2.27. Eduardo Paolozzi'nin 'Paris Kuş' adlı bronz heykel çalışması. 1948 yılı.....	46
Şekil 2.28. Eduardo Paolozzi'nin 'İnsanlarla Tanışmak' adlı kolaj çalışması. 1948 yılı	46
Şekil 2.29. Eduardo Paolozzi'nin 'Krem Şanti, A Taste of Honey, Fıstık, Limon Ağacı ve Diğerleri' adlı kolaj çalışması. 1967 yılı.....	47
Şekil 2.30. Eduardo Paolozzi'nin 'Zengin Bir Adamın Oyunağı Oldu' adlı kolaj çalışması. 1947 yılı.....	47
Şekil 2.31. Eduardo Paolozzi'nin 'No 7 Sun City' adlı kolaj çalışması. 1967 yılı	48
Şekil 2.32. Jasper Johns'un '0 ile 9 Arasında' adlı resim çalışması. 1960 yılı	49

Şekil 2.33. Jasper Johns'un 'Üç Bayrak' adlı resim çalışması. 1958 yılı	50
Şekil 2.34. Jasper Johns'un 'Alçı Oyuncular ile Hedef' adlı kolaj çalışması. 1955 yılı.	50
Şekil 2.35. Tom Wesselmann'ın 'Smoker' adlı suluboya çalışması. 1976 yılı	52
Şekil 2.36. Tom Wesselmann'ın 'Still Life' adlı suluboya çalışması. 1962 yılı.....	52
Şekil 2.37. Tom Wesselmann'ın 'Still Life' adlı koleksiyonuna ait kolaj çalışması. 1963 yılı	53
Şekil 2.38. Tom Wesselmann'ın 'Bedroom' adlı suluboya çalışması. 1973 yılı.....	53
Şekil 2.39. Peter Blake'in 'Beach Boys' adlı kolaj çalışması. 1964 yılı.....	55
Şekil 2.40. Peter Blake'in 'Salı' adlı kolaj çalışması. 1961 yılı.....	55
Şekil 2.41. Richard Hamilton'un 'Bugünün Evlerini Böyle Farklı ve Hoş Kılan Nedir?' adlı kolaj çalışması. 1956 yılı.....	56
Şekil 2.42. Richard Hamilton'un 'She' adlı çalışması. 1961 yılı.....	58
Şekil 2.43. Richard Hamilton'un 'Pin-up' adlı kolaj çalışması. 1961 yılı.....	59
Şekil 2.44. Richard Hamilton'un 'My Marilyn' adlı kolaj çalışması. 1965 yılı	60
Şekil 2.45. Roy Lichtenstein'in 'Whaam!' adlı çalışması. 1963 yılı	62
Şekil 2.46. Roy Lichtenstein'in 'Sandviç ve Soda' adlı çalışması. 1964 yılı	62
Şekil 2.47. Roy Lichtenstein'in 'Top ile Kız' adlı yağlıboya çalışması. 1961 yılı.....	63
Şekil 2.48. Roy Lichtenstein'in 'The Melody Haunts My Reverie' adlı çalışması. 1965 yılı.	63
Şekil 2.49. Roy Lichtenstein'in 'Patlama' adlı kolaj çalışması. 1965 yılı	64
Şekil 2.50. Roy Lichtenstein'in 'Spray' adlı çalışması. 1962 yılı.....	64
Şekil 2.51. Roy Lichtenstein'in 'Umutsuz' adlı çalışması. 1963 yılı	65
Şekil 2.52. Roy Lichtenstein'in 'Ağlayan Kız' adlı çalışması. 1964 yılı.....	65
Şekil 2.53. Roy Lichtenstein'in 'Canlı Cephane Ha! Ha! Ha!' adlı çalışması. 1962 yılı	66
Şekil 4.1. 1968 yılına ait Emanuel Ungaro tasarımı elbise ve şort	91
Şekil 4.2. 1968 yılına ait Ossie Clark tasarımı bir tunik	92
Şekil 4.3. 1960 yılına ait Gabicci'ye ait erkek hırkası	92
Şekil 4.4. 1960 yılına ait bir erkek pantolonu	93
Şekil 4.5. 1964 İlbahar sezonuna ait André Courrèges'e ait mini bir elbise.....	93
Şekil 4.6. 1966 yılına ait Emanuel Ungaro tasarımı ceket ve elbise	94
Şekil 4.7. 1967 yılına ait kağıt bir elbise.....	94
Şekil 4.8. 1967 yılına ait Paul Babb'a ait mini bir elbise.....	95
Şekil 4.9. 1967 yılına ait kağıt bir elbise.....	95
Şekil 4.10. 1967 yılına ait Pierre Cardin tasarımı elbise.....	96
Şekil 4.11. 1967 yılında Biba tarafından tasarlanmış olan mini bir elbise.....	97
Şekil 4.12. 1960 yıllarındaki erkek modası.....	97
Şekil 4.13. 1970'li yıllardaki moda.....	101
Şekil 4.14. 1970'li yıllardaki moda.....	102
Şekil 4.15. 1970'li yıllardaki moda.....	102
Şekil 4.16. 1970'li yıllardaki moda.....	103
Şekil 4.17. 1970'li yıllardaki moda.....	104
Şekil 4.18. 1970'li yıllardaki moda.....	105
Şekil 4.19. 1970 yılına ait Ossie Clark tasarımı krep pantolon-ceklet takımı.....	105
Şekil 4.20. 1974 yılına ait Biba tasarımı bir pantolon ceklet takımı	106
Şekil 4.21. 1972 yılına ait John Stephen tasarımı bir pantolon-ceklet takımı.....	106

Şekil 4.22. 1972 yılına ait John Stephen tasarımı kravatlar	107
Şekil 4.23. 1970’li yıllardaki moda	107
Şekil 4.24. 1970’li yıllardaki moda	108
Şekil 4.25. 1985 yılına ait Katherine Hamnett tasarımı ceket ve pantolon.....	111
Şekil 4.26. 1985 yılına ait Alaia Azzedine tasarımı bir tulum.	111
Şekil 4.27. 1989 yılına ait Victor Edelstein tasarımı bir elbise.....	112
Şekil 4.28. 1986 yılına ait Murray Arbeid tasarımı bir gece elbisesi.....	113
Şekil 4.29. 1984 yılına ait Katherine Hamnett tasarımı bir tişört	113
Şekil 4.30. 1988 yılına ait Vivienne Westwood tasarımı bir takım elbise	114
Şekil 5.1. Yves Saint Laurent’in ‘Mondrian’ adlı elbisesi. 1965 yılı.....	118
Şekil 5.2. Yves Saint Laurent’e ait Pop Art temalı bir elbise. 1966 yılı	118
Şekil 5.3. Yves Saint Laurent’e ait Pop Art temalı elbiseler. 1966 yılı.	119
Şekil 5.4. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970’li yıllar.	120
Şekil 5.5. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970’li yıllar	121
Şekil 5.6. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970’li yıllar	122
Şekil 5.7. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970’li yıllar	123
Şekil 5.8. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970’li yıllar	124
Şekil 5.9. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan dış giyim ürünleri. 1970’li yıllar	125
Şekil 5.10. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan dış giyim ürünleri. 1970’li yıllar	126
Şekil 5.11. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kravat ve çanta. 1970’li yıllar	127
Şekil 5.12. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan bir kravat. 1970’li yıllar.....	128
Şekil 5.13. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan elbiseler. 1970’li yıllar.....	128
Şekil 5.14. Ünlü Pop Art sanatçısı Andy Warhol’un yakın dostu moda tasarımcısı Tiger Morse ve tasarımları. 1970’li yıllar	130
Şekil 5.15. Ünlü Pop Art sanatçısı Andy Warhol’un yakın dostu moda tasarımcısı Tiger Morse’nin tasarımları. 1970’li yıllar	131
Şekil 5.16. Andy Warhol’un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası	132
Şekil 5.17. Andy Warhol’un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası	133
Şekil 5.18. Andy Warhol’un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası	134
Şekil 5.19. Andy Warhol’un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası	135
Şekil 5.20. Andy Warhol’un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası	136
Şekil 5.21. Andy Warhol’un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası	137
Şekil 5.22. Andy Warhol’un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası	138
Şekil 5.23. Andy Warhol’un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası	139
Şekil 5.24. Andy Warhol’a ait kamuflaj desen çizimleri. 1987 yılı.....	140
Şekil 6.1. Forever New adlı firmanın ‘Pop Art’ adlı koleksiyon çalışması. 2012 İlkbahar-Yaz Kreasyonu.....	143
Şekil 6.2. Forever New adlı firmanın ‘Pop Art’ adlı koleksiyon çalışması. 2012 İlkbahar-Yaz Kreasyonu.....	144
Şekil 6.3. Forever New adlı firmanın ‘Pop Art’ adlı koleksiyon çalışması. 2012 İlkbahar-Yaz Kreasyonu.....	145

Şekil 6.4. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	146
Şekil 6.5. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	147
Şekil 6.6. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	148
Şekil 6.7. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	149
Şekil 6.8. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	150
Şekil 6.9. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	151
Şekil 6.10. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	152
Şekil 6.11. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	153
Şekil 6.12. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	154
Şekil 6.13. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	155
Şekil 6.14. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	156
Şekil 6.15. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	157
Şekil 6.16. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	158
Şekil 6.17. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	159
Şekil 6.18. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	160
Şekil 6.19. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı	161
Şekil 6.20. Karla Spetic’in ‘Heart’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2012 yılı	162
Şekil 6.21. Karla Spetic’in ‘Heart’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2012 yılı	163
Şekil 6.22. Karla Spetic’in ‘Heart’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2012 yılı	164
Şekil 6.23. Karla Spetic’in ‘Heart’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2012 yılı	165
Şekil 6.24. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	166
Şekil 6.25. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	167
Şekil 6.26. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	168
Şekil 6.27. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	169

Şekil 6.28. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	170
Şekil 6.29. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	171
Şekil 6.30. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	172
Şekil 6.31. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	173
Şekil 6.32. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	174
Şekil 6.33. Jean-Charles de Castelbajac’a ait ‘Andy Warhol’ adlı tasarım çalışması. 2009 yılı	175
Şekil 6.34. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	176
Şekil 6.35. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	177
Şekil 6.36. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	178
Şekil 6.37. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	179
Şekil 6.38. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	180
Şekil 6.39. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	181
Şekil 6.40. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	182
Şekil 6.41. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	183
Şekil 6.42. Fam Irvoll’a ait ‘Haute Couture’ koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı	184
Şekil 6.43. Lisa Perry’nin ‘Limited Edition Lichtenstein Collection’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011 yılı	185
Şekil 6.44. ‘Miss Sixty’ adlı hazır giyim firmasına ait bir bluz	186
Şekil 6.45. Çin asıllı moda tasarımcısı Vivienne Tam’a ait bir Pop Art tasarımı takım elbise. 1998 yılı	
Şekil 6.47. Victoria’s Secret’a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı	187
Şekil 6.46. Victoria’s Secret’a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı	188
Şekil 6.47. Victoria’s Secret’a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı	189
Şekil 6.48. Victoria’s Secret’a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı	190
Şekil 6.49. Victoria’s Secret’a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı	191
Şekil 6.50. Victoria’s Secret’a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı	192
Şekil 6.51. Victoria’s Secret’a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı	193
Şekil 6.52. ‘Ozyka’ adlı tasarım firmasına ait Pop Art sanat akımından ilham alınarak yapılmış ev tekstil ürünleri. 2012 yılı	194
Şekil 6.53. ‘Ozyka’ adlı tasarım firmasına ait Pop Art sanat akımından ilham alınarak yapılmış ev tekstil ürünleri. 2012 yılı	195
Şekil 6.54. ‘Ozyka’ adlı tasarım firmasına ait Pop Art sanat akımından ilham alınarak yapılmış ev tekstil ürünleri. 2012 yılı	195
Şekil 6.55. Lisa Perry’e ait Pop Art temalı yastık çalışmaları. 2012 yılı	196
Şekil 6.56. Lisa Perry’e ait Pop Art temalı yastık çalışmaları. 2012 yılı	196
Şekil 6.57. Lisa Perry’e ait Pop Art temalı yastık çalışmaları. 2012 yılı	197
Şekil 6.58. Lisa Perry’e ait Pop Art temalı yastık çalışmaları. 2012 yılı	197
Şekil 6.59. Sevgim Aksesuar’a ait kolye ve broş tasarımları. 2011 yılı	198
Şekil 6.60. Sevgim Aksesuar’a ait kolye ve broş tasarımları. 2011 yılı	198

Şekil 6.61. Sevgim Aksesuar'a ait kolye ve broş tasarımları. 2011 yılı	199
Şekil 6.62. Hazır giyim firması Koton'a ait Pop Art karton poşetleri. 2012 yılı	199
Şekil 6.63. 'The Pepe Jeans London' adlı hazır giyim firmasına ait 'The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012' adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	200
Şekil 6.64. 'The Pepe Jeans London' adlı hazır giyim firmasına ait 'The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012' adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı	200
Şekil 6.65. İtalyan moda evi Borbonese'nin Pop Art sanatçısı Roy Lichtenstein'in eserlerinden esinlenerek tasarlamış olduğu 12 parçadan oluşan çanta koleksiyonu. 2011 yılı	201
Şekil 6.66. İtalyan moda evi Borbonese'nin Pop Art sanatçısı Roy Lichtenstein'in eserlerinden esinlenerek tasarlamış olduğu 12 parçadan oluşan çanta koleksiyonu. 2011 yılı	202
Şekil 6.67. İtalyan moda evi Borbonese'nin Pop Art sanatçısı Roy Lichtenstein'in eserlerinden esinlenerek tasarlamış olduğu 12 parçadan oluşan çanta koleksiyonu. 2011 yılı	203
Şekil 6.68. 'Echo Tasarım'a ait Pop Art tasarımı şallar. 2011 yılı	204
Şekil 6.69. Dogo Shoes'a ait Pop Art tasarımı ayakkabılar. 2011 yılı.....	205
Şekil 6.70. Nicholas Kirkwood Pop Art sanat akımından etkilenecek tasarlamış olduğu Keith Haring adlı ayakkabı koleksiyonu. 2011 yılı	206
Şekil 6.71. Nicholas Kirkwood Pop Art sanat akımından etkilenecek tasarlamış olduğu Keith Haring adlı ayakkabı koleksiyonu. 2011 yılı	207
Şekil 6.72. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait ayakkabı tasarımı. 2010 yılı	208

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Cemile ÜSTÜNDAĞ
Anabilim Dalı : Tekstil ve Moda Tasarımı
Programı : Tekstil ve Moda Tasarımı
Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Bahattin Şeber
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans - 2012

POP ART AKIMININ POSTMODERNİZM İLE İLİŞKİSİ VE TEKSTİL MODASINA UYARLANMASI

ÖZET

Gelişen teknoloji, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve tüketim toplumunun hızla gelişmesi sanatı, sanatçıyı ve sanatseveri de derinden etkilemiştir.

20. yüzyılın başından itibaren sanatın anlamı değişim göstermeye başlamış ve tüketim toplumuna ayak uydurmuştur. Müzeler ve akademiler otoritelerini kaybetmiş; yerini halkın istek ve arzularına bırakmıştır.

Pop Art; günlük hayatın sanata yansması olarak ele alınmış bir sanat dalıdır. Kitle iletişim araçlarının toplum tarafından tam olarak benimsendiği 20. yüzyılın ortalarında Pop Art; modern kültüre bir tepki olarak doğmuştur. Pop Art; ciddiyyetten yoksun, sadece eğlenceye dönük eserleri ile birçok sanat dalında dikkatleri üzerine çekmeyi başarmıştır.

Modayı etkilemekte olan birçok faktör Pop Art sanat akımının da içinde bulunduğundan dolayı bu sanat akımı günümüzde de modaya ilham kaynağı olmaktadır.

Bu çalışma; Pop Art sanat akımının çıkmış olduğu günden itibaren tekstil ve moda tasarım alanlarında hiçbir zaman bitmeyen etkisinden yola çıkılarak günümüze kadar gelen süreci bir bütün olarak ele almış, araştırmaya bu yönde devam etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pop Art, Postmodernizm, moda, Andy Warhol

GENERAL KNOWLWDGE

Name and Surname : Cemile ÜSTÜNDAĞ
Division : Textile and Fashion Design
Department : Textile and Fashion Design
Thesis Instructor : Yrd. Doç. Bahattin Şeber
Thesis Type and Date : Master – 2012

RELATION OF POP ART TREND WITH POSTMODERNISIM AND ADAPTATION OF POP ART TREND TO TEXTILE FASHION

ABSTRACT

Improvements in technology, increasing availability of mass communication tools and rapid development of consumption community intensely affected art, artist and art lovers.

Since the beginning of 20th century meaning of the art started to alter and adapted to consumption community. Authority of museums and academies over art expired and passed to public desires and demands.

Pop art is an art branch which considered as reflection of daily life to art. In the middle of 20th century when the society entirely got accustomed the tools of mass communication Pop art born as a response to modern culture. Pop art with its creations which lack of seriousness and focuses only on fun manage to acquire attention from many art branches.

Because many factors that affect fashion are also included in the Pop Art trend, this art trend is still an inspiration for fashion nowadays.

This study is done over never ending effect of Pop Art trend over textile & fashion design and continue to research toward by considering the process from the birth of the trend to today as a whole.

Keywords: Pop Art, Postmodernism, fashion, Andy Warhol

GİRİŞ

Sanattaki klişe modellere tepki olarak doğan Pop Art; ortaya çıktığı günden beri birçok sanat dalında etkisini göstermiştir.

Medya iletişim araçlarının ve popüler kültür öğelerinin günümüzde vazgeçilmez bir unsur olduğu bilinmektedir.

Tüketim toplumu, iletişim araçları ve popüler kültürden beslenmekte olan Pop Art akımı modayı da derinden etkilemiş; gerek renkleriyle gerekse özgün çizgileriyle modayı yakından takip edenleri cezbetmiştir.

Klasikleşmiş sanat anlayışını yıkan, sanatla ilgili eski inançları alay konusu olarak kullanan Pop Art; asıl olarak bunlarla beslenmiş ve gelişmiştir. Pop Art bu yönüyle Postmodernizm'in bir parçası olduğunu da gözler önüne sermektedir.

Yüzyıllar boyunca sanatı ve sanatçıyı etkileyen tüm faktörler moda dünyasını da etkilemektedir. Bu anlamda Pop Art sanat akımı moda alanı için vazgeçilmez bir akım olmuştur.

Akımın çıkmış olduğu tarihlerde medya iletişim araçları her eve girmiş, böylece Pop Art dolaylı yoldan da olsa modayı oldukça derinden etkilemiştir.

Toplumun severek benimsediği bu sanat akımı moda dünyasında da oldukça değer görmüş, bu doğrultuda moda alanında da yeni bir akım başlatmıştır. Dönemin ünlü moda tasarımcıları Pop Art sanatçılarından eserlerinden esinlenerek kreasyonlar oluşturmuş; bu sanat akımını hızla kabul etmekte olan toplumun beğenisini sunmuşlardır.

Ortaya çıktığı günden beri moda ilham olan bu akımın çıkış nedeni, beslendiği kaynaklar, sanatçıların akıma kattıkları, taşımış olduğu yenilikler, Postmodernizm ile ilişkisi ve akımın moda alanına olan etkisini günümüzde de net bir şekilde görebileceğimiz bu çalışma ile savunulmuştur.

2. POP ART

II. Dünya Savaşı sonrası enkaz altında kalan Avrupa; ekonomiden endüstriye, şehir planlamasından sanata kadar her alanda yaralarını sarmaya çalışmaktaydı. Amerika Kıtası'nı oluşturduğuna inanılan adalet, hümanizm laiklik, liberal cumhuriyetçilik gibi kavramların bu savaş olmadan önceki varlığı tartışılmaya başlanmıştı.

1960'lı yıllarda görülen sanat; kapitalizm-endüstri-tüketim üçgeninde orta nokta olarak yer almasını sağlayan bir akım başlatmıştır. Amerika'da uzun süre tüketim toplumunun oluşturduğu sağlıklı ve istikrarlı gelişmeler, sosyal alanda her açıdan mutlu ve güçlü Amerika portresi çiziyordu. Bu popüler kültür sadece Amerika'da değil, Avrupa ve diğer kıtalarda da hızla yayılarak kendisini göstermeye başlamıştı. Hobsbawn, o dönemi şu şekilde kaleme almıştır:

“Yeni gençlik kültürü, geçmiş kuşakları, ana babalarının değerlerini ve kurallarını reddediyordu. Bu kültürün bir anlamda özü olan geleneksel ahlak kurallarına karşı duruş, en açık biçimde, bu yönelim, entelektüel bir boyut kazandığında açığa çıkacaktı. 1968'de Paris'te yaşanan Mayıs günlerinin öğrenci radikalizminin ünlü afişlerini, örneğin 'Yasaklamak Yasaktır', ellerinde taşıdıklarında, ortak söylemlerinin altını çiziyorlardı: 'Her anlamda özgürlük'. Bu tür parolalar özel duygu ve isteklerin kamuoyuna ilan edilmesiydi, yoksa geleneksel anlamda siyasal ifadeler değillerdi. Kişisel kurtuluş ile toplumsal kurtuluş el ele gidiyordu. Devletin ve ailenin o güçlü bağlarını kırabilmenin, yasaları ve görenekleri geçersizleştirmenin en belirgin yolu ise özgür cinsellik ve uyuşturucuda bulundu” (HOBSBAWN Eric, 1994: 332-333).

Amerika'da ve Fransa'da yeni bir sanat türü olarak gelişen Pop Art, ilk örneklerini İngiltere'de vermiştir. Bu sanat akımı ilk ortaya çıkışında birçok değişik adla anılmıştır. 'New Realism', 'Neo Dada', 'Le Nouveau Réalisme', 'Sign Painting', 'New Vulgarism', 'Commonism' ya da 'New Super Realism' bunlardan sadece birkaçıdır. Saybaşılı; 'ancak kalıcı olan, 'Halk Sanatı' anlamına gelen 'Pop Art' yani 'Popüler Sanat' olmuştur' ifadesini kullanmıştır¹. Germaner, 1960'lı yıllardaki sanat akımlarını şu şekilde anlatmıştır:

¹ SAYBAŞILI Nermin, İngiltere'de Pop Art, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1998-İstanbul Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.37

“1960’larda Pop Sanat, Op Sanat ve Yeni Gerçekçilik (Le Nouve Réalisme) gibi akımlarla ortaya çıkan ‘resimsel olmayan’ (non-pictural) tavrın 1960 sonrası sanat eğilimlerine egemen olduğu ve bu dönem sanatında belirleyici rol oynadığı açıkça görülmektedir” (GERMANER Semra, 1997: 9).

İngiliz eleştirmen Lawrence Alloway ‘pop’ terimini ilk olarak kullanan ve literatüre sokan kişi olmuştur. Pop art; toplumsal kaynaklara, psikolojik ve psikanalitik (seksüel) temellere dayanan bir sanat türüdür. Bu sanat akımının İngiltere’de ve ABD’de birbirleriyle ilişkisi olmadan hemen hemen aynı zamanlarda ortaya çıktığı bilinmektedir. Bununla birlikte İngiltere’de ortaya çıkan Pop Art’ın özellikleri, gelişim gösterme biçimleri ve koşulları Amerika’dakinden farklıdır. Niyazioğlu, Amerika’nın savaş sonrası tüketime yöneliminden şu sözlerle bahsetmiştir:

“Savaşın yok ediciliğine bir tepki, bir refleks olarak yaşamı ve yaşamın her anını doyusuya yaşamak ve tüketmek esasına dayalı bir yaşam biçimi hızla tüm Amerika’da yayılmaya başladı. Büyük evler, lüks spor arabalar, halka açık parklarda yapılan dans partileri, moda ve bireyde mutluluk, tazelik hissi veren her çeşit tüketim ürünü, bireyde çoğulun içinde seçebilme, karar verme ve kendi inisiyatifiyle, gücüyle tüketme hakkını oluşturdu. Uzun süren bir savaş döneminin yerini, her an çılgın alışverişlerle yapılan ziyafetlere ve akşam partilerine bıraktı. Tüketim halkın rahatlamasını sağladığı gibi, ekonomiyi de canlandırıyor, savaştan hiç etkilenmemiş, kendisiyle barışık bir Amerika görüntüsü sergiliyordu” (NİYAZİOĞLU Mehmet, 2003: 56).

1920’li yıllardan itibaren akademiler, müzeler ve sanat galerileri sanatı belli kalıplarda ve belirli kurallar içinde geliştirmeyi, eserlere kutsal birer nesne gibi bakmayı bırakmışlardır. Daha sonra 1960’lı yıllara gelindiğinde ise sanat ile gündelik yaşam arasındaki sınırlar kaldırılmış ve bu konuda müzelere ve akademilerin otoritelerine olan baskılar da hızla arttırılmıştır.

1950 yılından sonra Londra sanat okullarında yeni bir akım dikkat çekmeye başlamıştır. Sanatta günlük yaşama yeniden dönüş isteğinin sanatçıları çok yakından ilgilendirdiği izlenmektedir. Televizyon, reklam, radyo, çizgi film, sinema vb. iletişim araçlarının bu sanat akımının üstünde önemli rol oynadığı gözlemlenmektedir.

Pop Art sanatçıları; kitle iletişim araçlarının toplum tarafından benimsendiği bir dönemin içinde doğmuştur. Saybaşılı, ‘böylece kendilerinden önceki kuşağın

yaşadığı köklü değişimle yüz yüze gelmemişler’ diye ifade etmiştir². Bu kültürü doğru biçimde yorumlayıp eserlerine bunu yansıtmışlardır. Saybaşı, Alloway’ın sözlerine şu şekilde yer vermiştir:

“Pop Art’a ismini veren İngiliz eleştirmen Lawrence Alloway 1958’de şöyle yazıyordu: ‘Biz kitle iletişim araçları ile büyüdük. Ailelerimizin ya da hocalarımızın aksine sinemaların, radyonun, resimli dergilerin ilk etkilerini deneyimledik. Biz onlarla ilk karşılaştığımızda kitle iletişim araçları zaten doğal çevremizin yerlisi olmuşlardı’ ” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 36).

‘Pop’ terimi, 1950’li yıllarda, aralarında Lawrence Alloway’ın de bulunduğu ‘Bağımsız Grup’ (Independent Group) üyeleri arasında geçen konuşma, tartışma ve çalışmalar sayesinde kendiliğinden doğmuştur. Terim, ne bir grup sanatçıyı isimlendirmenin sonucudur ne de popüler kültüre karşı duran sanatçılar için kullanılmıştır. Ancak 1960’lı yılların başlarında bu terim yalnızca Güzel Sanatlar alanında, özellikle resimde, popüler kültürü sanata kaynak olarak alan sanatçıların çalışmaları için kullanılmaya başlanmıştır.

Pop Art; 1952-1953 yılları arasında Çağdaş Sanatlar Enstitüsü’nde etkin bir biçimde gelişmiştir. Lawrence Alloway, Reyner Banham, Frank Cordell, John Mc Hale, Richard Hamilton, Tony del Renzio, Peter ve Alison Smithson ve Eduardo Paolozzi gibi sanatçıların oluşturduğu ‘Bağımsız Grup’un (Independent Group) düşünceleri hızla yayılmaya başlamıştı. Saybaşı, grubun farklı bir bağlama kaymasını şöyle anlatır:

“Sonuçta terim, ortaya çıkışındaki saldırgan duruşunu ve geniş perspektifini kaybederek farklı bir bağlama kaymıştır. Alloway’ın kullandığı bağlamda Amerika’nın kendi kültürünü keşfetmeden bu kaynağa ilk adım atan İngilizlerin Pop Sanatının ilk evresi olarak kabul edilen ‘Bağımsız Grup’un yaklaşımıyla 1960’ların sanatçılarının gerçekleştirdikleri işlerin birbirinden çok farklı olduğunu gördüğümüzde, konu daha açıklık kazanacaktır” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 39).

Modern kültüre bir tepki olarak doğan Pop Art; kitle toplumunun teknolojik ilerleyişine, hızla çoğalabilen iletişim araçlarına ve popüler kültürün temsilcilerine tutulan endüstriyel bir aynadır. Pop Art akımının çıkış noktası sanattaki klişe modellere, güzelliğin ideallerinin tüketimine ve inanç sembollerinin enflasyonuna dayanmaktadır. Çıkış yeri ise ekonomik ve politik güçleri elinde tutan ve tüketim

² SAYBAŞILI Nermin, İngiltere’de Pop Art, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1998-İstanbul Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.35

toplumunun yaşam standartlarını düzenleyen, emperyalist dünyanın önemli gücü Amerika'dır. Şehirlerin çok hızlı büyümesi, kitle toplumunun endüstri alanındaki güçlü hakimiyeti, ticaretten kaynaklanan sosyal sorunlar ve iletişim araçlarının hızla yaygınlaşması gibi çeşitli etkenler bu hareketin başlangıcına kaynaklık etmiştir. Batur, Pop sözcüğünü şu şekilde tanımlamaktadır:

“*Pop* sözcüğünün içinde büyümlü bir özellik gibi bir pırdama, bir çıtırdamanın parıltısı, bir patlama olgusunun oradan oraya sıçrayan neşesi vardır: *Pop corn* (patlamış mısır) ile *pop song* (ağızlardan düşmeyen moda şarkılar) arasındaki Amerika, hiçbir ayırım yapmaksızın her şeyin, her işin içine *pop art* katmaya son derece gereksinim duyuyordu. Yorumcuların gösterdikleri çabalara karşın hocalarla öğrenciler bir tutuldu (aslında aralarında zaten yaş farkı da yoktu) ve Rauschenberg'den Jim Dine'e ya da *birleştirme* sanatına en son katılmış olan sanatçıya kadar, ABD'nin gündelik gerçekliğinin sahneye koyucuları ve sayfa düzenicileri *pop* niteliklidir” (BATUR Enis, 1997: 348).

Pop Art yavaşça ve gizlice, 1950'li yılların ortalarından 1960'ların başlarına gelinceye kadar hiçbir grup yapılanması içinde yer almadan veya bir bildiri yayınlamadan belli bir akım kapsamında kendilerini tanımlamadan; New York, Los Angeles, San Francisco, Londra, Paris, Düsseldorf, Milano ve Roma'daki sanatçıların bir dizi çalışmalarıyla ortaya çıkmıştır.

Pop Art; genel olarak İngilizce konuşan ülkelerde yani İngiltere ve Amerika'da birbirinden tümüyle bağımsızca ortaya çıkan bir sanatsal yönelim olarak kabul edilmektedir fakat bu sanat akımı uluslararası bir nitelik kazanmakta çok gecikmemiştir. Saybaşı, akımın globalleşmesini şöyle tanımlamıştır:

“Fransa'da 1960'da kurulan ve yaklaşımlarını 'gerçekliğin algılanmasına yeni yaklaşımlar' ibaresi ile tanımlayan 'Les Nouveaux Realisme' (Yeni Gerçekçiler) grubu başta olmak üzere İtalya, Almanya, Kanada ve Japonya'da, hep o topluma özgü koşulları taşıyarak, karşımıza çıkmıştır” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 40).

Pop Art; sanılanın aksine ilk olarak İngiltere'de kendini göstermiştir. Amacı; o dönemde yaşanmakta olan çağdaş yaşamı kapsamlı bir biçimde incelemek ve anlamaya çalışmaktır. İngiliz Pop Art'ı Amerikan Pop Art'ından farklı olarak daha entelektüel, disiplinli ve programlıydı. Amerikan sanatçılar birbirinden habersiz bir biçimde ve herhangi bir grup oluşturmadan popüler kültürden esinlenerek çalışmalar gerçekleştirmişlerdi. İngiltere'deki Pop Art'a kaynaklık eden 'Bağımsız Grup' üyelerinin amaçları ise herhangi bir sanatsal eylemde bulunmak değildi. Onların

popüler kültür üzerine çalışmaları, Lynne Cooke'un sözcükleri ile söyleyecek olursak 'ciddiyet ve hazla örülmüş bir kombinasyon' üzerine kurulmuştur³.

Pop Art; bir anlamda kurumsallaşmış izlenimi veren geleneksel sanata bir tepki olarak doğmuş ve tepkisini bu yönde göstermiştir. Geçmişteki klasik sanata, sanatçısına, satıcısına ve alıcısına savaş açmıştır.

Marco Livingstone 1991 yılında yayınladığı 'Pop Art: An International Perspective' adlı kitabında grubun nasıl ve kimlerle kurulduğunu şöyle açıklamıştır:

"Bu grubun oluşumundan kısa bir süre sonra, Pop olarak adlandırılacak olan yeni yönelimin, ilk uluslararası sergisi, geç 1960'da New York'daki Sidney Janis Gallery'de 'Yeni Gerçekçiler' (The New Realists) adıyla açıldı. Dikkat çekeceği gibi, sergi adını Paris kaynaklı gruptan almıştı. Oldukça geniş kapsamlı olan sergiye katılan sanatçılar, Amerika'dan Jim Dine, Robert Indiana, Roy Lichtenstein, Cleas Oldenburg, James Rosenguist, George Segal, Wayne Thiebaud, Andy Warhol ve Tom Wesselmann; İngiltere'den Peter Blake, John Latham ve Peter Philips; Avrupa'dan Arman, Enrico Baj, Christo, Oyvind Fahlstörn, Tano Festa, Raymond Hains, Yves Klein, Martial Raysse, Mimmo Rotella, Mario Schifano, Daniel Spoerri, Jean Tinguely ve Per-Olof-Uldtvedt'di. Bu ilk sergi sonradan büyük ölçüde Amerikan ve bir ölçüde, *isteksizce* de olsa, İngiliz hareketi olarak kabul edilecek olan yönelimin uluslararası ilişkiler gösterisi oldu" (LIVINGSTONE Marco, 1991: 12).

'Newsweek' dergisi yazarlarından Peter Benchley, bir yazısında şöyle söylüyordu: 'Hayal ürünü olan, isyankar anılarla dolu her şey pop'tur.'

Prof. Güler Ertan, 2000 yılında yayınlamış olduğu 'Pop Art' adlı makalesinde pop'u ve tüketim toplumunu şöyle vurguluyordu:

"Pop 1960'lı yılların modası olan yaşam biçimiydi. Bu dönemde; reklam fotoğrafları, gece kulüplerindeki çalınan müzik, değişik giyim tarzları ve televizyon reklamları, hepsi Pop'u vurguluyordu" (ERTAN Güler, 2000).

Endüstrileşerek gelişen toplumlarda orta sınıf halkın her türlü haberleşme araçları, Hollywood starları, model kızlar ve her türlü tüketim ürünleri, malzemeleri çeşitli şekillerde tasvir edilip piyasaya sunulmuştur. Bu gelişmeyi Amerika ölçüsünde ifade edecek olursak Pop Art büyük ölçüde bir tüketim uygarlığının sanatı olmuştur. Baudrillard, 'Tüketim Toplumu' adlı kitabında Pop Art hakkındaki düşüncelerini şöyle açıklamıştır:

³ SAYBAŞILI Nermin, İngiltere'de Pop Art, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1998-İstanbul Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.41

“Tüketim toplumunun gündelik hayatının vazgeçilmez sıradan malzemeleri, sanat nesnesi halini almış, Pop Sanat’la birlikte, çağdaş nesnenin hakikatinin artık işe yaramak değil, göstermek olduğu, araç değil ama gösterge olarak güdümlene olduğu düşüncesi kabul görmüştür. Pop, nesnelere gerçek görünüşlerine göre resmeder, çünkü nesnelere ancak böyle, tümüyle üretilmiş, montajdan yeni çıkmış olarak söylencesel bir işlev görür. Bu nedenle Pop, bu nesnelere taşıdığı kısaltmaları, markaları, sloganları resmeder, aslına bakılırsa ancak bunları resmedebilir. Bu ne oyunla ne de gerçeklikle ilgilidir. Bu tüketim toplumunun gerçekliğini, yani nesnelere ve ürünlerin hakikatinin onların markaları olduğunu kabul etmektir” (BAUDRILLARD Jean, 1997: 140).

Pop Art; İngiltere’de iki farklı daldan ilerleyiş göstermiştir. Bunlardan ilki; her biri farklı sanat dallarından gelen ve ‘Bağımsız Grup’ adıyla kendini ifade etmekte olan bir grup sanatçıdan; ikincisi ise Royal College of Art’ta öğrencilikleri devam ederken Pop Art’a yönelim gösteren genç sanatçılardır.

Pop Art’ın ABD’de yalnızca Los Angeles ve New York’ta gelişme ortamı bulunduğu bilinmektedir. Pop Art sanat akımının oralarda yaşanmakta olan hayata ve moda daha uygun bir anlayış olması nedeniyle kabul edilmesi çok uzun sürmemiştir.

Amerikalı yazar Lucy Lippard Pop Art sanat akımının ilk eseri olarak; akademik bir peyzaj ve portre ressamı olan Alman Kurt Schwitters’in (1887-1949) *For Kate* adlı kolaj çalışmasını göstermiştir (Bkz. Şekil 2.1). Lippard ayrıca, Picasso’nun *Absinthe Bardağı* heykeli (1914) ve yine aynı yıl yapmış olduğu *Bisküvili Tabak* adlı resmi ile Giorgio de Chirico’nun *Metafizik Enteriyör*’ündeki bisküvi ve kibrit kutusu resmini de Pop Art’ın ilk örnekleri olarak göstermiştir.

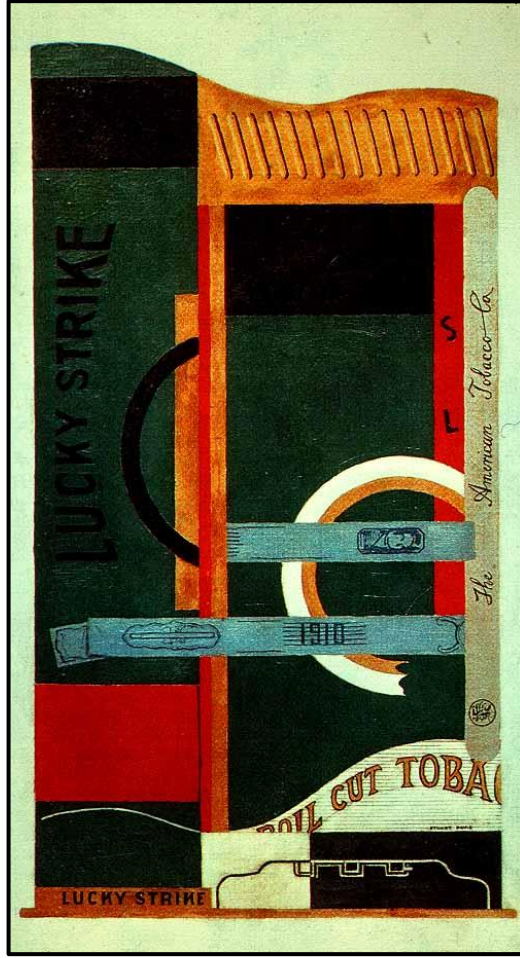


Şekil 2. 1. Kurt Schwitters'in 'For Kate' isimli kolaj çalışması.

Kaynak: <http://www.escapeintolife.com/essays/kurt-schwitters-citizen-of-the-world/> (25.12.2011).

Turani, Pop Art'ın ilk eserlerini şu şekilde tanımlamıştır:

“Gerçek Pop Artçılar eserlerinde özellikle marka olan üretim nesnelere kullanmışlar ve onları oldukça kesin çizgili biçimleriyle resimlerine sokmuşlardı. Bir Pop Art öncüsü sayılan Stuart Davis'in daha 1921'de boyadığı *Lucky Strike* adlı resmi de Pop Art'ın bir prototipi olarak gösterilmiştir (Bkz. Şekil 2.2). Bu resimde yer alan nesnelere, stilize bir kübist biçimleme anlayışı dikkati çekmekle birlikte, Davis'in resim anlayışı olgunlaştıkça, onun ticari marka işaretleri ve harfleri soyutlaşmıştı. O, soyut boyama üslubuyla, Amerikan Pop Art sanatçılarına bir esin kaynağına olması yanında, onları, bu işe ilk başlatan olmuştu. Ayrıca Matisse'in 1960'da New York'ta sergilenen renkli kağıt kesme resimlerinin de bu ülkedeki ilk Pop Art hareketinde etkili olduğu yazılıyordu” (Bkz. Şekil 2.3.) (TURANİ Adnan, 2010: 712).



Şekil 2. 2. Stuart Davis'in 'Lucky Strike' adlı resim çalışması.

Kaynak: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Davis_Stuart_Lucky_Strike_1921.jpg (22.12.2011).



Şekil 2. 3. Matisse'nin 1952'de guaj boya tekniği kullanarak yaptığı bir resmi.

Kaynak: <http://www.centrepompidou.fr/education/ressources/ens-matisse-en/ens-matisse-en.htm> (20.12.2011).

Pek çok kaynağa göre Pop Art sanat akımının ana kaynağı Dada'dır. Dadacılar; 1918-1921 yılları arasında Berlin'de politik alanda yoğun çabalar göstermiştir. Fakat Dadacıların görüşlerine yakın olan ressamların politik olmadıklarını bildirmekte yarar vardır. Turani, Dadacılığı şu şekilde tanımlamaktadır:

“Dadacılık, idealist bir anarşiyi benimseyen anlayış olup, resimde formların şişirilmiş gösterisine karşı olan bir akımdı. Dada, özellikle I. Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında oluşan yanlış kültür kavramlarına karşı inatçı bir savaş açıyordu. Bu nedenle, Berlin'deki Dada gösterilerinde savaş katillerini gülünç bir durumda gösteren konu ve motifler işleniyor ve kullanılıyordu. Dada taraftarları, aslında sanatı aldatıcı bir düşman olarak görüyorlardı. Sanata karşı olduklarını belirttikleri halde Dadacılar, yaptıkları eserler için, o sıralar çok entelektüel bir anlayış olan Kübizme ait biçimleme anlayışından yararlanıyordu” (TURANİ Adnan, 2010: 714).

II. Dünya Savaşı sonrası Amerika'da gündelik yaşamdaki her şey, tüketildiği takdirde üretilmesi ya da tüketilmesi için yeni pazarlama taktikleri üretme esasına dayanıyordu. Bu bağlamda Pop Art; meta sanat olarak nitelendirilmiştir. Sanatçı; doğrudan farkına varılan gerçeğin değil; grafik tasarım, paketleme, sinema gibi alanların içinde var olan gerçeğe yüzünü çevirmiştir. Pop Art sanatçıları modern bir kentte yaşayan Empresyonistler'in yaptığı gibi doğrudan doğadan (dağ, ağaç, orman vs.) yola çıkmamışlardır. Doğa yerini; tümüyle insan elinden çıkmış binalar, iç mekanlar, otoyollar, imler, posterler, gazeteler, dergiler, filmler, radyo yayınları, televizyon ve bilgisayar görüntülerinden oluşan farklı bir 'doğa' türüne bırakıyordu.

İngiltere'deki Pop Art sanatçıları; yaşadıkları zamana hiç uymayan ve 'doğa tapınması' olarak nitelendirdikleri Empresyonizm'i kendilerine kalıt (miras) olarak almak istememişlerdir ve bunun üzerine kentsel ve çağdaş sanata yönelme konusunda oldukça ısrarcı bir tutum sergilemişlerdir. Bu tutumlarını, yaşadıkları toplumun demokratik yapısından kaynaklanan sade dili kullanarak açıklamışlardır. Livingstone, bu yönelimi şöyle ifade etmiştir:

“ ‘Bağımsız Grup’ üyelerinin birçoğu II. Dünya Savaşı'nın patlak vermesinden hemen önce doğmuşlardı ve orta sınıftan geliyorlardı. İlk deneyimleri, insanların, sınıf farklılıklarına rağmen, ortak çıkar için bir araya gelebildikleri ender dönemlere kadar gitmektedir. Söz konusu bu dönemi, sınırlı sayıda tüketim malının bulunduğu ve 1950'lerin ilk yıllarına kadar gıda maddelerinin karneyle dağıtıldığı uzun süren bir kemer sıkma dönemi izlemiştir. Bu kuşak, aynı zamanda, kurullarda değişiklikler yapılarak akademik bir eğitimi olmayanların da sanat okullarına kabul edildikleri bir dönemim sağladığı olanaklardan ilk yararlananlardandı (1960'lı yıllarda eski sisteme dönülmesi yüzünden bu dönem oldukça kısa sürmüştü)” (LIVINGSTONE Marco, 1991: 146).

Görsel sanatların gücü, iletişim araçlarının yarattığı kültür, kamusal alanlarda herkes tarafından paylaşılan görsel deneyimler, bilinçaltımıza yerleşen yepyeni semboller, amblemler ve imgeler de toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Pop Art sanatçıları bu gücün farkına varmış; yarattıkları imgelerde psikolojik, sosyolojik, mitolojik ve görsel içeriklerin keşifleriyle yakından ilgilenmişlerdir. Bu materyalleri alanlarının dışına taşımış, dönüştürmüş ve güzel sanatlar kategorisine yükseltmişlerdir. Sinema, televizyon, dergi, moda, endüstriyel tasarımlar, reklam ve reklam panoları yoluyla üretilmekte olan sıradan, günlük kültürün görsel ve duygusal etkisine güvenmiş, bu güvenlerini eserlerine doğrudan yansıtmışlardır. Saybaşılı, Pop Art sanatçılarının bu tavrını şu şekilde açıklamıştır:

“Lichtenstein, ‘*Pop Art kendi dışındaki dünyanın içine bakar.*’ diyordu: Pop sanatçıları reproduksiyonlar yoluyla açığa çıkan bir gerçekliğe baktılar. Dünyayı, Sürrealistlerin düşleri ya da rüyaları resmetme yöntemi ile -fotografik olarak- sanatlarına konu ettiler. Ancak Sürrealist sanatçılar ve Pop sanatçılar arasındaki temel fark onların tutumlarında açığa çıkar: Sürrealistlerin yapıtları lirik bir bakışı yansıtırken Amerikan Pop-Sanat ressamlarının sakin (cool) bir tavır içinde oldukları görülür. İngiliz Pop-Sanat sanatçıları ise Amerikalı meslektaşlarına oranla taşıdıkları duygusal bakış açısıyla Sürrealist lezzeti de izleye tattırırlar” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 46).

Pop Art bir kent sanatı olarak tanınmıştır ve bu akımın eserleri kent ve kent kültürü hakkında verilmiştir. Batı dünyasının en büyük, en kalabalık ve en kalıtsal iki kentinde, New York ve Londra’da biçimlenmiş olması Pop Art’ın bir kent sanatı olduğunun en büyük göstergesi olmuştur.

Pop Art sanatçıları; daha önceleri değersiz, adi, sanatla alakası olmayan, sanat alanına kesinlikle alınmaması gereken konu ve objeleri birer sanat konusu olarak değerlendirmiş ve eserleri de bu yönde vermişlerdir.

Pop Art kültüründe her şey paketlenmiş, adeta bir seri üretim halinde tüketiciye sanki bir mal gibi sunulmuştur. Sanatçılar da tüm satış tekniklerini, reklamları, görsel basın tekniklerini sanatlarını tanıtmak konusunda kullanmaktan çekinmemişlerdir.

Pop Art’ın en önemli özelliği; yaşattığı ironi ile birlikte bir ciddiyet, umursamazlık içinde bir değer verme ya da ikna edebilme gerçeğinin her zaman var olduğunu hissettirmesidir. Saybaşılı’nın ifade ettiği gibi:

“Bu oyuncu yaklaşım, serigrafı, air-brush, şablon-baskı (stencilling), foto-montaj ve negatif reproduksiyon gibi, sanatçının özelliğini sıfır noktasına indiren

tekniklerin kullanılmasıyla kendini gösterdiği gibi, Pop-Sanat sanatçılarının öz-bilinç yoksunluğunu da gözler önüne sermiş olur. Tüm bu tecimsel süreçler, sanatçıyı pür bir sanat yaratısı gerçekleştirmekten çok daha uzak bir yere götürür. Artık sanatçının ortaya koyduğu yapıt, kelimenin alışılmış anlamında, bir sanat yaratısı değildir” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 49).

Pop Art sanatçıları; boya, kolaj, assemblaj ve baskı tekniklerini bir arada kullanmış, heykeller yapmış, bazen de Tom Wesselman gibi resim ve heykel arası işler üretmişlerdir. Sanatçı ‘Büyük Amerikan Çıplağı’ serisini; tüketim nesnelere ile Playboy dergilerindeki figürlerden esinlenerek yapmıştır (Bkz. 2.4.). Bedenin; özellikle kadın vücudunun metalaşmasını konu aldığı bu seri üç boyutlu nesnelere meydana gelmiştir.



Şekil 2. 4. Tom Wesselmann’ın ‘Büyük Amerikan Çıplağı’ serisine ait bir çalışması.

Kaynak: <http://www.gozdekadinlar.com/tom-wesselmann-1931-1962-hayati-ve-eserleri.html> (06.12.2011).

Claes Oldenburg 'yumuşak heykeller' adını vermiş olduğu dev boyutlu kumaş heykelleriyle özellikle o yıllarda yaygınlaşmaya başlayan fast food'un devlerini (Mc Donalds, Arrby's) çağrıştırmaktaydı (Bkz. Şekil 2.5). Bir hayaleti andırmakta olan 'Yumuşak Makinesi' (1966) her ne kadar Salvador Dali'nin eriyen saatleri gibi gerçeküstü görünse de her şey Amerikan tüketim kültürü gerçekliği içerisinde yer almaktaydı.



Şekil 2. 5. Claes Oldenburg 'a ait 'Giant Hamburger' adlı bir yumuşak heykel. 1962 yılı.
Kaynak: <http://poparthistory.webs.com/claesoldenburg.htm> (01.12.2011).

Zaman; Pop Art'ta en önemli olgulardan biri olarak görülmüş ve can sıkıntısı, değişim, tekrar, bitimsiz diziler, devinim, bekleyiş biçimlerinde işlenmiştir. Zamansızlık içinde bir zaman yaratmaya çalışırken sanatçılar zihinlerinde sonsuzluk düşüncesi ile değil içinde buldukları anı düşleyerek, şimdiki zaman kavramını kullanarak eserlerine yön vermişlerdir. Pop Art resimleri çoğu zaman izleyiciye kuvvetli bir biçimde poster etkisi verip onun sadece bir resim olduğunu unutturmaktadır.

Pop Art sanatçıları; sanatlarını imge ile kavram arasına kurmaktan çekinmemişlerdir. Saybaşı, imge ile kavrama şu şekilde değinmiştir:

“Kavramın tersine, gösterge de, tıpkı imge gibi, somut bir varlıktır, fakat diğer yandan başka bir şeye gönderide bulunması açısından kavrama yakın durur, çünkü her ikisi de yalnızca kendi kendilerini karşılamakla kalmaz, kendilerinden başka bir şeye de gönderide bulunabilirler” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 49).

Pop Art genellikle; 1960'lı yılların temel karakteristik sanat biçimi olarak ele alınmaktadır. Bu sanat akımı tümüyle gelişimini tamamlamış, olgunlaşmış ve oturtulmuş bir hareket olarak düşünülmüş ve bu yönleriyle birçok sanat tarihçi ve toplum bilimcinin dikkatini çekmiştir. Fakat Pop Art; birçok eleştirmen ve kuramcı tarafından entelektüel duruşa ciddi bir ihanet olarak görülmüştür.

Pop Art sanatçıları her zaman, sokaklarda yaşanan modernizmle bağdaştırılmıştır. 19. yüzyılda Baudelaire, sanatı gündelik yaşama yaklaştırırken bu bakış açısının tarafgirliğini yapmıştı⁴. Sanatçılar; tümüyle hayatın içinden, orijinal, kendi yarattığı olmayan imgelerden yapıtlar çıkarttıkları için modern sanata açıkça saldırmış olarak anlaşılıyorlardı. Sanatsal imgelerin, figürlerin, nesnelerin veya manzaraların daha önce kullanılmış olduğu açıkça gözler önüne serilmektedir.

2.1. İngiltere'de Pop Art

Pop Art; genel kanının aksine ilk olarak Amerika'da değil, modern teknolojinin merkezi olarak görülmekte olan İngiltere'de kendisini göstermeye başlamıştır. Bunun yanı sıra Pop Art; İngiltere'de, Amerika'da olduğundan daha az bir hızda yaygınlık kazanmıştır.

1950'li yılların başlarında, Londra'da o sıralar resmi olmayan ve küçük organizasyonlarla başlayan 'Independent Group' (IG) adlı grup dikkat çekmeye başlamıştır. Bu grubun üyeleri yeni fikir arayışları amacıyla toplanıp araştırma toplantıları yapmaktaydılar.

1952 yılında yapılmış olan ilk toplantının tekniklerle ilgili olduğu fakat sonraki senelerde yapılmış olan toplantıların daha çok 'pop kültür' ile ilişkili olduğu bilinmektedir. Bir diğer dikkat çeken nokta ise; 'Bağımsız Grup'un ilk zamanlar; sanat, mimari, desen ya da sanat eleştirilerinden hiç bahsetmemesidir. Bağımsız Grup'ta ilk zamanlar sadece 'kentsel kültür'den bahsediliyordu. Bağımsız Grup'un dikkatini çeken 'kentsel kültür'ün içine; moda, reklam, pop müzik, sinema, bilimsel kültür yer almaktaydı. Toplantıya katılan Bağımsız Grup üyeleri bu konuları oldukça tartışmışlar ve pop kültürün kaçınılmaz bir gerçek olduğunu savunmuşlardır. Turani, Bağımsız Grup'un sanat anlayışını şu şekilde ifade etmiştir:

⁴ SAYBAŞILI Nermin, İngiltere'de Pop Art, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1998-İstanbul Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.41

“Onlar, entelektüel kesimin itibar etmediği ticari kültürden hoşlanmama gibi bir düşünceye de ilgi göstermemişlerdi. Onlar, tartışmalarında pop kültürünü roman, hikaye, balo, ziyafet ve eğlence aleminden çekip çıkarmak ve onu, sanat ciddiyetiyle ele almak istemişlerdi. Ancak onlar, halk sanatına ve o sıralar çok yaygın olan İngiltere’deki Amerikan karşıtlığı akımına bilinçli olarak uzak durmuşlardı” (TURANİ Adnan, 2010: 717).

1950 yılından sonra Londra’daki sanat okullarında yeni bir akım dikkat çekmeye başlamıştır. İnsanın özel dünyası ile dış dünyayı birbirine bağdaştıran ve yapıtlarında bunu yorumlamaya özen gösteren Francis Bacon’un yapıtları genç sanatçıları oldukça etkilemiştir. Sanatta günlük yaşama dönüş isteği Bacon ile geri dönmüştür.

1960’lı yıllarda, dünyanın gelişmiş ülkelerinde tüm alanlarda olduğu gibi İngiltere’de de sanat konusunda çok büyük değişimler olmuştur. Ülkenin başkenti Londra sanatta da farklı bir bakış açısına bürünmüş ve Pop Art’ın yükselişine yakından tanıklık etmiştir.

İngiltere’deki Pop Art sanat akımına Peter Blake (1932) ve Richard Hamilton (1922) öncülük etmiştir. Birbirlerinden farklı ilgi alanları ve farklı kaynaklardan yararlanarak ortaya koydukları yapıtları ile dikkatleri üzerlerine çekmişlerdir.



Şekil 2. 6. Peter Blake’e ait ‘The Toy Shop’ adlı resim çalışması. 1962 yılı.
Kaynak: http://all-art.org/art_20th_century/blake1.html (09.01.2012).

İngiltere'deki Pop Art'ın etkileyici bir hazırlayıcısı olan ve 1949-1951 yılları arasında bu konu üzerinde oldukça çalışın Francis Bacon bazı resimlerini fotoğraflarla kolajladığı için Pop Art'ın öncülerinden biri olarak kabul edilmemiştir. Bununla birlikte eserlerinde fotoğraf kullanması, daha sonra gelişen akım için önemli bir kaynak olmuştur.

Marcel Duchamp'ın yapıtları ve savunduğu düşünceler genç 'Pop' sanatçılara birer kılavuz olmuştur. Onun sanata, hazır eşyayı yani 'ready-made'i sokması ve bu eşyalara basit birkaç dokunuşla sanatsal bir anlam yüklemesi, geleceğin Pop Art ressamlarının resimlerinde iletişim araçlarını kullanmalarını ve tablolarını dış gerçekten ayıran sınırı ortadan kaldırma isteklerine bir ilham kaynağı olmuştur.



Şekil 2. 7. Marcel Duchamp'ın eseri olarak adlandırılan 'Çeşme' adlı pisuar. 1917 yılı.
Kaynak: <http://blog.tomtomella.com/marcel-duchamp.html> (11.01.2012).

Lawrence Alloway; İngiliz Pop'unu üç aşamada incelemektedir⁵:

1957-1958 yılları arasında yer alan Pop Art'ın birinci aşaması teknolojiyle yakından bağlantıda bulunmaktadır. Bu konuların, İngiliz Yeni-Romantizmiyle, ağırbaşlı, tutucu görüşlere ve pastoral İngiliz duygularına tamamen ters düştüğüne değiniliyor⁶. Pop Art'ın 1. Döneminde, özellikle Victor Pasmore (1908-1998) gibi konstrüktivist İngiliz ressamı o sıralar yayımlanan Ozenfant'ın 'Modern Sanatın Temelleri' (The Foundations of Modern Art), Sigfried Giedion'un 'Makineleşme Kumandayı Ele Alıyor' (Mechanization Takes Command) ve Moholy-Nagy'nin (1895-1946) 'Hareket Halindeki Görüntü' (Vision in Motion) adlı etki yaratan kitaplarını okuyorlardı⁷. Bunlara karşı olarak Bağımsız Grup'un çevresindeki sanatçılar ise kitapların içeriklerinden çok illüstrasyonlarıyla ilgileniyorlardı.

Bu kitaplardaki metinler, onların sanat yapıtlarıyla ilgili modern anlayışa ve sanatların birleştirilmesine, yani sanatların entegrasyonuna ilişkin sloganlar aktarmaktaydı. Bu sloganlar daha sonraları resim, heykel ve fotoğrafa ait olanakların bir araya getirilmesinde önemli bir görüş ortaklığı sunacaktı. Yani bu kitaplar ve içerindeki resim ve sloganlar Pop Art'ın biçimlenmesine oldukça etki etmiştir.

Bağımsız Grup'un üyeleri çeşitli seminerler düzenlemiş, tartışma ve konuşmalar gerçekleştirmişlerdir. Tüm bu çalışmalar sanatçılara bir birikim olarak geri dönmüş ve sanatçıların, tasarımcıların, fotoğrafçıların ve mimarların kolektif bir bilinçle gerçekleştirdikleri sergilerde görsellik kazanmıştır.

Alloway'in ilk etapta dikkat çekmek istediği konu 'popüler kültür'dü. Reklam, kitle iletişim araçları, tüketim malları, çizgi romanlar, otomobiller, bilim, moda, pop müzik, Hollywood sineması popüler kültürün içinde bulunan kavramlardı. Bağımsız Grup üyeleri bu kavramları çok iyi kavramış yani yüzlerini topluma dönmüşlerdir.

Richard Hamilton, 1955 yılında 'Hareket Halinde İnsan ve Makine' adlı bir sergi açmıştır. Bu sergide en dikkat çeken, özellikle fotoğraf görüntülerinin ön plana alınmış olmasıdır.

Sergide Hamilton yalnız belgesel kayıtları değil, aynı zamanda toplum tarafından kökleştirilmiş *insan* gerçeğini kullanarak makinelerle insan arasındaki yakın ilişkiyi de yakalamış ve açıkça görülür hale getirmiştir.

⁵ TURANİ Adnan, Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul-2010, s. 717

⁶ TURANİ, A.g.e, s. 717

⁷ TURANİ, A.g.e, s. 717

Hamilton'un düzenlediği bu sergide; Magda Cordell 'Yaşama ve Sanata Paralel' sloganı altında resimlerini, Eduardo Paolozzi heykellerini ve Peter Smithon mimarlıkla ilgili eserlerini sergilemişlerdir.

1958 yılında, İngiliz Popunun birinci aşaması oldukça tamamlanmış fakat bu durum Pop Art akımının aniden son bulacağı anlamına gelmemiştir. Çünkü bundan sonra Pop Art alanında çalışanlar daha çok çalışıyor ve oldukça fazla eser veriyorlardı.

Pop Art'ın 'güzel sanat' sayılmasındaki en büyük etken; tahammül edilebilir ve harcanabilir, zamansızlık ve buna zıt bağlamda zamanlı oluşunun birlikte algılanabilmesidir. Ancak, bunların seyirci ve toplum standartlarına zarar vermemesi görüşü de Pop Artçıların bir talebidir⁸.

Lawrence Alloway'in makalesinde belirttiği gibi Pop Art'ın ilk çıkışındaki etken, kitle iletişim araçlarına dayandırılmakta ve 1950'ler ve sonrasında Pop Art'la ilgili yapılan tanımlar arasında Alloway'in tanımından farklı bir görüşün olmadığı bilinmektedir.

İngiliz sanatı için önemli sayılan sergilerden biri de 1956 yılında Londra'da Whitechapel Art Gallery'nin ev sahipliğinde 'This is Tomorrow' adı altında gerçekleştirilmiş ve onunla ilgili olarak bir antoloji ve on iki farklı gösteri hazırlanmıştır. Bu sergide dönemin sanatçılarının çevre anlayışlarının gelişmiş olduğu gözlemlenmiştir. Bunun dışında, 1953 yılında Londra'da bir heykel yarışmasında, ödülün heykellere değil, çevre düzenlemeleri ile ilgili çalışmalara verildiği gözlenmektedir. Fakat bu sergide eşyaların üst üste yığıldığı ve bir tiyatro gösterisini andırdığı gözlerden kaçmamıştır. Bu sergide Richard Hamilton, McHale ve John Voelcker isimli sanatçılar birlikte bir eğlence mimarisi düzenlemişlerdir. Bu mimaride yanlış perspektif, yumuşak zemin ve siyah ışık kullanılmış; binanın dışına ise çok büyük boyutlarda bir tane Marilyn Monroe fotoğrafı, bir bira şişesi, bir robot figürü ve popüler kültürle ilgili alıntılara yer verilmiştir.

Serginin kataloğunda; Richard Hamilton'un 'Bugünün Evlerini Böylesine Farklı, Böylesine Cazip Kılan Nedir?' adlı popüler kültürün keşfi ile alakalı bir kolaj yer almaktadır (Bkz. Şekil 2.8). Bu kolaj resimde; adeleli bir adam, çıplak bir kadın, Al Johnson'un caz şarkıcısı olarak bir fotoğrafı ve bir teyp dikkat çekmektedir. Resim; bir çevre ve mekan tasarımı olarak kabul edilmektedir.

⁸ TURANİ Adnan, Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul-2010, s. 717

İngiliz Pop Art'ının arkasında duran gerçek; toplumdaki sosyal rahatsızlıklara, yerleşik, gelenekçi değerlere karşı durarak, bunların değiştirilmesini amaç edinmektedir.



Şekil 2. 8. Richard Hamilton'a ait 'Bugünün Evlerini Böylesine Farklı, Böylesine Cazip Kılan Nedir?' isimli kolaj çalışması. 1956 yılı.

Kaynak: <http://www.whitechapelgallery.org/exhibitions/this-is-tomorrow> (02.01.2012).

Richard Hamilton'un bu kolaj çalışmasının popüler kültüre dayandığına bir çok yazıda yer verilmektedir. Fakat bu; ne bir sokak karnavalına ne de bir kent içi günlük yaşama benzemektedir. Hamilton'un bu eseri de dahil tüm eserlerine bakıldığında eylemci bir kişiliği olduğu gözlenmektedir. Örneğin Hamilton, kendi görüşü dışında olan bireyleri (mesela İşçi Partisi liderini) yaptığı portrelerde bir canavar olarak gösterebilmekteydi. Buradaki amacı, politik görüşünü portrelerinde büyük bir cesaretle sergileyebilmektir. İlginç olan; bu ifade şeklinin yalnızca İngiliz Popuna özgü olmasıdır. Bu tarzı Amerikan Popunda görmek mümkün değildir.

Londra'da sonradan görülen Pop Art çalışmalarının, The Royal College of Art'ta kısa süre öğretmenlik yapmış olan Paolozzi ve Hamilton'un eserlerine benzemediği izlenmektedir. The Royal College of Art'ın, Pop Art'ın ikinci döneminde etkin rol oynadığı ve okulda gözlemlenmiş olan ilginin öğretici sanatçılardan ziyade öğrencilerin sergilemiş olduğu bilinmektedir. Bu öğrencilerin Richard Smith, William Green, Robyn Denny, Peter Blake ve Roger Coleman gibi

gençler olduklarını Lawrence Alloway birçok yazısında belirtmiştir. Alloway ayrıca; bu grubun Pop Art'ın ikinci döneminde bir dergi çıkardıklarını ve bu sanat akımının hızla gelişmesinde etkin rol oynadıklarını da belirtmiştir.

1957 yılında The Royal College of Art öğrencileri 'Genç Çağdaşlar' (Young Contemporaries) adlı bir sergi düzenlemişlerdir. William Green, Richard Smith, Robyn Denny, Peter Blake ve Roger Coleman'ın bu sergide oldukça dikkat çektikleri gözlemlenmektedir.

Alloway; İngiliz Pop Art'ının ikinci aşamasında katkıda bulunan sanatçıların çoğunun sinema ile alakalı olduğuna işaret etmektedir.

1954 yılından itibaren sinemalarda ilk defa uygulanmaya başlanmış olan yatay ve geniş sinema ekranlarının filmlerde yarattığı etki 50'li yılların sonuna kadar devam etmekteydi. Geniş, büyük ekran yani 'CinemaScope' uygulaması o yıllardaki bir buluş idi ve 60'lı yıllara kadar devam etmişti. Jackson Pollock'un geniş alan resmi ile Paris'in Orangerie Müzesi'ndeki Monet'in 'Nilüferler'inin büyük, yatay bir alan kaplaması bu yeni anlayış için kaynak ve örnek olarak gösterilmektedir. Bu büyük boyutlu Monet resmi, boyama anlayışı ve resme uzaktan bakmak gibi geleneksel anlayışlara hem ters düşüyor hem de adeta onu reddediyordu. Zaten resme uzaktan bakmak gibi gelenekçi bir tavrı Pop Artçılar özellikle tartışmaktaydı. Ayrıca Pop Art'ın ilk aşamasında yer alan sanatçıların, popüler kültürün malzemelerini nesnel olarak keşfedip kullandıkları ve bunlar aracılığıyla insan imajını biraz değiştirdikleri açıklanıyordu⁹.

İngiliz Popunda en çok dikkatleri çeken husus birinci aşamasında figüratif, ikinci aşamasında ise soyut olmasıdır. Ayrıca Pop Art'ın ikinci aşamasındaki sanatçıların kimlikleri incelendiğinde, onların birinci aşamada katkıda bulunan sanatçılarla arkadaş olduğu ve onların dikkatini bu kez kendi çevrelerine döndürmeye çalıştıkları gözlemlenmiştir. Çünkü onların çevrelerinde yeni bir kitle medyası, reklam ışıkları, renkleri ve sembolleriyle beyinlerini bir çeşit yıkıyor ve dolaylı olarak yeni nesnelere ve sahneler onların yeni deneylerinin malzemesi oluyordu. Örneğin; Richard Smith 1961 yılında 'MM' adını verdiği Marilyn Monroe resmini Paris Match dergisinin kapağında gördükten sonra esin kaynağı olarak kullanmıştır. Smith, Marilyn Monroe'yu Andy Warhol'dan önce kendi pop resmine konu etmiştir.

⁹ TURANİ Adnan, Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul-2010, s. 717

1960 yılında Cambrige Üniversitesi'nde beklenmedik bir biçimde Pop Art'ın etkileri görülmeye başlanmıştı. The New Vision Gallery, bu tarihlerde dört Pop Art sanatçısının yapıtlarını sergilemişti. Turani'nin de ifade ettiği gibi:

“Yapıtları sergilenenler, abstrakt sanatın pop kültür için belirsiz gibi görünen bir kaynak olduğunu kabul ettiklerinden, bu sanatçıların eserlerinin yanında aynı zamanda duvara iğnelenerek gösterilen bir yığın malzemeyi de seyircinin gözleri önüne koyuyorlardı. Ancak, The Cambrige Group adıyla adlandırılan bu topluluk, eserlerine pop öğeleri katmadılar ve onları yalnız teknik malzeme olarak gördüler ve resimdeki anlam sorununu, boya resmin bir sonucu olarak gördüler” (TURANİ Adnan, 2010: 721).

Pop Art'ın üçüncü aşaması 1961 yılında Genç Çağdaşlar isimli bir grup sanatçının düzenlediği sergide ortaya çıkmıştır. Bu sanatçılar aynı zamanda The Royal College of Art'ta da yeni bir grubu kurmaktaydılar. Alloway; bu serginin katalogunda sanatçıların kendilerini kentliyle bağlantılı gördüklerini ve eserlerini sanki bir fabrikada imal edilmiş tipik ürünler, objeler ve grafiti tekniği ve kitle iletişiminin fotoğraflarından yararlanılarak yapıldığını gözlemlemiştir. Ancak Alloway'in bu serginin katalogundaki yazısında 'Pop Art' terimini kullanmaktan sakınması gözlerden kaçmamıştır.

Pop Art'ın üçüncü aşamasına damgasını vuran sanatçıların David Hockney ve Allen Jones olduğu bilinmektedir. Üçüncü aşamadaki eserleri anlayabilmek için The Royal College of Art'taki iki isim üzerinde durulmalıdır. Bunlardan ilk isim çevresindeki sanatçıları oldukça etkileyen, bu okulun 1956 mezunu Peter Blake'dir. Blake'in ikinci aşamadaki sanatçılarla yakın arkadaş olduğu bilinmektedir. Peter Blake'in eserlerinde fotoğraf, posta kartları, düğmeler ve gerçek paralar oldukça sık kullanılmıştır. Onun bu gerçekçi, üç boyutlu nesnel öğeleri, özellikle dönemin genç sanatçılarını yeni bir sanat anlayışının içine sokmuştur.

İkinci etkileyici sanatçı ise desenleriyle dikkatleri üzerine çekmeyi başaran Ronald Brooks Kitaj idi. Kitaj Amerika'da öğrenim gördüğü halde İngiltere'de yaşamayı tercih etmekteydi. Ancak Kitaj öğrenim görmeden önce bir ticaret filusunda çalışmış ve Amerikan ordusunda görev almıştır. Turani, Kitaj'ı şu sözcüklerle anlatmıştır:

“O sıralarda onun yakınında olan İngiliz ressam Allen Jones, onu seyrederken çok şey öğrendiğini yazmıştı. Kitaj, College'deki çalışması ve yaptığı resimleriyle çevresindekiler üzerinde büyük etki yapmış ve 1957'deki resimlerinde tasvir düşüncesine dayalı bir biçimlemeyi ön planda tutmuştu. Kitaj, 1962'deki figürlü resimlerinde desenin ağırlıklı olduğu biçimlemelere ve kolaj öğelerine yer vermişti.

Onun, grafik ve desen ağırlıklı resimlerinde eski Kızılderili çizimlerinden esinlenmeler olduğu yazılmıştır. Ayrıca, onun resimlerinin geleneksel figüratif Avrupa resminden ayrıldığına da değinilmiştir. Onun resimlerinde, bir ayrıntının büyütülerek çizilmesine dayanan desensel perspektifli figür ve mekan biçimleri ön planda tutulmuştur. O, böylece uzun yıllar figüratif anlayışları ezen soyut anlayış despotluğuna karşı görünen bir anlayış sergilemiş ve çevresini etkilemiştir. Kitaj'ı, aslında daha çok, tuvalin dışındaki dünya ilgilendirmiştir. 'Bir İhtiyar Kent Adamı' (An Urban Old Man, 1964) adlı yalın sarı renkli elbiseli ve köpekli kompozisyonunda, onun yeni figüratif anlayışı ön plana çıkmaktaydı" (TURANİ Adnan, 2010: 722).

İngiliz Pop Art'ında bir diğer dikkat çeken isim de çocuk resimleri, grafik özellikli figüratif kompozisyonlar hazırlayan, grafiti resmiyle yakından ilgilenmiş ve ev içi kompozisyonları ile ilgili çalışmalar yapan David Hockney'dir. Akrilikle yaptığı büyük boy peyzaj resimlerinde optik ara renkler yerine yalın, çığ renkler kullanmıştır. Turani, bir başka Pop Art sanatçısı Peter Phillips'in sanat eserlerini şu şekilde anlatmıştır:

"Peter Phillips ise, 1961'de kendi üslubuyla ayrıntılı bölümlere dayalı, akılcı grafik kuruluşlu, şematik biçimlerle kimi fotoğraf görüntülerini, *For Men Only – Starring MM and BB (1961)* adlı eserinde kolaj tekniğiyle bir araya getirmiştir. 1964 tarihli *Custom Painting No. 3* adlı, tamamen cetvelle çizilmiş yalın renklerle boyalı geometrik zikzak çizgilerden ve kimi fotoğraf görüntüleriyle grafiklerden oluşan yapıtı, Pop Art'ın farklı grafik kurgusunu yansıtmaktadır" (TURANİ Adnan, 2010: 723).

Bu dönemin bir diğer önemli sanatçısı da Allen Jones'dir. 'Hermaphrodite' adını vermiş olduğu ve 1963 yılında grafik etkisi verdiği yağlıboya yapıtı ile 1964 yılında yaptığı 'Green Dress' isimli resmini dinamik etkili çizgi ve düz, yalın renkleri yüzeyler haline getirmiştir. Onun bu çalışmalarında Kitaj'ın etkili olduğu bilinmektedir. Fakat Jones'in bu eserleri Pop Art'ın tipik eserleri olarak değerlendirilmektedir.

Pop Art hareketinin, İngiltere'deki yerleşik sanat görüşlerine bir karşı duruş olarak ortaya çıktığı dikkat çekmektedir. Bazı ressamlar, bir seri uyarlamalarla bu akıma katkıda bulunmuşlar, öncülük etmişlerdir. Turani, İngiliz Pop Art'ını şu şekilde eleştirmektedir:

"Alloway, İngiliz Pop Art'ının, New York'taki Pop Art'ın gösterdiği yoğun çaba ve titizliği sergilemediğine değinmektedir. Yani, Pop Art'ın önce İngiltere'de biçimlendiği, ancak Amerika'nın bu konuda daha kapsamlı bir çaba harcadığı kabul edilmektedir" (TURANİ Adnan, 2010: 723).

2.2. Amerika'da Pop Art

Bir araştırmaya göre; 1960'lı yıllarda Roy Lichtenstein ve Andy Warhol birbirlerinden habersiz bir şekilde çizgi filmler ve reklam afişleri yapmışlardır. Daha sonra James Rosenquist ve diğer sanatçılar da bu iki sanatçının izinden gitmişler ve Pop Art'ın Amerika'daki doğuşuna öncülük etmişlerdir. Amerikan Pop Art'ını İngiliz Pop Art'ından ayıran en önemli özellik; sanatçı olmayan insanların tartışmalarıyla ortaya çıkmamış olmasıdır.

Lucy Lippard; birçok söyleminde Amerika'daki Pop Art hareketinin öncüsü olarak Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Tom Wesselmann, James Rosenquist ve Claes Oldenburg'u göstermektedir.

Amerika'da Pop Art hareketi; ilk yapılan sergiden yaklaşık beş yıl sonra, birçok soru ile ortaya çıkmıştır. Örneğin, Pop Art'ın gösterilerinin ve manifestolarının desteklenmiş bir olay gibi ortaya çıkmadığı oldukça anlaşılmaktadır.

Çıktığı andan itibaren onun küçük bir oluşumdan ibaret olduğuna inanlara karşın Pop Art hızla yayılmış ve Amerika'nın yeni yaşam türü olarak görülmüştür. Amerika'da 'Pop Art' terimini yaratan insanlar ayrıca onun bizzat yaratıcısı, sanatçısı, üreticisi de olmuştur. Pop Art; ilk örneklerini Londra'da göstermiş olmasına rağmen, etkisini Amerika'da oldukça fazla hissettirmiş ve Avrupa'da da hızla tanınmaya, tartışılmaya ve yaşanmaya başlanmıştır.

Amerika'da Pop Art'ın ilk ortaya çıkışı, Jasper Johns'un bir eseriyle gerçekleşmiş ve bu eserin Marcel Duchamp ile ilişkili olduğu düşünülmüştür. Bütün Amerikan sanatçıları gibi Jasper Johns da önce ressam daha sonra fikir adamı kimliği ile tanınmıştır. Johns; 'Benim eserim, düşünmeden hareketi devamlı reddetmeyle olur.' demektedir. Sanatta kişilik anlayışının tartışıldığı sırada iki boyutlu cisim portrelemeyi başlatmış ve büyütülmüştü. Turani, Jasper Johns'un sanatını şu şekilde anlatmaktadır:

"Johns'un, postsürrealist asamblajı resme sokması, sanatta kimlik sorununu dikkate almadığını göstermektedir. Duchamp *ready-made*'i, yani üçboyutlu cismi resme monte etmişti. Johns ise maddeyi, resmin içine yabancı bir estetiğe boyun eğdirilmiş ve kılık değiştirmiş biçimle ve kolaj geleneğine adeta meydan okuyarak sokmuştu. Ayrıca, önceki yalın saf boya resminin bozulmamış anlayışına da saldırmıştı. Oysa o, kendi kusurlu motif ve işlem sentezi dahilindeki her çeşit 'assemblage'ları, sanat ile yaşam arasında kalan boşluğa yerleştirmek için harekete geçmiştir" (TURANİ Adnan, 2010: 724).

Johns, kendisinde kalan boş yeri tarafsız bir alan olarak görüyor ve henüz boş olarak değerlendirdiği yeri 'Pop Art' anlayışı ile biçimlendiriyordu.

Pop Art akımıyla birbirine karışan asamblaj'da kağıt yapıştırıcıları yerine objeler kullanılarak heykeller, kolajlar ve üçboyutlu kolajlar oluşturulmakta, kapsamlı bir alana yayılmakta ve yeni bir terimin çıkmasına oldukça destek verilmektedir. Asamblaj (assemblage) sanatının ilk sergisi 1961'de New York Muesum of Modern Art'ta açılmıştır.

Bu kapsamlı tarihi sergide; geniş bir kolaj konsepti, çöp-hurda kültürüne ait birçok görüntü yer alıyor ve bu sergi yeni bir akımın başlangıcı olarak kabul ediliyordu. Bu arada 'Collage Environnement' diye adlandırılan terim ortaya çıkıyor ve şelaleler, afişler, ışıklar, televizyon reklamları ve moloz atıkları gibi şeylere ait fotoğraflar da kolaj olarak değerlendiriliyordu. Turani'nin de ifade ettiği gibi:

"Pop uzmanı ve yazarı Lippard, bu değerlendirmenin, 1950'lerde New York'ta Willem de Kooning'in bir dergide gördüğü bir ağız fotoğrafını keserek yaptığı *Woman* adlı tablosuna kolaj olarak uygulamasında olduğuna değiniyor" (TURANİ Adnan, 2010: 725).

H.C. Westermann da böyle popüler gelişmeleri yenilik olarak görmekte ve bu gelişmelerin ilklerinden biri olmaktadır. Yine o sıralar Amerika'da yaşamakta olan Claes Oldenburg'un yaptığı çalışmaların Duchamp'ın 'ready made'inden ve Dubuffet'in 'Art Brut'unundan farklı çalışmalar olmadığına değinilmektedir. Oldenburg; Westermann'ın lamine edilmiş, yani emaye boyayla yapılmış odun strüktürü ve daha başkalarının etkisiyle edindiği popüler kültürden etkilenmişti¹⁰.

William Copley, 1948 yılında tüm tuval yüzeyini kaplayan bir Amerikan bayrağı resmetmişti. O tarihten sonra esprili ve resimli romanlar, erotik yazı balonları ve bazı hikaye teknikleri de sıkça kullanılmıştır. Bundan ancak on yıl sonra 1958 yılında Jasper Johns'un aynı öğeleri kullandığı bilinmektedir. Turani, Amerikan Pop Art sanatına şu şekilde değinmektedir:

"Dikkat edilirse, Amerikan Pop Art'ında geleneksel piktüral biçimleme yerine, çizgisel grafik öğeler ve nesnelere optik görüntülerinde görülen tonlu renklerle yalın renkler ön plana çıkıyor ve geleneksel boya resmin ara tonları ise tamamen ortadan kalkıyordu" (TURANİ Adnan, 2010: 725).

¹⁰ TURANİ Adnan, *Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul-2010*, s. 725

Pop Art sanatçıları kendilerinden yaşça büyük sanatçıları genel olarak bir kenara itiyor ve tüm dikkatlerin kendi üzerlerinde olmasını istiyorlardı. New York'taki Reuben Gallery; Pop Art'ın ve avangart sanatın uzun ömürlü olmayan, genelde hurda diye nitelendirilebilecek malzemelerle yapılan sanat anlayışıyla ilgilenmiştir. İlk *happening*'lerden bazıları da tiyatrunun ve görsel sanatların *environmental*, yani çevreci sentezi olarak orada icra edilmişti¹¹.

Bu hareketin üretken temsilcisi olan Allen Kaprow'un Watts, Segall ve Lichtenstein'le yakın ilişkileri bulunmaktaydı. Yani o sıralarda bu sanatçılar birbirlerinin yaptıklarıyla ilgileniyor ve birbirlerine katkıda bulunuyorlardı.

Amerikan Pop Artçıları genel olarak objektif biçimlemeyi hedef almakla beraber, pop öncesi ortaya atılan yargıların kuvvetli savunucuları ve taraftarları olmuşlardır.

Bu tarihlerde eserlerinde popüler nesnelere kullananlar arasında yer alan George Brent; bulduğu sandık ve ilaç kutularını çocuk oyuncakları ve çeşitli nesnelere doldurarak sanat eseri olarak sergilemekteydi.

Ayrıca Lichtenstein, çizgi film kartonlarına çizim yapmakta idi. 'Asamblaj Sergisi'nde bazı dikkatli gözlemciler yavaştan değişen, yön değiştiren, yaşlanma veya olgunlaşma gibi değişim süreçleri saptayan aşamaları sanatçıların kendilerine yeni konular olarak yorumladıklarını görmüşlerdir. Bu tür değişimleri konu alan sergilerin sanatçıları arasında Ellsworth Kelly, Frank Stella ve Kenneth Noland görülmektedir. Turani, Johns'un değişik objeleri kullanmasını şu şekilde açıklamıştır:

“1958-1959 yıllarında Jasper Johns, flaş ışığı, elektrik ampülü, diş fırçası, biçimlendirilmiş çeşitli metaller, bayraklar ve boyanmış bir bira kutusunun bronzdan dökülmüş örneğini sergilemiş ve 1960'ta bu bira kutusu, bazı eleştirmenlerce gerçek bir akımın habercisi olarak görülmüştü” (TURANİ Adnan, 2010: 726).

Ortaya çıkarılan eserlerde kullanılan kutu ve nesnelere ilgili bundan bir sonraki adım bu tür nesnelere biraz daha gerçeğe yaklaştırılmak olduğuna en iyi Lucy Lippard değinmektedir. Fakat bu duruma paralel olarak Lippard'ın hiçbir zaman bu kadar ileri gitmediği ve bir pop sanatçısı olmadığına dönemin sanatçıları ve yazarları tarafından oldukça sık değiniliyordu. Çünkü Lippard'ın işleri sıradan bir

¹¹ TURANİ Adnan, Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul-2010, s. 726

pop eseri kadar bile yeniliği yansıtmıyordu. Pop objelerinin yıpranmış, eskimiş ya da bir kenara atılmış şeyler arasından seçilip, pop sanatçısı tarafından yadırganmadan kullanıldığına işaret edilmektedir.

Başta da belirtildiği gibi Amerikan Pop Art'ında adı geçen beş kişi aslında Pop sanatçısı değillerdi. Tom Wesselmann; Pop Art hakkındaki en kötü eleştirilerinden birinin kendi hayranlarından geldiğini 1963 yılında açıklamaktaydı. O; kendi hayranlarının bazı nostalji hayranları gibi onu övmeye başladıklarını, Marilyn Monroe ve Coca-Cola'ya adeta tapacak kadar çok sevdiklerini ve bu davranışların Pop Art'a oldukça fazla zarar verdiğini belirtmekten kaçınmıyordu. Wesselmann; 'Ben bir ilan resmi kullanıyorum çünkü o bir gerçek.' diyor ve bir reklam panosunun bir şeyin esas temsilcisi olduğunu düşünüyor, ancak onun bir ilan resmi olduğunu da unutmuyordu. Reklamın, Pop Art sanatçıları kışkırttığını ve onlardan bir şeyler yapılabileceğine inandıklarına da oldukça sık vurgu yapmaktaydı. Turani, malzemelerin konu olarak ele alınmasını şu şekilde anlatmaktadır:

"Bunun yanında, popüler imajların konu malzemesi olmadığı da vurgulanıyordu. Çünkü malzemenin bizzat kendisinin kullanılması, konu sorununu ve konunun işlenme, yani sanatsal biçimleme çabasını ortadan kaldırıyordu" (TURANİ Adnan, 2010:728).

Pop sanatçıları genel olarak sanattan uzak, üzerinde düşünülmüş, değersiz yazılı ilanları resmetmeyi her şeyden öncelikli olarak tercih etmekteydiler. Pop sanatçılarının genel olarak kullandığı nesnelere; dergi, gazete, mecmualardaki resimler, giysi ve yiyecekler, mobilya, duvara iğnelenen baskı resimleri ve her türlü reklamlardı. Bunların hiçbiri toplum tarafından saygı duyulan, kutsal sayılan nesnelere değillerdi. Tam tersine adi, sıradan pespaye nesnelere bir pop sanatçısı için kullanılabilir en iyi nesnelereydi. Bu eserleri seçen pop sanatçıları da bu eserlere 'saygı duyulacak nesnelere' gözüyle bakmıyorlardı.

Lippard'ın bir yazısında; beş pop sanatçısından biri olarak belirttiği Roy Lichtenstein; inşaatta kullanılmakta olan emaye boyalarla resimler yapmış, projektör yardımıyla istediği fotoğrafları büyütmüş ve baskı tekniği ile nokta biçimli küçük tramvay büyüterek resim ögesi olarak kullanılmıştır. Warhol da aynı şekilde kendi ürünlerinde ticari tekniklerden yararlanmaktan sakınmamıştır. Wesselmann ise eserlerini tamamlayabilmek için genel olarak marangozdan yardım almaktaydı. Rosenquist; endüstriyel boya tekniklerinden faydalanarak, hoş gitmeyen, yumuşak

etkili yüzeyler boyamış ve bu tip işlerle ‘Pop Art sanatçısı’ unvanını kazanmıştı. Bazı çevrelere göre o bir sanatçı değildi. Mesela *Time* dergisi onun bir sanatçı olmadığını sık sık vurgulamaktaydı. *Time* dergisi ayrıca Pop Art’ı ‘yemesi acı bir sufle’ olarak nitelendiriyor ve pop eserlerinin hepsinin birer yerme amacıyla yapılmış olabileceğini savunuyordu.

1962 yılının sonbaharında Wesselmann, Oldenburg, Segall, Marisol ve Warhol kent dışında bir sergi açıyor ve kendilerini sanatı tahrip etmekle itham eden herkese karşı çıkıyorlardı.

Tüm bunların dışında; Amerika’da kişisel pop sanatçısı olarak yapıtlar verenlerin sayısı da oldukça fazladır fakat onların amaçlarının farklı olduğu her fırsatta belirtilmektedir. Hatta bazılarının yüksek bir fantezi, bazılarının soyutlama, bazılarının tasarımcı bir anlayışı ön planda tuttıkları düşünülmektedir.

Sanatçı, konuyu çevreden ayırır ve onu şimdiye değin hiç görülmemiş şekilde önünüze koyar¹². Böylelikle seyircinin ona yeni bir gözle bakması olanağını ortaya koyan Pop sanatçıların çoğu; caz, boru sesi, parlak renkler, ışıltılı kent eğlenceleri ve kovboy filmlerinden etkilenmekteydi. Belki de bu nedenle Warhol; ‘Pop Art, sevilen şeylerdir.’ demektedir. Nesnelere gülünç hale getirme ve taklit etmek Pop Art’ta çok yaygındır ve bu durum seyircinin istek ve tepkisine bağlı olarak değişim göstermektedir. Turani; Pop Art sanatçıların sanatsal geçmişlerini şu şekilde anlatmaktadır:

“Örneğin Warhol, bir ayakkabı illüstratörü idi. Rosenquist, reklam resmini ticarete kullanmak için öğrenim görmüştü. Lichtenstein, desen ve gösteri sergileme alanında öğrenim görmüş ve çizgi filmler için karton resimlerinde çalışmış ve dergi resimleriyle hayatını kazanmıştı. Oldenburg ise, dergi illüstrasyonu ve desenler yapmıştı. Wesselmann çizgi film için yapılan karton resimler alanında öğrenim görmüş ve çalışmıştı. Ancak onların hepsi, sonraki anlayışlarından önce, sanatçı olarak ciddi boya resim (peinture) için çaba harcamışlardı. Lippard, ‘Akla gelmişken burada bazı modern reklamcıların, pop nedeniyle eski ciddi versiyonlara döndükleri not edilmektedir.’ diye yazıyor ve sanatçıların modelle değil boyayla çalıştığını belirtiyordu” (TURANİ Adnan, 2010: 729).

Amerikan Pop Art’ının en önemli sanatçısı şüphesiz ki Andy Warhol’dur. Fakat Warhol’a gösterilen yoğun ilgiye karşın Lippard, onu önemli bir ressam fakat zamanının ressamı olmadığını belirtmekten kaçınmıyordu. New York’taki genç sanatçılar tarafından büyük hayranlık duyulduğu saptanan Warhol’un bu durumunu,

¹² TURANİ Adnan, *Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul-2010*, s. 729

Lippard, abstrakt sanatın konsept dalındaki uzlaşmaz liderliğiyle elde ettiğine bağlamaktadır¹³.

Pop Art sanatçıları; soğukkanlı, tarafsız ve kendilerinden emin olarak her şeyi sergileyen bir sanatçı tavrını benimsemiş ve Amerika'daki Pop Art'a da bunu kanalize etmişlerdir.

2.3. Pop Art Sanatçıları

Pop Art sanat akımına yön vermiş olan önemli sanatçılar ve eserleri alt başlıklar halinde incelenmiştir.

2.3.1. Andy Warhol

20. yüzyılın en önemli sanatçılarından biri olarak görülen Andy Warhol, gri bir şehir olan Pittsburg'da, Polonya göçmeni yoksul bir ailenin oğlu olarak 1928 yılında Andrew Warhola adında dünyaya gelmiştir. İlk gençlik yıllarını yoksul bir göçmen mahallesinde geçiren Warhol; çekingen, narin ve annesine olan aşırı düşkünlüğü ile tanınmaktadır.

1930'lu yıllarda yoksulluktan dolayı oyuncak alamayan annesi Warhol'u resme teşvik etmiştir. Fakat Warhol, 8 yaşında bir sinir hastalığına yakalanmış ve bu hastalık onu çevresinden koparmıştır. Andy, çevresiyle iletişime geçmek yerine onları sadece gözlemlemekle yetinmekteydi. Bir ay kadar okuldan uzak kaldığı süre içinde annesine yaklaşmış ve annesinin sürekli ona boyama kitapları ve boyalar vermesi sonucu resimle kaynaşmıştır. Yine annesi ile pazar günleri yapmakta olduğu kilise ziyaretleri Warhol'u derinden etkileyen olaylardan biridir. Warhol'a göre kilise o dönem onun için en renkli mekandı.

8 yaşındaki Andy'i etkisi altında bırakan bir başka olay ise Hollywood'un şatafatlı, çok güzel ve kaygısız görüntüsü idi. Annesinin onun için bulmuş olduğu mecmualara saatlerce bakar, yıldızları keser, onlarla çeşitli kolajlar yapardı. Andy; hep onlar gibi zengin ve ünlü olmak istemiştir. Okul arkadaşlarının portrelerini yapmaya başlayınca ilk kez ünlü olmanın tadını çıkarmıştır. 14 yaşına geldiğinde artık her gün resim yapmaktadır. Andy; 1945 yılında ünlü Cornegie Tech Üniversitesi'ne başlamıştır. Andy, genellikle kız arkadaşlarının yanında bulunmaktan zevk alan fakat erkeklere ilgi duyan yönünü de hep saklayan bir kişiliğe sahiptir.

¹³ TURANİ Adnan, Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul-2010, s.732

1949 yılının Manhattan'ı 20 yaşındaki genç ressam için adeta bir mıknaştır. Üniversite yıllarında az paraya yaptığı işlerle reklam ajanslarına ve büyük mağazalara başvurularında bulunmuştur. Warhol'un şansı 'Glamour' dergisine verdiği illüstrasyonla dönmüştür. Editör bu illüstrasyonu o kadar çok beğenmiştir ki derginin aynı sayısında ona 6 sayfa daha resimleme görevi verir. Derginin metin editörünün Warhola yerine Warhol ismini kullanması sanatçının hem hoşuna gidecek hem de bundan sonra hep böyle kullanmasının başlangıcı olacaktır.

1951 yılında iyi bir apartman dairesine taşınmış ve yanına aldığı annesi ile birlikte 20 yıl yaşamıştır. Annesi ona bir nevi asistanlık yapmış, tuvallerini germiş, yazılarını boyamıştır. Andy'nin annesi ile bu dayanışması 1950'lerde çok para kazanmasını sağlamıştır. İstedığı elit kesime girmeyi başarmış fakat ağır bir hastalığa yakalanmıştır. Cildi gitgide kötüleşmiş, saçları dökülmeye başlamıştır.

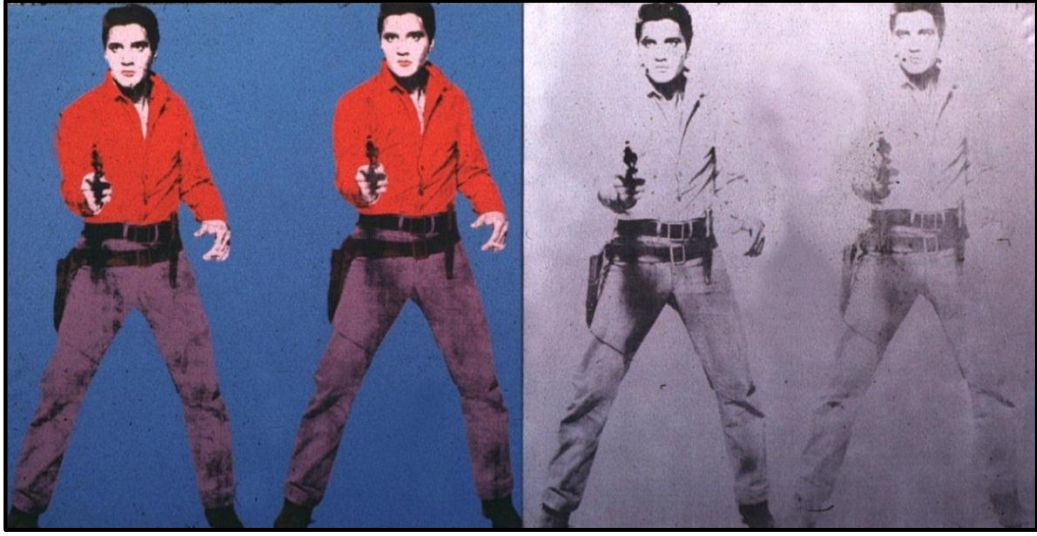
Andy Warhol; 1960'lı yıllarda diğer Pop sanatçılarından bağımsız olarak, resimli romanlardan ve afişlerden etkilenerek eserlerini üretmeye başlamıştır. İlk dönem çalışmalarında, Soyut Dışavurumcuların izlerini taşımaktadır fakat daha sonraki dönemlerde gerçekçi, nesnel ve tarafsız bir anlatım biçimiyle ürünler vermeye başlamıştır. Amerika'nın bunalımlı yıllarında büyüyen bir kuşağın sanatçısı olarak, tüketim toplumunun de etkisiyle, duygusal ve soyut sanata karşı, sanatın toplumdan yabancılaştırılmasına ve yüceltilmesine tepki olarak kendi sanatını, olabildiğince popüler kültüre ve endüstriyel üretime yaklaştırmaya başlamıştır.

Andy Warhol'un adı artık Pop Art'ın bir simgesi haline gelmiş, sanatında tüketim toplumunun olağan ve yoz gerçeklerini, tüketim nesnelere ve popüler kültürün ikonlarını konu olarak almıştır.

1960'lı yıllara gelindiğinde, klasik Pop resimleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Andy Warhol; Dick Tracey, Superman, Şeftali konservesi ve Coca-Cola şişesi gibi nesnelere birer sanat eseri haline getirerek kitleleri şaşırtan ve şok eden yapıtlara imzasını atarak Pop Art'ı yaratan 'popüler'liğe gönderme yapmaya başlamıştır.

Sanatçının serigrafî baskı tekniği ile oluşturduğu kompozisyonlar arasında pek çok ünlü isim yer almaktadır (Bkz. Şekil 2.9.). Warhol yapıtlarına konu olan bu isimlerin hangi nedenlerle böylesine etkileyici ve herkesin odağında olduklarını da bir anlamda sorgulamaktadır. Öncelikle, Warhol için klasik resim malzemeleri olan palet ve fırçayı dışlayan üretim modeline bağlılık, aldığı sanat eğitiminin bir

parçasıdır denilebilir. Bu bağlamda sanatçıya göre baskı resim, bireysel olanı takım çalışması ile üretmenin en kısa yoludur¹⁴.



Şekil 2. 9. Andy Warhol'un 'Elvis' adlı portre çalışması. 1963 yılı.

Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-portrait-229297> (13.03.2012).

Andy Warhol; 1960'ta gözünü pop kültürün ünlü ikonası olan 'Coca-Cola'ya çevirmişti. 1960'lı yılların başında Amerika'nın yakaladığı ekonomik başarı sonucu tüketim ürünlerine aşırı bağımlılık başlamıştır. İşte tam bu sıralarda Warhol, sıradan objeleri alıp onlara 'sanat' demiştir. Daha sonra Warhol, gözünü Hollywood'a çevirmiş, trajik kahramanları neredeyse dini simgelere dönüştürmüş, bu sayede halkın ilgisini çekmeyi başarmıştır.

Warhol; 1980 yılında Pat Hackett ile yayımladığı 'Popizm, 1960'ların Warhol'u' adlı kitabında, kendi görüşlerine dayanarak, Pop Art'ın niceliğinden bahsetmektedir. Pop Art'ı, sanatçılar ve akademisyenler tarafından sayısız teorilerle anlam bulan sanatın tarihinde devrim yaptığını düşünerek, onu basmakalıp halinden sıyırmaktadır.

Artık herkes Andy Warhol'un kim olduğunu araştırmaktaydı. Sanatçı; gazetecilere bir makine olmak istediğini söylüyor, ayrıca atölyesini gümüş rengine boyayarak 'Fabrika' adını veriyordu. Eserlerini bu fabrikada iş üretir gibi üretiyor, bu konuda hem çok ilgi çekiyor hem de çok eleştiriliyordu.

¹⁴ AKAD Aylin, Popüler Kültür ve Pop Art'ta Yazı-İmge Birlikteliği, Yüksek Lisans Tezi, 2008- Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.134



Şekil 2. 10. Andy Warhol'un 'Coca Cola' adlı çalışması. 1962 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol/coca-cola> (13.03.2012).

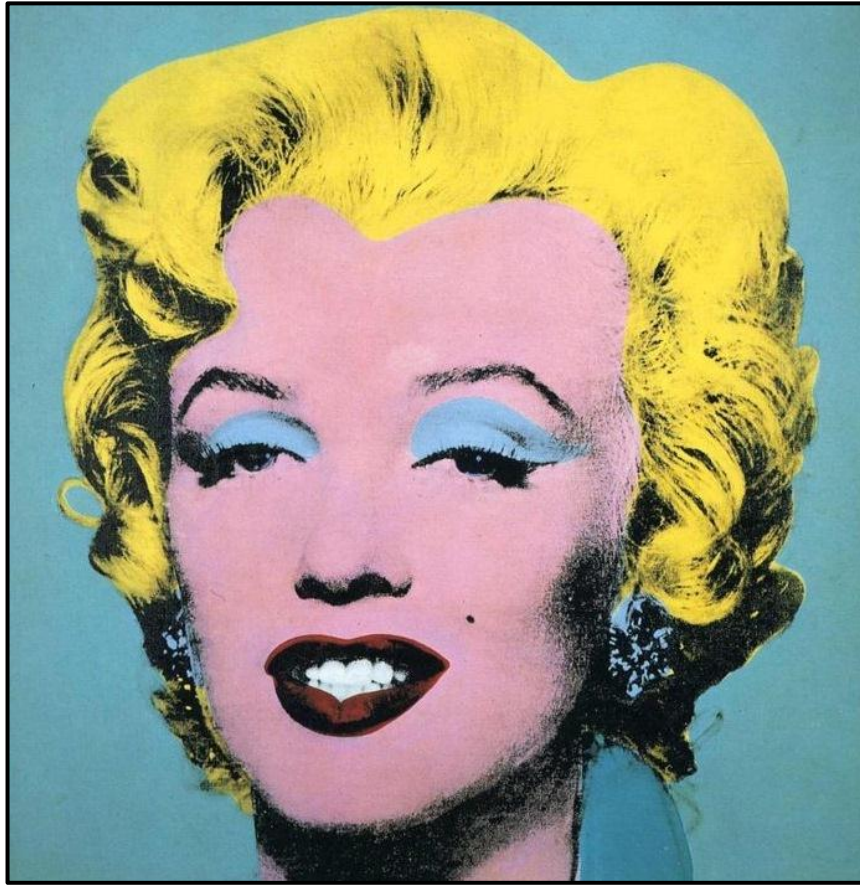
Andy Warhol; kendisini merak edenlere 'Bir makine olmayı istediğim için bu şekilde resim yapıyorum. Her şeyi bir makine gibi yapmamın nedeni, tüm yapmak istediğimin bundan ibaret olmasındandır. Herkes birbirinin benzeri olduğu zaman korkunç bir sonuç ortaya çıkıyor... Gelecekte herkes on beş dakikalığına ünlü olabilecek... Eğer Andy Warhol hakkında bir şey öğrenmek istiyorsanız, resimlerimin yüzeyine, filmlerime ve bana bakın. İşte ben. Ardında bir şey yoktur.' açıklamasında bulunmuştur.

Sanatçı 1963 yılına geldiğinde refah düzeyini oldukça yükseltmiş, kendisine bir film kamerası almış ve sinemayı denemeye karar vermiştir.

Popüler kültürün bir özelliği olarak neredeyse herkes Andy'nin fabrikasında yer almak istiyordu. Warhol ise evinin yakınındaki kilisede tıpkı çocukluğunda olduğu gibi sakinlik aramaya başlamıştı. Warhol, yaşadığı tüm olumsuzluklara rağmen 1968 yılında 'inter-VIEW' isimli dergiyi kurmuş, 1971 yılında ise derginin adını 'Interview' olarak değiştirmiştir.

Warhol; her zaman yanında ‘karım’ diye adlandırdığı ses kayıt cihazını ve kamerasını bulundurmaktaydı. Andy; ses kayıt cihazına notlar kaydediyor, daha sonra da bu kayıtları fabrikada çalışan öğrencilerine verip kağıda aktarmalarını istiyordu. Warhol; bu notları daha sonra ‘A’dan B’ye ve Gerisin Geriye Andy Warhol Felsefesi’ adı altında bir kitapta yayınlamış ve edebiyat dünyasına da giriş yapmıştır. Andy, her zaman ününü ve parasını asla kaybetmeyen bir sanatçı olarak bilinmektedir.

Andy Warhol; tüketim toplumu için en sıradan nesnelere ve dönemin en ünlü ve sansasyonel kişiliklerini resmetmiştir. Bir makinenin aynı nesnelere sürekli üretmesi gibi Warhol da tuvallerinde serigrafi tekniğine sıkça yer vermiştir. Bir nesnenin ya da kişinin Warhol’un eserlerine konu olabilmesi için televizyonda sıkça görünmesi, basında yer alması, ünlü bir marka ya da şahıs olması gerekmektedir (Bkz. Şekil 2.11.).



Şekil 2. 11. Andy Warhol’un ‘Marilyn’ adlı serigrafi çalışması. 1962 yılı.

Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol/marilyn-1> (13.03.2012).

Warhol; Amerika'daki her insan gibi Campbell's çorbası içiyor, ünlülerle tanışmaya çalışıyor, onlarla fotoğraf çektirebilmek için can atıyordu. Dış görünümü tıpkı resimlerindeki gibi donuktu ve bu durum kendisini bir makinaya, atölyesini de fabrikaya benzetmesine neden olmaktaydı. Akad, Andy Warhol'un çorba kutusunu sanat eseri haline getirdiğinde toplumdan aldığı tepkiyi şu şekilde anlatmaktadır (Bkz. Şekil 2.12):

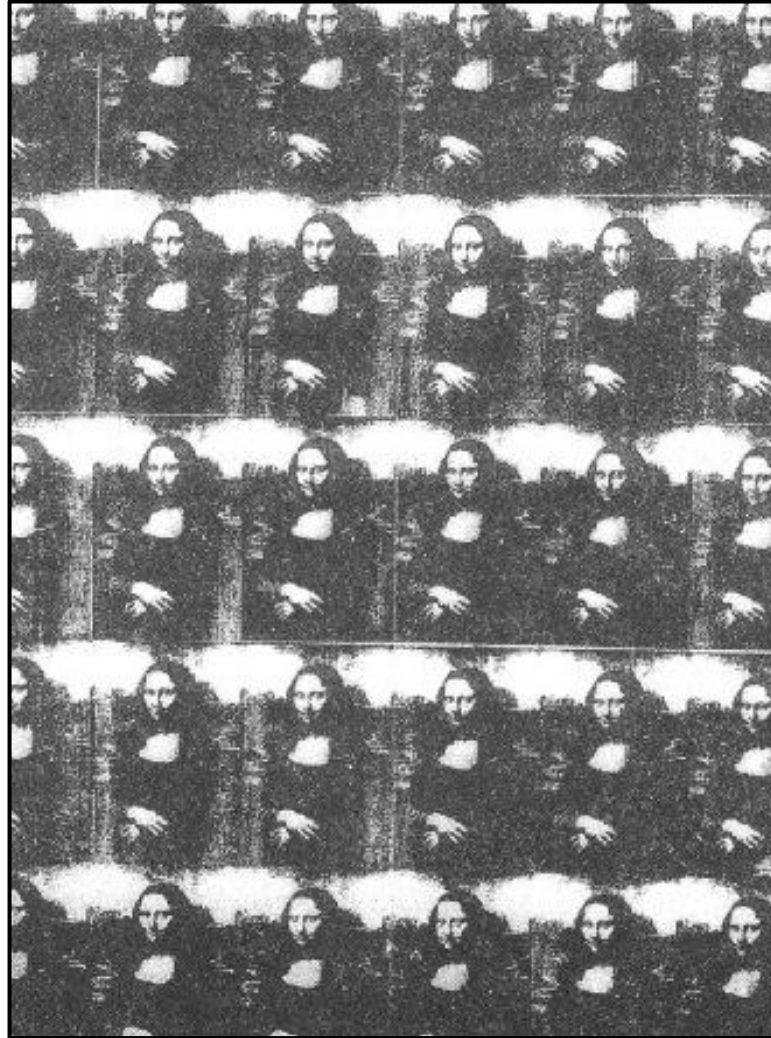
“Warhol, seçtiği çorba kutusunun fotografik imgesiyle, belli bir sanat biçimine alışmış orta sınıf Amerika toplumunu şok eder. Aynı zamanda sanatçı, bu yapıtında tuvali aslında tüm öykülerden arındırmış ve bir tek nesneye indirgemıştır. Bu bakış açısıyla Pop Sanat ve Andy Warhol, “çok az insanın düşündüğü bir şey gerçekleştirerek resmi, bütün ‘öte’ (meta) boyutlarından arındırarak, sadece kendisi olarak sunar. Ne var ki, aynı tuval bunun tam tersini de gerçekleştirir ve hiçbir öykü, kurgu, olmadığı için sanat yapıtı büsbütün bir anlam kazanabilir hale gelir” (AKAD Aylin, 2008: 136).



Şekil 2. 12. Andy Warhol 'Büyük Campbell's Çorbası' adlı çalışması. 1962 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol/campbell-s-soup-can-beef> (13.03.2012).

Warhol'un resme duygusuz, mekanik bir şekilde yaklaşması, onun resimlerini herhangi bir insanın dahi yapabileceğini söylemesi ve daha da açık olup bazı resimlerinin asistanları tarafından yapıldığını söylemesi öyle bir panik yaratmıştır ki sonradan bunu yalanlamak zorunda kalmıştır.

Warhol; resim sanatının tartışılmaz klasiği olan Mona Lisa'yı otuz kez tekrarlamış ve bu esere 'Thirty Are Better Than One' (Otuz, Birden Daha İyidir) adını vermiştir (Bkz. Şekil 2.13.). Sanatçı bu çalışmasında resmin orijinal imgesine dokunmamış, sadece serigrafî tekniğiyle çoğaltılmıştır. Warhol'un bunu yapmasının tek amacı eserin biricik olgusunu yok etmektir.

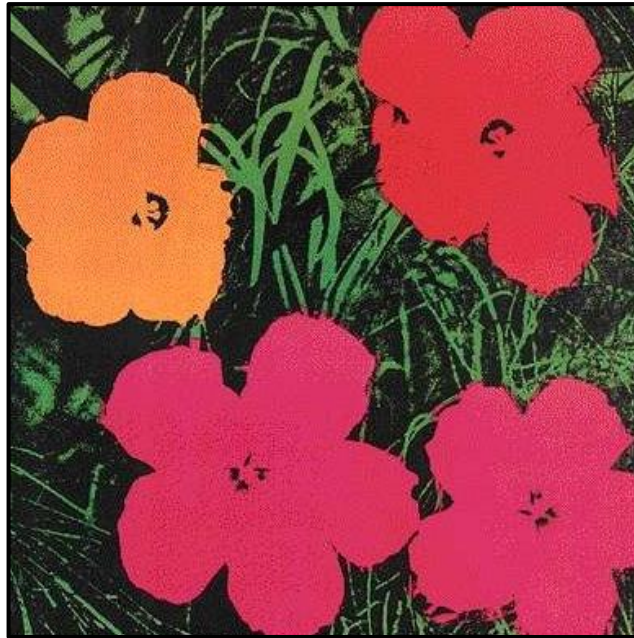


Şekil 2. 13. Andy Warhol'un 'Otuz, Birden Daha İyidir' adlı serigrafî çalışması. 1963 yılı.
Kaynak: <http://www.aiwaz.net/gallery/mona-lisa-as-modern-lisa/gc234> (13.03.2012).

Warhol sanat yaşamı boyunca grafikerlikten, film ve televizyon yapımına kadar uzanan sanatın birçok dalında uğraş vermiştir. Bu çok yönlü kimliğiyle Amerikan sanat yaşamına önderlik yaptığı tartışılmaz bir gerçekliktir¹⁵.

Popüler kültürü konu alarak çalışmalar yapan Warhol da artık popüler kültürün bir parçası olmuştur. Hayatında bir kez bile sanat galerisine gitmeyen insanlar Andy'nin adını ve tüm eserlerini bilir hale gelmiştir. Sanatçının bu kadar başarılı olmasının arkasında sanat yaşamının başlangıcındaki reklamcı kimliğinin yattığı düşünülmektedir. Ögüt, Andy Warhol'un 'Çiçekler' adlı çalışmasını şu şekilde yorumlamıştır (Bkz. Şekil 2.14.):

“Warhol, soyut sanatın yarattığı yüksek kültür ayrımı ve yabancılaşmaya tepki göstererek, sanatını yaşadığı dönemin toplumuna ve popüler kültüre yakınlaştırmaya çalışmış, sanatın basit bir tarifini yapmıştır. Warhol'un, 1950'lerin Soyut Dışavurumcu resminin bir anlamda karşısında yer aldığı düşündürülen çalışmalarından biri, oldukça fazla sayıda ürettiği, Leo Castelli Galerisi'nde büyük bir yer tutan “Çiçekler” (1964) adlı toplu ürettiği resimlerdir. Bu resimlerdeki asimetri, doğada bulunmadığı sanılan, tekrarlanan çiçek formu ve yüzeysellik, izleyicide önemsiz bir dekorasyon veya duvar kağıdı etkisi yaratır. Bu durum, sanat eserinin şiirselliğini ve orijinalliğini cesurca sorgulayan ve ters yüz eden bir tutumu gözler önüne serer” (ÖĞÜT Çağdaş Gül, 2008: 84).



Şekil 2. 14. Andy Warhol'un 'Çiçekler' adlı resim çalışması. 1964 yılı.

Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-flower-painting-229300> (13.03.2012).

¹⁵ AKAD Aylin, Popüler Kültür ve Pop Art'ta Yazı-İmge Birlikteliği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008-Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.138

Warhol; ipek baskı tekniğini uygularken, çığ, kontrast renkler kullanmış, baskının yol açtığı pürüzlere hatta düzensizliklere izin vermiş ve yeni bir reklam estetiği çerçevesinde üslubunu oluşturmuştur. Fotomekanik ve ipek baskı yöntemleriyle, defalarca çoğalttığı eserleri, endüstriyel sisteme göndermede bulunmaktadır. Ögüt, Warhol'un bu üslubunu şu şekilde anlatmaktadır:

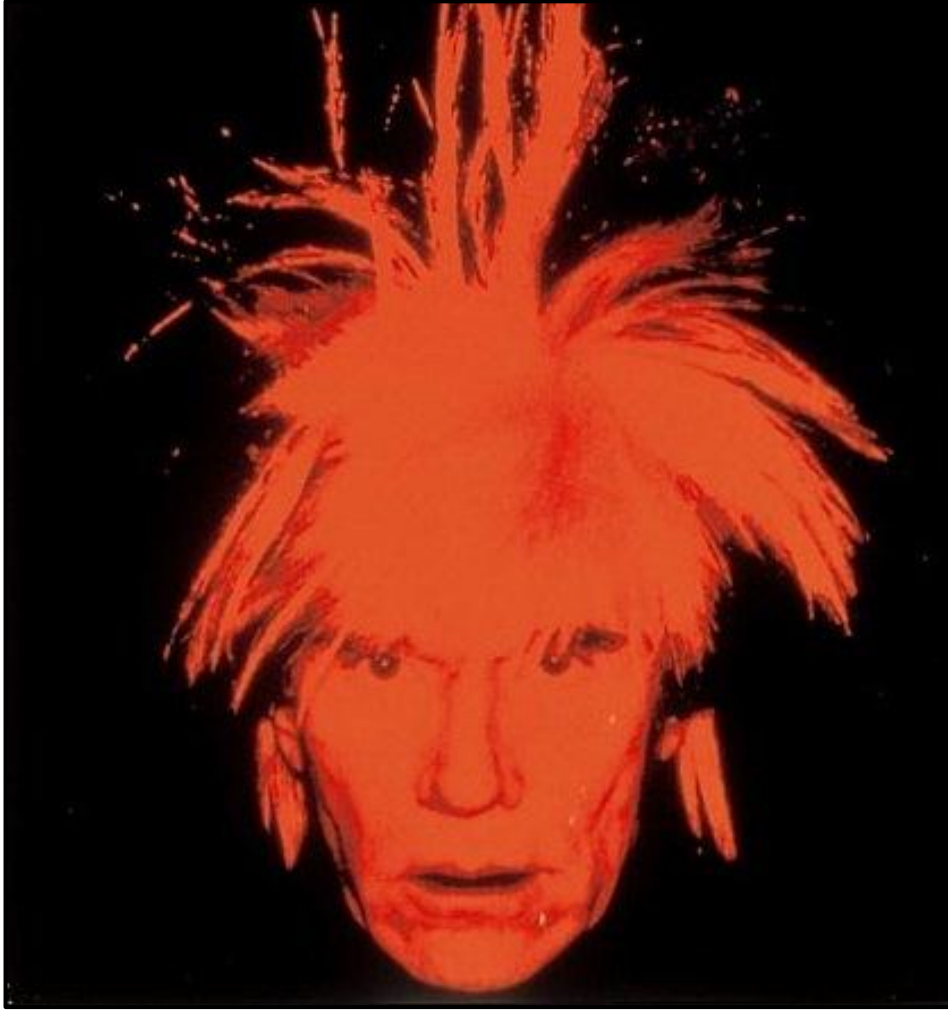
“Ön çalışması 1964'te biten, '100 Brillo Kutusu', Warhol'un Pasadena Sanat Müzesi'nde 1970'de açmayı planladığı bir sergi için tekrar hazırlanmıştır. Sanatçı, 1964'te 400 adet tahta kutuyu, asistanlarının da yardımıyla süper marketlerde bulunan Brillo kutuları haline dönüştürmüştür. Brillo kutuları, süper marketlerde stok edilen ürünlerin düzensizliğini taklit ederek, sanat eserinin müzedeki yüksek kültüre ilişkin konumunu, ortaya apaçık bir ticari değer sunarak eleştirmiştir. Aynı zamanda, bu çalışmayla elitist yüksek sanat savunucularına, gündelik yaşamın değiştirilemez biçimini hatırlatır. Warhol'un işaret ettikleri konusunda haksız olduğu söylenemez. Herhangi bir yüksek sanat savunucusu, gündelik yaşamında pek çok kez kendisini kitch değerlerdeki logolar ve markalar arasındaki rekabetin ortasında, bir alışveriş seçimi yaparken bulmaktadır. Warhol'un bu sunumunda da sadece boş kutular üzerinde, Brillo markasının kendine özgü yapısı görülmektedir” (ÖGÜT Çağdaş Gül, 2008: 86).

Sanatçı; dikkatini çeken trajik konuları ele alan resim serilerine, 'Jet Uçağında 129 Ölü' adlı çalışmasıyla başlamıştır. Benzer bir konu olan 'Tuna Balığı Felaketi' adlı çalışmasına ise 1963 yılında gazetede görmüş olduğu numaralanmış ton balığı konserveleeri ile birlikte yer alan mağdurların gülümseyen fotoğraflarını gördükten sonra karar vermiştir. Bu çalışma; yaratılan konuların gündemi bir süreliğine meşgul etmesi ve buna benzer haberlerin yarattığı soru işaretinin bir sonucu olarak yapılmış bir çalışmadır. Konu edinilen olayda sıradan olan mağdur kişiler, ölümleri sonucunda medyanın etkisiyle popüler olmuşlardır. Yani; popüler tanımlaması çok geniş bir yelpazeye bölünebilir; film yıldızları, sporcular, ürün markaları, televizyon programları, magazin basınları, mağdur kişiler ve hatta seri katiller kısa süreliğine, 'popüler' nitelemesini kazanırlar. Akad'ın da ifade ettiği gibi:

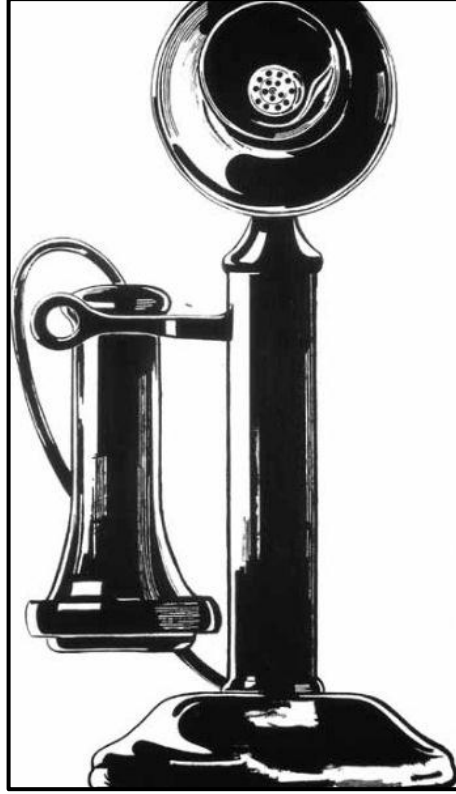
“Warhol'un bir popüler kültür ikonuna dönüştürdüğü 'Marilynler' adlı yapıtı incelendiğinde, sanatçının kitlelere mal olmuş 'ilahi' statüsünde algılanan bir süperstar'ın imajlarını tekrarlarla aynı yüzeyde buluşturarak, bir imajdan öteye geçemeyen bu miti, tuval yüzeyindeki görüntüye hapsederek bağımlı hale getirdiği şeklinde yorumlanabilir. Sanatçı bu çalışmasında, kitle endüstrisinin bir haya nesnesi olan Monroe'nun imgesi ve onun ortaya çıkan portresiyle, oluşturduğu yapay evrende, Monroe'nun aslında bir klişeden ibaret olduğu düşüncesine de gönderme yapar. Warhol bu süperstar'ın fetişe dönüşmüş imgesini tekrar tekrar üreterek, o imajın sürecini hazırlayan bilinç niteliğini de bir anlamda sorgular. Warhol, Monroe'nun çoğaltılmış imgesini olabildiğince sadeleştirip, kimi zaman kirli filtre izlerinin görülmesi ve özenli özensizliği ön plana çıkararak sadeleştirme

amacı, çoğaltma işlemine dikkat çekmek ve izleyiciyi imajın özündeki ilk örnekle yüzleştirmeye kışkırtmaktır denilebilir” (AKAD Aylin, 2008: 134).

Partneri Johnson tarafından 1980 yılında terk edilen Andy büyük bir boşluğa düşmüş ve kendine olan güvenini her geçen gün daha da çok kaybetmiştir. 1987 yılında kronik sağlık sorunları baş göstermeye başlamış, aynı yıl kalp krizi geçirerek hayata veda etmiştir. Bir yıldan kısa bir süre içinde de kıymetli, kıymetsiz tüm eşyaları Sotheby’s Müzayedesi’nde satılmıştır.



Şekil 2. 15. Andy Warhol’un serigrafisi tekniği ile yapmış olduğu otoportresi. 1986 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-self-portrait-229379> (13.03.2012).



Şekil 2. 16. Andy Warhol'un 'Telefon' adlı çalışması. 1961 yılı.

Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-still-life-229387> (10.01.2012).



Şekil 2. 17. Andy Warhol'un 'Haç' adlı resim çalışması. 1981 yılı.

Kaynak: www.warhol.org/collection/art/Work/1998-1-260/ (09.01.2012).



Şekil 2. 18. Andy Warhol'un 'Hamburger' adlı serigrafi çalışması. 1985 yılı.
Kaynak: www.warhol.org/collection/art/Work/1998-1-3175/ (08.01.2012).



Şekil 2. 19. Andy Warhol'un 'Bıçaklar' adlı resim çalışması. 1981 yılı.
Kaynak: <http://www.artcyclopedia.com/masterscans/andy-warhol-knives.html> (07.01.2012).



Şekil 2. 20. Andy Warhol'un 'Dolar İşareti' adlı çalışması. 1982 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-design-229286> (07.01.2012).



Şekil 2. 21. Andy Warhol'un 'Kırmızı Liz' adlı serigrafî çalışması. 1962 yılı.
Kaynak: <http://www.theseamericans.com/page/2/?tag=andy-warhol> (13.03.2012).



Şekil 2. 22. Andy Warhol'un 'Süperman' adlı resim çalışması. 1960 yılı.

Kaynak: http://www.artnet.com/magazineus/features/finch/dakis-joannou-small-beer11-17-09_detail.asp?picnum=6 (13.03.2012).

2.3.2. Claes Oldenburg

Claes Oldenburg (1929); Pop dünyasına renkli ve üç boyutlu nesneleriyle katılmıştır. Yaşadığı, içinde bulunduğu tüketim toplumunun yiyecek ve tüketim malzemelerini devasa boyutlarda abartılı ve dikkat çekici biçimde büyütmüş ve bunları bir sanat eseri olarak sergilemiştir. Sanatçı; New York'ta yaşadığı dönemlerde Amerikan mutfağının en bilindik ürünlerinin yani; hamburger, dondurma ve sosis gibi ürünlerin kumaş heykellerini yapmıştır. Oldenburg bu devasa kumaş heykellere 'Yumuşak Heykeller' adını vermiştir.

Oldenburg; her biri Amerikan kültürünün en güçlü öğeleri sayılabilecek bu nesnelere kullanarak hem bunları topluma geri yansıtılmış hem de yabancılaştırmıştır. Oldenburg ayrıca bu heykellerin yumuşak biçimi ve dokusuyla bilinen geleneksel heykel anlayışını da ortadan kaldırmıştır.

Oldenburg; ticari malzeme ve ürünleri kullanarak sanat yapan bir Amerikan Pop Art sanatçısıdır. Sanatçı bu eserleri yaparken insanların, nesnelere önünde alay

ederek güldüklerini hayal ettiğini söylemektedir. Bu sözler Oldenburg'un Dadaizm'den etkilendiğini ortaya koymaktadır.

Oldenburg; renkli ve üç boyutlu heykelleri ile Pop dünyasına farklı bir yönden ışık tutmuştur. Sanatçı; klozet kapağı, elektrik düğmesi, araba sileceği, yazı makinesi, ruj, mandal gibi çeşitli günlük kullanım nesnelerini eserlerine taşımıştır.

Sanatçı; New York'ta sıradan bir mağazayı andıran atölyesine 'Dükkan' adını vermiş ve burada tüketim nesnelerini ve sıradan nesnelere kullandığı eserlerini izleyici ile buluşturmuştur. Sanatçının bu tavır içinde bulunması sanat eserinin konumu ile izleyicinin tepkisini sınamaktadır¹⁶. Öğüt, Oldenburg'un yapıtlarını şu sözlerle ifade etmiştir:

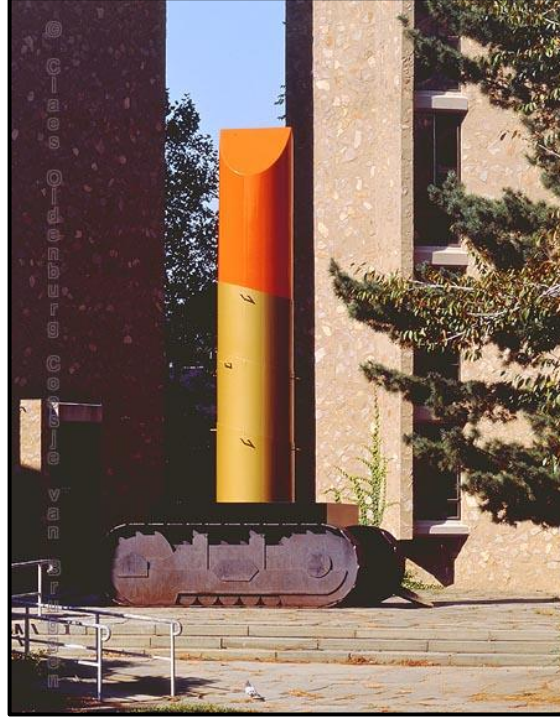
"Teknoloji ve makineler, belirli insan ihtiyaçlarına göre kalıplaşmış nesnelere olarak ürünler üretir. Bu ürünler, insanların, sosyolojik, psikolojik ve kültürel yönlerinin bir yansımasıdır ve bu yönleri karşılayacak özelliklerle yüklenirler. Algılarla bilinçaltına işleyen sembolik biçimleri, bu etki işlevi için tasarlanmıştır. Oldenburg, ilk bakışta anlamsız gibi gelen sembolik bileşimleri eserlerinde kullanmıştır. Heykellerinin büyük boyutlarının izleyicide yarattığı şaşkınlık duygusu, çalışmanın nedenselliği üzerinde düşünülmesini engelleyebilecek bir toleranssızlığa dönüşür. Çünkü gösteri ve imaj toplumunda kısa süren anlık etkiler söz konusudur. Oldenburg'un çalışmaları, nesnelere insan dünyasını taklit ettiği trajik bir sessiz sinemayı andırmaktadır. Böylece artık eserlerde bir zamanlar vazgeçilmez olan insan ögesinin yitirildiği görülmektedir. Çünkü nesnenin kendisi artık özne üzerinde damgasını vurmuştur. Özne eleştirel aklın yerine öznesiz ve nesnelleşen dünyanın çekimi altında yaşamaya başlanılmıştır: Baudrillard buna banal imgelerin kaçınılmaz ironisi adını vermiştir" (ÖĞÜT Çağdaş Gül, 2008: 104).

Oldenburg; kent açık hava heykel müzesine davet edilmesi üzerine ilk olarak Manhattan'ı sanat eseri olarak adlandırmayı önermiştir. Sanatçının heykelleri dev boyutta kullanımı geçmişteki Mısır ve antik dönem anıtlarını anımsatmaktadır. Fakat Oldenburg'un eserlerini bunlardan ayıran en önemli özellik; sanatın artık simgesel değil, tam tersine mizah boyutuyla bütünleşmesidir.

1969 yılında Oldenburg toplum tarafından her ne kadar sıra dışı olarak algılsa da onun için son derece doğal olan 'Tank Üzerine Çıkan Ruj' adlı heykelini Yale Üniversitesi'nin kampüsüne monte etmiştir. Güzelliği arttıran bir anlam taşıyan normal ruj resmi ile savaş makinesi olan tank ilk bakışta birbirlerinden çok uzak görünmektedirler fakat bu durum tüketim toplumunda insan boyutlarını aşan ve nesnelleşen metale dönüşmüştür.

¹⁶ÖĞÜT Çağdaş Gül, Popüler Kültürün Toplumsal Etkileri ve Pop Sanat, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008-İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, s. 138

Oldenburg'un 'Yatak Odası Takımı' adlı çalışması tahta, formika ve vinilden 'ilahlaştırılmış' bir motel odası olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışma; insan ait nesnelere insansız sergileyerek Pop Art'ı en iyi temsil eden eserlerden biri olmuştur.



Şekil 2. 23. Claes Oldenburg'un 'Caterpillar Üzerinde Ruj' adlı heykel çalışması. 1969 yılı.
Kaynak: <http://oldenburgvanbruggen.com/largescaleprojects/lipstick.htm> (20.01.2012).



Şekil 2. 24. Claes Oldenburg'un 'Hamur İşi Kasası' adlı alçı heykel çalışması. 1961 yılı.
Kaynak: <http://www.sanaldalnumara.net/hat-minyatur-eburu-ve-diger-sanatlar/176765-pop-art-claes-oldenburg.html> (19.03.2012).



Şekil 2. 25. Claes Oldenburg'un 'Koni' adlı yumuşak heykel çalışması. 1962 yılı.
Kaynak: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=81461 (14.01.2012).

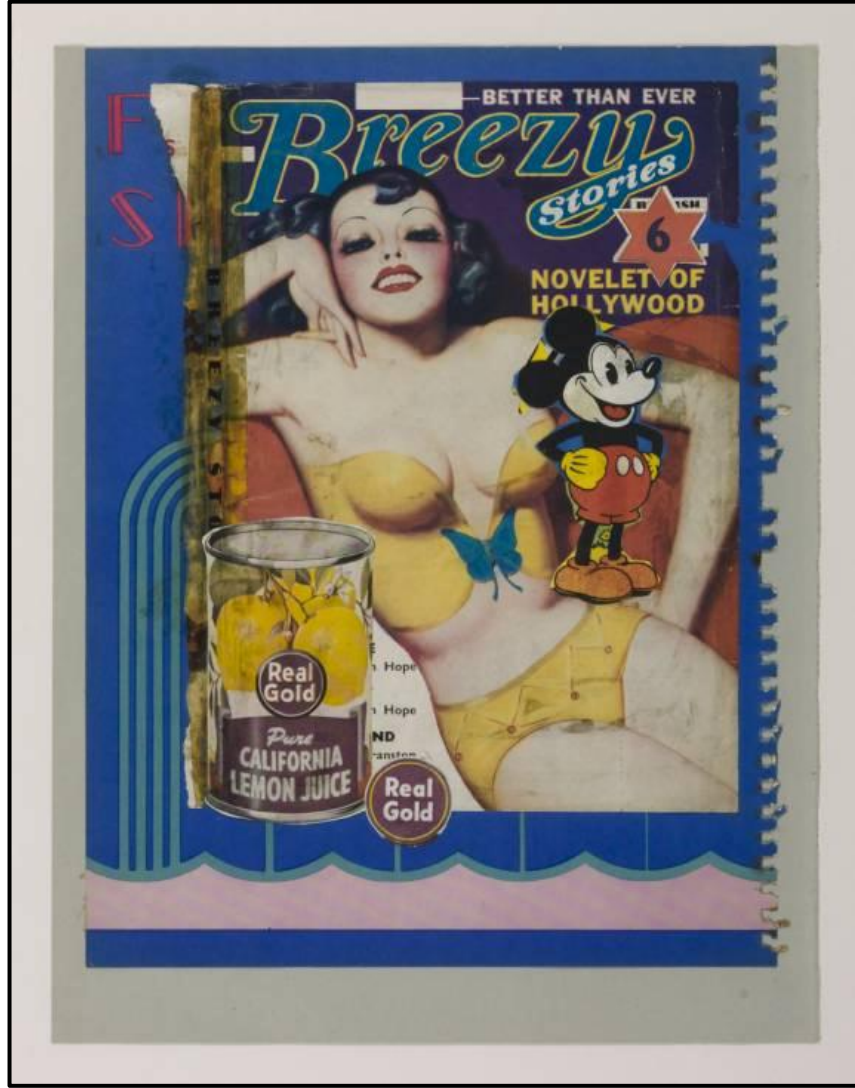
2.3.3. Eduardo Paolozzi

Eduardo Paolozzi (1924); Pop Art'ın gelişiminde etkili olan fikirlerin biçimlenmesinde en etkili rol oynayan sanatçıdır. Örneğin; pop kültürü için gerekli olan zevk, kışkırtıcı imaj görüşü, inancı ve en önemlisi de teknoloji ile insanların birbirlerini karşılıklı olarak etkileme düşüncesi onun en belirgin görüşleri olmuştur. İtalyan asıllı olan Paolozzi, Edinburgh College of Art ve Slade School'dan mezun olmuş ve gençliğinde sıkça izlemiş olduğu Karloff canavar filmlerini belleğine yerleştirmiştir. 1955 yılında bir oto-portresinde yüzünü bir kamera ile birleştirmiş ve sanki kamera onun bir parçaymış gibi yüzüne gömmüştür.

Paolozzi'nin Pop Art'ın birinci evresini en çok etkileyen eserlerinin başında Frankenstein canavarı ve uzay robotlarının imalarını kaynaştıran bronz heykel ve kolajlar vardır.

Paolozzi; Pop Art için 1947 gibi çok erken sayılabilecek bir tarihte yapmış olduğu kolajları ile Pop Art'ın ana damarlarında yerini almıştır. Çizgi romanlardan ve dergilerden kesip topladığı imgeleri bir araya getirerek 'Bunk!' ve 'Scropbook' adını vermiş olduğu, Pop Art'ın en erken ürünleri olarak görülen kolajları gerçekleştirmiştir.

Paolozzi'nin kitle kültürü/popüler kültüre olan ilgisi zamanla azalmış ve çağdaş dünyanın kötümser, varoluşçu eksenine kaymıştır. Bu durum eserlerinde belirgin olarak görülmeye başlamıştır. İlk zamanlar yapmış olduğu kolaj eserler yerini eğilip bükülmüş heykellere bırakmıştır. Paolozzi'nin eserleri bu durum nedeniyle Pop Art eserleri olarak görülmemeye başlanmıştır.



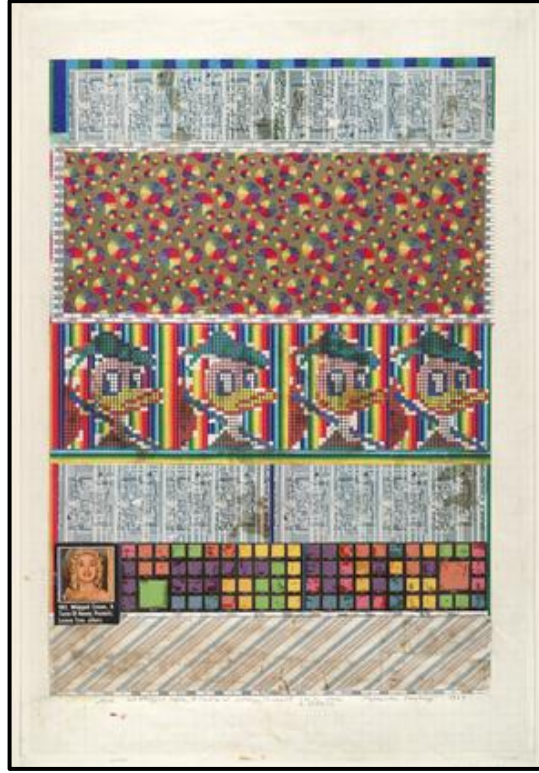
Şekil 2. 26. Eduardo Paolozzi'nin 'Gerçek Altın' adlı kolaj çalışması. 1950 yılı.
Kaynak:<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=11348&searchid=9804> (11.01.2012).



Şekil 2. 27. Eduardo Paolozzi'nin 'Paris Kuş' adlı bronz heykel çalışması. 1948 yılı.
Kaynak:<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=21521&searchid=9804> (12.01.2012).



Şekil 2. 28. Eduardo Paolozzi'nin 'İnsanlarla Tanışmak' adlı kolaj çalışması. 1948 yılı.
Kaynak:<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=11347&searchid=9804> (12.01.2012).



Şekil 2. 29. Eduardo Paolozzi'nin 'Krem Şanti, A Taste of Honey, Fıstık, Limon Ağacı ve Diğerleri' adlı kolaj çalışması. 1967 yılı.

Kaynak: <http://www.bampfa.berkeley.edu/exhibition/eduardo> (19.03.2012).



Şekil 2. 30. Eduardo Paolozzi'nin 'Zengin Bir Adamın Oyunağı Oldu' adlı kolaj çalışması. 1947 yılı.

Kaynak: <http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=11350&searchid=9804> (10.01.2012).



Şekil 2. 31. Eduardo Paolozzi'nin 'No 7 Sun City' adlı kolaj çalışması. 1967 yılı.
Kaynak: http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=85557 (12.01.2012).

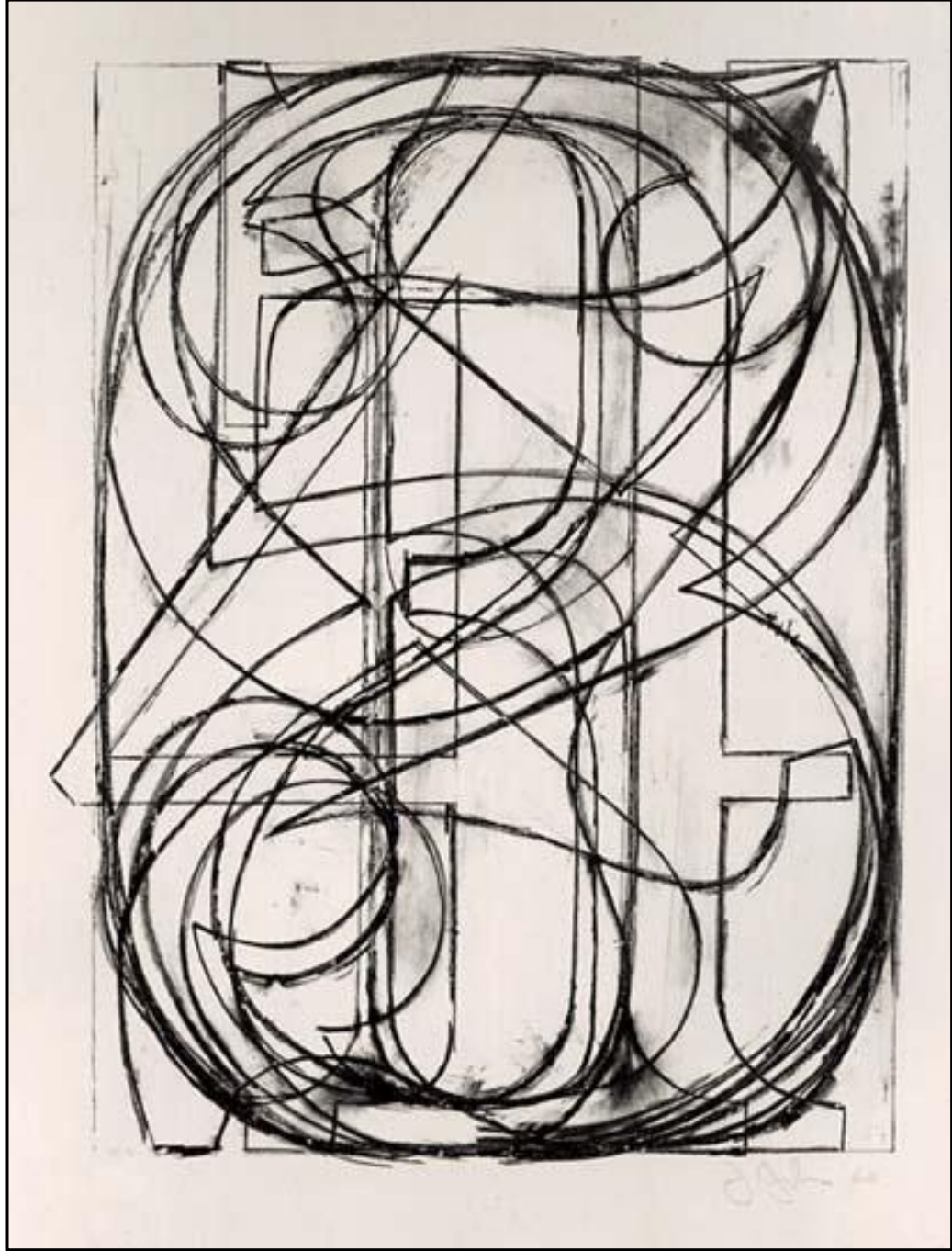
2.3.4. Jasper Johns

Jasper Johns (1930); Amerika Birleşik Devletleri'nin İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra uzun süre etkisinde kaldığı Soyut Dışavurumculuk'tan Pop Art'a geçiş sürecinin başlıca temsilcilerinden biri olmuştur.

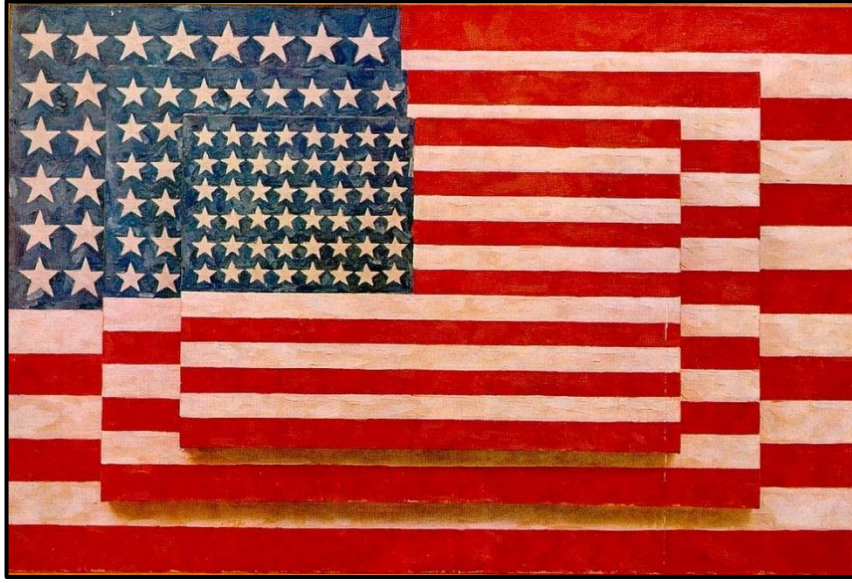
Jasper Johns; bir galeri sahibi olan Leo Castelli tarafından keşfedilmiş ve kendisine sanat doğrultusunda sürekli yenilenme fırsatı verilmiştir.

Jasper Johns'un en önemli eseri 1958 yılında sergilemiş olduğu 'Bayrak'tır (Bkz. Şekil 2.33.). Johns bayrağın yanı sıra hedef, nişangah ve harita gibi terimleri sıradan bir görselliğe taşıyarak çarpıcı bir etki yaratmıştır. Johns böylelikle gerçeğin ta kendisini yeniden yorumlayarak kavramın estetik biçimine dahil olmuştur. Johns'un ilk çalışmalarının arasında en dikkat çeken nişangah olmuştur.

Jasper Johns'un 'Renkli Rakamlar' adlı çalışmasında Kübistlerin harflerini ve rakamlarını kullanarak oluşturmuş olduğu resimsel yorumlama biçimi, başka hiçbir eserinde kararlı olmadığı kadar kararlı olmuştur (Bkz. Şekil 2.32.). Johns; bu eserinde dışavurumcu bir etkide kalmış fakat kendi fotoğraflarından oluşan bir kolaj parçası olarak ürettiği oto portresinde ve yapmış olduğu çalışmalarda adeta Pop Art'ın manifestosuz ilkelerine destek vermiştir.

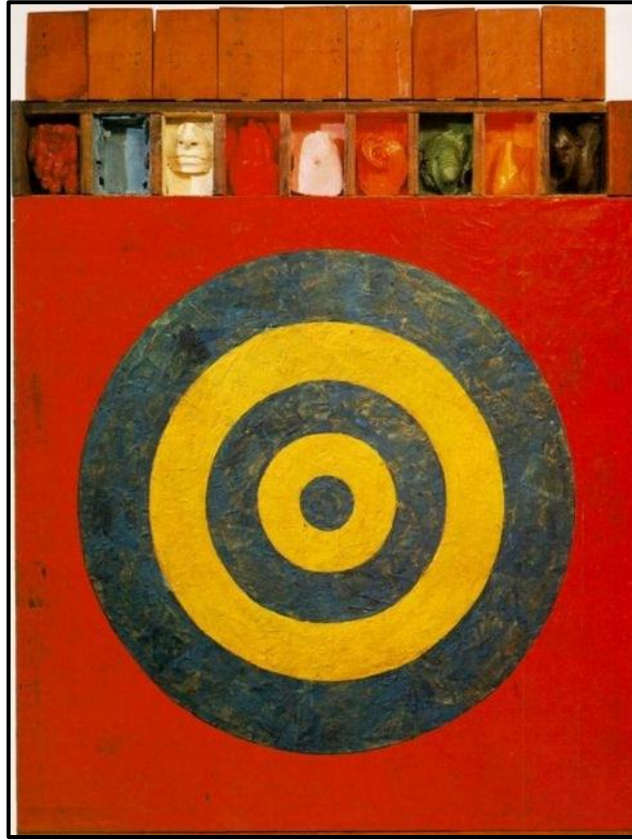


Şekil 2. 32. Jasper Johns'un '0 ile 9 Arasında' adlı resim çalışması. 1960 yılı.
Kaynak: <http://allthingsstylish.tumblr.com/post/4015057822/jasper-johns-0-through-9> (26.03.2012).



Şekil 2. 33. Jasper Johns'un 'Üç Bayrak' adlı resim çalışması. 1958 yılı.

Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/search/jasper%20johns/1#supersized-search-235791> (26.03.2012).



Şekil 2. 34. Jasper Johns'un 'Alçı Oyuncular ile Hedef' adlı kolaj çalışması. 1955 yılı.

Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/jasper-johns/target-with-plaster-casts-1955> (26.03.2012).

2.3.5. Tom Wesselmann

Tom Wesselmann (1931); 1940'lı yıllarda psikoloji eğitimi almış, ardından da Kore Savaşı'na katılmış bir Pop Art sanatçısıdır. Eğitimi ve görev aldığı dönemlerde sanatla yakından ilgilenme fırsatı bulamamış, 1954 yılında ara verdiği çalışmalarına ve sanat akademisine kesin dönüş yapmıştır.

Wesselmann; geçimini dergi ve gazetelere karikatür çizerek sağlamıştır. Bu durum, 1950'li yılların sonunda küçük bir seri kolaj yapmasına ve daha yapacak olduğu büyük boyutlardaki 'Great American Nudes' ve 'Still Life' serilerinin başlangıcı olmuştur.

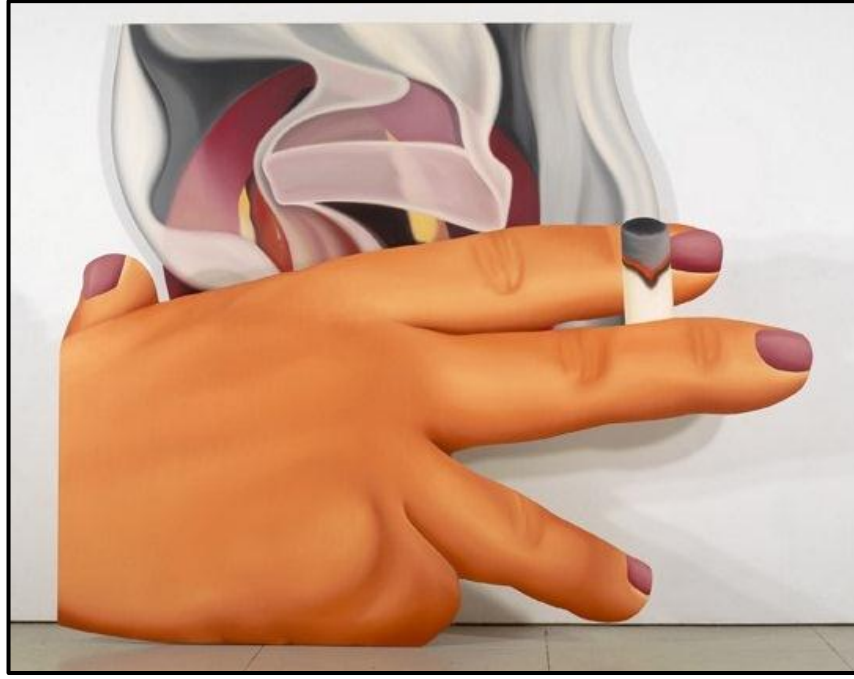
Tom Wesselmann; Pop Art'ın kadın imgesini en çok kullanan sanatçısı olarak bilinmektedir. Wesselmann ayrıca Pop Art'ta çıplak kadın imgesini en çok kullanan ve kolajlarıyla bütünleştiren sanatçı olmuştur.

Onun ilk kolajlarında malzeme olarak sıkça gazeteler, kumaşlar, yapraklar ve salt doku örnekleri bulunmaktadır. Fakat Wesselmann 1960'lı yıllarda sanatında bir değişikliğe gitmiş; kolajı boyalarla birleştirerek çıplak ve ölü doğalar meydana getirmiştir.

Wesselmann ilk sergisini 1961 yılında New York'ta açmış; Playboy dergisinin çıplaklarından esinlenerek yapmış olduğu ve en ünlü serisi olarak bilinen 'Ünlü Amerikan Çıplağı'nı bu sergide sergilemiştir. Bu seri genel olarak iç mekanlarda bulunan çıplak kadın resimleri olarak tanınmıştır.

Tom Wesselmann; 1962 yılında 'Yeni Realistler' isimli grup sergisine katılmıştır. Aynı yıl ilk 'Still Life' başlıklı birleştirmesini gerçekleştirmiştir. 1964 yılında 1980'lerin başlarına kadar uzayacak olan 'Yatak Odası', 'Deniz Manzaraları' ve 'Sigara Tiryakileri' serilerine de başlamıştır.

Tom Wesselmann'ın Pop Art'ın 1960'lardaki önderlerinden birisi olma sebebi; sıradan motifler, basmakalıplara indirgenen konular ve cinselliğe bakışında kullandığı parlak renkler olmuştur.



Şekil 2. 35. Tom Wesselmann'ın 'Smoker' adlı suluboya çalışması. 1976 yılı.
Kaynak: <http://tomwesselmannestate.org/enter.html> (21.01.2012).



Şekil 2. 36. Tom Wesselmann'ın 'Still Life' adlı suluboya çalışması. 1962 yılı.
Kaynak: <http://tomwesselmannestate.org/enter.html> (21.01.2012).



Şekil 2. 37. Tom Wesselmann'ın 'Still Life' adlı koleksiyonuna ait kolaj çalışması. 1963 yılı.
Kaynak: <http://tomwesselmannestate.org/enter.html> (21.01.2012).



Şekil 2. 38. Tom Wesselmann'ın 'Bedroom' adlı suluboya çalışması. 1973 yılı.
Kaynak: <http://tomwesselmannestate.org/enter.html> (21.01.2012).

2.3.6. Peter Blake

Peter Blake (1932); Pop Art'ın başlıca konusu olan popüler kültürü kendi özgün anlayış biçimi ile bütünleştirmiş bir Pop Art sanatçısıdır. Çalışmalarında rock yıldızlarına, güreşçilere, süs eşyalarına, posterlere ve sirk figürlerine oldukça sık yer vermiştir. Kolaj tekniği ile resimsel üslubu birleştirmiş, gazetelerden elde etmiş olduğu imajlar ile bir bütünlük sağlamıştır.

Blake; Pop Art'ın yükselişte olduğu dönemde The Royal College of Art'ta idi ve Bağımsız Grup'un üslup ve yaklaşımından fazlaca etkilenmişti.

Blake'i en iyi anlatmakta olan iki eseri; 'Rozetlerle Otoportre' ve 'Balkonda' isimli çalışmalarıdır. 'Balkonda' adlı çalışmasında, gündelik hayatın bir parçası sayılabilecek oyuncakları, rozetleri ve gazeteleri hareketsiz çocuk figürlerinin çevresinde resmetmiştir. Kompozisyonlarında sıkça eski ve yeni, hareket ve durağan gibi karşıtlıkları kullanmıştır.

Blake'e göre tüketim toplumunun merkezliğinde birey de gösterinin bir parçası olmaktadır. Burada bireye düşen seyirci olmak, tüketmek ve bilinçsizce bu eğlenceli oyunun bir parçası olmaktır. Öğüt, Blake'in kolajlarında kullandığı nesnelere şu şekilde aktarmaktadır:

“1959'da Blake yeni çağın idollerini gösteren resimleri, kolajları ve düzenlemeleri için Elvis Presley, Cliff Richards, Frank Sinatra, Bo Diddley, Beatles, Marilyn Monroe ve Jean Harlow gibi ünlülerin posterlerini kullanmıştır” (ÖĞÜT Çağdaş Gül, 2008: 110).

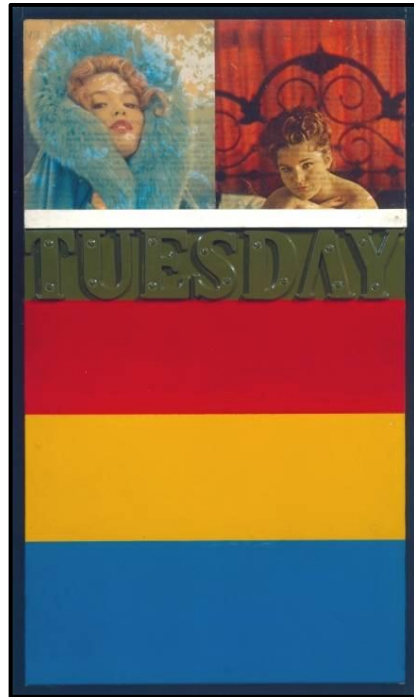
Blake; Elvis Presley'in imajını ilk işlerinde kullanmaya başladığında Elvis'in albümlerini satın alan kişilerin kendi resimlerini de satın aldıklarını düşünmekteydi. Blake'e göre müzeler ve galeriler eserle seyirci arasında ulaşılmazlık yaratmaktaydı. Bu yüzden kendi eserlerinin müzelerde sergilenmesine karşı çıkmıştır.

Blake; 1963 yılında Beatles grubunun albüm kapağını tasarlamıştır. Kolajlarına kaynaklık eden küçük porselen ve kalay figürlerini antikacılardan almış ve bu doğrultuda da zengin bir koleksiyona sahip olmuştur.



Şekil 2. 39. Peter Blake'in 'Beach Boys' adlı kolaj çalışması. 1964 yılı.

Kaynak:<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=1011&searchid=9464> (26.03.2012).



Şekil 2. 40. Peter Blake'in 'Salı' adlı kolaj çalışması. 1961 yılı.

Kaynak:<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=1011&searchid=9464> (26.03.2012).

2.3.7. Richard Hamilton

Richard Hamilton (1922); İngiliz Pop Art'ı için oldukça önemli bir figür olarak görülmektedir. Hamilton; Pop Art'ın genel niteliklerini en iyi saptayan ve Pop Art'ın nitelik kazanması konusunda oldukça etkin rol oynayan bir sanatçı olarak bilinmektedir.

Hamilton; 1952 yılında Londra'da popüler kültür üzerinde etkin rol oynayan Bağımsız Grup'un kuruluşunda dönemin birçok sanatçısı ile birlikte çalışmıştır. Hamilton gerek grubun içindeki gerek dışındaki etkinlikleriyle popüler kültürü sanatla bağdaştırmakta önemli rol oynamıştır.

1956 yılında Bağımsız Grup'un düzenlemiş olduğu 'Bu Yarındır' adlı sergiye popüler dergiler, film afişleri ve resimli romanlardan yaptığı kolajlar ile katılmıştır. Bu sergide sergilemiş olduğu 'Bugünün Evlerini Böyle Farklı ve Hoş Kılan Nedir?' adlı çalışma 1950'lerin tüketim toplumunu en iyi anlatan çalışma olarak görülmüştür (Bkz. Şekil 2.41.).



Şekil 2. 41. Richard Hamilton'un 'Bugünün Evlerini Böyle Farklı ve Hoş Kılan Nedir?' adlı kolaj çalışması. 1956 yılı.

Kaynak: [http://tr.wikipedia.org/wiki/Richard_Hamilton_\(ressam\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Richard_Hamilton_(ressam)) (14.01.2012).

Hamilton; sanat yaşamında bir süre Kübizm ve Fütürizm akımlarına da ilgi duymuş ve ilk çalışmalarını da bu doğrultuda gerçekleştirmiştir. Sanatçı; daha sonraki zamanlarda günlük, olağan olayları konu olarak ele almış, realizmi koruyarak tüketim toplumunu kompozisyonları içinde birleştirmiştir.

Ayrıca Hamilton; Bağımsızlar Grubu'nun hiçbir şüphe duymadan Pop Art sanatçısı olarak sınıflandırabileceği tek üyesi olmuştur. Hamilton; Pop'a ilişkin olarak Lawrence Alloway'den farklı bir tanım yapmaktadır. Alloway Pop Art'ı 'güzel sanat' olarak görmekten kaçınırken, Hamilton 'Pop-Güzel Sanat' üzerine dikkat çekmekteydi. Saybaşıllı, Alloway'in Hamilton'unun sanatına olan bakışını şu sözlerle ifade etmektedir:

“Alloway'e göre Hamilton fotoğrafı yalnızca bir belge olarak değil, aynı zamanda düşsel bir malzeme olarak kullanıyordu, dolayısıyla genellikle güzel sanatlara özgü olan nitelikler fotoğraflar ile ilişkilendirilmiş oluyordu. Resimlerinde ise topluma 'alaycı bir yorum' getirmedeğini belirtiyor, amacının gündelik nesnelere ve tutumları araştırma amacıyla olduğunu ekliyordu” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 137).

Pop Art için önemli sayılmakta olan 'This is Tomorrow' adlı serginin katalogunda yer alan ve aynı zamanda serginin afişi olarak da kullanılan küçük kolaj, boyutlarının tam aksine (10'a 9 inch) büyük bir gelişmenin mimarı olmakta ve Pop Art'ın ilk eseri olarak kabul görmekteydi. Saybaşıllı, dönemin eserlerini şu şekilde aktarmaktadır:

“Kolaj, görsel olarak, yeni imge-sarhoşu sanatın işleyeceği tüm tema ya da biçimleri bildirme işini üstlenmek için yeteri kadar büyüktü. Bunun nedeni, kahinsel bir biçimde, 'Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?' (1956) adlı bu kolajın 'POP' sözcüğünü içermesinden kaynaklanmıyordu, aynı zamanda bu yapıt, 1962 yılından önce hiçbirinin çalışmalarının kamuoyu tarafından görülmediği Amerikalı Pop ressamlarından Lichenstein'in çizgi-roman tuvallerinin, Warhol'un tüketim mallarını içeren resimlerinin, Oldenburg'un 'Bedroom Ensemble'ının, Rosenquist'in geniş reklam panolarını çağrıştıran tuvallerinin ve Wesselmann'ın 'Büyük Amerikan Çıplakları'nın temalarının hepsini de kucaklıyordu. Dahası, Hamilton, daha sonra Pop sanatçıların kullanacağı yeni bir kolaj tekniği yaratmıştı; bu tekniği Soyut Dışavurumcu kuşağın 'çevre'sel kaygılarını, savaş sonrası kentsel kitle kültürünün – özellikle reklam- rekabetçi çoğulculuğunu ve katmanlaşmış parçalılığını kapsayacak biçimde kullandı” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 138).

Pop Art'çılara göre toplumun, yaşam tarzı ve algılayış biçimleri de sanki bu kolaj gibi kesilmiş, yapıştırılmış ve paketlenmiş gibi anlamsız bir birleşimden oluşmaya başlamıştı. Richard Hamilton bu küçük kolaj çalışmasında yer alan

imgelerin listesini şöyle yapmıştır: kadın, erkek, insanlık, tarih, yemek, gazete, sinema, televizyon, çizgi roman, sözcükler, teyp, arabalar, ev eşyaları, mekan.

Sanatçının Pop Art adı altında yapmış olduğu en önemli eserlerinden bir tanesi de 1958 yılında yapmış olduğu ve bir romandan esinlenerek kurguladığı 'She' adlı çalışmasıdır (Bkz. Şekil 2.42.). Başlıktaki dolar işareti; dişi baştan çıkarıcılık ve materyal arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için konulmuş, resimdeki otomobil, buzdolabı ve tost makinesi gibi popüler nesnelere de aynı izlenimi verebilmek adına konulmuştur. Ayrıca başlıktaki dolar işareti duygusuzluk, paranın cazibesi ve kadının güzelliği arasında kurduğu ilişki bağlamında reklamcılarının hayranlık besleyebileceği bir yaklaşım sergilemiş olmaktadır.

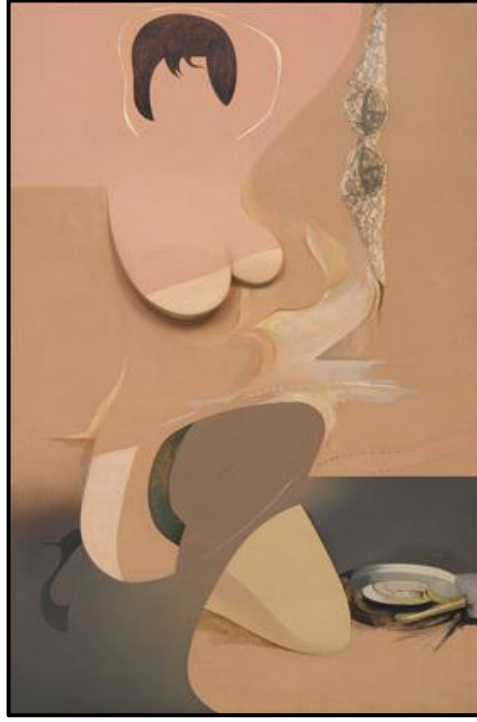


Şekil 2. 42. Richard Hamilton'un 'She' adlı çalışması. 1961 yılı.

Kaynak: <http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?workid=5829&tabview=image> (14.01.2012).

Hamilton; çıplak kadın temasını en çok işlemekte olan sanatçılardan biridir. 1961 yılında yapmış olduğu 'Pin-up' isimli resmi bu temayı en iyi yansıtan eseri olmuştur (Bkz. Şekil 2.43.). Hamilton bu resminde aydınlar veya bir başka deyimle enteller tarafından küçümsenmekte olan kitle kültürü/popüler kültürün sunmakta olduğu seks imajına bir saygınlık katmış, ölmekte olan sanatsal konulara farklı bir açıdan zenginlik kazandırmıştır. Bunu yanında sanatçı; erkekleri de resmetmiştir.

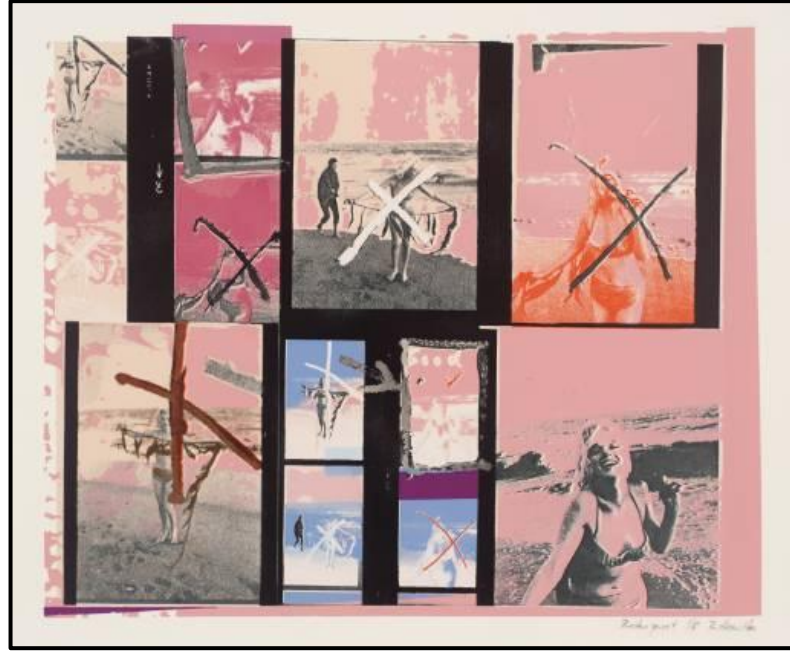
Toplumda parlak ve tümüyle çağdaş kimliğe sahip, farklı tiplerdeki erkekler arasında etkili bağlantılar kurmuş, erkek güzelliği üzerine bir dizi resim üretmiştir. Onun bu kriterlerine en iyi karşılık veren; John F. Kennedy, kasklı Amerikan futbolcuları ve astronotlar olmuştur.



Şekil 2. 43. Richard Hamilton'un 'Pin-up' adlı kolaj çalışması. 1961 yılı.

Kaynak:http://www.moma.org/collection/browse_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A2481&page_number=1&sort_order=1&template_id=1 (14.01.2012).

Sanatçı; popüler kültürün kahramanları ya da idolleri olarak adlandırılan kişileri de eserlerine dahil etmiştir. Marilyn Monroe'nun homojen yüzeyli bir kağıda screen-print edilen 'My Marilyn'; Monroe'nun bir fotoğrafından yola çıkılarak yapılmış bir resmidir fakat bunların hiçbiri Hamilton tarafından beğenilmeyerek üzerine çarpı konulmuştur. Beğendiği resimlerinin üzerine 'iyi' diye not düşmüştür (Bkz. Şekil 2.44.).



Şekil 2. 44. Richard Hamilton'un 'My Marilyn' adlı kolaj çalışması. 1965 yılı.

Kaynak:http://www.moma.org/collection/browse_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A2481&page_number=1&sort_order=1&template_id=1 (14.01.2012).

Hamilton önemli bir sanatçı olmasının yanı sıra iyi bir öğretmenlik kimliğine de sahipti. Newcastle-upon-Tyne'da 1953-66 yılları arasında hocalık yaparken bir grup İngiliz ressamın Pop Art'la yakından ilişkili olduğunu fark etmiş ve onları bu yollarında desteklemiştir.

2.3.8. Roy Lichtenstein

Roy Lichtenstein (1923); ilklerin öncüsü olarak görülmekte ve Pop Art sanatçılarının görsel analiz ve eski tarzları ironik olarak kullanması açısından en tecrübeli sanatçısıdır. Lichtenstein; reklam, afiş ve popüler magazinden etkilenerek, olağan konularla özgün ve çarpıcı, sanat üzerine düşünülmesi gereken eserler yapmıştır. Lichtenstein; kendisini ve ortaya koymuş olduğu yapıtlarını 'mümkün olduğu kadar yapay' olarak adlandırmıştır.

İlk yapıtlarının konusu; gençliğin verdiği etki ile caz müzisyenlerine duyduğu hayranlık ve eserlerini taklitlerinden tanıdığı 'Mavi ve Pembe Dönem' resimlerinden etkilenerek belirlemiştir. O yıllarda büyük artışta olan popüler kültür sembollerine olan ilgi sanatçının eserlerinin kolay benimsenmesine ve ilgi görmesini sağlamıştır. Sanatçı; dönemin popüler kültürünün yarattığı etkileri büyük ölçekli tuvallere

yansıtmiştir. Özellikle o dönemlerde oldukça popüler olan çizgi romanlar Lichtenstein'in çalışmalarına kaynak olmuştur.

Lichtenstein; gazete ve dergi gibi iki boyutlu ortamlarda yer almakta olan şiddet, cinayet ve ölüm gibi kavramların bireyi ne boyutta etkilediğini sorgulayan sanatçılardan biri olmuştur. Lichtenstein'nin kendi yarattığı veya resimlerine konu olarak aldığı karakterler birbirlerini döverler, ateş ederler ya da öldürürler. Çizgi roman illüstrasyonları iri tramlarla belirlenmiş ve naif dünyalarında var oldukları sürece zararsız, dinamik ve eğlenceli olarak algılanmaktadır.

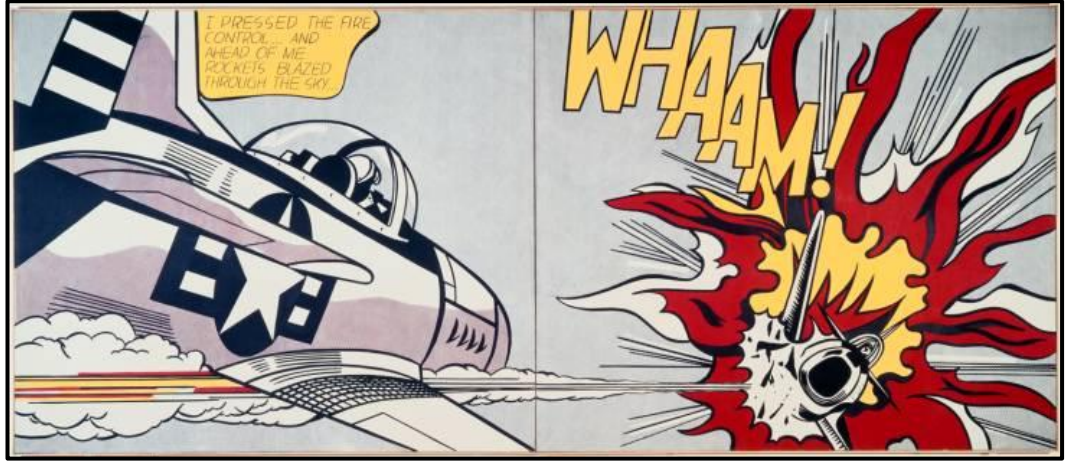
Lichtenstein; teknik olarak sıradan boyutlardaki bir çizgi roman karesini büyük boyutlara taşırken, baskının getirmiş olduğu pürüzleri de yansıtmaktan kaçınmamıştır. Sanatçı bu eserlerinde çizgi romanı konu edinmiş, her resmin ismini konuşma balonunun içine yerleştirmiştir. Örneğin 1963 yılında Guggenheim Müzesi'nde açılmış olan sergiye üçü kompozisyon toplam 7 adet resimden oluşan 'Live Ammo' adlı eserinde bu yöntemi kullanmıştır. Ögüt, Live Ammo'yu şu sözlerle anlatmıştır:

"Lichtenstein daha sonraları çalışmayı merkezde tek bir resme bağlı iki tuval olarak tanımlamıştır. Sanatçıya göre, çarpışma hikayesi 'bir televizyon dizisinin ortasına ulaşma düşüncesi gibi... bir tür gizemdir. Ne olduğunu gerçekten anlamamıza rağmen, hikayenin bir bağlayıcılığı vardır.' Live Ammo kelimesi, ardılığı açmış, çizgi roman stili ilk tablo içerisinden sergilenmiştir. Miğferli asker, saldırı altında bir sonraki stratejisini planlar. Korkunç bir patlama üçüncü tuvali kaplar, BLANG! Ve dördüncüsü kurşunların dar geçidinden sakınan askerin yakın bir portresidir. Sonuncu tuval Chrysler'in Ha! Ha! Ha!'sı (Bkz. Şekil 2.53.), kırmızı ve beyaz çizgili dümeni ve mavi gölgeli gövdesiyle bir saldırı uçağının görünümüdür" (ÖGÜT Çağdaş Gül, 2008: 120).

Ayrıca sanatçı 'Whaam!' adlı çalışmasında bir Amerikan savaş jetinin hücum anını konu almaktadır (Bkz. Şekil 2.45.). Ögüt, sanatçının bu eserine duyulan ilgi ve sanatıyla ilgili şunları söylediğini ifade etmiştir:

"Çalışmalarımın çizgi romandan farklı olduğunu düşünüyorum, ama buna bir dönüştürme diyemem. Ben biçim oluşturuyorum, çizgi romanlarsa benim bu sözcüğü kullandığım anlamda biçimsel değildir. Çizgi romanlarda da şekiller vardır, ama onları birlik haline getirme yönünde bir çaba yoktur. Amaç farklıdır; çizgi romanda bir şey resmedilmeye çalışılır, bense birlik yaratmaya çalışıyorum. Her işaret gerçekten de farklı bir yerde bulunduğundan, farklılık ne denli az görünürse görünsün, çalışmalarım fiilen çizgi romanlardan farklıdır" (ÖGÜT Çağdaş Gül, 2008: 121).

Lichtenstein'in başarılı bir ressam olarak gelişim göstermesi, birbirini izleyen seriler ve tematik gruplara katılma isteği sayesinde gelişmiştir. Ustaca düzenlemiş olduğu kontur, renk, biçim, skala ve yüzeyiyle güçlü kompozisyonlar yaratmış ve bu onu değişmez bir sanatçı olma yolunda hızla ilerletmiştir.



Şekil 2. 45. Roy Lichtenstein'in 'Whaam!' adlı çalışması. 1963 yılı.

Kaynak:<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=8782&searchid=9477> (17.01.2012).



Şekil 2. 46. Roy Lichtenstein'in 'Sandviç ve Soda' adlı çalışması. 1964 yılı.

Kaynak:<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=21525&searchid=9477> (17.01.2012).



Şekil 2. 47. Roy Lichtenstein'in 'Top ile Kız' adlı yağlıboya çalışması. 1961 yılı.
Kaynak:http://www.moma.org/collection/browse_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A3542&page_number=1&template_id=1&sort_order=1 (17.01.2012).



Şekil 2. 48. Roy Lichtenstein'in 'The Melody Haunts My Reverie' adlı çalışması. 1965 yılı.
Kaynak:http://www.moma.org/collection/browse_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A3542&page_number=8&template_id=1&sort_order=1 (17.01.2012).



Şekil 2. 49. Roy Lichtenstein'in 'Patlama' adlı kolaj çalışması. 1965 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/roy-lichtenstein/explosion-i-1965> (17.01.2012).



Şekil 2 .50. Roy Lichtenstein'in 'Spray' adlı çalışması. 1962 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/search/roy%20lichtensrein/2> (17.01.2012).



Şekil 2. 51. Roy Lichtenstein'in 'Umutsuz' adlı çalışması. 1963 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/roy-lichtenstein/hopeless-1963> (17.01.2012).



Şekil 2. 52. Roy Lichtenstein'in 'Ağlayan Kız' adlı çalışması. 1964 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/search/roy%20lichtensrein/1#supersized-search-187127> (17.01.2012).



Şekil 2. 53. Roy Lichtenstein'in 'Canlı Cephane Ha! Ha! Ha!' adlı çalışması. 1962 yılı.
Kaynak: <http://www.wikipaintings.org/en/search/roy%20lichtensrein/1#close> (17.01.2012).

3. POSTMODERNİZM

Türkçe karşılığı ‘modernizm ötesi’ veya ‘modernizm sonrası’ anlamına gelen bu terim; tek bir olay, akım veya teori olarak nitelendirilmek yerine durum olarak değerlendirilmiştir.

Postmodernizm; hala net bir tanıma oturtulamamakla beraber, son derece karmaşık bir felsefi anlama sahiptir. Aslında postmodernizmin doğasında ayırım çizgilerinin belirsizliği yatmaktadır. Postmodernizmin ne olduğuna dair iki farklı görüş ortaya atılmıştır. Birinci görüş, postmodernizmin modernizme karşı bir başkaldırı olduğunu savunurken ikinci görüş modernizmin kendi kendini yenilemek için ortaya çıkardığı bir ilerleme süreci olduğunu savunmaktadır. Uslusoy, postmodernizmi şu şekilde anlatmaktadır:

Karmaşık yapısıyla anlaşılmasında zorluklar olan postmodernizmi, içinde yaşadığımız dünyada, günlük yaşantımızda ve çağdaş kültürde, ampirik bir fenomen olarak anlaşılır kılmak adına, belli başlı özelliklerini, bazı düşünürlerin seçilmiş görüşleri aracılığıyla özetlemek gerekir. Buradaki amaç, çağdaş kültürlerde ortaya çıkmış olan postmodernizmi, hem modern endüstriyel toplumlardaki yansımalarını anlamak hem de kapsamını Türk toplumuna yansımalarıyla ele alarak genişletmektir. En genel anlamda postmodernizmin belli başlı özellikleri şöyle sıralanabilir. (1) Kültür, toplum, ekonomi ve politika arasındaki sınırların çözülmesi; (2) Esas ve içerik pahasına tarz ve görünüşe vurgu; (3) Yüksek ve popüler kültür arasındaki ayrımın çökmesi; (4) Zaman ve Mekân Kargaşası ve Düzensizlik; (5) Büyük Anlatıların Çöküşü’dür” (USLUSOY Belkıs, 2009: 16).

Postmodernizmi daha iyi anlayabilmek için Klasik Yunan Ortaçağı’na kadar gitmek gerekmektedir. O dönemin sonuna kadar üretilen sanat eserlerinde gerçeğin yüzeysel olarak tanımlandığı düşünce biçimi vardır. İnsanları birbirinden farklı ve özgür olarak göstermek imkansız olmuştur. Bu duruma bağlı olarak bu dönemdeki sanat eserleri de dönemin yaşamını yansıtmıştır.

Postmodern terimi ilk olarak Arnold Toynbee tarafından 1934 yılında tasarlanmış ve 1939 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Modernizme tepki olarak doğan bu terim Modernizm’le iç içe olmasına rağmen sürekli onu sorgulamaktadır. Postmodernizm; felsefe olarak ‘merkezsiz düşünce biçimi’ni kabul etmektedir.

Terimin ilk kullanılışı başka kültürlerden ödünç alınmış, çarpıcı derecede koyu renklerin kullanıldığı, temiz, rasyonel ve minimalist formlardan vazgeçilen mimari eserler için kullanılmıştır. Postmodernizmin doğuşunun esas nedeni tek ve mutlak bilim anlayışının reddedilmiş olmasıyla başlamaktadır. Postmodernizm teriminin Görsel Sanatlardaki ilk kullanımı 1950’li yıllara dayanmaktadır.

Postmodernizm teriminin tanımlanamamasındaki en büyük etken, kelimenin modernizm teriminden türetilmiş olmasıdır. Aslında hem modernizm terimi hem de postmodernizm terimi o döneme gönderme yapmaktadır. Ögüt, postmodernizmin gelişim sürecini şu şekilde anlatmaktadır:

“Karşı anlamına gelen ‘post’ kelimesi postmodernizmin büyük ölçüde modernizme karşı bir tepki olduğuna işaret etmektedir. Modernizmin ilkelerinin üçüncü dünya ülkelerinin lehine olmadığı, Batı’nın dayatmacılığının bir göstergesi olduğu bununla birlikte aydınlanmanın ve insan özgürlüğünün evrenselliği sözünün gerçeklerle uyuşamaması, postmodernizme yeterince ortam hazırlamıştır. Ayrıca bir modernizm dönemi projesi olan, insanı merkeze alan ve ümitler vaat eden Marksizm öğretisinin başarısızlığı, daha sonradan postmodernizme güç kazandıran büyük tepkiler almıştır. Bununla ilgili olarak Lyotard, Liberal kapitalizmin üçüncü dünya ülkeleriyle batı ülkelerinin aralarındaki farkı azaltacağına arttırdığını, ideolojiye ve sınıfsız bir topluma olan inancı sona erdirdiğini ve modernizmin, yegane ilerlemeciliğinin teknik ve bilimsel yönde olduğunu oysa insanın aydınlanması konusunda tek taraflı kaldığını belirtmiştir” (ÖGÜT Çağdaş Gül, 2008: 39).

Modernitenin bittiğinin ve postmodernitenin başladığının tarihi tam olarak bilinmemektedir. Postmodernizmin 20. yüzyılın ortalarında başladığı kabul edilmektedir. Postmodernizm, bir yandan da postmodernitenin kültürel ve sanatsal estetiği olarak da kabul edilmektedir. Ögüt, postmodernizmin başladığı yılları şu şekilde anlatmaktadır:

“1960’ların başında, bazı düşünörlere göre postmodern sürecin başladığı yıllarda ideolojiler, manifestolar son bulmuştur. Yeni neslin kültürel değişimiyle, 60’ların devrimi, tabuları yıkarak, ‘erdem’le özdeşleşen tavırlarla alay etmiştir ve otoriter olmayan eğitim, kadın hakları ve fikir özgürlüğü gibi konularda yüksek seslerle talepler dile getirilmiştir” (ÖGÜT Çağdaş Gül, 2008: 39).

Postmodernizmde karşımıza çıkan bir başka süreç ise; modernizmin alışılmış biçimlerine, kurallarına göndermeler yaparak yeni anlamlar üretmektir. Aslında postmodernizm; modernizmin içinde bir aşama ya da özgül bir dönem olarak da görölmektedir. Bunun yanında Postmodernizm teriminin toplumsal kaynakların ötesinde düşünsel gelişmelerin belli bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

Postmodernizmi tanımlamaya çalışan bir diğer görüş ise; 2. Dünya Savaşı sonrası sanat, edebiyat ve bilimsel alandaki gelişmeler konusunda iyimserliğin giderek yok olmasını ifade eden bir düşünce biçimi olduğudur. Postmodernizm dünyada meydana gelen gelişmelere yanıt verebilmek için ortaya çıkmıştır. Bu terimin içinde kurlsızlığın kural, ilkesizliğin ilke olarak benimsendiği görüş açısı yer almaktadır.

20. yüzyılın sonlarına doğru, sanat yapıtları artık duvarlara asılan dekoratif nesnelere olmaktan, sanat pazarında paraya çevrilen bir mal olmaktan çıkmıştır. Postmodernizmde sanat; Modernist sanatın tam tersine, yaşamın içinde ne kadar var olursa o derece nefes almış ve var olmuştur.

Postmodernizm; karmaşık yapısı ile günümüze tam olarak uymakta, modernizmden daha çağdaş ve modern bir şey ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu terim; bir nevi Soyut Dışavurumculuğu savunan sanatçıların yolunu izlerken bir yandan da eserlerine günlük hayattan seçtikleri imgeleri ve nesnelere sokarak soyut Dışavurumculuk'tan kopan sanatçıların eserleri için de kullanılabilir. Ersoy, modernizmi şu şekilde savunmuştur:

“Modernizm’de evrensellik vardır. İnsanlar arasındaki din, kültür, ırk vs. gibi kaynakların farklılıkları değil, benzerlikleri önemli olmuş, dünyanın bir bütün olarak akılcı temeller üzerine yeniden yapılandırılması öngörülmüştür. Modern sanatçı farklı geleneklerden biçimler alır ve bu biçimleri tanınmayacak bir şekle dönüştürür. Böylece zamanlar başka bütünü taşıyıcısı olan öğeler, yeni bir bütünü parçalarına dönüştürür. Modern bir yapıta geçmiş, bugünün belleği olarak yeniden kazanılmıştır. Amaç geçmişin örtülmesi değil, organik bir biçime dönüştürülmesidir” (ERSOY Ayla, 1995: 131).

Postmodernizm; evrenselliği reddederek, günümüz teknolojilerinin her türlü olanağından ve değişik malzemelerden yararlanmaktadır. Form karşıtı, anarşik, değişiklik gösterebilen, yüzeysel, yoruma karşı ve belirsizlik göstermektedir. Postmodernizm, bir taraftan geçmişini yeniden canlandırmak isterken diğer taraftan da günümüz sanatını benimsemektedir.

Postmodernizmin gelişim aşamasında her ne kadar Foucault, Derrida, Baudrillard, Lyotard, Jameson gibi Fransız düşünürlerin adı geçse de postmodernizmin oturmasında asıl katkıları olan düşünürler Nietzsche ve Heidegger gibi Alman filozoflardır. Fakat buna rağmen en sert eleştirileri yine Alman eleştirmenler yapmıştır.

20. yüzyılda endüstrinin gelişmesi, sanatın ölçü ve özelliklerini de değiştirmiştir. Endüstri ile insan yer değiştirmiş ve sanat kendini endüstri ile iç içe bulmuştur. Kameranın icadı ile sanat; doğayı betimlemeyi bırakmış, doğadaki nesnelerin üçüncü boyutunu bir kavram olarak anlatmaya başlamıştır. Endüstrinin gelişmesi sanatçının sanata karşı aldırmaazlığını doğurmuştur. Artık önemli olan bir şeyi yapmak değil düşünmek olmuştur. Akad, postmodernizmin sanat nesnelere olan etkisini şu şekilde anlatmaktadır:

“Postmodernizm gerçeklikle ilgilenmez, onun yerine tekrarlı üretim biçimleri ve simülasyonlarla varlık bulmaya çalışır. Postmodernizm, yeniden üretilen sanat nesnelere eskiyle yer değiştirerek yeni ambalajlarıyla vitrinlerde bugünün gerçekliği olarak sergiler. Postmodernizmin buradaki amacı, yarattığı bu yeni dünyayı imajlar aracılığı ile kitlelere ulaşmaktadır. Artık gelinen çizgide imajların gücü tartışılmaz bir noktaya ulaşmıştır. En yalın anlatım biçimiyle, günümüz sanatı imajlarla ilgilenmekte ve gerçekliğin yerini alan imajlar ise simülasyonlar olarak gündelik yaşama yön vermektedirler” (AKAD Aylin, 2008: 47).

Hiçbir zaman tek bir tanıma sığdırılamayan postmodernizmin karakteristik özellikleri; malzemeler, üsluplar, yapılar ve ortamlardaki çeşitliliktir. Fischer, bu çeşitliliği şu şekilde aktarmaktadır:

“Modernizmin birleşik bir ahlaki ve estetik ütopya yaratmayı amaçladığı noktada, postmodernizm 20. yüzyıl sonunun çoğulculuğunu öne çıkarmaktaydı. Bu çoğulculuğun bir yönü, kitle iletişim araçlarının doğası ve dünya çapında gerek basılı gerekse elektronik formlardaki çoğalmayla ilgiliydi. Fransız düşünür Jean Baudrillard (1929-2007) bu olguyu ‘iletişim çılgınlığı’ diye nitelemiştir” (FISCHER Volker, 1988: 271).

Postmodernizm; her kaynaktan alıntı yaparak, imgeleri bugünün şartlarında bir yapıtta bir araya getirmektedir. Postmodernizmin bir geriye bir de ileriye bakan iki yüzü vardır.

Modernizmde bir tarihsellikten diğerine geçilirken yeni bir tarihsel değer yüklenmektedir. Postmodernist düşünce her türlü ayırma ve sınıflandırmaya karşı çıkmaktadır. Modernistler için özgün yaratıcılık esas amaç iken bu durum postmodernistler için hiçbir anlam ifade etmemektedir.

Postmodern resim bir sıkıntının ifadesi olarak adlandırılmaktadır. Bir iletişim aracı olarak kullanılan resim sanatı; iletişimin teknolojiye dönüşmesi sonucunda kendi varlığına ciddi bir müdahale ile karşı karşıya gelmiştir.

Postmodernizmde de egemen olarak gelişen konular; cinsellik ve ölümdür. Postmodernizm bir eleştiri aracı olarak da kullanılmaktadır. Çorakcı, meta anlatıların reddedilme durumunu şu şekilde anlatmaktadır:

“Postmodern toplumsal teori meta anlatıları reddeder. Meta anlatıları modernitenin meşruiyetini kanıtlama ve hegemonyasını yerleştirme vasıtası olarak görürler. Meta anlatılardan her biri teklik iddiasından hareket etmekte bu nedenle rakip olarak gördükleri diğer savları şiddetle reddetmektedirler. Postmodernistler içinse belirleyici ve bütünsel bir toplumsal kuram imkânsızdır. Çünkü toplumlarda genelde bir parçalanmışlık belirsizlik vardır. Toplumsal olaylar bir bir belirlenmişlik içinde çizgisel bir düzlemde süreklilik göstermezler. Toplumsal olaylar öznellik içerirken meta anlatılarda nesnellik anlatının kendisi tarafından yaratılmaktadır” (ÇORAKCI Eda, 2008: 34).

Postmodernizm; modernliğe karşı bir savaşım ve hesaplaşma olarak görülmektedir. Modern toplumu etkisi altına alan bunalım psikolojisi, postmodernizmin temelinde yer alan bir ön kabul olmuştur. Bu sayede postmodernizm; eleştirel olumlu, katkı yapıcı ve sorgulayıcı olmuştur. Buna bağlı olarak postmodern teriminin en güçlü yanını bu eleştirel boyutu oluşturmaktadır. Modernizm-postmodernizm tartışmasının temel nedeni olarak; postmodernizmin moderniteden kopuşu yani postmodernizmin kendini bir alternatif olarak görmesi, yeni bir dönem olarak sunulması görülmektedir. Uslusoy, postmodernistleri şu şekilde tanımlamaktadır:

“Postmodernistler, her türlü tarihsel ve toplumsal belirlenimi reddederek, failin niyetine bağlamışlardır. Modern dönem materyalist dil anlayışında, dil bilincin bir parçası, bilinç ise bilinçli insanın kendisidir. Dil, düşünceden, düşünen insandan, kısaca pratik insan etkinliğinden koparılamayacağı gibi düşünce de bir üretim biçimi olarak kabul görür. Postmodernistler için, her şey söylemdir, insanlar dil sayesinde vardır, dünya dil aracılığıyla tanımlanır, dil dışında da bir gerçeklik yoktur. Kısaca postmodernistler için, kültürden, dilsel yapıdan ve öznenen bağımsız bir nesnel gerçeklik düşünülemez” (USLUSOY Belkıs, 2009: 9).

Amerikalı kültür tarihçisi Bernard Rosenberg ‘postmodern’ sözcüğünü ‘yeni bir kültürel oluşum’ olarak tanımlanmıştır. Yani; Rosenberg’e göre postmodern insan bu kültürün insanıdır. Bu yönden bakıldığı zaman postmodernizmi bir kuram ya da kuramlar bütünü olarak tanımlamak doğru değildir. Postmodernizm; kendi içinde yarışmakta olan farklı eğilim ve yaklaşımların olduğu, sınırı olmayan bir alandır. Paul Ruthelford postmodern terimini 1980’lerde kültürel alanda oluşan özellik ve inanç olarak ele almıştır.

Postmodernizmin en temel amaçlarından biri; toplumdaki her türlü farklı kültürü eşit tutmaktır. Modernizmin yarattığını düşündüğü bu ayrımı kaldırmak ve çok kültürlülüğü savunmak böylece modernizmin evrensellik ilkesini yıkmak postmodernizmin temel hedefi olmuştur.

Postmodernler için insana ve çevresine birbirinden başka, karşıt kavramlarmış gibi yaklaşmak hatta herhangi bir ayrımdan, sınıflandırmadan söz etmek imkansızdır. Pektaş, postmodernist çoğulculuğa şu açıdan bakmıştır:

“Postmodernizmin en büyük kazanımı ‘dediğim dedikçi’ ideolojilere karşı gösterdiği hoş görüye dayalı çoğulculuğudur. Postmodern çoğulculuk, bilimin sınırların bilmeyi, bilimle birlikte bilim dışı söylemlerin de yaşamdaki önemlerini reddetmeyi öğretir. Ancak tekrar etmek gerekir ki, postmodernizmin sınırlarının ne olduğu konusunda yapılan tartışmalarla ilgili olarak postmodernizme bir bütünlük ve birlik kazandırmaya çalışmak, yapılacak hataların en büyüğü olacaktır. Heterojenlik, çok seslilik ve bölünmüşlük kadar bunların beraberinde getireceği yanlış anlamaları, yanlış çıkarsamaları ve yanlışları da olumlayan, hatta meşruluk zemini olarak gören bir tavır zaten postmodernizmin kendisidir. Kısaca postmodernizm, her şeyi ‘yerli yerine koymaya çalışan’ modernizme karşı bir bakıma ‘bırak her şey olduğu yerde kalsın’ demektir” (PEKTAŞ Hafize, 2006: 111).

Sosyolog Ali Akay ‘Sonuç Olarak: On Şıkta Postmodernizm’ başlığı altında postmodernizmi özetlemiştir:

1. Baudrillard’ın simülasyon kavramında, gerçekten çok görüntünün biricikliği yatar. Amerika’nın Kaliforniya eyaletinde Baudrillard’ın gördüğü otobanlarda araba kullanan şahısların ‘cazibeli’ arabalarının, ‘cazibeli bakışlarının plastikliğinin, görüntüsünün ardında yatan anlamlı bir ifadenin olmadığını ifadesidir bunlar. Tözsel değildir ve kopyalardan çok görüntülerle işler. Disneyland, Paramount, Universal Studios Amerikan sinemasının parodilerini bize yansıtır.
2. Fransız filozof Jean François Lyotard’ın kullandığı anlamda ‘öncüdür’. Modern, postmodern sonra ortaya çıkacaktır. Transavant-garde’ların reaksiyoner tavırlarına karşı, öncülüğü öne çıkarır. Ama bu kapitalizmin gelişme evresi ile birlikte anılmalıdır. Her yerde *kültürel sermaye* üretilmekte, *politically correct* tüketilmektedir. Zaman para olabileceği gibi para da önceden kazanılmış, yatırıma konulmuş ve dönüştürülmüş zamandır. Zaman tüketilmektedir. Bu nedenle zamana ihtiyaç artmakta; bu yüzden de teknolojiye yatırım yapılmaya çalışılmaktadır. Kredi kartları, hızlı taşıma araçlar, e-postalar, internetten alışveriş vb. bize James Bond filmlerinin göstermiş olduğu askeri araştırmalar sayesinde mümkün olmuş ve postmodern dünyamızın hızına katılmıştır.
3. Kültürler yan yanadır. Aralarındaki hiyerarşi sanatlarda olduğu gibi ortadan kalkar. Çin mutfağı, Japon mutfağı, İngiliz kumaşı, şıklık, hırpanilik, lahmacun, arabesk ve klasik yaylı çalgılar birlikte işlev görür. Her şeyi ile ayrıdır. Ama sentezlenmeden birbirleriyle yan yana durabilirler. Hiçbiri diğerine göre daha meşru olarak kabul edilemez. Bu anlamda da bir ‘kayıtsız şartsızlık’ söz konusudur. Gençlik her şeye karşı bu tavrı gösterebilir. Bir bakıma *Pyyrhone*’un *Şüpheliği* ile birleşmektir gençlik ve modaları. Yan yana olabilirler. Sabah, Yuppie ve akşam ise, Grunge takılabilirler. Bunlar birbirleriyle çatışmazlar. Patron da işçi de arabesk dinleyebilir ve bu tip zevklere sahip olabilirler. Modern dönemin burjuvası sınıra dayanmıştır; kendisini tüketmektedir. Bu nedenle, belki artık Türk popu ve arabesk burjuvaziye

- daha fazla heyecan vermektedir. Kültürel hiyerarşiyi terk etmişlerdir. Bohem burjuvazi de buradan kaynaklanmakta değil mi?
4. Aynı ayrı modalar, kültürler, sanatlar, yazarlar hatta birbirlerine kayıtsız kalabilirler. Birbirlerinin ne yaptığını merak etmeyebilirler. Belki de bu yüzden sergileri daha az kişi izlemekte, kitaplar daha az okunmaktadır. Meraksızlık vardır. Tıpkı politikaya kayıtsız kalınabileceği gibi. Politika ise ister Aydınlanmayı yüceltsin, ister Aydınlanma karşıtı bir söylemle pozitivizmi eleştirsin, isterse de dünyanın kaybolan büyüsunü yeniden kazandırmaya çalışsın; fark etmiyor. Politikaya ilgi azalmakta. İnançlar da ya fanatikleşip yok olmakta ya da meşruiyet kaybetmektedir. İdeolojilerin yerini kayıtsızlık almaktadır. Buna, belki de bir tek futbol direnebilmektedir. Ancak yine de milli maçlardan çok kulüp takımlarının ve hatta Fatih Terim'in teknik direktörü olduğu kulüplerin maçlarının daha tutkulu olarak seyredildiğine dikkat çekmekte yarar vardır.
 5. Meslekler de karışır. Ekonomi yazarı veya edebiyatçı futbol ile ilgilenebilir. Bu konuda görüş belirtebilir. Disiplinler-aşırılık modern döneme ait bir branşlaşmaya karşı çıkar. Gülbenkyan konuşmaları bunu açıklamaktadır (*Sosyal Bilimleri Açın*, 7. Basım, Ekim 2009, Metis Yayınları). Bir disiplin başka biri ile çok rahatça diyaloga geçebilir. Sanat ve sosyoloji ve de felsefe birlikte çalışabilir (*Sanatın Sosyolojik Gözü*, 1999, Bağlam Yayınları).
 6. Bir yanda cemaatleşme ve kabileleşme (Michel Maffesoli) diğer yanda ise bireyleşme (Gilles Lipovetsky) yan yana durur ve her birinin postmodern durumu belirttiği iddia edilir. Cemaatten cemiyete doğru uzanan bir çizginin art ardalığının dışında bunların arasındaki sıralı hiyerarşi kabul edilmezdir.
 7. Plastik Sanatlarda tarihi olan ile şimdiki zaman arasındaki hiyerarşi yok sayılabilir ve bunlar yan yana durabilirler. Seza Parker'in 'Giz ve Açıklık' sergisi (1999) 15. yüzyıl İtalyan ressamı Andrea Mantegna'nın 'Evliler Odası' freskosunun dijital büyütülmüş baskısı ile plastikten yapılmış pembe kulakları aynı mekanda (hamam kubbesi) birbirleriyle diyaloga girmiş bir şekilde yan yana getirilebilirler. Sarkis'in değişik zamanlara ait nesnelere aynı zemine taşınması buna başka bir örnektir. Ressam veya heykeltıraş yerine sanatçı terimi daha yaygın kullanılırken, eser yerine çalışma veya iş kullanılmaktadır. Resim, video ve fotoğraf aynı sanatçı tarafından kullanılabilir: Ayşe Erkmen, Seza Parker, Hale Tenger, Bülent Şangar, Aydan Mürtezaoğlu popüler kullanımda Gülsün Karamustafa, Hüseyin Alptekin bunları sırayla yapmaktadır. Ömer Uluç kendi resminin heykelini beraberce yapabilir. El sanatları ile düşünce ve yüksek sanat arasındaki ayırım, hiyerarşi ortadan silinmeye başlar. *Ars liberales* (düşünce ve sanat) ve *mecaniques* (el becerisi) birbirleriyle paslaşabilir.
 8. Gerçek ve hayal gücünün birbirine karışması edebiyatı imler. Burada kimin yazdığı değil ama olayın ne şekilde kurgulandığı önem kazanır. Ne gerçek dünyanın içindeki şahıslarla ne de onların duygularını ve psikolojik vaziyetlerine ilgi duyulmaz; ancak psikianalitik süreçlerin ortaya çıkardığı 'garip' kimseler (Beckett'in kahramanları) postmodern kahramanlar olabilir. Bunlar klasik anlamıyla 'kahramanlardır'. Gerçekten daha gerçek, mistikten daha mistik olaylar yaşanır: Hipergerçekler. Markalar ve seks bu tip anlatılarda ön plana çıkmaktadır. Olaylar ardı ardına incelenmeksizin tuhaf bir şekilde eklemlenirler. Metinler birbirleri içine girer. Borgesvari bir alıntılama ve yersiz-yurdsuzlaştırma söz konusu edilir: *Hipertekst* (Kristeva, Genette).
 9. Dil, dış dünyanın gerçeğini parçalara böler, fragmanlaştırır. Neden-sonuç ilişkisi, *Şüphelerde* (Pyyrhon) olduğu gibi sorun olmaktan çıkarılır. Yüzey, derinliğin yerini almaya başlar. Gabriel Garcia Marquez'in, Umberto Eco'nun, Salman Rüşdi'nin romanları bunlara örnek oluşturur. Bizde de en çok Orhan Pamuk, Elif Şafak, İhsan Oktay Anar'ın ve daha önceleri de Bilge Karasu ve Oğuz Atay'ın postmodernliğinden söz edilmekte değil midir? Bu romanlarda zamanlar, kişiler, mekanlar yan yanalaşmaya başlar, birbirlerine karışır, değiş-tokuşlar oluşur; zamanlar kayarak birbirlerine geçer.
 10. Zamandaki dizi yok edilir, zamansal ve mekânsal yan yanalıklar oluşturulur. Mesela sinemadan örnek vermek istersek, Tarantino sineması (özellikle Ucuz Roman), Soysuzlar Çetesi veya David Lynch (Kayıp Otoban). Zaman birden fazla tekrar yapar, ama bu ayrı dünyalardır ve bu dünyaların her biri var olabilir. Zamansal diziler aynı olayı farklı biçimlerde aktarır. Önce ve sonra birbirine karışır.

Postmodern bir eklektizmden söz edilir. Jacques Lasalle'nin sahneye koyduğu, önce Avignon Festivali'nde (Temmuz, 2000) sonra da Paris'te, Odeon Tiyatrosu'nda (2001) Isabelle Huppert'in oynadığı *Medea* piyesinde olduğu gibi, kostümler ve cümleler farklı zamanları kat-kat ve yan yana koyar. Bu sinemada, çağdaş tiyatrodaki mimaride ve plastik sanatlarda olduğu gibi, sağ ve sol veya gerici ve ilerici olarak (hangisinin hangisi olduğu müphemleşmiş bir vaziyette) siyasette de kendini gösterir. Bu yan yanalık bir anlamda sanatlardaki postprodüksiyon gelişimiyle benzerlikler taşımaktadır. Sanatçılar var olan ve kullanılan malzemelerden başka faydalar ve kullanım nesneleri üreterek sanatlarını yapmaktadırlar. Zamansal ve mekânsal ayrımları birleştirmeye başlarlar ve bunları yan yana kullanırlar. Douglas Gordon'un Hitchcock'un 'Psycho' filmini 24 saate yayması; Mike Kelley'in 'Test Room Containing Multiple Stimuli Known to Elicit Curiosity and Manipulatory' adlı çalışmasında (1999) heterojen ikonografik kaynakların birlikte akışını sağlaması, modernist bir kültürün arkeolojisini gerçekleştirmesi örneklerine Türkiye'den ilaveler yaparsak Seza Paker'in 'Unheimlich' sergisinde (2005) zamanları ve nesneleri keşiştirme (Eric Jacques Ruhlmann'ın bir şömine fotoğrafıyla, aynı yıllarda yazılan Freud'un 'Unheimlich' makalesinin yan yana gelmesi) veya 'Vecd halleri' sergisinde (2008) Miles Davis'in bir tınısıyla Skateboardcuların hareketlerinin seslerini mikslemesi ve bunu Richard Serra'nın 1989'daki (Titled Arc) heykeliyle Berlin Duvarı'nın yıkılışı arasındaki zamansallıkları yan yana getirmesi; Serkan Özkaya'nın *Radikal* gazetesinin bir günkü sayısını 'yeniden elle kopyalaması' ve tabii ki aynı zamanda çoğaltılması örnekleri verilebilir (AKAY Ali, 2010: 145-149).

3.1. Postmodernizm Ve Pop Art

Hızla değişmekte olan biçimiyle yeni bir sanat akımı olarak görülmekte olan Pop Art; sanat üreticisi, alıcısı ve kitle arasında yaşanan tepkilerin çerçevesinde üretim yapmaya başlamıştır. Yani; sanat artık teknoloji ve iletişimden beslenmeye başlamıştır.

Tek bir örnek olarak yapılan sanat eserleri yerini artık çoğaltılan ve her yere çokça dağıtılan bir sanat biçimine bırakmıştır. Yani artık çoğaltma kavramı sanat için bir devrim niteliği kazanmıştır.

Ekonomi ile bağlantılı olan kültür ve kültür ürünleri artık ticari bir olguya dönüşmüş, popüler kültür ürünleri bayağı ve estetikten yoksun olarak nitelendirilmiştir. Bu bağlamda kültür endüstrisi toplumu baz alarak, bilinen tüm sanat türlerine aykırı olarak Pop Art diye adlandırılan yeni bir sanat üretmiştir. Pop Art; ciddiyetten yoksun, eğlenceye dönük klişe eserlerle topluma sunulmuştur. Kitle iletişim araçlarının sunmuş oldukları sanallık, hedef kitlede çoğu zaman reklam olarak algılanmış, bu durum da Pop Art kendi gerçekliğinden uzaklaştırılıp başka boyutlara taşınmıştır.

Günümüzde artık kültür ve sanat da bir tüketim nesnesi haline dönüşmüştür. Yüksek değerdeki sanat ürünleri ile tüketime dayandırılarak yapılmış olan sanat

ürünlerinin piyasada yan yana sergilenmesi artık olağan bir hal almıştır. Akad, sanatın bir tüketim nesnesi haline gelmesini şu şekilde anlatmaktadır:

“Ekonomik gereksinim ile sanat eserinin özerk ve içselliği her zaman karşıtlıklar yaratır. Çünkü popüler metaya yapılan yatırımın hızlı biçimde geri bildirim ilkesine bağlı yapısı ile sanat nesnesinin içselliği daima çelişir. Ayrıca popülerlik denen şey, modern dünyada niteliği bozulan ve güdüp-yönetilen taleplerle ifade edilen sayısal bir düzlemde işlevsellik bulabilir” (AKAD Aylın, 2008: 41).

Postmodernizm terimi Amerikalı eleştirmen Leo Steinberg tarafından 1972 yılında özellikle Pop Art’ın Amerika’daki gelişiminde katkısı olan Robert Rauschenberg’in karışık malzeme kullanarak yarattığı kolajlara gönderme yapmak için kullanılmıştır. Bu terimin bir Pop Art resmi için kullanılması kısa bir süre tartışmalara neden olmuştur.

1980’lerin ortalarından itibaren moda bir terim haline gelen postmodernizm, 1970’li yıllardan itibaren çeşitli sanat dallarında kullanılmıştır.

Pop Art’ın temel taşlarını popüler kültür ve beğeniler oluşturmaktadır. Popüler kültür ve beğeniler ise gündelik yaşam ve onun dinamikliği ile ilgilenmektedir.

Postmodernizm ile birlikte sanat konuları da büyük değişime uğramıştır. Kent kültüründeki günlük yaşam, hızlı tüketim, reklamlar, film yıldızları ve iletişim araçları yeni sanat akımlarında kullanılmaya başlanmıştır. Pop Art olarak adlandırılan bu dönem kendisini günlük yaşamdan beslemektedir.

Postmodernizm gerçeklikle ilgilenmemektedir. Onun yerine tekrarlı üretim, postmodernizmde benimsenmiştir. Akad, postmodernizmin sanat nesnelere olan etkisini şu şekilde anlatmaktadır:

“Postmodernizm, yeniden üretilen sanat nesnelere eskisiyle yer değiştirerek yeni ambalajlarıyla vitrinlerde bugünün gerçekliği olarak sergiler. Postmodernizmin buradaki amacı, yarattığı bu yeni dünyayı imajlar aracılığı ile kitlelere ulaştırmaktır. Artık geline çizgide imajların gücü tartışılmaz bir noktaya ulaşmıştır. En yalın anlatım biçimiyle, günümüz sanatı imajlarla ilgilenmekte ve gerçekliğin yerini alan imajlar ise simülasyonlar olarak gündelik yaşama yön vermektedirler. Buna örnek olarak, postmodernizmle sanatın içine dahil olan kitsch olgusu, içerik olarak güzelliğin estetiğinin karşısına kendi simülasyon estetiğini koyması ve bunu korkusuzca kullandığı imajlarla yapması gösterilebilir” (AKAD Aylın, 2008: 47).

Pop Art sanat akımı Postmodernizm’in şekillendiği ilk alan olarak görülmektedir. Bu duruma neden olarak modernizmin kitle kültürüne beslediği

amansız düşmanlık göstermektedir. Pop Art; tüketim toplumunu sorgulamadan benimsemiştir. Saybaşı, bu şekillenmeyi şu şekilde anlatmıştır:

“Gelişmiş kapitalist toplumlarda var olan geniş bir konformizm, avant-garde sanat geleneğini alaşağı etti. Bu konformizm, II. Dünya Savaşı sonrasındaki sanatın ve onun kurumlarının geniş depolitizasyonuna (1945-sonrası) neden oldu. 19. yüzyıldan beri, Henri de Saint Simon’un çizdiği biçimiyle Avrupa’da avant-garde yalnızca sanat ile sınırlı değildi, her zaman politik radikalizmi de içerdiğinden sanat yoluyla toplumu dönüştürme işlevini üstlenmişti. 1930’lardan başlayarak ise avant-garde sanat ‘kültürel ve politik patlayıcılık’ niteliğini kaybederek bir meşrulaştırma aracına dönüştü. Bu yoksunluk Pop Art örneğinde olduğu gibi yüksek oranda olumlayıcı bir kültürel bakışı geliştirdi” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 70).

Pop Art; sanatın seçkinliğine ve yaratıcılığının özgün olmasına karşı çıkan ve bu doğrultuda eserler veren bir sanat akımıdır. Aslında postmodernizmi en iyi anlatan tanım da budur. Pop Art’ın çıkış yönü yaşama yön verme ve kritik etmek gibi bir amaç değildir.

Pop Art’la adı özdeşleşmiş olan Andy Warhol; aynı zamanda postmodernist sanat anlayışının da öncülerinden sayılmaktadır. Warhol’a göre sanatın temel amacı yaşamın yansımaları olmalıdır. Akad, postmodernizm ile Pop Art’ı şu bağlamda birleştirmiştir:

“Postmodernizm sanatı gündelik hayata monte eder. Featherstone’in dediği gibi sanat, ‘her yerdedir: Sokakta, süprüntülerde, bedende, happening’de’. Sanatın geldiği bu çizgide yüksek sanat ile popüler sanat arasındaki ayrım neredeyse kalkmıştır. Yüksek sanatın seçkin ve gerçekliğin arka planıyla ilgilenen tavrının yerini, anlatımcı, betimleyici, teknolojik öğelerin sıklıkla kullanıldığı çoklu karmaşık söylemler alır. Sonuçta postmodernizm, sosyal ve kültürel bir yapılanmadır. Genellikle trendler, ilgi alanları, politik şartların değişebilirliğine endekslenen konularla ilgilenir ve popüler beğeniler gibi güncellenen devingen bir formda üretilir ve tüketilir” (AKAD Aylın, 2008: 48).

Erken dönemlerdeki postmodernizm kimliğinin kitle kültürüne yönelişi, günlük kültürü dikkate alması ve yüksek sanatın kurallarını bir taraf etmesinin amaçlanması Pop Art’ın yüksek oranda kabul gördüğü anlamına gelmektedir. Yani; Pop Art’ın Postmodern bir sanat anlayışı benimsediğini söylemek mümkündür.

4. MODA

Latince bir kelime olan moda terimi; oluşmayan sınır anlamına gelen ‘modus’tan türemektedir. Moda; adet, usul, biçim, şekil, tarz, üslup, davranış, kibar sınıf hayatı, üst tabaka, yüksek zümre anlamlarına da gelmektedir¹⁷.

Moda; çağlardan günümüze kadar hiç durmaksızın, hızlı bir şekilde yükselişini göstermiştir. Toplumların değişim göstermesi ile birlikte, moda ve giysiler de değişmiştir. Her dönemin kendine ait ekonomisi ve düşünce yapısı moda endüstrisini yönlendirmektedir.

Giyim endüstrisinin başlıca konusu olarak bilinen moda; insanların başkalarının görüntülerini kabul etmeleri ile ortaya çıkan bir sosyal süreç olarak görülmektedir. Bu durumun bir döngüye dönüşmesinin sebebi; toplumun farklı olanı taklit etmesi ve taklit edilenlerin yeni görünüş arayışına girmesidir. Barbarosoğlu, modayı üç grupta sınırlandırmıştır:

“Toplum hayatına girmiş geçici yenilik olarak kullanılmakta olan modayı üç grupta toplamak mümkündür:

- 1- Değişiklik ihtiyacı ve süslenme özentisiyle toplum hayatına giren geçici yenilik
- 2- Belirli bir süre etkili olan toplumsal beğeni, bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlük
- 3- Geçici olarak yeniliğe ve toplumsal beğeniye uygun olan” (BARBAROSOĞLU Fatma, 2004: 27).

Moda; çok geniş bir kavram olarak bilinmektedir fakat ilk akla gelen anlamı giyinmektir. Fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasından dolayı temel bir ihtiyaç olarak görülmektedir. Bunun yanında sadece zorunlu ihtiyaç değil, sosyolojik bir olay olarak da ele alınmaktadır. İnsanlar giysi ve takılarıyla toplumun düşünce ve davranışlarını etkilemektedir. Pektaş, modanın etkisini şu şekilde anlatmaktadır:

“On dokuzuncu yüzyıl sonlarında etkisini yoğun bir şekilde hissettirmeye başlayan moda, yirminci yüzyıl başlarında önemli bir kırılma noktası yaşamıştır. Tarih boyunca süregelen kadının toplumsal rolündeki değişime çok çarpıcı bir şekilde

¹⁷ BARBAROSOĞLU Fatma, Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet, İz Yayıncılık, İstanbul-2009, s. 27

giysilerine de yansımıştır. Artık kadın ev içinden sokağa çıkmış ve hayatını ekonomik olarak kazanma rolünü kendisi üstlenmiştir. Erkeklerin egemen olduğu çalışma dünyasında var olabilmek için giysilerinde kadınsı süs unsurlarından vazgeçmiştir. Hatta vücudundaki kadınsı kıvrımları da gizleyecek formda giysi modellerini tercih etmeye başlamıştır” (PEKTAŞ Hafize, 2006: 16).

Moda evrenseldir ve en hızlı değişim gösteren kavramlardan biridir. Bir şeyin moda olabilmesi için toplumun onu kabul etmesi ve bu değişime ayak uydurması gerekmektedir. Akyol, taklit edilme sürecini şu şekilde anlatmaktadır:

“Üst sınıfı taklit eden ve giyim konusunda ona yaklaşabilen ilk kesim tüccar kesimi olmuştur. Bu kesim, zenginleştikçe aristokratların pahalı giyim tarzlarını taklit etmeye başlamıştır. Ancak sıradan halkın giyiminin değişimi uzun yıllar almıştır. Maddi imkânsızlığın yanı sıra halkın soylularinkine benzer giysiler giymesi XVII. yüzyıla kadar kanunlarla yasaklanmıştır. Toplumsal hiyerarşiye göre düzenlenmiş giysilerle ilgili bu yasalar, üst sınıflarının yeni zenginler tarafından taklit edildiklerinde buna karşı duydukları öfkeyi dile getirmektedir” (AKYOL Yasemin, 2007: 5).

Bir modanın ortaya çıkması, yaygınlaşması ve demode olması sürecine *moda döngüsü* denilmektedir. Bu döngüde yaratım sürecinden sonra pazara takdimine *sunuş*; ürünü moda öncülerinin kabul etmesine *yükselme*; ürünün toplum tarafından benimsenmesine *duruk*; popülerliğinin azalmasıyla demode olarak görülmeye başlamasına ise *eskime* dönemi denilmektedir. Parlak, modanın bir sanat türü olması durumunu şu şekilde anlatmaktadır:

“Günümüzde moda ürünlerinin oluşum aşamasında, insanların güzel giyinme arzularıyla birlikte, renk, çizgi ve şekil önemli rol oynamaktadır. Moda kendi kurallarını belirlemesi nedeniyle, sanata benzemektedir. Diğer taraftan birçok moda tasarımcısı sanatçılarla birlikte çalışmakta ve kendilerini sanatçı olarak kabul etmektedirler. Günümüz moda ürünleri ve moda şovları daha çok tiyatral sunumlar şeklinde tasarlanmaktadır. Bu gösterilerde genellikle giyilemeyecek ürünleri sanat işleri olarak sunulmaktadır. Haute Couture ve moda ürünleri sanatın yeni biçimleri olarak görünmekte ve asıl olarak insan vücuduyla ilgili yeni fikirler yaratmakla ilgilenmektedirler” (PARLAK Sevda, 2006: 4).

En büyük gereksinim olarak bilinen giyim; her dönemde kişinin kimlik ifadesi olarak görülmüştür. Bu yüzden ki sınırların kurulmasında ve yıkılmasında da etkili rol oynamıştır. Giysinin ve sonrasında giysi modasının anlamı çağlar boyunca değişmiştir. Birçok sosyolog moda tarihini incelemiş, modanın hiyerarşik sınıf yapısından ve bu yapının giyim alışkanlıkları üzerindeki etkilerinden

bahsetmiştir. Davis'e göre moda süreci, esinlenme, taklit ve kurumsallaşmadan oluşan karmaşık bir bileşim sayesinde ayakta kalmaktadır¹⁸.

Günümüzde modanın oluşmasında en önemli etken; insanların güzel giyinme arzusu, popüler kültür, dönemin sanat akımları, renk, çizgi, şekillerin uyum içinde olmasıdır. Moda da sanat gibi kendi kurallarını kendisi belirlemektedir. Bu sebeptendir ki birçok moda tasarımcısı sanatçılarla işbirliği yapmakta veya kendilerini sanatçı olarak kabul etmektedir.

Moda; başlangıç, gelişme ve sonuç dönemlerini yaşarken, önceki ve sonraki moda döngüleri birbirleriyle örtüşerek ve net bir kopuş sürecine girmeden meydana gelmektedir. Bu süreç, günümüzde, yeni modaların hızı ve çeşitliliğinin artması ile daha net görülebilmektedir¹⁹. Kurt, modanın iz bırakma durumuna şu şekilde değinmiştir:

“Her durumda, eğer onu tarzdan ve akrabası başka pek çok kelimeden ayrı tutacaksak moda, bizim ve çağdaşlarımızın giydiği giysilerde her türden ve çeşitten anlamlar okumamızı sağlayan görsel alışkanlıklar kodunda bir değişikliğinde belirtmek durumundadır. Bu değişiklik görme, dokuma ya da koklama ile ilgili tümüyle yeni gösterenleri ortaya çıkmasına hafızalardan uzaklaşmış ama iz bırakmış olan eskilerin geri dönmesini veya tanıdık gösterenlerin farklı bir şekilde vurgulanmasını içerebilir; ama moda adını hak etmesi için değişimin olması şarttır” (KURT Fatma, 2009: 5).

Tüketim toplumunun egemenliğinde yaşadığımız bu dönemde modayı en hızlı şekilde yaygınlaştıran araç kesinlikle medyadır. Medya; tüm toplumsal değişimleri ve kültürel yapıları en hızlı şekilde aktarmaktadır.

Geçmişten bugüne kadar giyim ve dış görünüm insanlar için hep önemli olmuştur. Hatta günümüzde olduğu gibi geçmişte de kimi şahsiyetlerin kişilikleri ile giyimleri özdeşleşmiştir. Aslında moda; ilk olarak soylu sınıf arasında gelişmiş; onların müsrifliği ve aşırılığa kaçan çeşitli eğilimleriyle beslenmiş ve gösterişli giysileriyle de son halini almıştır. Kurt, modanın çıkışını şu şekilde anlatmaktadır:

“Moda konusunu inceleyen akademisyenlerin, Batı’da modanın ortaya çıkışının, yaklaşık aynı zamanlarda feodal aristokrasinin servet, iktidar ve teşhir üzerindeki dindışı tekeline rakip olarak gelişen kent burjuvazisiyle yakından ilişkili olduğu gibi akla yakın bir açıklamayı benimsemektir. Ortaçağ sonları aynı zamanda da, son Haçlı seferlerinin ardından Doğu’nun kumaş ve mücevher zenginliklerinin Batı’ya

¹⁸ AKYOL Yasemin, ‘Stil İkonu’ Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007-İstanbul Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.3

¹⁹ DAVIS Fred, Moda, Kültür ve Kimlik, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul-1997, s.120

akmaya başladığı bir dönemdi. Burgonya, bu zenginliklerin taşındığı ticaret yollarının kavşağında bulunuyordu. Kent burjuvazisi ile feodal aristokrasi arasında süre giden rekabetin gerçekleştirilmesini sağlayacak lüks mallardan yararlanmasını sağlamıştır” (KURT Fatma, 2009: 5).

Moda olgusuna sosyolojik açıdan bakıldığında; insanlar giysileri sayesinde bir statü ve kişilik belirleyebildiklerini düşünmektedirler. Erdoğan, moda olgusuna şu yönden bakmaktadır:

“Moda, aynı zamanda, kullanım durumlarına göre kişiyi aynılaştırıp, standartlaştırabilmektedir. Modanın sunmuş olduğu her yenilik, sorgulanmadan kabul edilir ve kullanılırsa, taklit edilme sürekliliğinin sonucu olarak, olumsuz bir durum da meydana gelebilmektedir. Ayrıca modanın tarih içerisinde, düzenli aralıklarla, kendinden sonra gelen tarzlardan türeyecek şekilde bir sıralaması olduğu düşünülmektedir. Örneğin; etek genişliğiyle bel genişliğinin her zaman ters orantılı olarak birbirini etkilediği; biri dar iken, diğerinin de geniş olduğunun görüldüğü belirtilmektedir. Bütün bunların sonucunda moda sürekli gelişen ve kendi kendini besleyen bir kavram olarak düşünülmektedir” (ERDOĞAN Duygu İrem, 2011: 4).

20. yüzyılın başlarından itibaren moda tüketicileri tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye başlamışlardır. Giyinmek zorunlu bir ihtiyaç olmaktan çıkmış ve bu durum israf olarak değerlendirilecek dereceye gelmiştir. Tüm toplumlarda aşırı tüketim, din, sosyal ahlak ve gelenek gibi engellerle karşılaşmasına rağmen, yayılma hızından hiçbir şey yitirmemiştir²⁰.

Moda; insan ve toplumla ilişkilendirilen bir olgudur. Birey; varlığını moda ile kanıtlamaya çalışmaktadır. Sanatın temel ilkelerinden sayılmakta olan birlik ve değişiklik terimi moda için de geçerlidir ve bu durum modayı daha da güçlendirmektedir.

Moda; yaşayan kültürel bir olgu olduğundan ona sınırlar çizmek imkansızdır. Modanın en eski ve hala geçerli olan tanımı, zamanla orantılı olarak meydana gelen değişimlerdir. Moda; cinsiyet sınırlarının dışına taşmış bir olgudur. Çünkü moda yalnızca cinsiyeti anlatan bir olgu değildir.

Güntürkün’ün (2010: 38) ifade ettiği gibi:

“Moda ve giyim şekilleriyle ilgili birçok tavır kültür bazlıdır. Kişilerin doğdukları andan itibaren birçok konudaki zevki, kabul ve takdir görece koşullara göre şekillenmektedir. Ait olunan toplumdaki değişiklikler, o toplumun bireylerinde de değişikliklere sebep olmakta, bugün güzel ya da mükemmel olarak tanımlanan bazı zevkler, gelecekte bu etkisini yitirebilmektedir. Bu değişim süreci, müzikle, sanatla,

²⁰ BAŞKAYA Oya, Günümüzde Modanın Algılanış Biçimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. 2010-İstanbul Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.17

felsefeyle, dinle, ahlaki değerlerle, ekonomik ve kültürel değişimlerle ilişkilidir. Modanın değişim göstermesinin bir nedeni de bireylerin değişimden hoşlanıyor olmasıyla alakalıdır” (GÜNTÜRKÜN Ümran Defne, 2010: 38).

Moda; toplumun günlük yaşantısında yaratıcılığa, kültüre, kişisel tercihlere ve bulunduğu döneme göre değişiklik göstermektedir. Modanın geniş bir alanda tanımlanmasının sebebi; olgunun sadece insani faktörlerde geçerli olmasından kaynaklanmaktadır.

Güntürkün’ün (2010: 40) ifade ettiği gibi:

“Her yeni çağ, kendisiyle birlikte yeni giyim tarzları oluşturmuştur. Günümüzde moda, şimdiye kadar belki de hiç olmadığı kadar farklılaşmıştır, bunun sebebi teknolojideki gelişmeler ve bu gelişmelerin giyim sektörüne yansımaları olarak görülebilir. 1840’ta dikiş makinelerinin icadı ile giyim endüstrisi gelişmeye başlamış, bilgisayar teknolojisiyle tekstil üretim süreci hızlanmış ve bu gelişmelerin sonucu olarak oldukça çeşitli stiller, kumaşlar ve kesimler üretim imkanı bulmuştur” (GÜNTÜRKÜN Ümran Defne, 2010: 40).

Moda; toplumun günlük yaşantısında yaratıcılığa, kültüre, kişisel tercihlere ve bulunduğu döneme göre değişiklikler göstermektedir. Modanın geniş bir anlamda tanımlanmasının sebebi; olgunun sadece insani faktörlerde geçerli olmasından kaynaklanmaktadır. Pektaş’ın da ifade ettiği gibi:

“Tek başına yaşama ve her aşamada karar verebilme yetisini çok zaman önce terk eden insan, içinde yaşadığı toplumun moda adı altındaki baskıcı kimliğini çok da rahatsızlık duymadan sürdürebilmektedir. Tek tek bireylerin ortaklaşa çıkarları doğrultusunda oluşturdukları kriterler, bir süre sonra kendiliğinden meydana çıkan ve insanlara zorla kendini kabul ettiren kurumlara dönüşmektedir. Bu kurumlar geleneksel topluluklarda örf ve adet olarak, modern topluluklarda ise moda olarak ortaya çıkmaktadır. Sınıfsal ayırım gözetmiyor gibi görünen modada her türlü yenilik öncelikle seçkinler tarafından kendilerini halktan ayırmak amacıyla tüketilmekte, halk ise seçkinleri moda yolu ile taklit ederek bir anlamda prestij elde etme çabalarına girişmektedir. Seçkin grubun taklidi ile yaygınlık kazanan moda, yukarıdan gelen yeniliklerle sürekli olarak aşağı doğru itilmekte, bu da modanın hızlı bir devinim içerisine girmesine neden olmaktadır. Bu dönüşüm içinde bireyler hem diğerlerinden farklı olabilmek, hem de diğer bir kısım insanla aynışmak amaçlı moda tüketicisi olmaktadır. Sonuç olarak herkes referans grubunun gereklerini yerine getirerek, bilinçli olarak çok fazla hissetmediği toplum–moda, toplum gelenek baskısının altında yaşamaktadır. Birincisinin ikincisinden en önemli farkı modanın her sınıfa açıklığı ve hızlı değişimidir” (PEKTAŞ Hafize, 2006: 15).

Daha önceki dönemlerde moda trendlerinin dünyaya yayılma hızı yılları alıyorken günümüzde bu durum anında erişilebilir bir hal almıştır. Tasarımcılar artık

daha hızlı olmalı, içinde buldukları zamanın ruhunu daha iyi yansıtabilmelidirler. Başkaya, hızlı modayı şu şekilde anlatmaktadır:

“Milyonlarca insan dünyanın farklı yerlerinde farklı bir toplumsal kültüre sahip olduklarını hiç fark etmeksizin hâkim olan moda akımına kapılmaktadırlar. Moda olan renkler, desenler ve biçimler adeta gelenekselden gelen beğenilerinin yerini almaktadır. Daha çocuk yaştan popüler kültür öğelerinin gölgesinde yetişen, Batının getirilerini özümseyen ve kendine ait bir bellekmişçesine kabul eden insanoglu, tüketim kültürüne ayak uydurmakta güçlük çekmemektedir. Gözle görülmeyen modern dünya sınırlarını belirlemek eskiye göre oldukça güç. Moda olan bir giysinin her bütçeye göre versiyonu mevcut olup ve aynı örme, dokuma kumaştan yapılan malzeme farklı fiyatlarla farklı tüketim statülerindeki insanlara satılabilmektedir. Fiyatlardaki ciddi farklılık, kimileri tarafından marka maliyeti olarak adlandırırken, kimileri tarafından da prestij farkı olarak açıklanmakta, buna paralel olarak aynı malzemedeki yapılmış iki giysiyi giyen tüketici arasındaki statüyü belirlemek zorlaşmaktadır. Burada bahsi geçen statü belirleme işi taklit ve taklit olmayan bazında düşünülmemelidir. Taklit veya ürünlerin izinsiz kopyalarının üretilmesi, küresel ekonominin büyük sorunlarından biri olup, hiç bir dönemde tam olarak önlenememiştir. Ürünleri kopyalamayı profesyonelleştiren Hızlı Moda, bu taklit işine bir standart getirmeyi dahi başarabilmiştir. İçerik ne olursa olsun moda ürünleri, görünmeyen fakat var olduğu bilinen sosyal sınıfları ortadan kaldırma amaçlı üretilmektedir” (BAŞKAYA Oya, 2010: 16).

Tasarımcı; tüketicinin zevk, ihtiyaç ve arzularını önceden tahmin edebilmeli ve buna göre hareket etmelidir.

Moda; 17. Yüzyıl sonunda *tarz* ve *üslup* terimleri ile beraber anılmaktaydı. Moda bugün; yaşam, giyim-kuşam ve varoluş biçimi olarak anılmaktadır. Moda ortaya çıktığı dönemden itibaren herkesin başkalarını incelemesine yönelik bir olgu durumundadır. D. Waquet & M. Laporte'nin (1999: 8) de ifade ettiği gibi:

“...Böylece, olması gerekenin, giyilmesi, değer verilmesi, dinlenmesi, söylenmesi gerekenin en iyisi, en yenilikçisi, en normal olarak liderlerin kabul ettiğini yapan, giyen, okuyan, değer veren, dinleyen, söyleyen kadın ya da erkek *moda* olur. Bir kumaş, bir renk, bir dekorasyon motifi, bir giysi biçimi, aynı zamanda yabancı bir aksan, bir yolculuk istikameti, bir yazar, bir besteci, bir politikacı, bir fikir kısaca her şey moda konusu olabilir” (D. Waquet & M. Laporte, 1999: 8).

Moda terimi sadece giysi sunumundaki yeniliği, daha geniş bir terim olan tekstil dünyasını da kapsamaktadır. D. Waquet & M. Laporte ‘Moda’ adlı kitaplarında moda terimini şu şekilde açıklamaktadırlar:

“...Bununla birlikte günümüzde moda terimi genellikle yalnızca giysi sunumundaki yeniliği ve daha genel olarak da giysi yaratıcılığını, kreasyonu ve tekstil dünyasını belirtmektedir. Bu anlam içerisinde moda, ‘bir yandan biçim, malzeme ve renkleri, diğer yandan konum, meşguliyet, durum ve mizaçları; daha basit ifade edersek, bir

yanda giysileri, diğer yanda dünyayı sonsuzca düzenleyen bu bileşimin varyasyonlarıdır” (D. Waquet & M. Laporte, 1999: 8).

D. Waquet & M. Laporte 1999 yılında yayımladıkları yine aynı kitaplarında *Moda Sürecinin Beş Evresi*'ni şu şekilde açıklamışlardır:

“A) *Yenilikçi fikir*: Moda nesnesinin ve toplam özelliklerinin şimdiki zamanından kopuşu ifade eder. Bu fikir, moda nesnesinin bir ya da birçok özelliği üzerine gönüllü bir araştırmanın meyvesi olabileceği gibi (yirminci yüzyılda elastik dokulu streç kumaşlar gibi sentetik malzemelerin keşfinde bu tür araştırmaların sayısız örneği görülebilir), XIV. Louis'nin gözdesi Matmazel de Fontanges'ın doğaçlaması gibi tesadüfün meyvesi de olabilir.

B) *Küçük bir grubun benimsenmesi*: Gösteriş gücü yüksek bir grup, hatta güçlü bir ahlaki, politik otoriteye sahip ve/veya modada buyruğu olan bir birey bu yeni fikri benimser.

C) *Özekdeş çevrelere aktarım*: Taklidin ve farklılığın ikili etkisiyle, yenilik, özdeş olandan buyruk verene doğru, sosyolojik olarak yakın gruplara doğru genişler. Bu evrede yenilik hiçbir değişim geçirmez; yenilikçi fikir yaratıldığı haliyle yeniden üretilir.

D) *Dağılma ve dönüşüm*: İlk çevrelerin ötesinde, fikrin ikincil taklit yoluyla benimsenmesi kaçınılmaz olarak yeniliği hiçleştiren bir ya da birçok dönüşüm başlatır. Görülen şey taklit edilir. Herkes kendi biçimine, mali imkanlarına, zevkine, elindeki malzemelere moda fikrini uyarlar. Günümüzde sanayiciler fikri eksiltmeyi de görev bilmektedir. Bu evre modanın etkisini, hiç tartışmasız belirler. Fransa'da ucuz aksesuarlar öneren ama kreatör giysilerinden esinlenerek ve kısmen gündelik ürünlerini yenileyerek eğilimleri yakından izleyen H&M ya da Zara gibi markaların gelişimi bunun en iyi örneğidir.

E) *Genelleşme*: Sonunda geniş yığınlar ve kitlede giyim kuşamda, saç kesim ve yapımında, yaşam tarzında, dekorasyonda bu fikrin hiçleşmiş biçimlerini benimser. Kitle burada, belirli bir dönemde, dördüncü evrenin gruplarında giyilen şeye, yaşanan şeye de *visu* (görerek) erişebilen en geniş nüfus olarak anlaşılmalıdır. Televizyon aracılığıyla Olimpiyat Oyunlarına dünya çapında erişilen bir çağda bu kitlenin genişliğini herkes kolaylıkla hayal edebilir. Bu beşinci evre, başlangıçta içerdiği fikrin bayağılaşması ve deformasyonları yoluyla fikrin ölümüne damgasını vurur” (D. Waquet & M. Laporte, 1999: 14-16).

4.1. Modayı Etkileyen Faktörler

Bir şeyin moda haline gelebilmesi için ortaya çıkan akım veya ruh halleri çeşitli şeylere ihtiyaç duymaktadır. Bunların en önemlisi insan faktörüdür çünkü insan her türlü görseli en hızlı şekilde yaymaktadır. Stil ve akımların daha hızlı yayılmasında kadının rolünün erkeğe göre daha fazla olduğu bilinmektedir. Kadın hem kendinin hem de eşinin ve çocuğunun moda tüketiminde etkin rol oynamaktadır. Başkaya, giyinmenin bir ifade biçimi olduğunu şu sözlerle anlatmaktadır:

“Birey toplumdaki yerini kültürel birikimiyle belli ettiği kadar giyimiyle de ifade etmektedir. Hatta imaj bugün kişilerin birbirileri hakkında fikir oluşturmalarında etki bakımından birinci sıraya oturabilmektedir. Giyinme biçimleri hem tarihte hem de bugün kişilerin kendilerini ifade etmelerinde en önemli rollerden birini oynamaktadır” (BAŞKAYA Oya, 2010: 58).

İnsanlar günlük yaşamlarında başkalarına, özellikle de karşı cinse giysileri yolu ile mesajlar vermektedir. Tüm insanlar farklı görünmek amacıyla yaşamaktadırlar ve bu durum da tüketim ihtiyacını oldukça hızlandırmaktadır. Öyleyse tüketim ihtiyacı modanın yaygınlaşmasındaki başlıca sebeplerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır²¹. Başkaya, medyanın tüketim toplumuna destek olduğunu şu sözleriyle ifade etmiştir:

“21. yy tüketicisine baktığımızda, düzenli kullandığı veya etkisinde kaldığı bir takım araçlara rastlayabiliriz. Bunlardan en önemli ve kapsamlı olanın internet kaynağı olduğunu söyleyebiliriz. Moda tüketen bir birey, internet içerisinde blog ve paylaşım sitelerinden çokça etkilenmektedir. Bunun yanı sıra defile, mağaza vitrinleri, ikonlar, medya gibi alt başlıklarla karşılaşmaktadır. Moda dünyasında en belirgin olan ilke değişimdir. Sürekli olarak müzik, sinema, video ve televizyon vasıtasıyla yeni fikirler izleyiciye yani tüketiciye empoze edilir. Özellikle filmlerin tüketiciyi giydirme konusundaki rolü çok büyüktür. Beraberinde magazinlerin ve destekledikleri ‘ikon’ olarak adlandırılan kişilerin tüketicinin tüketim anlayışlarında gözle görülebilen bir etkisi mevcuttur. Akımların ilk çıkışlarından itibaren izledikleri yoldaki yardımcı araçları defileler, magazin, medya, internet ve ikonlar gibi birkaç alt başlıkta toplanabilir” (BAŞKAYA Oya, 2010: 59).

Giysiler; toplumlar tarafından birer iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Özellikle kültürel-yerel giysiler buldukları toplumun kültürel yapısını ve ahlaki değerlerini anlaşılabilir bir şekilde göstermektedir. Pamuk, modayı etkileyen faktörleri şu şekilde sıralamaktadır:

“Toplumsal bir olgu olan modanın yaşadığımız dünyaya damgasını vurduğunda pek çok etkenin farklı dozlarda payları bulunmaktadır. Ekonomik etkenler, çevre faktörleri, toplumsal etkenler, siyasal dönüşümler vb. ile psikolojik etmenler beklide insanoğlunun doğaya öykünmesinden kaynaklanan süslenme dürtüsünün yanı sıra iletişimin ve seyahat olanaklarının artmasının da modanın bir çıkış haline gelmesinde etkili olduğu yadsınmaz bir gerçektir” (PAMUK Beyhan, 2009: 15).

²¹BAŞKAYA Oya, Günümüzde Modanın Algılanış Biçimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. 2010-İstanbul Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.59

4.1.1. Psikolojik-Sosyolojik Faktörler

Moda insana özgü bir olgu olduğu için en etkilendiği faktör de hiç kuşkusuz psikolojik-sosyolojik faktörler olmaktadır. Moda, önceleri giyim tarzının hayata yansımaları olarak tanımlanırken artık hem ekonomik hem de sosyal bir sorun haline almıştır. Batı, modayı etkileyen psikolojik ve sosyoloji faktörlere şu şekilde değinmiştir:

“Moda sosyolojisi açısından tarım öncesi ve tarımcı toplumlarda modadan değil daha çok örf ve adetlerden söz edilebilir. Dolayısıyla bir şeyin moda olabilmesi için öncelikle gerekli şartların hazır olması gerekmektedir. Bu şartlar ekonomik ve teknik şartların yanında psiko-sosyolojik şartları da kapsamaktadır. Son yıllarda toplumun giyim kültüründeki rolünü açıklamak için modanın psiko-sosyolojik uzantılarına daha büyük önem verilmektedir. Moda hakkındaki çalışmaların ilk döneminde moda, ahlaka aykırı, giysi kalitesini düşürüp ucuzlatan, toplumdaki insanları eşitleyen, tüm insanları hem ruhen hem de görünüş olarak birbirlerine benzeten bir araç olarak suçlanmıştır. Moda bu yanlışlıkları zamanla aşarak pozitif etkilerini ortaya çıkarmaktadır. Özellikle günümüzde kitle iletişim araçlarının artmasıyla insanlar var olanı değil var olanlar arasından seçim yapabilme hakkını kullanmaktadırlar. Dolayısıyla artık bir ürün ya da hizmetin sunulan kültür ya da hedef kitlenin sosyolojik yapısına hitap edip etmediği o grubun içerisinde bulunduğu psikolojik faktörlerin kodlarıyla hedef kitleyi nerede neyle yakaladığı büyük önem kazanmıştır” (BAT Mikail, 2008: 61).

Birey; tercih etmiş olduğu giyim nesnelere ile kişiliğinin tümünü gözler önüne sermektedir. Bireyin kişilik yapısı, karakteri ve sosyal etkileşimleri modanın yorumlanmasında oldukça etkilidir.

4.1.2. Cinsiyete Bağlı Faktörler

Moda; toplumdan topluma, yaşam biçimlerinden gelenek ve göreneklere göre değişen bir olgu olmasının yanı sıra kadın giyiminde de kendini göstermiş, cinselliğin etkisi altında kendisine yeni yollar çizmiştir.

Moda; 2. Dünya Savaşı'ndan sonra kendini cinsellik konusunda sınırlamamış ve ‘unisex’ kavramını toplumun iç dinamiğine yerleştirmiştir. Batı, ‘unisex’ kavramını şu sözleriyle anlatmaktadır:

“İtalya’da günlük yaşamda giyilen bir giysi aynı süreçlerde Türkiye’de, İspanya’da ya da Japonya’da yaşayan birisinin üzerinde görülebilmektedir. Moda süreçleri bir çiğ gibi bir anda var olup yine bir anda yok olabilmektedir. Kitleleri bu kadar etkileyen moda stilleri arasında kimi kez de cinsiyet ayrımı olmayan tarzlar

gözlemlenmektedir. Ya da karşı cinsin stili olan giysiler tasarlanan cins küçük nüanslarla adapte edilmektedir” (BAT Mikail, 2008: 79).

4.1.3. Kimlik ve Statüye Bağlı Faktörler

Kimlik; bireyin toplum içinde nasıl ve kim olarak görüldüğü ile ilgili bir terim olarak kullanılmaktadır. Kişinin kimliği, doğmuş olduğu yer ve çevre ile gelişmeye başlamaktadır. Kimliğin gelişmesindeki en önemli etken; içinde doğmuş olduğu tarihsel dönem, sosyal çevre, bulunduğu milliyet ve cinsiyettir. Pektaş, giysilerin kimliğimizi dışa vurmamızdaki en önemli araç olduğunu şu sözleriyle vurgulamaktadır:

“Modern çağda insanlar çoğunlukla kalabalık metropollerde yaşamaktadır. Normal olarak her bireyin kendini ifade etme ihtiyacı vardır. Kalabalık şehirlerde insanlar birbirlerini çok kısa anlarda gözlemleyip haklarında yargıya varmak zorundadırlar. Büyük şehirlerde insanlar fazla konuşmazlar. Otobüste metroda bütün insanlar sessiz bir şekilde birbirlerini süzüp çevrelerindeki insanın “kim” olduğu konusunda yargıya varmaya çalışırlar. “Öteki” insanın kim olduğunu görünüşle ilgili kıyafet kodlarını çözümlenmeye çalışarak anlamaya gayret ederler” (PEKTAŞ Hafize, 2006: 37).

Giyim ve moda; günümüz toplumlarında kişinin kim olduğunu, çevresindeki insanların kimlerden oluştuğunu anlamamız konusunda bize yardımcı olmaktadır. Moda; sosyal yaşantımız içerisinde adeta toplumun sembolü olarak görülmektedir.

Geçmişte sınıfsal ayrımın en büyük simgesi olarak bilinen moda, günümüzde de bu niteliğini sürdürmektedir.

4.1.4. Ekonomik ve Siyasi Faktörler

Modanın gelişmesindeki başlıca sebeplerden biri de ekonomik ve siyasi gelişmelere bağlanmaktadır. Ekonomik gelişmeler; rahat yaşamı, teknolojik avantajları ve yüksek statüyü de beraberinde getirmektedir. Pamuk, ekonominin modaya olan etkileri şu şekilde anlatmaktadır:

“Ekonomik güç birçok alanda olduğu gibi moda sektöründe de etkili olmaktadır. İlk olarak uzun vadede ekonomik anlamda güçlü olan ülkelerin yaşam tarzı, kültürel yönleri diğer ülke insanları için benimsenen yaşam tarzı olmaktadır Güç sahibi ülkelerin sektörde söz sahibi olmalarının yanı sıra etnik yapılarının, giyim tarzları moda eğilimlerine yansımaktadır” (PAMUK Beyhan, 2009: 16).

Dünyanın geçirmiş olduğu bolluk ve kıtlık dönemleri modayı büyük ölçüde etkilemiş; savaşların getirdiği ekonomik sorunlar imkanları kısıtlamış ve zorunlu alanlarda kullanılmaya yönelmiştir. Savaş ve kıtlık dönemlerinde az kumaş gerektiren modeller kullanılması, ülkelerin bolluk dönemlerinde ise pahalı ve bol malzemelerden giysiler üretmesi ekonomik ve siyasi etkenlerin sonucu olarak görülmektedir.

4.1.5. Sanat Akımlarına Bağlı Faktörler

Bir nesneyi moda haline getirebilmek için onu pırıltılı ve dikkat çekici hale getirmek gerekmektedir. Bu bağlamda sürekli değişimi sağlamak için tasarımcılar sosyal faktörlerden ve sanat akımlarından faydalanmaktadır. Pamuk, modanın sanat akımlarından etkilenme durumunu şu sözlerle anlatmaktadır:

“Moda tasarımcılarının, sanattan, özellikle ressam ve heykeltıraşların yapıtlarından, renk ve çizgilerinden oldukça fazla yararlandıkları bilinen bir gerçektir. Belirli dönemler de gündeme gelen sanat akımları ve bu akımların başında gelen popüler sanatçılar moda için her zaman yönlendirici olmuşlardır. Zaman içerisinde resim, heykel gibi sanatların yanı sıra sinema, tiyatro, opera gibi gösteri sanatları moda için ilham kaynakları olmuşlardır. Popüler kültür de müzik sanatçıları, sinema veya dizi oyuncularının kullandıkları giysiler gündemde yer almıştır” (PAMUK Beyhan, 2009: 38).

4.2. 1960’lı Yıllarda Moda

1960’lı yılların moda simgesi haline gelen mini etek ve süveter o dönemlerde insanların kendilerine has bir tarz yaratmalarına imkan vermiştir. İngiliz moda tasarımcısı Mary Quant’ın mini eteği tasarlaması bugün bile devrim niteliği taşımaktadır.

1960’lı yılların ilk dönemine gençlik ateşi ve şıklık yarışı damga vurmuş fakat bu durum daha sonraları yerini hippie görünüşe bırakmıştır. 1960’lı yıllardan önce İngiliz ve Fransız moda tasarımcıları birlikte işbirliği yapmış ve insanların neler giymesi gerektiğini belirlemişlerdir. Ancak bu durum 1960’lı yıllarda özellikle gençler tarafından durdurulmuştur. Halk; modanın kontrolünü ele almış, tasarımcılar da bu trende ayak uydurmak durumunda kalmışlardır. Bu yeni sistem ile moda insanlar tarafından yaratılmaya başlamıştır. Stillerin oluşmasında ve değişiminde insanların kültürel yapıları ve hayranı oldukları ya da benimsedikleri rock

guruplarının etkileri gözlemlenmiştir. Tasarımcılar da bu yeni stilleri kopyalayarak perakende satış noktalarından daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamışlardır²².

1960’larda asi gençlik Londra’da kendi giyim tarzlarını yaratmışlardı. Kadınlar mini etek, parlak ve uzun botlarla dar ve kolsuz tunik ve süveterleri oldukça sık kullanmaktaydılar. Erkekler ise parlak, şal desenli ceketler, yüksek topuklu deri botlar ve onları tamamlayan deri ceketler ile İngiliz bayrağını üstlerinde taşıyan tişörtleri tercih etmekteydiler. Altun, 1960 modasını şu sözlerle anlatmaktadır:

“Dünyaca ünlü moda dergisi ‘Vogue’, bu yükselen moda anlayışını, ‘Youthquake’ (gençlik depremi) olarak adlandırmıştır. Moda hareketini yönlendiren dönemin önemli tasarımcılarından İngiliz Mary Quant, bu dönemle özdeşleşmiş olan mini eteğin yaratıcısı olarak bilinmektedir. Ancak Quant mini eteği kendisinin yaratmadığını ‘onu sokaktaki kızlar yarattı’ sözleriyle anlatmaya çalışırken; yeni stillerin, eskiyi reddeden ve kendi değerlerini ifade etmeye çalışan genç insanlar tarafından yaratıldığını ifade etmiştir” (ALTUN Serpil, 2010: 35).

1964 yılında Mary Quant mini eteği tasarlamış ve o tarihten sonra da tüm kadınlar mini giymeye başlamıştır. 1960’lı yılların ortalarında modanın liderliği İngiliz modacıların eline geçmiştir. İngilizlerin ‘Mod’ diye adlandırdıkları stil 1950’li yılların modasından çok daha farklıydı ve bu moda pek çok genç tarafından benimsenmiş ve kabul görmüştü. . Altun, 60’lı yıllardaki gençliğin modaya olan etkilerinden şu şekilde bahsetmiştir:

“1960’larda batılı toplumlara yön veren gençlik sayesinde, bu yeni moda daha hızlı yayılıyor; gençler aynı zamanda dönemin modacılarına da yön veriyordu. Artık gençlik, ebeveynlerinin aksine, sürekli çalışıp mal mülk sahibi olmak yerine hayatın tadını çıkartmak istiyordu. Yeni oluşan bu genç tüketici sınıf, ağırlıklı olarak yaşam biçimlerini tamamlayan ve alım güçlerine uygun bir moda istiyorlardı. Bunun sonucu olarak, moda o elit karakterini kaybedip bir gençlik fenomeni haline gelmişti” (ALTUN Serpil, 2010: 36).

60’lı yılların ortalarına gelindiğinde ise kısa ve plastik yağmurluklar, renkli ceketler oldukça moda olmuştu. Altun, o dönemde moda olan birkaç parçayı şu şekilde tarif etmiştir:

“1966 yılına gelindiğindeyse ‘Nehru Ceketi’ moda sahnesine çıkmıştı ve her iki cinsiyet tarafından da giyilmişti. Kadınlar ve genç kızlar alçak topuklu sandalet ve ayakkabılar ile dönemin trendlerinden biri olan beyaz renkli ‘Go-Go Botları’ tercih

²² ALTUN Serpil, 1960’ların Moda Devrimi ve Batı Takı Tasarımına Yansımaları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2010-İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, s. 35

ederlerken; genç İngiliz erkekleri arasında Beatles üyelerinin giydiği 'Beatle Botlar' giderek yaygınlaşıyordu" (ALTUN Serpil, 2010: 37).

1960'lı yılları etkileyen bir diğer olay ise 'Hippi' olarak adlandırılan hareket olmuştur. Hippi; çarpıcı renklerden oluşan, bol büzgü ve fırfırlarla zenginleştirilmiş, halka küpeler ve renkli takılarla toplumun temel kurallarına başkaldırmıştır. Dereboy, hippie akımını şu şekilde anlatmıştır:

"60'lardaki öğrenci hareketleri modaya da yansımış ve *hippie look* adı verilen yeni görünüm, gençlerin protest görünüşlerini vurgulamıştır. Üst üste takılan kolyeler, aksesuarlar, jean pantolonlar ve çiçek desenli giysiler, bu görünümün tipik öğelerini oluşturmaktaydı. Barışseverliği ve doğaya yakınlığı sembolize eden bu yeni görünüm anti-moda akımı olarak nitelendirilmiş, zamanla bu akım bütün dünyayı etkisi altına almıştır" (DEREBOY Eilf Jülide, 2004: 152).

Feminen stilin temsilcisi olarak bilinen pantolon 1962 yılından itibaren yalnızca evde veya tatillerde giyilmek yerine özel davetlerde ve salonlarda da giyilmeye başlamıştı. Bu yıllarda dar kesimli paçalar moda iken 1966 yıllarında yerini boru kesim ve uzun modellere bırakmıştır. Yves Saint Laurent bu pantolon modasını oldukça benimsemiş ve 1966 yılında ilk kez kadına smokini giydirmiştir.

Dönemin bir diğer önemli akımı ise 'baby-boom' akımıdır. Dönemde kullanılan elbiselerin üzerinde çocuksu görünüm hakim olmuş, özellikle 'Twiggy' modasında kolsuz ve yakasız mini elbiseler oldukça sık kullanılmıştır.

Altun, 60'ların modasını şu şekilde anlatmaktadır:

"1960'ların başlarında moda, First Lady Jacqueline Kennedy'nin zarafetinin bir yansıması gibiydi. Askeri kepleri andıran küçük şapkalar, pastel renklerde takım elbiseler, büyük boy düğmelerin kullanıldığı küçük, kısa ceketler, basit geometrik kalıpları olan '*çuval elbiseler*' oldukça revaçtaydı. Gündelik giyimde kapri pantolonlar hem bayanlar hem de genç kızlar arasında oldukça modaydı. Gece kıyafetleri ise genellikle hafif dekoltesi, bele sıkıca oturan ve belden büzgülü uzun elbiseler şeklindeydi. Topuklu '*Stiletto*' ayakkabılar oldukça yaygındı. Erkeklerin giysileri ise artık eskisi gibi soluk renklerde değil; oldukça göz alıcı ve rengarenkti. Manşetler, pantolon askıları, deri çizmeler, renkli ceketler, üzerinde çılgın desenlerin olduğu geniş kravatlar erkek modasının başlıca özellikleriydi" (ALTUN Serpil, 2010: 35-36).

1960'lı yıllarda moda; toplumda gelişen her türlü olaydan etkilenmiştir. Ekonomik rahatlıklardan ve siyasi karmaşalardan etkilendiği kadar romantizm ve kültürel etkileşimlerden de etkilenmekte olan moda; yansımalarını ikinci el giysiler

ve bitpazarlarında göstermiştir. Giysileri; uzun ve renkli giysiler, küçük el çantaları ve renkli boncuk kolyeler tamamlamaktadır.

1960'lı yılların modası 50'lerden tamamen farklı olarak ortaya çıkmış olan ideolojilerle şekillenmiştir. Özellikle batı dünyasında modayı gençler benimsemekte ve tüketimin tamamına yakını onlar yapmaktadır. Bunun sonucu olarak da ilk defa moda, elit sınıfa hitap etme özelliğini kaybetmeye başlamıştır²³. Dereboy, bu dönemdeki hızlı tüketimi şu şekilde anlatmıştır:

“Tekstil ve giyim piyasasındaki üretim maliyetlerinin düşmesiyle, daha fazla insan moda için uygun giyinmeye başlamış, hazırlanan tasarımlarda sezon koleksiyon anlayışı yaygınlaşmış buna karşı üretim kalitesinin düştüğü görülmüştür” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 152).

60'lı yılların kadın figürü; çocuksu ve keskin hatlara sahipti. Bu yıllarda etkin olmaya başlayan televizyon moda belirleyici bir unsur olarak görülmüş, film yıldızlarının kullandıkları kostümler modayı derinden etkilemiştir. Dereboy, 60'lı yılların modasını şu şekilde tarif etmiştir:

“60'ların spor giyiminde iki parçalı kayak giysileri, şort-mini bluz kombinasyonları, girik kollu, göbeği açıkta bırakan mini, cepli, püsküllü yazlık bluzlar, Çin stili bluz-pantolon takımlar, kapri pantolonlar, denizci stili çizgili bluz-pantolon takımlar görülmekteydi. 60'lı yıllarda iç çamaşırlarında bir devrim yaşanmış, beyaz ve bej gibi klasik iç çamaşırı renklerinin yerini parlak ve canlı renkli desenli kumaşlar almıştır. Çorap-tulum takımlar iç çamaşırı modasına bir yenilik getirmiş, iç çamaşırı takımları, girik kollu giysiler için üretilen değişik sutyen stilleri, bodyler, sutyen kombinezonlar, şeffaf tülden üretilen sutyenler bu dönemde popüler olmuştur. Sutyenler alttan ve üstten elastik bantlarla tutturulmuş, ince, transparan kumaşlardan ve üçgen parçalardan oluşturularak destek özelliği kullanılmamıştır. Bu sistem iç çamaşırı modasının ilklerindedir. 60'lı kadınların silüetinde göğüs hattının tamamen düz olması tercih edilmiştir” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 156).

²³ DEREBOY Elif Jülide, Kostüm ve Moda Tarihi, Özel Güzel Sanatlar Stilizlik LTD., Ankara-2004, s.152



Şekil 4. 1. 1968 yılına ait Emanuel Ungaro tasarımı elbise ve şort.

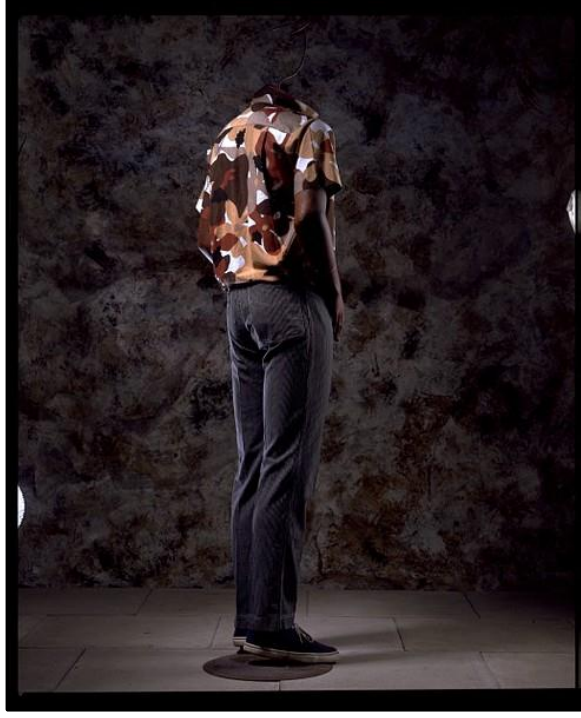
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O114943/dress-and-shorts/> (16.02.2012).



Şekil 4. 2. 1968 yılına ait Ossie Clark tasarımı bir tunik.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O86566/tunic/> (16.02.2012).



Şekil 4. 3. 1960 yılına ait Gabicci'ye ait erkek hırkası.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O138299/cardigan/> (16.02.2012).



Şekil 4. 4. 1960 yılına ait bir erkek pantolonu.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O164948/trousers/> (16.02.2012).



Şekil 4. 5. 1964 İlkbahar sezonuna ait André Courrèges'e ait mini bir elbise.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O15586/mini-dress/> (16.02.2012).



Şekil 4. 6. 1966 yılına ait Emanuel Ungaro tasarımı ceket ve elbise.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O15584/jacket-and-dress/> (16.02.2012).



Şekil 4. 7. 1967 yılına ait kağıt bir elbise.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O125371/paper-dress/> (16.02.2012).



Şekil 4. 8. 1967 yılına ait Paul Babb'a ait mini bir elbise.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O130915/mini-dress/> (16.02.2012).



Şekil 4. 9. 1967 yılına ait kağıt bir elbise.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O125372/paper-dress/> (16.02.2012).



Şekil 4. 10. 1967 yılına ait Pierre Cardin tasarımı elbise.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O75502/day-ensemble-cosmos/> (16.02.2012).



Şekil 4. 11. 1967 yılında Biba tarafından tasarlanmış olan mini bir elbise.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O133324/mini-dress/> (16.02.2012).



Şekil 4. 12. 1960 yıllarındaki erkek modası.
Kaynak: <http://www.cameranaked.com/FamousPhotos1960.htm> (16.02.2012).

4.3. 1970’li Yıllarda Moda

1970’li yıllar birçok çatışmaya ve savaşa ev sahipliği yapmış yıllar olarak bilinmektedir. Bu savaş ve çatışmaların sonucu olarak bilinen özgürlük düşünceleri ve hareketleri modayı da derinden etkilemiştir. Tüm kurallar yıkılmış, alışılmış olan her şey yerini yeni stillere bırakmıştır. Mini etekler ve çok desenli kumaşlar dünyanın her yerinde yaygınlaşmıştır. Geniş kol ağızları, geniş sivri yakalar, bileğe doğru bollaşan kollar, mini şortlar, geniş kravatlar ve daha birçok şey olduğundan daha abartılı olarak kullanılmıştır.

70’li yıllar kadınların özgürleşmesine ve iş hayatında erkeklerle eşit söz hakkına kavuşmasına da tanıklık etmiştir.

Gençlik; tüketim toplumunun ve modanın hızla yayılmasında güçlü rol oynamıştır. Gençler artık istedikleri müzikleri dinlemekte, istediklerini giyiniş kendi tarzlarını yaratabilmekteydiler. Hippiler, dazlaklar ve punklar gençler tarafından en çok rağbet gören akımlar olmuşlardır.

Döneme damgasını vuran akımlardan biri ‘Punk’tur. Punk; her şeyden ve herkesten daha fazla kültürel olması ile bilinmektedir. Kendilerini ifade etmeleri müzik, grafik tasarım, görsel imgeler ve stilleri sayesinde gerçekleşiyor; dolayısı ile de sanat ve kitle iletişim araçları ile yakından bağlantılı oluyorlardı. Punk akımının kesin bir kaynağı bulunmamaktadır.

Punk stilini en iyi yansıtan alanlar kermesler ve bitpazarları olmuştur. Punk; erkek çocukları ile genç erkeklerin moda olan ürünleri aynı anda kullanmalarını sağlamıştır. Genç kızlar ise hem kendilerine en uygun kıyafetlere daha kolay kavuşabilmekte hem de ikinci el ürün olarak ucuz mal tüketim yoluna gitmişlerdir.

Döneme damgasını vuran bir diğer akım ise ‘Hippi’dir. Hippi; 1970’lerin ortalarında Punk’un meydan okuyan stiline karşı ortaya çıkmıştır. Kurt, 70’lerin modasını şu sözlerle anlatmaktadır:

“Plak, elbise ve hatta kitap satışlarıyla uğraşanların çoğu saçlarını kırdılar, kulaklarını deldirdiler ve siyah tayt pantolonlar ile Doc Marten botları giymeye başladılar. Öte yandan, Punk’ın patlak verdiği daha genç katılımcıların ortaya çıktığı şartlar, 1960’ların hippie patlamasının şiddetini kesen şartlardan farklıydı. Kızlar elbette, önceki alt kültüre oranla daha ön plandaydılar ve sesleri daha yüksek çıkıyordu; yine de, Punk fenomenine eşlik eden ve onun bir kısmı olan “kendin yap” girişimsel uygulamalarında ne derece etken olduklarının değerlendirilmesi zordur. Elbette küçük bağımsız plak şirketlerin çoğu hala erildi, tıpkı gazeteciler ve hatta müzisyenler gibi. Punk modası, bütün savaş sonrası alt-kültürlerinin çarpıtılmış yansımalarını içermektedir. Deri ceketler, perçemler, kalın tabanlı süet ayakkabılar,

sivri burunlu lastik ayakkabılar, paka derisi yağmurluklar, kısa kesimli saçlar, uzun adımlı skinhead yürüyüşleri, daracık pantolonlar, cırtlak çoraplar, kısacık ceketler ve postallar karmaşası bulunmaktadır. Punk'lar aseksüel kreasyonlar icat etmişler, eski okul formalarını değiştirip giymişlerdir. 2. el kullanılmış kıyafetleri giymişlerdir. Boyunlarına taktıkları zincirlerle esaretlerini simgelemişlerdir” (KURT Fatma, 2009: 70).

1970'lerin ortalarında 'Punk' stilini benimseyen bayanlar 1960'lı yıllarda İtalyan filmlerinde giyilen dar kazakları, renkli-plastik küpeleri, file çorapları, siyah mini etekleri ve tabii ki kayak pantolonlarını moda haline getirmişlerdir. Dereboy, o dönemde moda olan bir diğer akım olan *Indian Look*'u şu sözlerle anlatmıştır:

“70'lerde özellikle gençler arasında *Indian Look* popüler olmuş, işlemeli bluzlar, Hint motifleri, oryantal desenli eşarplar ve gümüş takılarla oldukça düşük maliyetli bir moda yaratılmış ve bu moda Londra üzerinden tüm Avrupa'ya yayılmıştır. Kadife ceketler üzerinde, etrafı tıgla örülmüş küçük aynalar ve pamuklu bluzlardaki Hint işlemleriyle ilginç kombinasyonlar yaratılmıştır. 70'lerde ortaya çıkan *punk* hareketi, tamamı gençlerden oluşan bir alt kültürün ürünü olarak 1976-1978 yılları arasında etkili olmuş, Underground müzikle birlikte asi ve sado-mazoşist görünümü birleştiren punk modasının savunucuları parlak renkli stilleri, metal çubuklu ayakkabıları, siyah deri ceketleri, abartılı geometrik şekillerdeki makyajlarıyla, punklar oldukça farklı bir görünüm sergilemişlerdir” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 165).

70'li yıllarda etek boyları mini, midi ve maxi olarak kullanılmış ve kullanılan aşırı mini kıyafetler kişiler üzerinde isteksizlik yaratmıştır. Bu isteksizliğin bir sonucu olarak ortaya çıkan pantolon takımlar kadınlar tarafından oldukça rağbet görmüştür. Çizgili ve ekoseli desenler ve pamuklu süveterler hem kadın hem de erkekler tarafından kullanılmakta ve 'unisex' teriminin popüler olmasına katkı sağlamaktadır. Pamuk, dönemdeki unisex giyimin popülerliğini şu sözlerle anlatmaktadır:

“Yaşlı-genç, kadın-erkek her yaştan ve her kesimden insanlar uzun bol paçalı pantolonlar, dar kesimli, geniş yakalı gömlekler, takma kirpikler, yüksek topuklar kullanmaktadır. Bu yıllar, belli bir süre 1930'lu yılların çizgili, benekli çorapları, verev etek, yakasız mantolarını getirmiştir” (PAMUK Beyhan, 2009: 53).

70'lerin ilk yarısına pantolon damgasını vurmuştur. Geniş paçalı, kalın dubleli, bel ve kalça kısmı bedene tamamen oturan pantolonlar, erkek giyimine benzeyen ceket ve yelekler ile birlikte kullanılmaktaydılar. Sentetik ve doğal kürkten

yapılan abartılı, kol kısımları tüylü ceketler bu dönemde oldukça sık görülmüştür. Pamuk'un (2009: 54) da ifade ettiği gibi:

“Kışlık mantolarda büyük yakalar, iri cepler, rahat ve yalın bir hava görülmekte olup, balıkçı kazağı, kazağa eş bir bone ve aynı renkte yün çoraplar giyilmektedir. Jarse, emprime ve muslin kumaşlar sıklıkla kullanılmaktadır. 1970'lerin ikinci yarısında Paris 'de klasik giyim modasından söz etmek mümkün değildir. Parisli modacılar giyenin üzerinden düşüyor etkisini veren bol giysiler sunmaktadır. Reglan veya düşük kollar, uzun japone kollar, pelerinler, körüklü çizmeler moda olmaktadır” (PAMUK Beyhan, 2009: 54).

70'li yılların sonlarına doğru eskiye olan özlem artmış; 78-79 yıllarında vatkalı mantolar ve tüylü şapkalar ile 1950'li yılların çekici kadını yeniden gün yüzüne çıkmıştır. Beli ince gösteren kıyafetlerin yanı sıra bacakları saran pantolonlar bu dönemde oldukça sık kullanılmıştır. Yine bu dönemlerde deri; modada hızlı bir ivme kazanmış; kadın ve erkek giyim modasında oldukça önemli bir yere sahip olmuştur.

1970'li yıllarda modayı etkileyen faktörlerin başında politika, global problemler, öğrenci hareketleri ve çevre sorunları olmuştur. Dereboy, globalleşmenin 70'li yıllardaki modaya olan yansımaları şu şekilde anlatmıştır:

“Bazı hayvan türleri nesillerinin tükenmeye başlaması, gerçek kürklerin yerini sentetik kürklerin almasına neden olmuş, ucuz seyahat olanaklarının ve global iletişimin gelişmesi, modanın egzotizmle tanışmasına olanak sağlamıştır. Uzay yolculuğu ve olimpiyat oyunları da modayı etkilemiştir” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 164).

1970'lerin modası kendine özgü bir tarz yaratmamış, daha çok 60'ların trendlerinden etkilenmiştir. Modada kuralcılık bu dönemde yıkılmış ve moda otoriter kimliğini bu dönemde yitirmiştir. Dereboy, 70'li yılların modasını şu sözlerle anlatmaktadır:

“1970'lerde belirgin moda biçimi olmadığı için, çok çeşitli stiller kullanılmış, mini, midi, maxi etek boylarının birlikte kullanılması değişiklik dalgasını da beraberinde getirmiştir. Genç kızlar ve erkekler arasında unisex giyim modası yaygınlaşmış, 70'li yılların modasında, 1930'lara ve 40'lara geri dönüşler yaşanmış, çeşitli stillerin birlikte yorumlanması ile yeni konseptler ortaya çıkmıştır. Vatkalı tayyörler, kıvrık saçlar ve kırmızı rujlar ile kadınlar 40'li yılları yeniden yaşamıştır. 70'lerin sonlarına doğru ise feminizm ve kadın hakları modayı yönlendirmeye başlamış, sade bir stil modaya hakim olmuştur” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 165).

1970'li yıllarda kadınlar için tasarlanmış pantolon takımlar oldukça ilgi görmüştür. 70'lerin sonlarına doğru bol paçalı pantolonlar yerini dar paçalara bırakmış ve üst kısımlarda pililer kullanılmıştır.



Şekil 4. 13. 1970'li yıllardaki moda.

Kaynak: <http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> (17.02.2012).



Şekil 4. 14. 1970'li yıllardaki moda.

Kaynak: <http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> (17.02.2012).



Şekil 4. 15. 1970'li yıllardaki moda.

Kaynak: <http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> (17.02.2012).



Şekil 4. 16. 1970'li yıllardaki moda.

Kaynak: <http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html>
(17.02.2012).



Şekil 4. 17. 1970'li yıllardaki moda.

Kaynak: <http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html>
(17.02.2012).



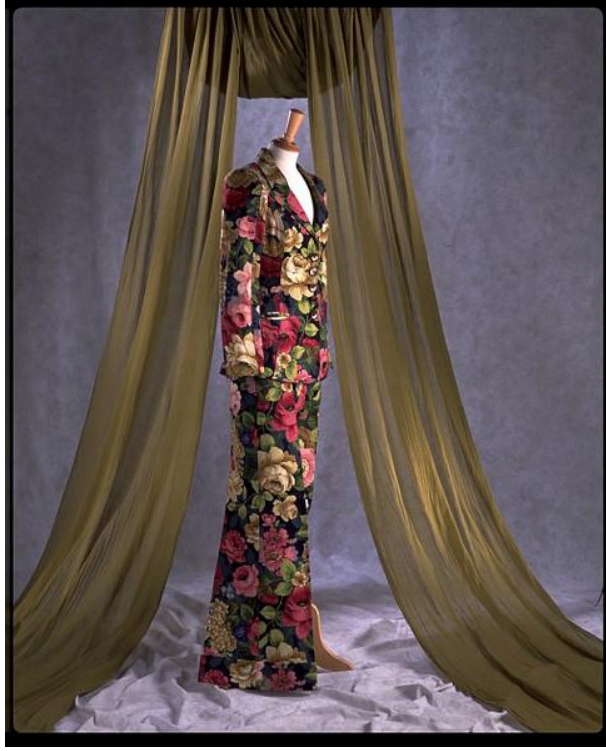
Şekil 4. 18. 1970'li yıllardaki moda.

Kaynak: <http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> (17.02.2012).



Şekil 4. 19. 1970 yılına ait Ossie Clark tasarımı krep pantolon-cekete takımı.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O86576/trouser-suit/> (18.02.2012).



Şekil 4. 20. 1974 yılına ait Biba tasarımı bir pantolon ceket takımı.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O84088/trouser-suit/#> (18.02.2012).



Şekil 4. 21. 1972 yılına ait John Stephen tasarımı bir pantolon-çeket takımı.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O84178/suit/#> (18.02.2012).



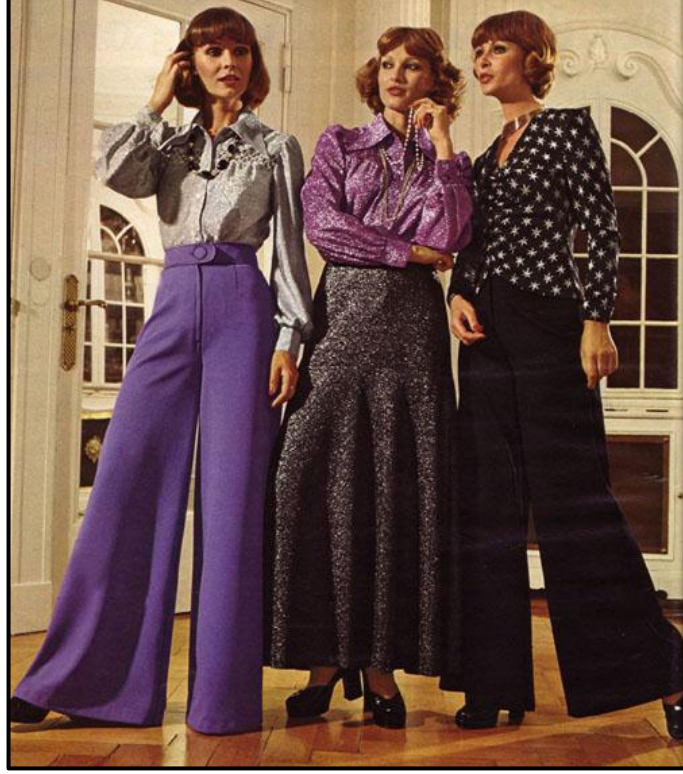
Şekil 4.22. 1972 yılına ait John Stephen tasarımı kravatlar.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O84178/suit/#> (18.02.2012).



Şekil 4. 23. 1970'li yıllardaki moda.

Kaynak: <http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> (17.02.2012).



Şekil 4. 24. 1970’li yıllardaki moda.

Kaynak: <http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> (17.02.2012).

4.4. 1980’li Yıllarda Moda

1980’li yıllarda moda; tekstil sektöründeki çeşitlilikle beraber gelmiştir. Kadınlar artık iş hayatının içindedir ve kendilerini kanıtlayabilmek için daha özenli ve iyi giyinmeye başlamışlardır. Bu dönemde kadın modasına gösteriş hakim olmuş, statü sembolü olan giysiler ön plana çıkmıştır. Kadınsılığı ortaya çıkaran likralı kumaştan elbiseler, çok geniş vatkalar, canlı renkler, aslan yelesi saçlar ve parlayan kumaşlar döneme damgasını vurmuştur. Bunların dışında bol pantolonlar ve vatkalı ceketler kadınlar için rahat modanın vazgeçilmez parçası haline almıştır.

1980’li yıllar ekonomik ve siyasi gelişmelerin yoğun olarak yaşandığı bir dönem olarak bilinmektedir. Bu yılların kadını artık eskisi gibi yoksul ve küçük bir kız çocuğu veya hanım hanımcık bir güzel değildir. Spor giyinen, zayıf, hırslı ve her konuda başarıyı kovalayan, bunun yanı sıra çekiciliğini her zaman elinde tutan bir profil çizmektedir.

Giyim ve buna bağlı olarak moda; 80’li yıllarda gúcün ve zenginliğin bir göstergesi olmuştur. Geniş vatkalara, ince beller ve aşığıya doğru daralan pantolonlar kadının vücudunu gözler önüne sermektedir. Pamuk, 80’li yılların modası ile ilgili şunları söylemektedir:

“80’lerin ilk yarısında yaşanan petrol krizi sonrası, moda renkleri petrol yeşili, mavisi, altın sarısı ve bu renklerin tonları olmuştur. Genel olarak giysi boylarında kısalma ve giysilerde küçülme olarak görülmektedir. 83-84 yıllarında etek boyları uzamış fakat derin yırtmaçlarla kullanım dikkat çekmektedir. 1986 yılından sonra etek boyları yeniden kısaltmaya başlamıştır” (PAMUK Beyhan, 2009: 55).

1980’li yıllarda her şeyde olduğu hazır giyim üretimi de hızlanmıştır. Altı ayda bir düzenlenen defileler ve koleksiyonlar hızla yenilenmekteydi.

Kadınların artık toplumun bir parçası olması, siyasette ve iş hayatında etkin olmaları modacıların dikkatini çekmiş ve koleksiyonlar bu yönde yapılmıştır. Çalışma alanları düşünülerek takım elbiseler tasarlanmıştır.

Geniş omuzlar ve karpuz kollar bu döneme damgasını vurmuştur. Bunun yanı sıra ince beller ön plana çıkmış, dar ve uzun etekler vücudu sarmıştır.

1980’lerde spor giyim bir akım haline gelmiştir. Spor salonlarında kullanılan likralı kumaşlar günlük hayatta da kullanılmaya başlanmıştır. Bedeni saran bluzlar, pantolonlar, baskılı tişörtler, parlak renkler ve renkli takılar artık hayatın içinde yer almaktadır. Bu dönemde kadınlar vücutları ile barışık olmuştur.

1980’li yıllar moda sektöründe çeşitliliğin meydana geldiği yıllar olarak bilinmektedir. Dönemin moda tasarımcıları geçmişten ilham alarak ‘şık ve lüks’ kadını yaratmışlardır. ‘Başarı için giyinen iş kadını’ imajı moda tasarımcılarının ilgisini çekmiş ve yeni bir akım ortaya çıkmıştır²⁴.

Bu yıllardaki kadın imajı lady stilinde değil, başarı için giyinen kadın imajı olmuştur. Giyimde rahatlık moda olmuş; bol kesimli, omuzlara vurgu yapan kıyafetler tercih edilmiştir. Kadınlar; iş hayatında, kokteyllerde ve gece giyiminde eteği tercih etmelerine rağmen, zamanla daha çok kadın pantolonunun rahatlığını benimsemeye başlamışlardır²⁵. Dereboy, 80’li yıllardaki modanın çeşitliliğinden şu şekilde söz etmektedir:

²⁴ DEREBOY Elif Jülide, Kostüm ve Moda Tarihi, Özel Güzel Sanatlar Stilizlik LTD., Ankara-2004, s.174

²⁵ DEREBOY, A.g.e. s.174

“Moda endüstrisi daha oyuncu bir kimliğe bürünmüş ve bu dönemi etkisi altına alan postmodernizm akımı modayı da etkilemiştir. 80’li yılların tasarımlarında tek bir stil kullanılmamakla birlikte, tarihin çeşitli dönemlerinden alınan uyumlu parçalar yeni tarzda kombinlenerek modern bir görünüm elde edilmiştir. 1980’lerde spor giyimin yanı sıra güçlü kadın imajı da önemli bir faktör haline gelmiştir” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 174).

Kadın giyimi erkek giyiminin belirli biçimlerini almış, kadının cinselliği geri plana itilmiş ve bu durum erkek ile eşit koşullarda olmasına yardımcı olmuştur. Dereboy, takım elbisenin gelişmesinden şu şekilde söz etmiştir:

“İş ciddiyetiyle bağlantılı olan ‘takım elbise’ kadınlar tarafından tercih edilmeye başlanmış, vatkalarla vurgulanan geniş kesimli omuzları olan uzun blazer ceketler, diz hizasında dar veya pileli eteklerle kullanılan yüksek topuklu sade, şık rugan ayakkabılar moda olmuştur” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 174).

Dereboy, 80’li yılların modasına şu şekilde değinmiştir:

“80’lerde modayı en çok etkileyen unsurlardan biri spordur. En popüler spor aerobiktir; fosforlu renklerden tasarlanan taytlar, bodyler, aerobik şortları, büstiyerler, tulumlar, saç bantları, tozluklar, spor ayakkabılar spor giyim modasını oluşturmuştur. Salon sporlarında kullanılan giysi tasarımları; naylon ve likra kumaşlardan üretilmiştir. Salon sporları giysi modası bütün dünyaya hızla yayılmış, korse gibi giyilen likra ve jarse bodyler, kadına kullanım açısından büyük kolaylık getirmiştir. Drapeli, derin V yakalı veya minik kollu bu bodyler 90’lı yıllarda da moda sahnesinde yer almıştır.

Kayak sporu için tasarlanan kayak kıyafetleri, ünlü modaevleri tarafından da lanse edilmeye başlamış, ısı geçirmeme özelliğine sahip, teknolojik özellikler içeren kumaşlar, her yıl değişen tasarım ve renk özellikleri ile ayrı bir dal oluşturmuş ve spor giyim moda sektöründe önemli bir yer edinmiştir” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 178).



Şekil 4. 25. 1985 yılına ait Katherine Harmnett tasarımı ceket ve pantolon.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O83770/jacket-and-trousers/> (20.02.2012).



Şekil 4. 26. 1985 yılına ait Alaia Azzedine tasarımı bir tulum.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O142787/trouser-ensemble/> (20.02.2012).



Şekil 4. 27. 1989 yılına ait Victor Edelstein tasarımı bir elbise.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O84844/dress/> (20.02.2012).



Şekil 4. 28. 1986 yılına ait Murray Arbeid tasarımı bir gece elbisesi.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O83535/evening-dress/> (20.02.2012).



Şekil 4. 29. 1984 yılına ait Katherine Hamnett tasarımı bir tişört.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O138518/t-shirt/> (20.02.2012).



Şekil 4. 30. 1988 yılına ait Vivienne Westwood tasarımı bir takım elbise.
Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O84730/suit-time-machine/> (20.02.2012).

5. POP ART VE MODA

Moda tasarımcılarının sanattan, özellikle ressam ve heykeltıraşların renk ve çizgilerinden oldukça fazla yararlandıkları bilinmektedir. Belli dönemlerde popüler olan sanat akımları ve bu akımların popüler sanatçıları moda için her zaman yönlendirici etken olmuştur. Moda da sanat gibi yapıt, yaratıcı ve izleyici üçlüsünü birleştirmektedir. Bu yüzden moda sanatın bir dalı olarak sayılmakta ve bu güncel bir konu olarak tartışılmaktadır.

1960'lı yıllara damgasını vuran sanat akımı Pop Art'tır. Aslında 20. yüzyılın tamamında sanatla uzman olmayan halk kitlelerini birbirine bu kadar yaklaştıran, etkisi altında bırakan başka bir sanat akımı olmamıştır. Pop Art ortaya çıktığı ilk zamanlarda Modernizm'e yapılan bir ihanet gibi görülmüştür. Günay'ın da ifade ettiği gibi:

“Sanatla modanın tekrar iletişime girmesi 1950'lere denk gelir. Bu dönemdeki önemli gelişmelerden biri performans sanatının ortaya çıkmasıydı. Performans sanatını gerçekleştiren sanatçı kendini ifade etmek amacıyla veya ritüelinin bir parçası olarak kostüm tasarlamakta ve onu bedeninde veya başka nesnelere üzerinde sunmakta veya performansının sonucu olarak bir sanat objesiymişçesine ona kimlik vermekteydi” (GÜNAY Burcu, 2009: 135).

1960'lı yıllarda gençlik yenilikler aramaktaydı. Dönemin sanat akımı Pop Art insanları sadece düşünsel olarak değil, renk ve desen olarak da kendine çekmekteydi. Andy Warhol dönemin en dikkat çeken sanatçısıydı ve onun eserlerinde kullanmış olduğu renk ve desenler modaya doğrudan etki etmekteydi. Günay, o dönemde modayı etkilemekte olan sanat akımlarını şu şekilde sıralamıştır:

“1960'lara gelindiğinde sanat ve moda için Pop Art ve Op Art dönemi göze çarpıyordu. Aynı dönemde Konstrüktivizm de sanat akımı olarak uyanıyordu” (GÜNAY Burcu, 2009: 135).

1960'lı yıllardaki çılgın-genç moda akımları dışında yaşı biraz daha ilerlemiş, iyi işlerde çalışan insanlar da Pop Art'ın tarzından etkilenmiştir. Pop Art; sanatı ve

günlük yaşamı birbirine en fazla yaklaştıran bir sanat akımı olarak bilinse de aslında birbirine en fazla düşman olan sanat akımı olmuştur. Sanatçılar yapıtlarında gündelik yaşamın en bilindik imgelerini kullanırken tüketim toplumunu da sorgulamışlardır. Altun, bu ironiyi şu sözlerle anlatmaktadır:

“II. Dünya Savaşı sonrasında değişen ekonomik koşullar ve bu koşullara bağlı gelişen sosyal hareketler, batıda tüketim-tüketim karşıtlığı ikileminin doğmasına neden olmuştur. Bu dönemde Avrupa ve Amerika arasında belirgin farklar doğmuş; Avrupalı ülkeler daha tasarruflu bir tüketimi savunup, tasarımlarda doğaya dönük ‘Bauhaus avant-garde’liğini benimserlerken, Amerika’da bunun tam tersi olarak yaşam tüketim ekonomisi üzerine temellendirilmiştir. 1960’lı yıllara gelindiğinde tüketim kültürü dünyayı öylesine sarmıştır ki, endüstri geleneğine ve onun getirisi yaşam kültürüne aşına İngiltere’de sanatçı Richard Hamilton Pop Art’ın önemli eserlerinden biri olan kolajına ‘Bugünün evlerini bu denli farklı, bu denli çekici kılan ne?’ adını vermiştir. Magazin kültüründen kopan imgelerin ironik bir biçimde bir araya getirildiği bu kolaj, Pop sanatın karşısında durduğu noktayı ifade etmektedir” (ALTUN Serpil, 2010: 15).

Yüzyıllardır sanatı ve sanatçıyı etkileyen tüm faktörler moda dünyasını ve modacıları da etkilemektedir. Sanatçıların dönem dönem etkilendiği akımlar, ekoller moda tasarımcılarına da birer kaynak olmuş ve tasarımcının tarzının oluşmasında büyük rol oynamıştır.

1950’li ve 60’lı yıllarda moda yeni kavram arayışları içine girmiştir. Pop Art akımı tam olarak bu dönemde ortaya çıkmış; neon renkler, plastik ve fütüristik tasarımlar görülmeye başlanmıştır.

Pop Art akımının en karakteristik özelliği bol olarak kullanılan canlı renkler olmuştur. Pop Art’tan etkilenmiş olan moda da canlı renkleri ve özgür kesimleri oldukça benimsenmiştir. Dereboy, Pop Art’ın moda üzerindeki etkilerini şu sözlerle anlatmıştır:

“60’lı yılların mini etek boyu, 80’li yıllarda yeniden gözde olmuş, 60’lı yıllara dönüş sadece mini etek ile sınırlanmamış, pop art modası gece giysilerinde yeniden popülerlik kazanmıştır. Tasarımlarda puanlı, çizgili kumaşlar ve geometrik desenler kullanılmıştır” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 177).

Akımın ortaya çıkmış olduğu tarihlerde dünyayı özgürlük dalgası sarmış, tüm evlere televizyon ve radyo girmiş, bu sayede insanlar değişik yaş ve tarzları tanımaya başlamışlardır. Gençlerin modası kendini iyice toplumdandan ayırmıştır. Bu döneme kadar sıklıkla değişim göstermeyen erkek modası bu yıllarda büyük değişimler

göstermiştir. Dereboy, modanın müzik dünyasından da etkilendiğini şu sözlerle anlatmaktadır:

“60’lı yıllarda moda, müzik dünyasının idollerinden de etkilenmiş, Mick Jagger ve Rolling Stones stili giysiler, Levi’s jeanler, Fred Perry ceket ve pantolonları, hippie stili giysiler, fantastik renkler ve bordürler pret-a-porter için özel modeller tasarlanmıştır. 60’lı yıllarda ortaya çıkan Rob tuniklerde geometrik siyah-beyaz, Op Art akımlarından faydalanılmış, desenli çoraplar, uzun çizmeler, düz ayakkabılar ile kombine edilmiştir. Politikayla ilgilenen genç kesim, jean pantolon ve parka gibi kendi idollerinin de giydiği kıyafetleri giymişlerdir” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 154).

Erkekler rengarenk giyinmeye başlamış, çiçekli gömlekler, hippie kürkleri ve bol kesimli kıyafetler dönemin erkek modasına damgasını vurmuştur. Bu dönemde erkek takım ve paltolarında dar kesim modası yaygınlaşmış; takım elbiselerin içine giyilen gömlekler yerini balıkçı yaka kazaklara bırakmıştır. Tasarlanan kravatlar renklenmiş ve desenlerinde Pop Art akımının etkileri görülmüştür. Tepeden tırnağa tek tip giyinmek moda olmuş, dokuma kumaşların yerini uzay kumaşları almıştır. Andy Warhol dönemin modası için ‘Her şey güzeldir.’ ifadesini kullanmıştır. Dereboy, 60’lı yıllarda modanın sinemadan da etkilendiğini şu sözlerle anlatmaktadır:

“60’lı yıllarda sinema modayı, geçmiş yıllarda olduğu gibi fazlasıyla etkilemiş, 1967’de çekilen Bonnie ve Clyde filminde Faye Dunaway’in giydiği şapka ve trençkot, The Avengers adlı televizyon dizisinde Mrs. Peel’in giydiği catsuit, Hair müzikalindeki Marsha Hunt’ın saç stili ve giysileri, James Bond filmlerindeki kadın silüetleri, Pop Art, çiçekli bikinileri moda olmuştur” (DEREBOY Elif Jülide, 2004: 153).

1960’lı yıllarda Yves Saint Laurent Pop Art sanat akımından etkilenerek koleksiyonlar hazırlamıştır. Siyah-beyaz, sarı-kırmızı-siyah renk bölmeli Pop Art’ı yansıtan bu tasarımlar başta Yves Saint Laurent olmak üzere pek çok tasarımcının koleksiyonunda yer almıştır (Bkz. Şekil 5.1.). Laurent’in; geometrik formlar kullanarak tasarladığı bu koleksiyonunda Andy Warhol ve Roy Lichtenstein’in yapıtlarından etkilenmiştir (Bkz. Şekil 5.2.).



Şekil 5. 1. Yves Saint Laurent'ın 'Mondrian' adlı elbisesi. 1965 yılı.
Kaynak: <http://omgthatdress.tumblr.com/post/13108890331/mondrian-dress-yves-saint-laurent-1965-the> (21.02.2012).



Şekil 5. 2. Yves Saint Laurent'e ait Pop Art temalı bir elbise. 1966 yılı.
Kaynak: <http://www.artedos.org/2008/03/yves-saint-laurent-dialogos-con-el-arte.html> (29.04.2012).

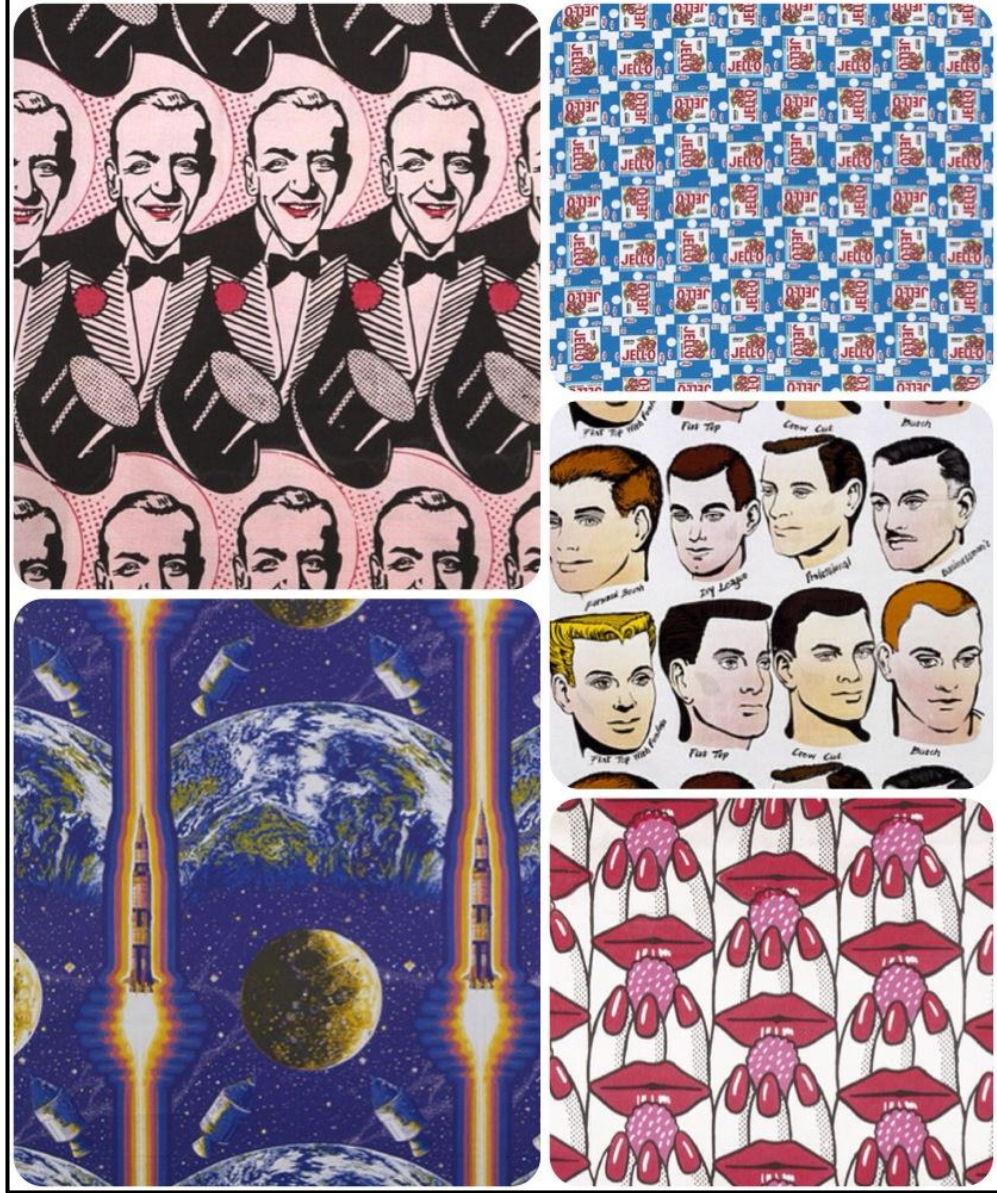


Şekil 5. 3. Yves Saint Laurent'e ait Pop Art temalı elbiseler. 1966 yılı.
Kaynak: <http://www.flickr.com/photos/29218315@N05/6006904379/> (29.04.2012).

Saybaşı, Pop Art sanat akımının dönemin modasına olan etkilerini şu sözlerle anlatmıştır:

“Öyle bir zamandı ki kitle kültürü/popüler kültür, yalnızca Pop sanatçıların ilgisini çekmiyordu, birçok farklı düzlemde değer kazanmıştı. ‘Kitsch’ (bayağı beğeni), anı eşyaları, kitle iletişim araçları dolayımında açığa çıkan imge dağarcığı, reklam imleri, tecimsel ürünler ya da paketlenme endüstrisi müzeler tarafından da alınıp biriktiriliyordu. Moda, tekstil ve iç-dekorasyon ise Pop Sanat’tan çok açık bir biçimde etkilendi. Bu sektörlerin alıcısı ve dolayısıyla götürücüsü de rock müzikle coşan yeni gençlikti. Modanın 1960’lı yıllarda çok benimseyerek kullandığı ‘dayglo’ renkler ve çizgi-roman imgeleri doğrudan Pop Sanat’tan devşirilmişti. Hatta 1974 yılında *Victoria and Albert Museum* ‘The Fabric of Pop’ adında gezici bir sergi düzenlendi (Bkz. Şekil 5.4.-5.12.).Serginin kataloğunda, yirmi yıldır tekstil ve moda tasarımında var olan Pop Sanat’ın, resimsel-olmayan (non-pictural) bir

biçimde, canlı renklerde ve iki boyutlu biçimler üzerine ısrarının, moda ve tekstil tasarımcılarının ilgisini çekmesi hiç zor olmadı. Onlar da sinema ya da pop müzik dünyasının ‘kült’ figürlerini, tüketim mallarının imgelerini kullandılar. Özellikle butik ve diskoteklerde ve genç insanların evlerinde görselleşen ve Pop tarzı iç-mekânlar olarak adlandırılan bir tasarım anlayışı gelişti. Çizgi romanlar da, Lichtenstein onları sanatının temel konusu ve biçemi yaptıktan sonra, reklamlarda, belirmeye başladı” (SAYBAŞILI Nermin, 1998: 47).



Şekil 5. 4. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970’li yıllar.

Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectname=search=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&name=search=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= (25.02.2012).



Şekil 5. 5. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970'li yıllar.

Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectname=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&name=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= (25.02.2012).



Şekil 5. 6. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970’li yıllar.

Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectnamesearch=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&namesearch=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= (25.02.2012).



Şekil 5. 7. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970'li yıllar.

Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectname=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&name=&material=&mn=&location= (25.02.2012).



Şekil 5. 8. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kumaşlar. 1970’li yıllar.
Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectnamesearch=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&namesearch=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= (25.02.2012).



Şekil 5. 9. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan dış giyim ürünleri. 1970’li yıllar.

Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectnamesearch=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&namesearch=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= (25.02.2012).



Şekil 5. 10. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan dış giyim ürünleri. 1970'li yıllar.

Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectnamesearch=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&namesearch=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= (25.02.2012).



Şekil 5. 11. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan kravat ve çanta. 1970'li yıllar.
Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectnamesearch=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&namesearch=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= (25.02.2012).



Şekil 5. 12. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan bir kravat. 1970’li yıllar.
Kaynak:http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectname=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&name=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= (25.02.2012).



Şekil 5. 13. Pop Art akımından etkilenilerek tasarlanmış olan elbiseler. 1970’li yıllar.
Kaynak: <http://fashionindie.com/four-fab-fashion-pieces-inspired-by-art/4/> (20.01.2012).

5.1. Pop Art Sanatçıları Ve Moda

Dönemin moda tasarımcılarının Pop Art'tan etkilendiği gibi Pop Art sanatçıları da modadan etkilenmiştir. Andy Warhol erken dönem illüstrasyonlarında moda çizimleri yapmış, genç yaşlarında geçinemediği için bunları satmıştır (Bkz. Şekil 5.16.-5.24). Warhol; o dönemde kendi sanatına yakın bulduğu moda tasarımcıları ile iş birliği yapmış, onlara ayrı bir hayranlık beslemiştir. Andy Warhol; kendi hayatını ve felsefesini ele aldığı 'Andy Warhol Felsefesi' adlı kitabında modayla olan yakın ilişkisini ve dostluklarını şu şekilde anlatmaktadır.

“Bir yaz, Bay Vollmer adında harika bir adam için, *Vogue*, *Harper's Bazaar* ve Avrupa moda dergilerine bakmaktan oluşan bir işim oldu. Saatine elli sent gibi bir ücret alıyordum ve işim 'fikirler' aramaktı. Bir tane bile bulduğumu ya da aklıma bir fikir geldiğini hatırlamıyorum” (WARHOL Andy, 1975: 34).

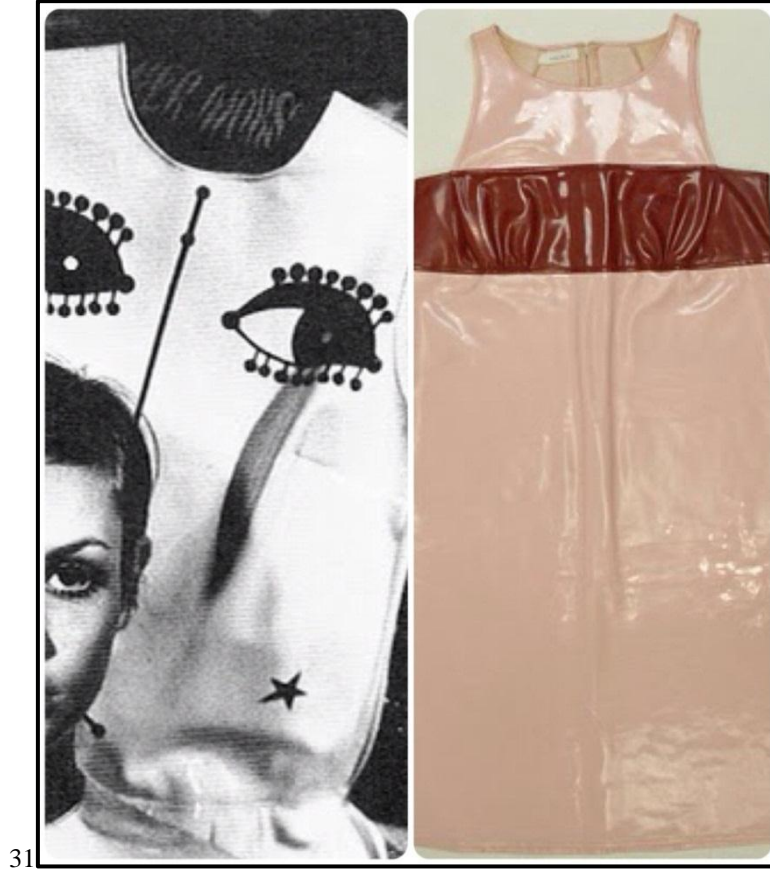
Andy Warhol yine aynı kitabında yakın dostu olan dönemin moda tasarımcısı Tiger Morse hakkında şunları ifade etmiştir:

“O günlerde her şey abartılıydı. Paraphernalia gibi butiklerden ya da Tiger Morse gibi tasarımcılardan pop giysilere para yetiştirebilmek için zengin olmak gerekiyordu. Tiger, Klein's and Mays'e gider, iki dolarlık bir elbise alır, kurdelayla çiçeği söker, elbiseyi kendi mağazasına getirir ve dört yüz dolara satardı. Aksesuarlar açısından da işini biliyordu. Woolworth's'den alınma bir parçaya eksantrik bir şey yapıştırır, elli dolar fiyat koyardı. Mağazasına gelenlerden kimlerin gerçekten bir şey satın alacağını bilme konusunda esrarengiz bir yeteneği vardı. Bir defasında onun hoşgörülü, iyi giyimli bir hanımefendiye bir saniyeliğine baktığına ve 'Kusura bakmayın burada size göre bir şey yok.' dediğine tanık olmuşum. Hiç yanılmıyordu. Parıltılı, ışıltılı ne varsa satın alırdı. Pilleri üstüne iliştirilmiş ışıklı elbiseyi icat eden kişi oydu” (WARHOL Andy, 1975: 37).



Şekil 5. 14. Ünlü Pop Art sanatçısı Andy Warhol'un yakın dostu moda tasarımcısı Tiger Morse ve tasarımları. 1970'li yıllar.

Kaynak: <http://born-late.blogspot.com/2011/03/tiger-morse.html> (25.02.2012).



31

Şekil 5. 15. Ünlü Pop Art sanatçısı Andy Warhol'un yakın dostu moda tasarımcısı Tiger Morse'nin tasarımları. 1970'li yıllar.

Kaynak: <http://born-late.blogspot.com/2011/03/tiger-morse.html> (25.02.2012).

Andy Warhol sadece moda tasarımcılarıyla yakınlık kurmuyor, moda ile de ilgileniyordu. Moda ve tüketim hakkındaki düşüncelerine yine aynı kitabında şu şekilde yer vermiştir:

“Fantezi ve giysi birbirine uyumlu şeyler, ama değişen zaman ve adetler bunu da alt üst etti. Giysi imalatçıları iyi malzemeden iyi giysiler üretirken, bir takım elbise ya da gömlek satın alan ve ‘Üstüme uydu mu acaba?’ dan başka fazla düşünüp taşınmayan sıradan bir adam, güzel malzemeden yapılmış, iyi dikilmiş ve üstüne yakışan bir takım ile yürür giderdi.

Ama sonra işgücü pahalılandı, imalatçılar her yıl para için eskisi kadar iyi olmayan bir işçilik çıkardı, kimse gerçekten şikayet etmeyince onlar da işi daha ileri götürdü –hala sınırı zorluyorlar- insanlar ‘Bu bir gömlek mi yahu?’ diyene kadar ne kadar kısabilirlerse kısacaklar işçilikten. Ortalama fiyat koyan giysi imalatçıları bugünlerde gerçekten döküntü sunuyor halka. Giysilerin berbat bir biçimde yapılması bir yana –ilmekler uzun, astar yok, pens yok, dikişler temiz bitirilmemiş- üstüne üstlük ilk günden son güne kadar rezalet görünen sentetikten üretiliyor. (Bence tek iyi sentetik, naylon.)

Yok, insan bugünlerde ne satın aldığına çok dikkat etmeli yoksa sonunda çerçöp almış olur. Hem de bir yığın para dökerek. Demek *bugünlerde iyi giyimli birini görürseniz, anlarsınız ki giyim kuşama ve dış görünüşü konusunda enikonu kafa yormuştur.* Ama bu da işi bozar çünkü insan dış görünüşünü bu kadar fazla

düşünmemelidir. Aynıısı kızlar için de geçerlidir ama o kadar değil – kızlar itici ölçüde bencil olmaksızın kendilerine biraz daha özen gösterebilir çünkü doğal olarak daha özen gösterebilir çünkü doğal olarak daha hoş varlıklardır. Ama nasıl görüldüğüne dikkat eden bir erkek genellikle çekici olmak için çok çaba gösterir ki bu da bir erkekte çok itici durur” (WARHOL Andy, 1975: 64).



Şekil 5. 16. Andy Warhol'un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası.

Kaynak: http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 (12.02.2012).



Şekil 5. 17. Andy Warhol'un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası.
Kaynak: http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 (12.02.2012).



Şekil 5. 18. Andy Warhol'un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası.
Kaynak: http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 (12.02.2012).



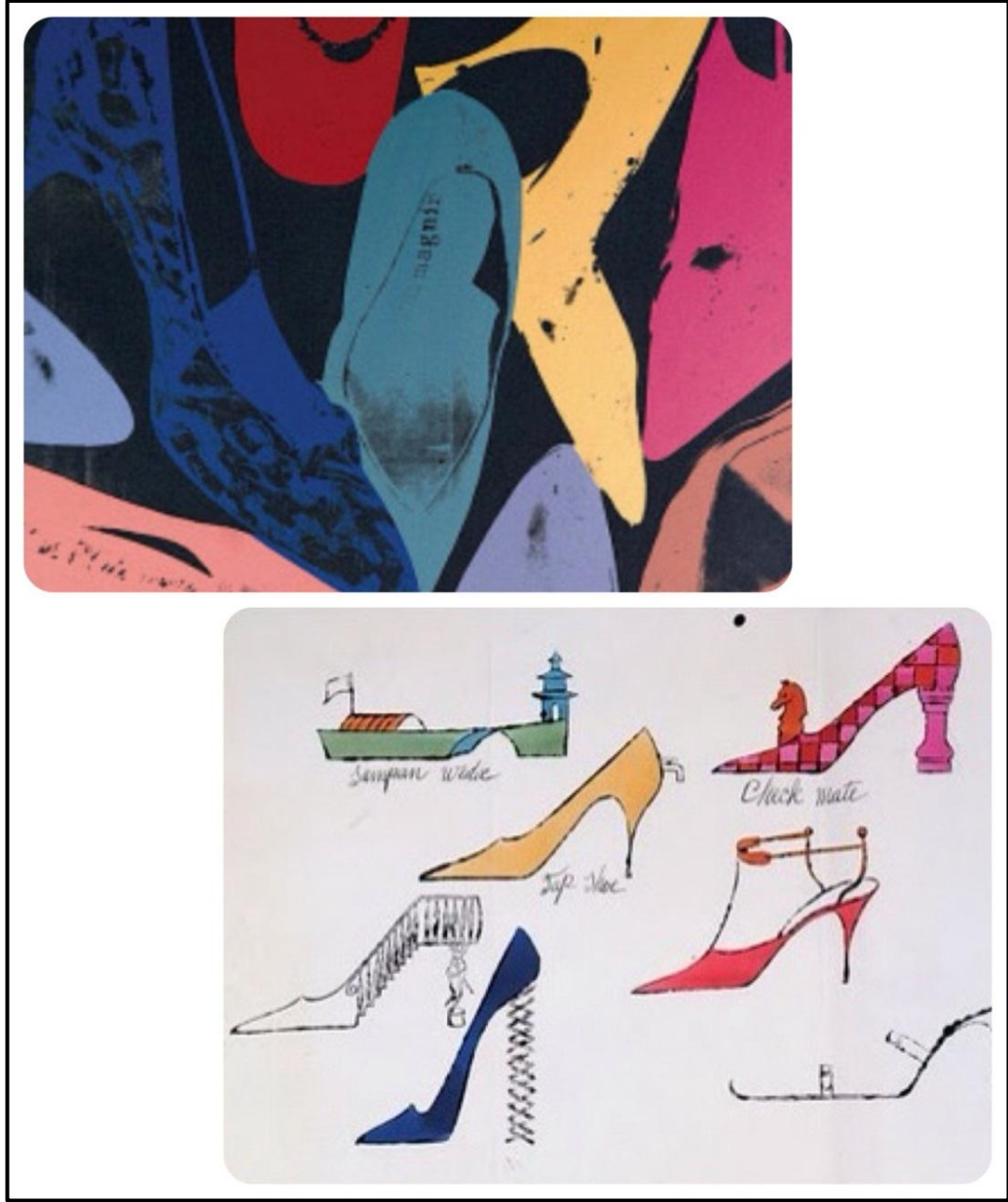
Şekil 5. 19. Andy Warhol'un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası.

Kaynak: http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 (12.02.2012).



Şekil 5. 20. Andy Warhol'un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası.

Kaynak: http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 (12.02.2012).



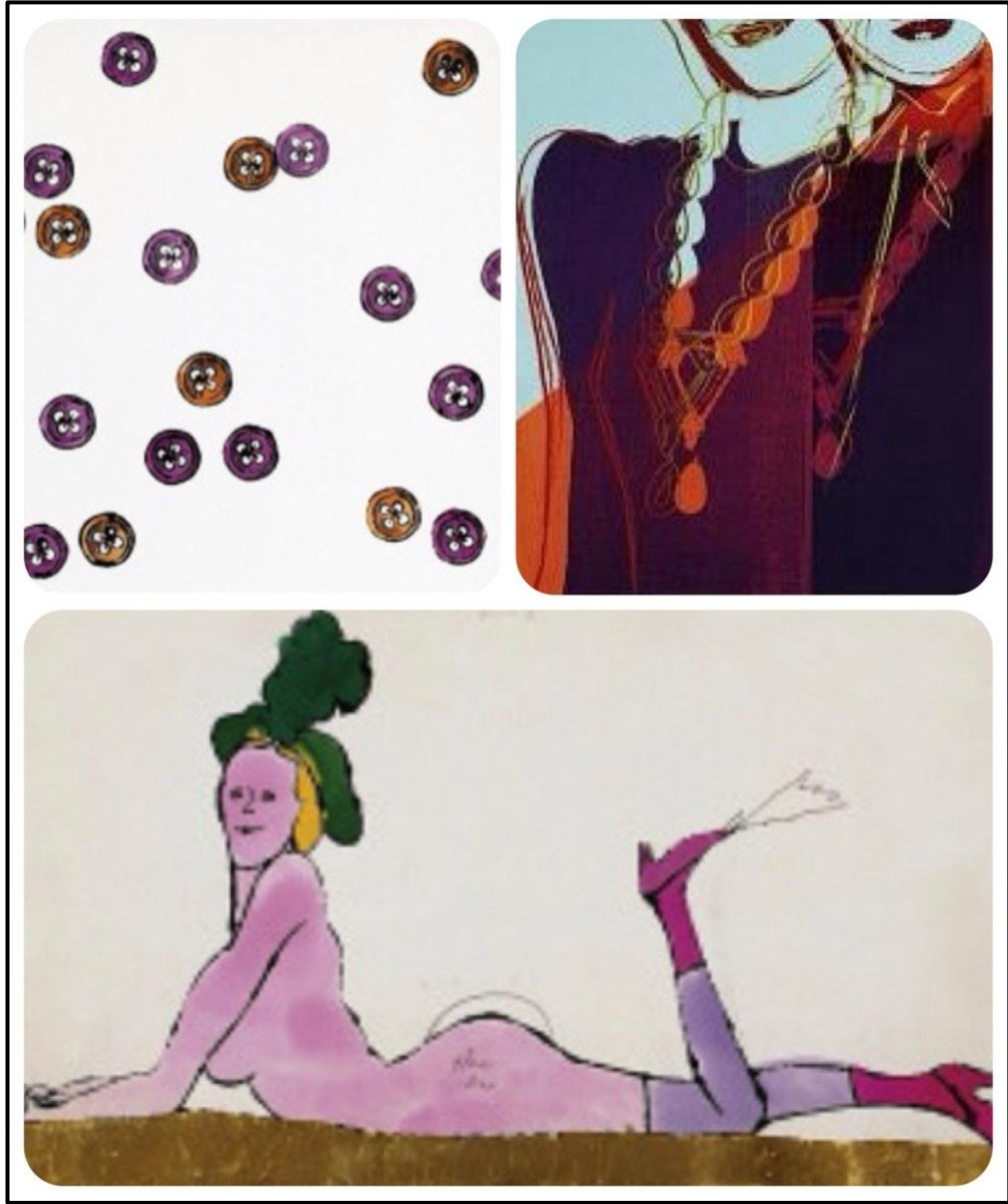
Şekil 5. 21. Andy Warhol'un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası.

Kaynak: http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 (12.02.2012).



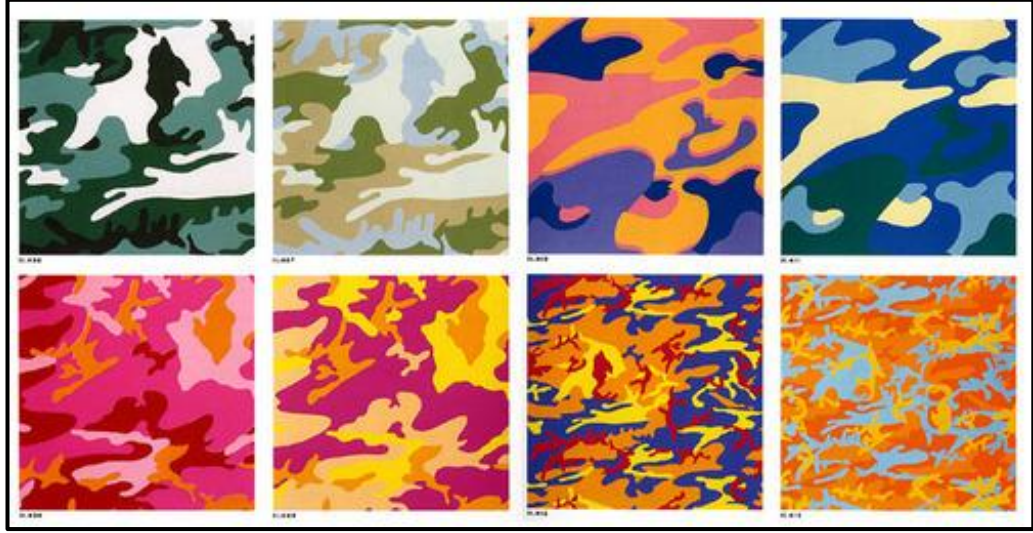
Şekil 5. 22. Andy Warhol'un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası.

Kaynak: http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 (12.02.2012).



Şekil 5. 23. Andy Warhol'un moda ile ilgili çizimleri. 1950-1965 yılları arası.

Kaynak: http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 (12.02.2012).



Şekil 5. 24. Andy Warhol'a ait kamuflaj desen çizimleri. 1987 yılı.

Kaynak:http://www.moma.org/collection/browse_results.php?artistFilterInitial=&criteria=O%3AAD%3AE%3A6246&page_number=3&template_id=SS&sort_order=1 (20.01.2012).

6. GÜNÜMÜZ TEKSTİL MODASINDA POP ART

Pop Art'ın toplumsal kaynaklara psikolojik olarak bakan bir sanat dalı olduğu ilk bölümde de belirtilmiştir. Bu bağlamda moda ile yakın temas kurabilmek hem Pop Art sanatçıları hem de moda tasarımcıları açısından hiç zor olmamıştır.

Modayı etkilemekte olan birçok faktör Pop Art akımının içinde bulunmaktadır. Hızlı üretim ve hızlı tüketim hem Pop Art'ın hem de modanın temel felsefesidir. İnsanların güzel giyinme arzusu, popüler kültür ve dönemin sanat akımları modayı etkileyen faktörler olarak bilinmektedir.

Modayı en hızlı şekilde yaygınlaştıran kitle iletişim araçları Pop Art sanatçılarının en çok etkilendiği nesnelere olmuştur. Pop Art; teknolojik ilerleyişi ve popüler kültürü yakından takip etmesiyle de modayla bağdaştırılabilir. Pop Art da moda gibi her nesneden ve her olaydan esinlenebilmektedir.

Pop Art eserlerinin canlı renkleri, belirgin çizgileri ve toplumun dışına çıkmadan anti-doğa düşüncesiyle yapılması o dönemde olduğu kadar günümüzde de modayı etkilemektedir. Pop Art'ın modaya olan etkisi 1960'lı yıllardan günümüze kadar aralıksız devam etmiştir.

Birçok moda evi ve giyim firması Pop Art'tan esinlenerek kreasyonlar oluşturmuş, defileler düzenlemişlerdir. Moda tasarımcıları esinlendikleri eserlerin sahiplerinin adını koleksiyonlarına vermişlerdir. Pop Art eserlerinin çok renkli ve baskıya uygun olması günümüz moda tasarımcılarını da etkilemektedir.

Günümüzde duvar kağıtları, halılar, perdeler ve döşemelik kumaşlar, elbiseler, aksesuarlar, çoraplar, iç çamaşırları, teknolojik alet kılıfları, çantalar, ayakkabılar, pantolonlar, gömlekler, fularlar, saatler ve daha bir çok nesne Pop Art sanat akımının izlerini taşımaktadır. Bu nesnelere her yaş grubundan ve her cinsiyetteki insanlara hitap edebilmektedir fakat canlı, neon renkleri ve belirgin dış çizgileri, çizgi film karesi görüntüsü yüzünden en çok gençler ve çocuklar tarafından rağbet görmektedir.

Pop Art'ın günümüz tekstil modasında bu kadar yer bulması ve sürekli olarak yenilenmiş bir vaziyette sektöre sunulması görsel sanat dallarında da kullanılmaktadır.

Günümüzde geçmişe dönüş modasına İngilizce adıyla 'retro' denilmektedir. Geçmişte toplum tarafından benimsenmiş, sevilmiş ve uzun yıllar moda dünyasında varlık göstermiş ürünler günümüzde tekrar ortaya çıktığı zaman kullanıcıda heyecan yaratmaktadır. İnsanlar geçmişte beğendikleri sanat akımlarının, modanın ya da herhangi bir şeyin yıllar sonra yeniden önlerine gelmesini ilgiyle karşılamaktadır.

Son yıllarda geçmişte çok büyük beğeni ile karşılanan ve toplumun bir parçası olduğuna inanılan Pop Art sanat akımını günümüz moda tasarımcıları tarafından yeniden uyarlanarak tüketiciye sunulmaktadır. Bu durum insanların aldıkları ürünlerle fark yaratabilme isteğini karşılamaktadır.

Pop Art'ın canlı renkleri, iyimser duruşu ve çekinmeyen yönü moda tasarımcıları tarafından her sezon dikkatleri üzerine çekmiştir.

1960'lı ve 70'li yılların ruhunu yansıtan canlı renkler 2000'li yıllarda tekrar moda olmuştur. Aslında Pop Art sanat akımı ortaya çıktığından beri hiçbir zaman moda dünyasında izini kaybettirmemiştir çünkü Pop Art eserlerinin çoğu geleceğe yönelik olarak tasarlanmıştır.

6.1. Dış Giyimde Pop Art'ın Etkileri

Pop Art sanat akımından etkilenmekte olan bazı hazır giyim firmaları ve moda tasarımcıları sezon sezon Pop Art'ın renklerini ve çizgilerini kreasyonlarına dahil etmişlerdir. Bu kreasyonlara genel olarak 'Pop Art' veya ilham aldıkları sanatçıların adlarını vermişlerdir. Bu firmalardan biri olan 'Forever New' yeni kreasyonuna hem 'Pop Art' adını vermiş hem de cesur geometrik baskılar, çizgiler, lekeler ile blok renkler, zümrüt, kobalt, fuşya ve kırmızı canlı tonlarla, siyah ve beyaz, lacivert ve krem renklerini birlikte kullanarak Pop Art'a ve bu akımın sanatçılarına atıfta bulunmuştur (Bkz. Şekil 6.1.-6.3.).



Şekil 6. 1. Forever New adlı firmanın 'Pop Art' adlı koleksiyon çalışması. 2012 İlkbahar-Yaz Kreasyonu.

Kaynak: <http://www.forevernew.com.au/Collections/Pop-Art.aspx?cl689> (23.03.2012).



Şekil 6. 2. Forever New adlı firmanın 'Pop Art' adlı koleksiyon çalışması. 2012 İlkbahar-Yaz Kreasyonu.

Kaynak: <http://www.forevernew.com.au/Collections/Pop-Art.aspx?cl689> (23.03.2012).



Şekil 6. 3. Forever New adlı firmanın 'Pop Art' adlı koleksiyon çalışması. 2012 İlkbahar-Yaz Kreasyonu.

Kaynak: <http://www.forevernew.com.au/Collections/Pop-Art.aspx?cl689> (23.03.2012).

Philip Colbert adlı moda tasarımcısına ait olan ‘The Rodnik Band’ adlı İngiliz moda evi özellikle Marcel Duchamp ve Roy Lichtenstein’in eserlerinden esinlenerek 2011 yılında yeni bir koleksiyon oluşturmuştur (Bkz. Şekil 6.4.-6.19). Tasarımcı, koleksiyonunda en dikkat çeken parçanın Marcel Duchamp’ın ‘Pisuvan’ adlı eserinden esinlenerek tasarladığı beyaz mini elbise olduğunu vurgulamaktadır.



Şekil 6. 4. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 5. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 6. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 7. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Conceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 8. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Conceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 9. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 10. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Conceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.
Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 11. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 12. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.
Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 13. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.
Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 14. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.
Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 15. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Conceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 16. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Conceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.
Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 17. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Conceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 18. ‘The Rodnik Band’ adlı moda evinin ‘Venus in Sequin’ ve ‘Cornceptual Material’ adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.
Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).



Şekil 6. 19. 'The Rodnik Band' adlı moda evinin 'Venus in Sequin' ve 'Cornceptual Material' adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011-2012 yılı.

Kaynak: http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html (15.02.2012).

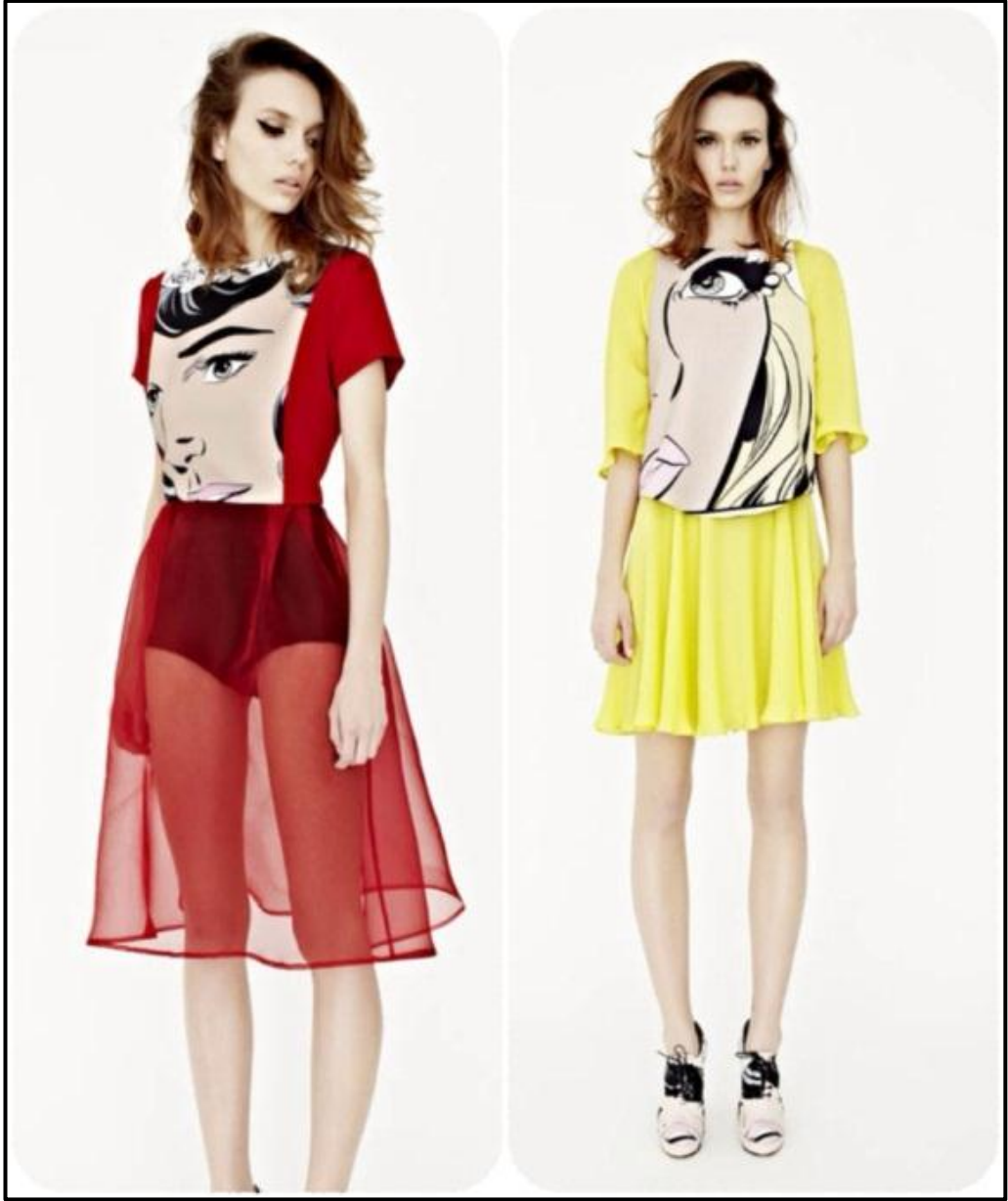
Avustralyalı ünlü moda tasarımcısı Karla Spetic tarafından 2012 Sonbahar-Kış koleksiyonu olarak hazırlanmış olan 'Heart' adlı koleksiyonda ünlü Pop Art sanatçısı Roy Lichtenstein'in eserlerinden ilham alınmıştır. Spetic bu koleksiyonu hazırlarken gardıropların da birer sanat merkezi olarak görülebileceğini düşünmüştür (Bkz. Şekil 6.20.-6.23.).



Şekil 6. 20. Karla Spetic'in 'Heart' adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: <http://oystermag.com/karla-spetic-aw12-lookbook> (01.02.2012).



Şekil 6. 21. Karla Spetic'in 'Heart' adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: <http://oystermag.com/karla-spetic-aw12-lookbook> (01.02.2012).



Şekil 6. 22. Karla Spetic'in 'Heart' adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: <http://oystermag.com/karla-spetic-aw12-lookbook> (01.02.2012).



Şekil 6. 23. Karla Spetic'in 'Heart' adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: <http://oystermag.com/karla-spetic-aw12-lookbook> (01.02.2012).

Ünlü hazır giyim firması ‘Pepe Jeans London’, ‘Andy Warhol Derneği’ ile ortak bir çalışma sonucu ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı bir koleksiyon hazırlamıştır. Koleksiyonda Warhol’un imzasını taşıyan eserlerin baskıları dikkat çekmektedir (Bkz. Şekil 6.24.-6.32.).



Şekil 6. 24. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 25. 'The Pepe Jeans London' adlı hazır giyim firmasına ait 'The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012' adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 26. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 27. 'The Pepe Jeans London' adlı hazır giyim firmasına ait 'The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012' adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 28. 'The Pepe Jeans London' adlı hazır giyim firmasına ait 'The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012' adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 29. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 30. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 31. 'The Pepe Jeans London' adlı hazır giyim firmasına ait 'The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012' adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 32. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).

Ünlü tasarımcı Jean-Charles de Castelbajac moda kariyerinin her döneminde Pop Art'tan ve 1960 yılları Londra'sından etkilenmiştir. 2009 yılında sunmuş olduğu Sonbahar-Kış koleksiyonunda da Andy Warhol'un izlerini görmek mümkün olmuştur (Bkz. Şekil 6.33.).



Şekil 6. 33. Jean-Charles de Castelbajac'a ait 'Andy Warhol' adlı tasarım çalışması. 2009 yılı.

Kaynak:<http://nymag.com/fashion/fashionshows/2009/fall/main/europe/womenrunway/jcdc/#slide17&ss1> (03.04.2012).

Moda dünyasını yakından takip edenlerin çlgın diye nitelendirdikleri moda tasarımcısı Fam Irvoll; parlak renkler, 3D ve karikatürü andıran tasarım çalışmaları ile Pop Art sanat akımından etkilenmiştir. Irvoll ayrıca Pop Art hareketini özgün olarak yorumlamış, canlı renkleri kullanmaktan sakınmamıştır (Bkz. Şekil 6.34.-6.42.).



Şekil 6. 34. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).



Şekil 6. 35. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).



Şekil 6. 36. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).



Şekil 6. 37. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).



Şekil 6. 38. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).



Şekil 6. 39. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).



Şekil 6. 40. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).



Şekil 6. 41. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).

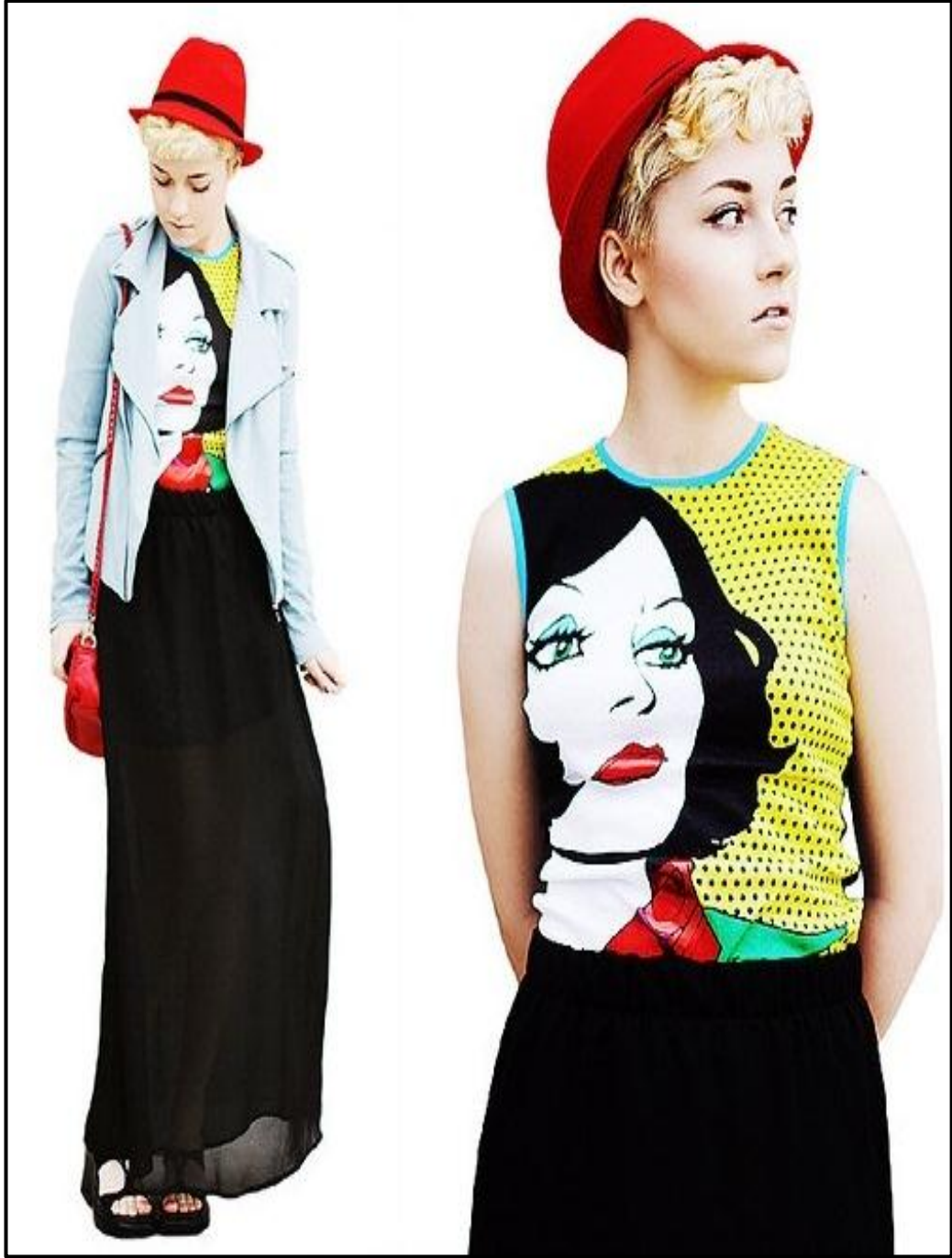


Şekil 6. 42. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait parçalar. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).



Şekil 6. 43. Lisa Perry'nin 'Limited Edition Lichtenstein Collection' adlı koleksiyonuna ait parçalar. 2011 yılı.

Kaynak: <http://www.lisaperrystyle.com/collections/Limited/Lichtenstein.htm> (12.01.2012).



Şekil 6. 44. ‘Miss Sixty’ adlı hazır giyim firmasına ait bir bluz.
Kaynak: <http://lookbook.nu/look/2684221-pop-art> (19.01.2012).



Şekil 6. 45. Çin asıllı moda tasarımcısı Vivienne Tam'a ait bir Pop Art tasarımı takım elbise. 1998 yılı.

Kaynak: <http://collections.vam.ac.uk/item/O86004/jacket-and-skirt/> (18.02.2012).

6.2. İç Giyimde Pop Art'ın Etkileri

Ünlü iç giyim firması Victoria's Secret 2012 yılı için hazırlamış olduğu koleksiyonunda Pop Art'ın canlı renklerine ve desenlerine oldukça sık yer vermiştir (Bkz. Şekil 6.46.-6.51.).



Şekil 6. 46. Victoria's Secret'a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.vogue.com.tr/FashionShows.aspx?FashionId=6d387857-6039-49cb-8e7f-11ed118eb5fd (19.01.2012).



Şekil 6. 47. Victoria's Secret'a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.vogue.com.tr/FashionShows.aspx?FashionId=6d387857-6039-49cb-8e7f-11ed118eb5fd (19.01.2012).



Şekil 6. 48. Victoria's Secret'a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.vogue.com.tr/FashionShows.aspx?FashionId=6d387857-6039-49cb-8e7f-11ed118eb5fd (19.01.2012).



Şekil 6. 49. Victoria's Secret'a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.vogue.com.tr/FashionShows.aspx?FashionId=6d387857-6039-49cb-8e7f-11ed118eb5fd (19.01.2012).



Şekil 6. 50. Victoria's Secret'a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.vogue.com.tr/FashionShows.aspx?FashionId=6d387857-6039-49cb-8e7f-11ed118eb5fd (19.01.2012).



Şekil 6. 51. Victoria's Secret'a ait koleksiyondan parçalar. 2012 yılı.

Kaynak: www.vogue.com.tr/FashionShows.aspx?FashionId=6d387857-6039-49cb-8e7f-11ed118eb5fd (19.01.2012).

6.3. Ev Tekstilinde Pop Art'ın Etkileri

Pop Art sanat akımı ev tekstilinde de oldukça sık görülmektedir. Kullanıldığı ortama dinamizm veren bu tür ev tekstilleri genel olarak genç odalarında kullanılmaktadır (Bkz. Şekil 6.52.-6.58.).



Şekil 6. 52. ‘Ozyka’ adlı tasarım firmasına ait Pop Art sanat akımından ilham alınarak yapılmış ev tekstil ürünleri. 2012 yılı.

Kaynak: www.limango.com.tr/shop/detail/index.php?show=812909 (06.12.2012).



Şekil 6. 53. ‘Ozyka’ adlı tasarım firmasına ait Pop Art sanat akımından ilham alınarak yapılmış ev tekstil ürünleri. 2012 yılı.

Kaynak: www.limango.com.tr/shop/detail/index.php?show=812909 (06.12.2012).



Şekil 6. 54. ‘Ozyka’ adlı tasarım firmasına ait Pop Art sanat akımından ilham alınarak yapılmış ev tekstil ürünleri. 2012 yılı.

Kaynak: www.limango.com.tr/shop/detail/index.php?show=812909 (06.12.2012).



Şekil 6. 55. Lisa Perry'e ait Pop Art temalı yastık çalışmaları. 2012 yılı.
Kaynak: <http://www.lisaperrystyle.com/accessories/pillows.htm> (12.01.2012).



Şekil 6. 56. Lisa Perry'e ait Pop Art temalı yastık çalışmaları. 2012 yılı.
Kaynak: <http://www.lisaperrystyle.com/accessories/pillows.htm> (12.01.2012).



Şekil 6. 57. Lisa Perry'e ait Pop Art temalı yastık çalışmaları. 2012 yılı.
Kaynak: <http://www.lisaperrystyle.com/accessories/pillows.htm> (12.01.2012).



Şekil 6. 58. Lisa Perry'e ait Pop Art temalı yastık çalışmaları. 2012 yılı.
Kaynak: <http://www.lisaperrystyle.com/accessories/pillows.htm> (12.01.2012).

6.4. Aksesuarda Pop Art'ın Etkileri



Şekil 6. 59. Sevgim Aksesuar'a ait kolye ve broş tasarımları. 2011 yılı.
Kaynak: www.markafoni.com/product/1444238/ (03.12.2011).



Şekil 6. 60. Sevgim Aksesuar'a ait kolye ve broş tasarımları. 2011 yılı.
Kaynak: www.markafoni.com/product/1444238/ (03.12.2011).



Şekil 6. 61. Sevgim Aksesuar'a ait kolye ve broş tasarımları. 2011 yılı.
Kaynak: www.markafoni.com/product/1444238/ (03.12.2011).



Şekil 6. 62. Hazır giyim firması Koton'a ait Pop Art karton poşetleri. 2012 yılı.
Kaynak: <http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150565080928235.378796.33709448234&type=1> (20.02.2012).



Şekil 6. 63. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 64. ‘The Pepe Jeans London’ adlı hazır giyim firmasına ait ‘The Andy Warhol Collection by Pepe Jeans London 2012’ adlı koleksiyona ait parçalar. 2012 yılı.
Kaynak: www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA (19.01.2012).



Şekil 6. 65. İtalyan moda evi Borbonese'nin Pop Art sanatçısı Roy Lichtenstein'in eserlerinden esinlenerek tasarlanmış olduğu 12 parçadan oluşan çanta koleksiyonu. 2011 yılı.
Kaynak: <http://www.luxist.com/photos/borbonese-and-roy-lichtenstein-handbag-collaboration/3284207/> (04.04.2012).



Şekil 6. 66. İtalyan moda evi Borbonese'nin Pop Art sanatçısı Roy Lichtenstein'in eserlerinden esinlenerek tasarlanmış olduğu 12 parçadan oluşan çanta koleksiyonu. 2011 yılı.
Kaynak: <http://www.luxist.com/photos/borbonese-and-roy-lichtenstein-handbag-collaboration/3284207/> (04.04.2012).



Şekil 6. 67. İtalyan moda evi Borbonese'nin Pop Art sanatçısı Roy Lichtenstein'in eserlerinden esinlenerek tasarlamış olduğu 12 parçadan oluşan çanta koleksiyonu. 2011 yılı.
Kaynak: <http://www.luxist.com/photos/borbonese-and-roy-lichtenstein-handbag-collaboration/3284207/> (04.04.2012).



Şekil 6. 68. ‘Echo Tasarım’ a ait Pop Art tasarımı şallar. 2011 yılı.

Kaynak: <http://www.sickathanaverage.com/2010/03/echo-designs-modern-art-scarves.html> (12.12.2011).

26.5. Ayakkabıda Pop Art'ın Etkileri



Şekil 6. 69. Dogo Shoes'a ait Pop Art tasarımı ayakkabılar. 2011 yılı.

Kaynak: <http://www.markafoni.com/dogo-store-ayakkabi/> (12.10.2011).



Şekil 6. 70. Nicholas Kirkwood Pop Art sanat akımından etkilenerek tasarlamış olduğu Keith Haring adlı ayakkabı koleksiyonu. 2011 yılı.

Kaynak: <http://www.nicholaskirkwood.com/index.php?section=collection&season=kh> (04.04.2012).



Şekil 6. 71. Nicholas Kirkwood Pop Art sanat akımından etkilenerek tasarlamış olduğu Keith Haring adlı ayakkabı koleksiyonu. 2011 yılı.

Kaynak: <http://www.nicholaskirkwood.com/index.php?section=collection&season=kh> (04.04.2012).



Şekil 6. 72. Fam Irvoll'a ait 'Haute Couture' koleksiyonuna ait ayakkabı tasarımı. 2010 yılı.
Kaynak: http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf
(03.04.2012).

7. SONUÇ

II. Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa'yı sarmış olan popüler kültüre ve sadece tüketim toplumuna odaklı bir düşünce yapısıyla beslenmekte olan Pop Art sanat akımı etkisini tüm tüketim dallarında göstermiştir.

Akımın temsilcileri olarak anılan sanatçıların gençlik yıllarında moda illüstrasyonları ile ilgilenmiş olması bu sanat akımının moda ile birbirine ne kadar yakın durduğunu göstermektedir.

Örtünme güdüsünü tüketim nesnesine çeviren 'moda' kavramı Pop Art sanat akımının birçok özelliğini içinde barındırmaktadır.

İnsanlar giyimleri ile toplumdaki en farklı, en dikkat çeken ve en beğenilen kişi olmak istemektedirler bunun için de kıyafetlerinde renklere, desenlere ve farklı kesimlere yönelmekten sakınmamaktadırlar.

Bu bağlamda Pop Art canlı-neon renkleri, popüler kültür ürünlerini obje olarak kullanması ve sınırsızca düşünmeyi, kurgulamayı benimsemesi yönüyle moda ile ilişkilendirilmektedir.

Pop Art etkisini birçok dalda göstermiştir fakat Pop Art'ın ünlü ikonu olarak bilinen ünlü sanatçı Andy Warhol'un 'Fashion'dan ilham alarak tasarlamış olduğu ayakkabılar, aksesuarlar ve giyim nesneleri günümüzde de birçok moda tasarımcısına ilham kaynağı olmaktadır.

Dönemin ünlü moda tasarımcıları tüketim odaklı olan bu akımın net çizgilerinden ve çekinmeden, özgürce kullanılabilen renklerinden ilham almış, bu doğrultuda da kreasyonlar hazırlamışlardır.

Günümüz tekstil modasına hala damgasını vurmakta olan Pop Art; ev tekstilinden giyime, ayakkabıdan aksesuara, iç giyime kadar bir çok giyim ve iç mekan ürünlerinde kendisini göstermektedir.

Bu sanat akımının moda ile iç içe olarak 2000'li yıllara kadar gelmiş olması pek şaşırtıcı bir sonuç olarak karşılanmamalıdır. Pop Art; teknolojiden, ekonomiden, siyasetten, magazinden, medya iletişim araçlarından ve hatta modadan yani kısaca hayatın içinden beslenmekte olan tek sanat akımıdır.

Pop Art sanat akımına bu yönüyle bakılmış olduğunda günümüzde de pek çok moda tasarımcısının Pop Art'tan ve Pop Art sanatçılarının renkli ve özgürce yapılmış olan eserlerinden esinlenmiş olduğunu görebilmekteyiz.

Sonuç olarak; 1950'li yılların sonlarına doğru modern kültüre bir tepki olarak doğan ve bu yönüyle 'Postmodernist Sanat Akımları' sınıfına da girmekte olan Pop Art; ortaya çıkmış olduğu dönemden günümüze değin modayı derinden etkilemiş, gerek renkleriyle gerekse özgün tarzıyla modanın vazgeçilmezi haline gelmiştir. Bu araştırmadan da anlaşılacağı gibi Pop Art tüketimle beslenen bir sanat akımı olduğundan ve günümüz global dünyası da bir tüketim havuzu olarak adlandırılabilirdiğinden dolayı ortaya çıktığı günden günümüze kadar moda ilham kaynağı olmuş ve hatta gelecekteki tekstil modasını da derinden etkileyecek potansiyeli bulunan bu sanat akımı etkisini uzun yıllar hissettirmeye devam edecektir.

8. KAYNAKLAR

- Akad, A. (2008). Popüler Kültür ve Pop Art'ta Yazı-İmge Birlikteliği. Yüksek Lisans Tezi. Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akay, A. (2010). Postmodernizmin ABC'si. İstanbul: Say Yayınları.
- Akay, A. (1990). Post-Modernizm: 'Önce' ve 'Sonra'nın Ötesi. Arredamento Dekorasyon Dergisi. 20, 85-98.
- Akçaoğlu, Z. (2004). Duchamp, Cage, Warhol ve Postmodernizm. Anadolu Üniversitesi GSF Süreli Sanat ve Kültür Dergisi. 15, 109-116.
- Akyol, Y. (2007). 'Stil İkonu' Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altun, S. (2010). 1960'ların Moda Devrimi ve Batı Takı Tasarımına Yansımaları. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Angelotti, M. (2011). Pop Art Nano Book. White Star Publishers.
- Artun, A. (2009). Sanat ve 1968 Baharı / Bir Kronoloji. Sanat Dünyamız Dergisi. 110, 32-41.
- Aslışen, M. (2006). Postmodern Süreçte Kitsch Olgusu. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Barbasoğlu, F. (2009). Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Barnard, M. (2010). Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Barthes, R. (2008). Moda Dizgesi -Seçme Parçalar-. Cogito Düşünce Dergisi. 55, 114-120.
- Başkaya, O. (2010). Günümüzde Modanın Algılanış Biçimi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bat, M. (2008). Moda Oluşturma Sürecinde Stratejik Planlama ve Halkla İlişkilerin Rolü. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Batur, E. (1997). Modernizmin Serüveni. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Batur, E. (1987). Gelenek ve Gelecek Arasında Moda. Gergedan Dergisi. Mart, 83-90.
- Baudrillard, J. (1997). Tüketim Toplumu. Deliçaylı, H. (Çev), Keskin, F. (Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beksay, E. (2010). Avrupa Sanatına Giriş. (3. Baskı). İstanbul: Engin Yayıncılık.
- Berkkam, G. (2009). XX. YY.Da Sinemanın Tekstil Modasına Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Bernard, B. (1978). Fashion in the 60's. London: Academy Editions.
- Bursalıgil, G. (2009). Antropolojik Açından Giyim Kültürü. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Büken, G. (2001). Amerikan Popüler Kültürünün Türkiye'de Yayılışına Karşı Tepkisel Düşünceler. Doğu Batı Düşünce Dergisi. 15, 43-54.
- Büyükdüvenci, S. (2001). Modern ve Postmodern 'Aşk' İkilemi. Doğu Batı Düşünce Dergisi. 15, 169-172
- Crane, D. (2003). Moda ve Gündemleri (Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çabuklu, Y. (2010). Postmodern Toplumdan Kesitler. İstanbul: Paloma Yayınevi.
- Çelebi, E.(2004). Gündelik Yaşamın Sanatta Kullanımı (1960-2000). Sanata Yeterlik Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Çiğdem, N. (2006). Post-Modernizmin Afiş Sanatına Etkisi ve Uygulama Örnekleri. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çorakcı, E. (2008). Modern ve Postmodern Kimlikler Bağlamında Yeni Toplumsal Hareketler. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Davis, F. (1997). Moda, Kültür ve Kimlik. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Dempsey, A. (2007). Modern Çağda Sanat: Üsluplar, Ekoller, Hareketler. İstanbul: Akbank Kültür ve Sanat Dizisi.
- Dereboy, E. (2004). Kostüm ve Moda Tarihi. Ankara: Özel Güzel Sanatlar Stilizlik LTD.
- Dereci, V. (2010). Giysi Tasarımında Yaratıcılık ve Buluşta Örgütlenme. Sanatta Yeterlik Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Dellenbach, B. (2009). Sanatsal Yaratımda Popüler Kültürün İzleri Kişisel Yorum ve Uygulamalar. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Devrim, M. (2001). Andy'nin Sanat Fabrikası. Art Decor Dergisi. 101, 140-143.
- Eagleton, T. (2011). Postmodernizmin Yanılsamaları. (2. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2011). Bir Moda Tasarımcısının Koleksiyon Hazırlama Süreci ve Simay Bülbül Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ersoy, A. (1995). Sanat Kavramlarına Giriş. (2. Baskı). İstanbul: Yorum Sanat Yayıncılık.
- Ertan, G. (2000). Pop-Art. Fotoğraf Dergisi. 33, 28-29.
- Eroğlu, Ö. (2001). Andy Warhol Kim? Yapı Dergisi. 237, 90-95.
- Eroğlu, Ö. (1998). Bir Karşı Duruş Olarak Pop Art. Yapı Dergisi. Ocak, 107-114.
- Esenoğlu, E. (2010). Marcel Duchamp ve 20. Yy. Sanatına Postmodern Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Fişekçi, K. (2007). Pop Art'da Kadın İmgelemi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Germaner, S. (1997). 1960 Sonrasında Sanat (Akımlar, Eğilimler, Gruplar, Sanatçılar). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Giysilerim Beni Terk Etmeden. (2008). Cogito Düşünce Dergisi. 55, 8-18.
- Greenberg, C. (2010). Modern ve Postmodern. N. Polat (Çev.) Artist Modern Dergisi. Ocak, 36-47.
- Günay, A. (2009). Çağdaş Giysi Tasarımında Sanatsal Biçim Arayışları (İssey Miyake ve Kuşağı Örneğinde). Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Günay, B. (2005). Günümüz Sanatında Postmodernist Yaklaşımlar. Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güntürkün, D. (2010). Moda Olgusunun Renk Trendleri Çerçevesinde Ele Alınması. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güven, Ç. (1998). Geçmişin Moda Yaratıcıları. Ev Tekstili Dergisi. Haziran.
- Hendrickson, J. (2011). Lichtenstein. Köln: Taschen Yayınları.
- Hilmioğlu, İ. (1993). Giysi Tasarımını Yönlendiren Faktörler. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Hobsbawm, E. (1994). *The Age of Extremes: A History Of The World 1914-1991*. New York: Pantheon Books.
- İnsan Giyinir. (2008). *Cogito Düşünce Dergisi*.55, 5-7.
- Jameson, F., Lyotard J. ve Habermas J. (1990). *Postmodernizm*. İstanbul: Kıyı Yayınları.
- Karaçalı, B. (2008). *1960 Sonrası Avrupa Kadın Giyiminde Op Art Etkileri*. Yüksek
- Kılıç, G. (2007). *Postmodern Sanatta Öz Biçim İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kınay, C. (1993). *Sanat Tarihi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Klee, P. (2011). *Modern Sanat Üzerine*. (4. Baskı). İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.
- Komşuoğlu, Ş., İmer, A., Seçkinöz, M., Alpaslan, S., Elike, S. (1986). *Resim II. Moda Resmi ve Giyim Tarihi*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Köse, M. (2008). *Postmodern Kimliğin Oluşumunda Popüler Kültür Çerçevesinde Tasarlanan Reklam Televizyon Reklamlarının Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurt, F. (2009). *1950'lerden Günümüze Protesto Gençliğinin Giyime Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kürşad, D. (2008). *Moda İllüstrasyonu ve Türkiye'de Moda İllüstrasyonu Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Laporte, M. Ve Waquet D. (2011). *Moda*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Livingstone, M. (1991). *An International Perspective: Pop Art*. Londra: The Royal Academy Of Arts.
- Lucie, E. (2004). *20. Yy'da Görsel Sanatlar*. İstanbul: Akbank Kültür ve Sanat Dizisi.
- Miloşyan, S. (2012). *Dünden Bugüne Moda İmparatorluğu*. Elle Dergisi. Mart, 180-189.
- Moda Haberleri. (1971). *Mesleki ve Teknik Öğretim Dergisi*. 215, 18-29.
- Montaigne, M. (2008). *Giyinme Adeti Üzerine*. *Cogito Düşünce Dergisi*. 55, 19-22.
- Mutlu, E. (2001). *Popüler Kültürü Eleştirmek*. Doğu Batı Düşünce Dergisi. 15, 11-42.

- Niyazioğlu, M. (2003). 20. Yüzyıl Sanat Akımlarında Protest Tavrıların Grafik Tasarıma Yansımaları. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Oral, Z. (1987). Andy Warhol Öldü, Daha Önce Ölmemiş miydi?. Milliyet Sanat Dergisi. 164, 32-34.
- Osterwold, T. (2011). Pop Art. Köln: Taschen Yayınları.
- Öğüt, Ç. (2008). Popüler Kültürün Toplumsal Etkileri ve Pop Sanat. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Pamuk, B. (2009). Giysi Moda Eğilimlerini Etkileyen Faktörler ve Bir Model Önerisi (1940-2007 Yılları Arası Basılı Yayında Örnek Uygulama). Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Parlak, S. (2006). Giyim Modasında Gerçeküstü Yaklaşımlar. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Pektaş, H. (2006). Moda ve Postmodernizm. Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Rifat, M. (2008). 'Kadın Giyiminde Sizce En Önemli Yer Neresidir?' ya da Barthes Göstergibilimin Doğuş Çizgisi. Cogito Düşünce Dergisi. 55,107-113.
- Riggs, L. (2010). Mao, Marilyn, Atatürk. Genç Sanat Dergisi. 186, 141-148.
- Saybaşı, N. (1998). İngiltere'de Pop-Sanat. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saydan, Y. (2009). Postmodernizmin Seramik Sanatına Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Simmel, G. (2009). Modern Kültürde Çatışma. (6. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Smith, A. (2008). Gelenek ve Modanın Güzellik ve Çirkinlik Algularımıza Etkisi Üzerine. Cogito Düşünce Dergisi. 55, 23-25.
- Somay, B. (2010). Tarihin Bilinçdışı (Popüler Kültür Üzerine Denemeler). (2. Baskı). İstanbul: Metis Yayınları.
- Sözen, E. (2001). Popüler Kültür Retoriği: Sahiplik İçinde Yokluk, Rağbette Olma ve Sağduyu Bilgisi. Doğu Batı Düşünce Dergisi. 15, 55-66.
- Sözeri, A. (2007). Popüler Sanat ve Reklam Etkileşiminin Günümüz Sanatına Yansımaları. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Şahinoğlu, Z. (2009). Postmodern Tüketim ve Moda Satın Alma Davranışı: Türk Moda Tüketicilerine Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tolstoy, L. N. (2007). Sanat Nedir? İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Turani, A. (2010). Dünya Sanat Tarihi. (14. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Turgut, D. (2010). Teknolojik Koşulların Modaya Olan Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turan, F. (2011). Pop'un Papası, Andy Warhol İstanbul'da mı?. RH+ ArtMagazine Dergisi. 82, 77-92.
- Türkmen, N. (2009). Tekstil ve Moda Tasarımı Açısından Sürdürülebilirlik ve Dönüşüm. Sanatta Yeterlik Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uğurlu, V. (1993). Geçmişle Gelecek Arasında Kıvranan Sanat (Çağdaşlık Sorunları). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Uslusoy, B. (2009). Postmodern Moda Reklamlarının Tüketici Tepkilerine Yönelik Anlam Çözümlemesi. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Üşenmez, S. (1992). Toplum ve Moda Etkileşimi. Doktora Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Warhol, A. (2004). Andy Warhol Fashion. Londra: Thames and Hudson.
- Warhol, A. (2010). Andy Warhol Felsefesi (A'dan B'ye ve Gerisin Geriye). (2. Baskı). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Wilson, S. (1986). Pop . K. Bilici (Çev.) Artist Plastik Sanatlar Dergisi. 1, 32.
- Wollen, P. (2008). Pasajlar Yapıtı'nda Moda Kavramı. Cogito Düşünce Dergisi. 55, 198-210.
- Yakartepe, Z., Yakartepe, M. (1995). Konfeksiyon Teknolojisi Kumaş'tan Hazırgiyim'e. İstanbul: T.K.A.M. Tekstil ve Konfeksiyon Araştırma Merkezi.
- Yasak, D. (2004). Türkiye'de Pop Eğilimler. Artist Dergisi. 5119, 70-72.
- Yavuz, H. (2007). Pop Art Döneminin İncelenmesi ve Pop Art Döneminin Günümüz Mobilya Tasarımlarına Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Yaylalı, H. (1999). Pop Art Hareketi. AD Art Decor Dergisi. Mayıs, 132-138.
- 68 Modasının Armonisi. (1968). Mesleki ve Teknik Öğretim Dergisi. 168.

9. İNTERNET KAYNAKLARI

- <http://www.escapeintolife.com/essays/kurt-schwitters-citizen-of-the-world/> Erişim Tarihi 25.12.2011
- http://en.wikipedia.org/wiki/File:Davis_Stuart_Lucky_Strike_1921.jpg Erişim Tarihi 22.12.2011
- <http://www.centrepompidou.fr/education/ressources/ens-matisse-en/ens-matisse-en.htm> Erişim Tarihi 20.12.2011
- <http://www.gozdekadinlar.com/tom-wesselmann-1931-1962-hayati-ve-eserleri.html> Erişim Tarihi 06.12.2011
- <http://poparthistory.webs.com/claesoldenburg.htm> Erişim Tarihi 01.12.2011
- http://all-art.org/art_20th_century/blake1.html Erişim Tarihi 09.01.2012
- <http://blog.tomtomella.com/marcel-duchamp.html> Erişim Tarihi 11.01.2012
- <http://www.whitechapelgallery.org/exhibitions/this-is-tomorrow> Erişim Tarihi 02.01.2012
- <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-portrait-229297> Erişim Tarihi 13.03.2012
- <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol/coca-cola> Erişim Tarihi 13.03.2012
- <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol/marylyn-1> Erişim Tarihi 13.03.2012
- <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol/campbell-s-soup-can-beef> Erişim Tarihi 13.03.2012
- <http://www.aiwaz.net/gallery/mona-lisa-as-modern-lisa/gc234> Erişim Tarihi 13.03.2012
- <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-flower-painting-229300> Erişim Tarihi 13.03.2012
- <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-self-portrait-229379> Erişim Tarihi 13.03.2012
- <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-still-life-229387> Erişim Tarihi 10.01.2012
- www.warhol.org/collection/art/Work/1998-1-260/ Erişim Tarihi 09.01.2012
- www.warhol.org/collection/art/Work/1998-1-3175/ Erişim Tarihi 08.01.2012
- <http://www.artcyclopedia.com/masterscans/andy-warhol-knives.html> Erişim Tarihi 07.01.2012
- <http://www.wikipaintings.org/en/andy-warhol#supersized-design-229286> Erişim Tarihi 07.01.2012
- <http://www.theseamericans.com/page/2/?tag=andy-warhol> Erişim Tarihi 13.03.2012
- http://www.artnet.com/magazineus/features/finch/dakis-joannou-small-beer11-17-09_detail.asp?picnum=6 Erişim Tarihi 13.03.2012

<http://oldenburgvanbruggen.com/largescaleprojects/lipstick.htm> Erişim Tarihi 20.01.2012

<http://www.sanalda1numara.net/hat-minyatur-eburu-ve-diger-sanatlar/176765-pop-art-claes-oldenburg.html> Erişim Tarihi 19.03.2012

http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=81461 Erişim Tarihi 14.01.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=11348&searchid=9804> Erişim Tarihi 11.01.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=21521&searchid=9804> Erişim Tarihi 12.01.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=11347&searchid=9804> Erişim Tarihi 12.01.2012

<http://www.bampfa.berkeley.edu/exhibition/eduardo> Erişim Tarihi 19.03.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=11350&searchid=9804> Erişim Tarihi 10.01.2012

http://www.moma.org/collection/object.php?object_id=85557 Erişim Tarihi 12.01.2012

<http://allthingsstylish.tumblr.com/post/4015057822/jasper-johns-0-through-9> Erişim Tarihi 26.03.2012

<http://www.wikipaintings.org/en/search/jasper%20johns/1#supersized-search-235791> Erişim Tarihi 26.03.2012

<http://www.wikipaintings.org/en/jasper-johns/target-with-plaster-casts-1955> Erişim Tarihi 26.03.2012

<http://tomwesselmannestate.org/enter.html> Erişim Tarihi 21.01.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=1011&searchid=9464> Erişim Tarihi 26.03.2012

[http://tr.wikipedia.org/wiki/Richard_Hamilton_\(ressam\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Richard_Hamilton_(ressam)) Erişim Tarihi 14.01.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?workid=5829&tabview=image> Erişim Tarihi 14.01.2012

http://www.moma.org/collection/browse_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A2481&page_number=1&sort_order=1&template_id=1 Erişim Tarihi 14.01.2012

http://www.moma.org/collection/browse_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A2481&page_number=1&sort_order=1&template_id=1 Erişim Tarihi 14.01.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=21521&searchid=9727&tabview=image> Erişim Tarihi 14.01.2012

<http://www.independentgroup.org.uk/contributors/paolozzi/index.html> Erişim Tarihi 14.01.2012

http://www.all-art.org/art_20th_century/paolozzi1.html Erişim Tarihi 14.01.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=8782&searchid=9477> Erişim Tarihi 17.01.2012

<http://www.tate.org.uk/servlet/ViewWork?cgroupid=999999961&workid=21525&searchid=9477> Erişim Tarihi 17.01.2012

http://www.moma.org/collection/browse_results.php?criteria=O%3AAD%3AE%3A3542&page_number=1&template_id=1&sort_order=1 Erişim Tarihi 17.01.2012

<http://www.wikipaintings.org/en/roy-lichtenstein/explosion-i-1965> Erişim Tarihi 17.01.2012

<http://www.wikipaintings.org/en/search/roy%20lichtensrein/2> Erişim Tarihi 17.01.2012

<http://www.wikipaintings.org/en/roy-lichtenstein/hopeless-1963> Erişim Tarihi 17.01.2012

<http://www.wikipaintings.org/en/search/roy%20lichtensrein/1#supersized-search-187127> Erişim Tarihi 17.01.2012

<http://www.wikipaintings.org/en/search/roy%20lichtensrein/1#close> Erişim Tarihi 17.01.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O114943/dress-and-shorts/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O86566/tunic/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O138299/cardigan/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O164948/trousers/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O15586/mini-dress/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O15586/mini-dress/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O15584/jacket-and-dress/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O125371/paper-dress/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O130915/mini-dress/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O125372/paper-dress/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O75502/day-ensemble-cosmos/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O133324/mini-dress/> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://www.cameranaked.com/FamousPhotos1960.htm> Erişim Tarihi 16.02.2012

<http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> Erişim Tarihi 17.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O86576/trouser-suit/> Erişim Tarihi 18.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O84088/trouser-suit/#> Erişim Tarihi 18.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O84178/suit/#> Erişim Tarihi 18.02.2012

<http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> Erişim Tarihi 17.02.2012

<http://www.fashion-pictures.com/1972/1970s-vintage-clothing-1.html> Erişim Tarihi 17.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O83770/jacket-and-trousers/> Erişim Tarihi 20.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O142787/trouser-ensemble/> Erişim Tarihi 20.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O84844/dress/> Erişim Tarihi 20.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O83535/evening-dress/> Erişim Tarihi 20.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O138518/t-shirt/> Erişim Tarihi 20.02.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O84730/suit-time-machine/> Erişim Tarihi 20.02.2012

<http://omgthatdress.tumblr.com/post/13108890331/mondrian-dress-yves-saint-laurent-1965-the> Erişim Tarihi 21.02.2012

<http://omgthatdress.tumblr.com/post/13108890331/mondrian-dress-yves-saint-laurent-1965-the> Erişim Tarihi 21.02.2012

http://collections.vam.ac.uk/search/?listing_type=imagetext&offset=0&limit=15&narrow=0&extrasearch=&q=pop+art+fabric&commit=Search&quality=0&objectnamesearch=&placesearch=&after=&after-adbc=AD&before=&before-adbc=AD&namesearch=&materialsearch=&mnsearch=&locationsearch= Erişim Tarihi 25.02.2012

<http://fashionindie.com/four-fab-fashion-pieces-inspired-by-art/4/> Erişim Tarihi 20.01.2012

<http://born-late.blogspot.com/2011/03/tiger-morse.html> Erişim Tarihi 25.02.2012

http://eu.art.com/gallery/id--a76-b20122/andy-warhol-costume-fashion-prints_p2.htm?ui=047A9628DF3B451BB337B333109079A7 Erişim Tarihi 12.02.2012

http://www.moma.org/collection/browse_results.php?artistFilterInitial=&criteria=O%3AAD%3AE%3A6246&page_number=3&template_id=SS&sort_order=1 Erişim Tarihi 20.01.2012

<http://www.forevernew.com.au/Collections/Pop-Art.aspx?cl689> Erişim Tarihi 23.03.2012

http://www.therodnikband.com/collection_5/venus_sequin.html Erişim Tarihi 15.02.2012

<http://oystermag.com/karla-spetic-aw12-lookbook> Erişim Tarihi 01.02.2012

www.chemical-records.co.uk/sc/servlet/Info?Track=ACRA Erişim Tarihi 19.01.2012

<http://nymag.com/fashion/fashionshows/2009/fall/main/europe/womenrunway/jcdc/#slide17&ss1> Erişim Tarihi 03.04.2012

http://www.famirvoll.com/images/flippingbook/FamIrvoll_LookBook2010.pdf Erişim Tarihi 03.04.2012

<http://www.lisaperrystyle.com/collections/Limited/Lichtenstein.htm> Erişim Tarihi 12.01.2012

<http://lookbook.nu/look/2684221-pop-art> Erişim Tarihi 19.01.2012

<http://collections.vam.ac.uk/item/O86004/jacket-and-skirt/> Erişim Tarihi 18.02.2012

www.vogue.com.tr/FashionShows.aspx?FashionId=6d387857-6039-49cb-8e7f-11ed118eb5fd Erişim Tarihi 19.01.2012

www.limango.com.tr/shop/detail/index.php?show=812909 Erişim Tarihi 06.12.2012

www.limango.com.tr/shop/detail/index.php?show=812909 Erişim Tarihi 06.12.2012

<http://www.lisaperrystyle.com/accessories/pillows.htm> Erişim Tarihi 12.01.2012

www.markafoni.com/product/1444238/ Erişim Tarihi 03.12.2011

<http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10150565080928235.378796.33709448234&type=1> Erişim Tarihi 20.02.2012

<http://www.luxist.com/photos/borbonese-and-roy-lichtenstein-handbag-collaboration/3284207/> Erişim Tarihi 04.04.2012
<http://www.sickathanaverage.com/2010/03/echo-designs-modern-art-scarves.html>
Erişim Tarihi 12.12.2011
<http://www.markafonim.com/dogo-store-ayakkabı/> Erişim Tarihi 12.10.2011
<http://www.nicholaskirkwood.com/index.php?section=collection&season=kh> Erişim
Tarihi 04.04.2012
<http://www.flickr.com/photos/29218315@N05/6006904379/> Erişim Tarihi
29.04.2012
<http://www.artedos.org/2008/03/yves-saint-laurent-dialogos-con-el-arte.html> Erişim
Tarihi 29.04.2012

10. ÖZGEÇMİŞ

3 Ağustos 1988 tarihinde İstanbul'da doğdu. İlk ve orta öğrenimini İstanbul'da tamamladı. Etiler Rüştü Akın Anadolu Meslek Lisesi Moda Tasarımı bölümünü 2006 yılında bitirdi. Lisans eğitimini Haliç Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı bölümünde 2010 yılında ikincilikle tamamladı. Bilgisayarda Grafik Tasarımı konusunda özel ders aldı. Çeşitli firmaların tasarım departmanlarında görev aldı.