

(http://dergipark.ulakbim.gov.tr/aubtdc/)

Anadolu Üniversitesi Bilim Ve Teknoloji Dergisi - C Yaşam Bilimleri Ve Biyoteknoloji (http://dergipark.ulakbim.gov.tr/aubtdc/)

ISSN : 2146-0264

e-ISSN : 2146-0213

6.110 2.716

AUSTD

(http://dergipark.ulakbim.gov.tr/sanattasarim/)

Anadolu Üniversitesi Sanat & Tasarım Dergisi (http://dergipark.ulakbim.gov.tr/sanattasarim/)

ISSN : 2146-7692

5.683 1.949

5381

(http://dergipark.ulakbim.gov.tr/tojde/)

Turkish Online Journal of Distance Education (http://dergipark.ulakbim.gov.tr/tojde/)

ISSN : 1302-6488

196.585 74.143

sanat ve tasarım
art & design
CİLT / VOLUME 4 SAYI / NUMBER 4 HAZİRAN / JUNE 2013

sanat ve tasarım
art & design

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL of ART & DESIGN

CİLT / VOLUME 4 SAYI / NUMBER 4 HAZİRAN / JUNE 2013

4

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI / *No. ?*
Güzel Sanatlar Enstitüsü Yayınları / *No. ?*

sanat ve tasarım
art & design

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL of ART & DESIGN

CİLT / VOLUME 4 - SAYI / NUMBER 4 - HAZİRAN / JUNE 2013

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF ART AND DESIGN

Sahibi: Anadolu Üniversitesi adına, ***Rektör*** *Prof. Dr.* Davut **AYDIN**

Owner: On behalf of Anadolu University, ***Rector*** *Prof. Dr.* Davut **AYDIN**

Yayın Yönetmeni: *(Sorumlu Müdür) / Publications Directör*: Osman Nuri **KIDAK**

Yayın Yönetmeni Yardımcısı: */ Publications Directör Assist.*: Sıdıka **ATEŞ**

Dizgi */ Typest*: Örsan **ŞAFAK**

Görsel Tasarım */ Graphic Design: Arş. Gör.* Deniz **DALMAN**

Kapak Tasarımı */ Cover Desingn: Öğr. Gör.* Cemalettin **YILDIZ,** *Arş. Gör.* Deniz **DALMAN**

Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, Editörler Kurulu bulunan, ulusal hakemli bir dergidir. Gönderilen yazılar önce Baş Editör ve ilgili Editör tarafından bilimsel nitelik, etik araştırma yöntemlerini uygunluk açısından incelenerek değerlendirilir. Uygun bulunan yazılar alanında uzman üç ayrı hakeme gönderilir. Hakemlerin kararları doğrultusunda yazı ya doğrudan yada düzeltilerek yayınlanır veya reddedilir. Hakemlerin gizli tutulan raporları dergi arşivinde on yıl süre ile tutulur. Yazım kuralları ile ilgili ayrıntılar dergi sonunda bulunabilir.STD' de yayımlanan tüm eserlerin yayım hakkı Anadolu Üniversitesi' ne aittir.

Anadolu University Journal of Art and Desing is a national refereed journal that has an editorial board.The journal is published twice a year.

The Editor-in-Chief and the related Editor evaluate the submissions in terms of scientific quality, ethics and research methods.If they deem appropriate, the manuscripte are sent to three referees, all experts in the related field. In line with the suggestions of referees, the manuscripts are published with or without corrections, or rejected.The reports of referees are kept in the archives of the journal for ten years.Submission guidelines are available at the end of the journal. Anadolu University holds the copyright of all papers published in the Journel of Art and Desing (JAD).

Yazışma Adresi */Adress:*
Anadolu Üniversitesi,
Güzel Sanatlar Enstitüsü,
Sanat ve Tasarım Dergisi Sekreteryası,
Yunusemre Kampüsü,
26470 Tepebaşı - **ESKİŞEHİR**

e-mail: sanattasarim@anadolu.edu.tr
Web adresi: http://www.std.anadolu.edu.tr/

ISSN: 2146-7692
Baskı Tarihi: HAZİRAN 2013
Anadolu Üniversitesi Basımevi Tesislerinde 500 Adet Basılmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF ART AND DESIGN

Baş Editör / Editör-in-Chief : *Prof.* S. Sibel **SEVİM**
Baş Editör Yardımcısı / Associate Editor : *Prof.* Leyla **VARLIK ŞENTÜRK**
Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü 26470 Eskişehir-Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili / ext: 4178
Faks/Fax: +90 222 335 79 43
e-posta/e-mail: gzsens@anadolu.edu.tr

EDİTÖRLER / EDITORS
Prof. Dr. Meral **NALÇAKAN** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Dr. Hasan **ERKEK** / *Devlet Konservatuvarı*
Prof. S. Sibel **SEVİM** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Bahadır ***GÜLMEZ*** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Hikmet **SOFUOĞLU** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Hayri **ESMER** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Gülbin **KOÇAK** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Bülent ***ALANER*** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Candan **DİZDAR TERWIEL** / *Hacettepe Üniversitesi*
Prof. Leyla **VARLIK ŞENTÜRK** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Nazan **SÖNMEZ** / *Hacettepe Üniversitesi*
Prof. Hasip **PEKTAŞ** / *Hacettepe Üniversitesi*
Prof. Emel **ŞÖLENAY** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Fatma **AKYÜREK** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Prof. Sevim **SELAMET** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. T. Fikret **UÇAR** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Saime **DÖNMEZER** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Zeliha **AKÇAOĞLU TETİK** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Dr. Münevver **ÇAKI** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Dr. Hüseyin **ERYILMAZ** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Dr. Ozan **TUNCA** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Burak **KAPTAN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Ayşe Gülriz **GERMEN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Namık Kemal **SARIKAVAK** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. Soner **GENÇ** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Kemal **ULUDAĞ** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Mustafa **AĞATEKİN** / *Anadolu Üniversitesi*

Doç. Rahmi **ATALAY** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Şenol **AYDIN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Rıdvan **COŞKUN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Oytun **EREN** / *Devlet Konservatuvarı*
Doç. Erol **İPEKLİ** / *Devlet Konservatuvarı*
Doç. Fethi **KABA** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Gülen **EGE** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Lillian **TONELLA TÜZÜN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Ezgi Hakan **MARTINEZ** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin **ERYILMAZ** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Dr. Özlem **MUMCU UÇAR** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Ekrem **KULA** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Hasan Sami **YAYGINGÖL** / *Devlet Konservatuvarı*
Yrd. Doç. Selçuk **YILMAZ** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Kemal **TİZGÖL** / *Akdeniz Üniversitesi*
Yrd. Doç. Şenol **KUBAT** / *Bilecik Üniversitesi*
Yrd. Doç. Oya **UZUNER** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Sadettin **AYGÜN** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Cemalettin **SEVİM** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Füsun **CURAOĞLU** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Nurbiye **UZ** / *Anadolu Üniversitesi*

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SANAT VE TASARIM DERGİSİ

ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF ART AND DESIGN

GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ SANAT VE TASARIM DERGİSİ HAKEM LİSTESİ

Prof. Dr. Ferhat **ÖZGÜR** / *Kültür Üniversitesi*
Prof. Dr. Nilay **KAN BÜYÜKİŞLEYEN** / *Marmara Üniversitesi*
Prof. Dr. Bahadır **GÜLMEZ** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Dr. Ruşen **YAMAÇLI** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Dr. Ayşe Müge **BOZDAYI** / *TOBB ETÜ Üniversitesi*
Prof. Dr. Berika **İPEKBAYRAK** / *Mersin Üniversitesi*
Prof. Dr. Türev **BERKİ** / *Hacettepe Üniversitesi*
Prof. Dr. Şeyda **ÇİLDEN** / *Gazi Üniversitesi*
Prof. Dr. Salih **OFLUOĞLU** / *Mimar Sinan Üniversitesi*
Prof. Dr. Rıfat **ŞAHİNER** / *Yıldız Teknik Üniversitesi*
Prof. Dr. Levend **KILIÇ** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. S. Sibel **SEVİM** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Gül **ÖZTURANLI** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Prof. Meltem **KAYA ERTL** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Prof. Bülent **ALANER** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Çetin **AYDAR** / *Ankara Üniversitesi*
Prof. Hayri **ESMER** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Cevat **DEMİR** / *Okan Üniversitesi*
Prof. Zeynur **ERENGÖNÜL** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Prof. Tayfun **ERDOĞMUŞ** / *Marmara Üniversitesi*
Prof. Tansel **TÜRKDOĞAN** / *Gazi Üniversitesi*
Prof. Hande **KURA** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Prof. Halil **YOLERİ** / *Dokuz Eylül Üniversitesi*
Prof. Sevim **ÇİZER** / *Dokuzeylül Üniviversitesi*
Prof. Mehmet **ÖZER** / *Marmara Üniversitesi*
Prof. Leyla **VARLIK ŞENTÜRK** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Gülbin **KOÇAK** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Pelin **HALKACI** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Prof. Emel **ŞÖLENAY** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Hüsamettin **KOÇAN** / *Okan Üniversitesi*
Prof. Aydın **AYAN** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Prof. Mümtaz **SAĞLAM** / *Hacettepe Üniversitesi*
Prof. Hasan **PEKMEZCİ** / *Hacettepe Üniversitesi*
Prof. Candan **DİZDAR TERWIEL** / *Hacettepe Üniversitesi*
Prof. Bilgehan **UZUNER** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Mehmet **YILMAZ** / *Gazi Üniversitesi*
Prof. Hatice **BENGİSU** / *Balıkesir Üniversitesi*
Prof. Pelin **HALKAÇI** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Prof. Sevim **SELAMET** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Pınar **GENÇ** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Saime **DÖNMEZER** / *Anadolu Üniversitesi*
Prof. Uğurcan **AKYÜZ** / *Yakın Doğu Üniversitesi*

Doç. Dr. Ozan **TUNCA** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Dr. Münevver **ÇAKI** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Dr. Orhan **AHISKAL** / *Ankara Üniversitesi*
Doç. Dr. Görkem **ÇALGAN** / *Uludağ Üniversitesi*
Doç. Dr. Ertuğrul **ALGAN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Dr. Ali **OSMAN KURT** / *Sakarya Üniversitesi*
Doç. Dr. Lale **ALTINKURT** / *Dumlupınar Üniversitesi*
Doç. Dr. Hasan **KIRAN** / *Yüzüncü Yıl Üniversitesi*
Doç. Mümtaz **DEMİRKALP** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. Kemal **ULUDAĞ** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Gülen **EGE SERTER** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. İzzet **NAZLIAKA** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. Gülay **YAŞAYANLAR** / *Dokuz Eylül Üniversitesi*
Doç. Rıdvan **COŞKUN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Şemsettin **EDEER** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Rahmi **ATALAY** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Ayşe Sibel **KEDİK** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. İsmail **YARDIMCI** / *Uşak Üniversitesi*
Doç. Soner **GENÇ** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Mustafa **AĞATEKİN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. B. Bediz **KINIKLI** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. Kamerhan **TURAN** / *Başkent Üniversitesi*
Doç. Hakan **ERTEP** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. Canan **ATALAY AKTUĞ** / *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi*
Doç. Melihat **TÜZÜN** / *Kocaeli Üniversitesi*
Doç. Rıfat **ŞAHİNER** / *Yıldız Teknik Üniversitesi*
Doç. Kaan **CANDURAN** / *Erciyes Üniversitesi*
Doç. Emre **FEYZOĞLU** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. Rahmi **ATALAY** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Neslihan **PALA** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Doç. Necla **COŞKUN** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Meltem **SÖYLEMEZ** / *Adnan Menderes Üniversitesi*
Doç. Özgür **SOĞANCI** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Ahmet **ALBAYRAK** / *Erciyes Üniversitesi*
Doç. Necla **RÜZGAR** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. Mehmet Emin **GÖKTEPE** / *Hacettepe Üniversitesi*
Doç. Jülide **GÜNDÜZ** / *İstanbul Teknik Üniversitesi*
Doç. Kıvılcım **YILDIZ ŞENÜRKMEZ** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Doç. Ezgi Hakan **MARTİNEZ** / *Anadolu Üniversitesi*
Doç. Güldane **ARAZ AY** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Dr. Nevzat **ATALAY** / *Kocaeli Üniversitesi*
Yrd. Doç. Dr. Osman **DEMİRBAŞ** / *İzmir Ekonomi Üniversitesi*
Yrd. Doç. Dr. Özlem **MUMCU UÇAR** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Dr. Feyyaz **BODUR** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Dr. Saadet **AYTIS** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Yrd. Doç. Dr. Nilay ***ERTÜRK*** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Cemalettin **SEVİM** / *Anadolu Üniversitesi*

Yrd. Doç. Oya **UZUNER** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Ekrem **KULA** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Bülent **ÇINAR** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Yrd. Doç. Ersoy **YILMAZ** / *Çankırı Üniversitesi*
Yrd. Doç. Sadettin **AYGÜN** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Kadir **SEVİM** / *Şeyh Edebali Üniversitesi*
Yrd. Doç. Vedat **KAÇAR** / *Dokuz Eylül Üniversitesi*
Yrd. Doç. Alp **ÇAM** / *Dokuz Eylül Üniversitesi*
Yrd. Doç. Zühal **ÖZEL SAĞLAMTİMUR** / *Ege Üniversitesi*
Yrd. *Doç.* Selçuk **YILMAZ** / *Anadolu Üniversitesi*
Yrd. Doç. Mete **AĞYAR** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Yrd. Doç. Devabil **KARA** / *Marmara Üniviversitesi*
Yrd. Doç. Kemal **TİZGÖL** / *Akdeniz Üniversitesi*
Yrd. Doç. Şenol **KUBAT** / *Şeyh Edebali Üniversitesi*
Yrd. Doç. Hüseyin **ÖZÇELİK** / *Hacettepe Üniversitesi*
Yrd. Doç. Gülgün **ELİTEZ** / *Sakarya Üniversitesi*
Yrd. Doç. Zuhal **ARDA** / *Selçuk Üniversitesi*
Yrd. Doç. Emre **ZEYTİNOĞLU** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Yrd. Doç. Ömer Emre **YAVUZ** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Yrd. Doç. Yıldız **GÜNER** / *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi*
Yrd. Doç. Güler **BEK** / *Süleyman Demirel Üniversitesi*
Yrd. Doç. Ahu **ANTMEN** / *Marmara Üniversitesi*
Yrd. Doç. Pelin **AVŞAR** / *Dumlupınar Üniversitesi*
Yrd. Doç. İhsan **ENVEROGLU** / *Selçuk Üniversitesi*
Yrd. Doç. Semih **KAPLAN** / *Anadolu Üniversitesi*
Öğr. Gör. Murat **GERMEN** / *Sabancı Üniversitesi*
Öğr. Gör. Hasan **BAŞKIRKAN** / *Anadolu Üniversitesi*
Öğr. Gör. Leyla **KUBAT** / *Şeyh Edebali Üniversitesi*

İÇİNDEKİLER / CONTENT

MAKALELER / ARTICLES

Sayfa / Page

" GÜNÜMÜZ SERAMİK ENDÜSTRİSİNDE VE ARTİSTİK SERAMİK YÜZEYLERDE KULLANILAN BASKI TEKNİKLERİNDEN ÖRNEKLER "
" EXAMPLES OF PRINT TECNIQUES USED ON TODAY'S CERAMIC INDUSTRY AND ARTISTIC CERAMIC SURFACES "
Prof. / Prof. S. Sibel **SEVİM** - **Arş.Gör.** / Res. Assit. Duygu **KAHRAMAN**
Yüksek Lisans Öğr. / Master Degree Stu. Gülçin **ÇAVDAR**
1-8 / 9-15

" TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE HEYKEL FORMU "
Yrd. Doç / Assist. Prof. Nesrin **KARACAN**
17-31

" PETER OSBORNE'NİN KAVRAMSAL SANAT AÇILIMI DOĞRULTUSUNDA ÇAĞDAŞ SERAMİK SANATINDA KAVRAMSAL ÇALIŞMALARIN İNCELENMESİ "
" THE ANALYSIS OF CONCEPTUAL STUDIES ON CONTEMPORARY CERAMICS ART IN LIGHT OF PETER OSBORNE'S CONCEPTUAL ART INITIATIVE "
Prof. / Prof. Emel **ŞÖLENAY** - **Arş. Gör.** / R. Assist. Gökçe **ÖZER**
33-41 / 42-51

" DOĞA VE SANAT EKSENİNDE FARKLI YAKLAŞIMLAR "
" DIFFERENT APPROACHES TOWARDS NATURE AND ART "
Yrd. Doç. / Assist. Prof. İrfan **AYDIN** - **Arş. Gör.** / R. Assist. Yeşim **ZÜMRÜT**
53-65 / 66-77

" MAĞARA RESMİNDEN SANAT FUARINA: SANAT VE ENDÜSTRİNİN YARATTIĞI KÜLTÜREL NESNELERİN METAYA DÖNÜŞÜMÜ "
" FROM CAVES TO FAIRS: COMMODIFICATION OF THE CULTURAL OBJECTS CREATED BY ART AND INDUSTRY "
Yrd. Doç. / Assist Prof. Efe **TÜRKEL**
79-93

" OSMANLI ÇİNİ VE SERAMİKLERİNDE GİYİM KUŞAM KÜLTÜRÜ VE ÖZELLİKLERİ "
Prof. Dr. Zehra **Çobanlı** - **Yrd. Doç.** / Assist Prof. Ece **Kanışkan**
95-107

" TAHTA VE BAKIR ÜFLEMELİ ÇALGI ÇALAN MÜZİSYENLERDE NEFES KONTROLÜ "
" BREATH CONTROL OF WOODWIND AND BRASS INSTRUMENT PLAYERS "
Yrd. Doç. / Assist Prof. Emre **HOPA**
109-115

" PUANTİYELİ SONSUZLUĞUN OBSESİF SANATÇISI: "YAYOİ KUSAMA" "
Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr. Hasan **KIRAN**
117-125

" DİJİTAL ÇAĞDA GELENEKSEL BASKI RESİM VE TEKNİKLER ARASI GEÇİŞ (MELEZLEŞME) "
Doç. / Assoc. Prof. Mehmet **FIRINCI**
127-135

" MAĞARA RESMİNDEN SANAT FUARINA: SANAT VE ENDÜSTRİNİN YARATTIĞI KÜLTÜREL NESNELERİN METAYA DÖNÜŞÜMÜ "

" FROM CAVES TO FAIRS: COMMODIFICATION OF THE CULTURAL OBJECTS CREATED BY ART AND INDUSTRY "

Yrd. Doç. Efe TÜRKEL *

ÖZET

Endüstriyel ürünlerin sanat eserleriymişçesine tanıtılıp pazarlandığı günümüzde sanat eserleri de hamilikler, müzayedeler, bienaller ve sanat fuarlarıyla kendi endüstrisini oluşturmuş ve tüm bu yapıtlar birer yatırım aracına veya siyasi propaganda, sınıfsal ayrımcılık ve gösteriş iradesi gibi sosyo-psikolojik etkenler üzerinden kültür nesnelerine dönüşerek metalaşmıştır. Sanat yapıtlarının küratörlerin, endüstriyel ürünlerin ise "trendsetter"ların yönlendirmeleri doğrultusunda üretilmesi, bu eserlere ait özerklik ve idealizm gibi konuları tekrar sorgulanır hale getirmiş, bir zamanlar seçkinlerin hegemonyasında ölümsüzlüğü arayan sanatın popülerleşerek kitlelerle buluşması veya ustalıklı bir zanaat eserinin endüstriyel mantıkla üretilip herkes tarafından daha kolay elde edilerek "kitch"e dönüşmesi, bu nesnelerin kimliklerinin ve niteliklerinin de tartışılmasına sebep olmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Sanat, tasarım, endüstri, kültürel nesne, meta.*

ABSTRACT

Today, which has become the time of marketing and publicizing industrial products as if they were artworks, artworks constituted their own industry via protectorates, auctions, biennials and art fairs, and all these works are turned into objects of investment or are commodified by being turned into cultural objects by means of the socio-psychological factors such as political propaganda, class discrimination, vanity pleasure. Producing artworks under the direction of curators and industrial products under the direction of trendsetters brings into question the autonomy and idealism of these works. Popularizing art, which once was seeking immortality under the hegemony of the elite, or turning a masterful craft work into a "kitsch" by production guided by industrial logic caused the identities and qualities of these works become a matter of doubt and discussion.

Keywords: *Art, design, industry, cultural object, commodity.*

**Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik ve Cam Tasarımı Bölümü İzmir/TÜRKİYE*

GİRİŞ

Sanat ve Tasarımın İfade ve Eylem Benzerlikleri

Çağdaş anlamdaki tasarım kavramının ilk kuramcılarından olan Viktor Papanek tasarımın genel tanımını yaparken tüm insanların tasarımcı olduğunu, her zaman tüm yapılanların tasarım olduğunu ve bütün eylemlerin temelini tasarımın oluşturduğunu belirtir. Bu söylem Joseph Beuys'un "Her insan bir sanatçıdır" sözünü de anımsatır. Günümüzde sanat ve tasarım kavramlarının birlikteliği göz önünde bulundurulduğunda, her iki söylemin de özünde ifade etme içgüdüsü ve hümanizmin olduğu fark edilir. Buradaki hümanizm kavramını insanın gelişimi ve hayatı daha iyi yaşamaya yönelik olarak basitçe ele aldığımızda, kurgulanan her eylemin merkezinde kendimizi buluruz. Bilinçli eylemleri tetikleyen içgüdü ise bizleri daha iyi olanı aramaya yönlendirmiştir ki, bu arayış düşünsel olarak başladığı andan itibaren ifade süreci de başlamış olur.

Adı sanat veya tasarım olsun, psikolojik ve nesnel her eylem mutlaka bir gereksinim sonucu ortaya çıkmıştır. Düşünmek ve uygulamak, sanatı ve tasarımı anlatırken kullanabileceğimiz en basit temel eylemlerdir ve ihtiyacın belirlenmesiyle başlarlar. İnsanların varoluşundan itibaren psikolojik ihtiyaçları, ussal yaşamlarını biçimlendiren dolayısıyla yeni davranış biçimleri geliştirmesini sağlayan etkenlerdir. David Lewis Williams'a göre insanlar Altamira'daki gibi resimleri psikolojik güdülerine yönelik ruhsal yolculuklarının betimlenmesi amacıyla yapmıştır.* Günümüzden 35.000 yıl öncesine tarihlendirilen fildişinden yontulmuş ve Cambridge Üniversitesi arkeologlarından Paul Mellars'ın büyük göğüsleri ve özenle işlenmiş genital bölgesi nedeniyle paleo-porno olarak tanımladığı, ancak dini amaçla doğurganlığı simgelemesi için yapılmış 6 cm'lik başsız kadın figürü olan Hohle Fels Venüsü de bu anlamda ihtiyaca yönelik ifade, gözlem ve estetik çaba gibi özellikleri barındıran ilk figüratif sanat örneğidir[1]. (Resim1) Örnek verilen bu yapıtların sadece tarihleri ve bilinçlilik düzeyleri ölçüt alındığında dahi Papanek ve Beuys'un söylemlerini doğruladıkları görülür. Öyle ki ihtiyaçlar saf nesnel veya psikolojik olarak indirgendiğinde, uygulama ve sonuca ulaşma çabası, ardından da yeni ihtiyaca göre yeniden yaratma süreci başlar. Bu çaba, zaman içinde sanatkârlık ve zanaatkârlığı içinde barındıran ve adına Antik Yunan'da "techne" denilen bir eyleme dönüşmüştür. Bu eylemin sonucu oluşturulan sanat ve zanaat nesneleri tarih öncesi dönemlerde -çağımızda olduğu gibi- insanların statüsünü belirleyen unsurlar olarak kullanılmışlardır. Krallıklar çağından günümüz devletlerine kadar sanat ve tasarım, gerek kişisel vizyonla gerekse ulusal politika olarak



Resim1: *Hohle Fels Venüsü*

** BBC televizyon kanalı için çekilmiş olan "How Art Made The World" (2005) belgeselinin "The Day Pictures Were Born" adlı bölümünde Dr.Nigel Spivey'nin (Cambridge Üniversitesi - İngiltere) Profesör David Lewis Williams (Witwatersrand Üniversitesi – Güney Afrika) ile bu konuda yapmış olduğu alan ve laboratuar araştırmasını izlemek mümkündür.*

[1] CULOTTA, Elizabeth (6 November 2009), "On The Origin Of Religion", Science, Vol. 326, No.5954, p. 785, DOI: 10.1126/science.326_784, (Erişim tarihi 10 Mart 2012)

bir propaganda veya bir güç gösterisine aracılık etmiştir. Bu açıdan bakıldığında rahatsız edici görünen şey, bu yapıtlardaki (çağdaş sanatın düşünsel vurgusu göz önüne alındığında) sanatsal ifadeye ait düşünsel içeriğin tartışmalı hale gelmesidir. Ancak bu yapıtlar psikolojik açıdan başarıya ulaşmışlardır. Adnan Turani'nin propaganda amaçlı yapılmış eserlere ilişkin yorumu şöyledir: "Katı rejimlerle idare edilen memleketlerde sanat, devletin bir propaganda aracıdır ve sanatın gerçek amacı insanın iç ifadesi değildir."[2] O zaman "Bu eylemler sanat mıdır, yoksa zanaat mıdır"? diye sorulabilir. Bu soruya da Ernst Gombrich'in şu sözleri cevap verebilir; "…Tüm bu etkinlikleri sanat diye tanımlamakta hiçbir sakınca yok, yeter ki bu sözcüğün yer ve zamana göre birbirinden değişik anlama gelebileceği unutulmasın…"[3]

Bu ifadelere göre, sanatçılık ve zanaatkârlık kavramlarının birbiriyle iç içe geçerek kaygan bir zemin üzerinde durduğu açıktır. Sanatsal veya estetik değer taşıyan eserlere yön verenlerin ve onların gerçek sahiplerinin toplumun belli bir zümresi olduğu ve bir takım dayatmalarla oluşturuldukları yargısı da ortaya çıkabilir. Bu dayatmalar veya kültürel tapınım ifadeye, gelişime açık bir süreç kazandırır ve ifade evrilerek kültürel nesneye dönüşmeye başlar. Sanat ve zanaat eserlerinin mülk edinilmesi kavramıyla bu noktada karşılaşabiliriz. Ancak bu kavramın olgunlaşma sürecine, belirgin olarak Avrupa'da Orta Çağ, Rönesans ve devamında; dini figürleri, bağışçıları, kilise erkânını, aristokratları, yöneticileri ve kralları övmek adına yapılan çalışmalarda rastlarız. Bu süreçte üretilen eserlere yapılan müdahaleler, sanatçı-zanaatçı üzerinde kurulan baskılar, keskin yönlendirmeler bu eserlerin ne ölçüde özerkliğe sahip olduğunu da tartışma konusu haline getirmiştir. Aynı tavrı Uzak Doğu ve İslam Sanatları'nda da görmek mümkündür. Bu, aslında sanatçı veya zanaatkâr bireyin içinde bulunduğu toplumla ilişkisine, yerine ve bireysel ifadesine yönelik bir problem olmuştur.

Emeğin Yükselişi: Sanatın Kültürel Nesneye Dönüşmesi

Bahsi geçen problemin sanatçılar ve zanaatkârlar açısından ele alınması Rönesans'la başlamıştır. Ortaçağ'da Avrupa'da faaliyetler yüksek ilimler ve el sanatları olarak ikiye ayrılmış, el sanatları; resim, heykel, marangozluk, terzilik ve çizim gibi faaliyetleri içermiştir. Bu anlayış da 16. yüzyıla kadar sanatçı kelimesine zanaatkâr, becerikli zanaat işçisi anlamını yüklemiştir. İlk sanat akademisi olarak kaydedilen Academia dell'Arte del Disegno 1563'te Medici Prensi I. Cosimo, Michalengelo ve Vasari yönetiminde kurulmuş,[4] El Greco gibi ustalar da resmin, aynı zamanda bir düşün gücüne sahip olması gerektiğini düşünüp bu yönde eğitimi teşvik ederek "yüksek sanat" kavramını oluşturmaya çalışmışlardır. Bu dönemde görsel kültürün görünüm ve denetiminden sorumlu olarak kurulan akademiler, sadece plastik biçimlendirme becerilerinin yanı sıra anatomi, geometri, tarih gibi düşünsel ve bilimsel becerileri de sanatçıya kazandırmayı hedeflemişlerdir.[5] Devamındaki yüzyılda da Goya, alışılagelmiş gelenekleri yıkarak Modern Sanat'ın ilk adımlarını atmaya başlamıştır.[6] (Resim 2)

---

[2] TURANİ,Adnan (1992); Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, 4.Basım, İstanbul, s.549
[3] GOMBRICH, Ernst Hans Josef (2009); Sanatın Öyküsü, (Çevirenler: Ömer Erduran-Erol Erduran), Remzi Kitabevi, 6.Basım, İstanbul, s.15
[4] ARTUN, Ali (2011); Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi-Estetik Modernizmin Tasfiyesi, İletişim Yayınları 1653, 1.Baskı, İstanbul, s.10
[5] BARNARD, Malcolm (2010); Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür, (Çeviren: Güliz Korkmaz), Ütopya Yayınevi, 1.Basım, Ankara, s.91-93
[6] GOMBRICH, Ernst Hans Josef; A.g.e., s.485-488

Fakat önceki paragraflarda bahsi geçen, belli kültürel yetkinlikleri olan, statü sahibi insanlar veya sanatçılar ve zanaatkârlardan oluşan azınlık grup dışındakiler tüm bu kültürel hegemonyanın dışında tutulsa da, temelde her insan içgüdüsel olarak, kendi yaşam pratiğinde estetik bir takım tercihlere sahiptir. Eylemin tümü (ister kitlelere, ister şahıslara yönelik olsun) sanat, zanaat veya Antik Yunan'daki gibi "techne" olarak adlandırılsa bile aslında ona sahip olanlar için ne ifade ettiği ve kullanılış biçimi önemlidir.



Resim2: *Francisco de Goya, "Dev" (Numaralandırılmamış baskı, 1814-1818)**

Toplumsal sınıflar ve şahıslar kendilerini diğerlerinden ayırt etmek için pratik hayatta kullandıkları nesnelerde farklı şekil, renk ve üsluplardan faydalanmanın yanı sıra bu ayrımcılığı sanat ve zanaat nesnelerini kullanarak da başarmışlardır. Bu ayrımcılık zamanla bir görsel kültür tüketimine dönüşmüş ve Marx'a göre 16. ve 17. yüzyıllardaki ticari devrimlerle inanılmaz hızla büyüyen kapitalizm, görsel kültürün üretim ve tüketim kurallarını da değiştirmiştir.[7]

Bu değişim, "tek" yapıtların daha yüksek fiyatlar üzerinden alıcı bulmasına veya yüksek fiyatlara "kişiye veya mekâna özel" olarak üretilmesine sebep olmuştur. Burjuvazinin yaygınlaşmasıyla yükselen iyelik (mülkiyet) "modası" bu sayede görsel üretimin ve tüketimin kendine ait bir pazarı olmasını da sağlamıştır. Rönesans dönemindeki Floransa sarayları ise sanat eseri mülkiyetinin ve sanatçı hamiliğinin kendisini en iyi ifade ettiği yerler olmuştur. Bu dönemde ve devamında, resim bazı yönleriyle bir bilgi aracı olsa da, sanatçı, mülk sahibi için sahip olduklarını gösterebileceği ve dünyada kendisi için değerli olabilecek her şeyi en gerçek ve ulaşılabilir biçimde yeniden yaratan kişi olmuştur.[8] (Resim 3)



Resim3: *Johann Zoffany, "Charles Towneley kendi heykel galerisinde – 1782"**

Sanatın ekonomik bir yatırım unsuru veya bir statü belirleme aracı olarak kullanılmasına dair başlangıç Floransa'da yaşamış Medicilerden I. Cosimo Dönemi'ne gelir. Ressam, mimar, yazar ve tarihçi olan Giorgio Vasari'nin Mediciler adına yapmış olduğu danışmanlık ve küratörlük hizmetleri günümüz sanat koleksiyonculuğunun temelini oluşturmuş, sanatın metalaşmasının ve özerkleşmesinin önünü açmıştır. Bu sayede modern anlamıyla bir "sanat piyasası" oluşturan Mediciler'in bu anlayışı

** Bu çalışma pesimist ve yoruma açık gerçeküstü ifadesiyle gelenekten kopuşu temsil eden eserlerden biridir.*

[7] BARNARD, Malcolm; A.g.e., s.127

[8] BERGER, John (1995); Görme Biçimleri, (Çeviren: Yurdanur Salman), Metis Yayınları, 6.Basım, İstanbul, s.86

** Alıcılar veya hamiler, zenginliklerini ve dostluklarını yağlıboya tablolar sayesinde teşhir edebiliyordu.*

17. yüzyılda Hollanda'da iyice yaygınlaşmış ve 19. yüzyılda galerilerin kurulmasına önayak olmuş, sanatın kilisenin, loncaların ve akademilerin denetim ve himayesinden kurtularak özerkleşmesiyle evrim geçirmiştir. Mediciler tüm bunları İtalya topraklarından, Bruges ve Londra'ya kadar uzanan bankalarıyla başarmışlardır. Medici koleksiyonları, bu banka ağı içinde dolaşıma girmiş ve para ile sanat aynı çatı altında işletilmiş, ressam ve heykeltıraşlar yavaş yavaş şair ve filozofların katına yükselmeye başlamıştır. Medicilerin tüm bu sanat organizasyonlarının altında elbette bir sanatseverlik duygusu yatmaktadır. Ancak Gombrich'e göre taşralı ve soylu olmayan Mediciler, kurmuş oldukları kültürel ve ekonomik hâkimiyeti, soylu olmamanın getirdiği horlanmalara karşı sanata sarılmakla başarmışlardır.[9]

Medicilerden birkaç yüzyıl sonrasında, Modern Sanat'ın doğuşundan itibaren yaşanan sanatsal süreç, sanatçıların en özgür oldukları dönem olarak kabul görür. Sanat bu dönemde özerkliğini tamamen ilan etmiş, Romantiklerin açtığı yolda, İzlenimciler, Fovlar, Dışavurumcular, Post-izlenimciler, ve Kübistlerle sanat ortamı öncesine göre kısa sürelerde hızlı, çeşitli ve tanımlanabilir süreç ve üslupları yaratmıştır. Bu dönemde, Van Gogh gibi hayatını tamamen sanatına adamış olanlar, sanatın parayla kirleneceğini ve yapılanın sanat olamayacağını dile getirirken, bazı ustalar da Dali gibi eserlerini paraya çevirmekle meşguldürler. Sanat, artık özerk olarak üretildiği için maddi olarak da spekülatif ve liberal bir yapıya kavuşmuştur. Bir sanat eserinin kopyalanarak seri olarak üretilmesi ve imgeye dönüşmesi durumu söz konusu olmasa da bu döneme ait eserler ileride müzayedelerin ve koleksiyonların baş aktörleri olacaklardır. Modern Sanat eserleri, bankaların, büyük şirketlerin, Arap şeyhlerinin ilgisini çekerek koleksiyon nesneleri olarak müzayedelerde yer bulmuş, kısa sürelerde el değiştirmiş ve bu süreç Çağdaş Sanat eserlerinin koleksiyonlara dâhil edilmesiyle de devamlılığını sağlamıştır. Sanat bu anlamda bir yatırım aracına da dönüşmüştür. Bankalar özel müşterileri çekmek için, koleksiyon sahibi olarak ellerindeki eserlerden faydalanmış, ayrıca şirketler ve şahıslar, sanat piyasasını ve sanat eserlerini, vergi kaçırma, kara para aklama gibi çeşitli amaçlar için bir spekülasyon aracı olarak kullanmışlardır.[10] Bununla beraber, kişilerin, yardım kuruluşlarının ve şirketlerin vergi indirimi teşvikinden yararlanabilmek için sanata yapmış olduğu bağışlar milyar dolarlar düzeyindedir.[11] Bu çeşit bir ticari başarı, Modern Sanat eserlerinin müzayedelerde satışı sayesinde başarılmıştır. Öyle ki gizli saklı bir şekilde sanat eserlerinin tahvil gibi kullanıldığı da iddia edilmektedir. Bu eserler ve teşvikler aynı zamanda şahısların veya şirketlerin statülerini kanıtlama, halka kendilerini sevdirerek sempati toplama aracına da dönüşmüştür. Sanat yapıtının tıpkı bir endüstri ürünü gibi sosyokültürel yapı çerçevesinde finansal ilişkiler kurmaya ve yorumlanmaya açık bir nesneye dönüşümü tamamlanmıştır.

[9] BARTUN, Ali; A.g.e., s.8-12
[10] STALLABRASS, Julian (2010); Sanat A.Ş.-Çağdaş Sanat ve Bienaller, (Çeviren: Esin Soğancılar), İletişim Yayınları/1413, 2.Baskı, İstanbul, s.15
[11] STALLABRASS, Julian; A.g.e.; s.126

Kültürel Nesne Olarak Endüstriyel Ürün ve Sanatla Olan İşbirliği

Günümüze baktığımızda da bir tasarım objesinin (zanaat eseri) de bir sanat objesiymişçesine, bir statü belirleme aracı olarak kullanıldığını görürüz. Ama bundan önce sanatın estetik yönünün ne zaman zanaatın işlevsel yönü ile bir arada kullanılması gerekliliğinin bir problem olarak ortaya konuşuna göz atalım. Modern Sanat'ın başlangıcı olarak kabul edilen 1880'lerin hemen öncesinde, Birleşik Krallık'ın 13 Nisan 1832'deki meclis tutanaklarında Sir Robert Peel* Avam Kamarası'na bir ulusal galeri kurma teklifi sunmuştur. Niyetini her türlü makine ve tesis imkânını elinde bulunduran İngilizlerin, ürünlerini uluslararası pazarda beğendirmekte rakiplerine göre geri kalması ve bunun da ekonomik anlamda oluşturacağı sıkıntıları vurgulamak suretiyle anlatmış, özellikle Fransızların bu alanda İngilizlere kurmuş olduğu üstünlükten bahsetmiştir. Teknik anlamda her ne kadar önde olsalar da zevk anlamında taklitçilikten kurtulamadıkları da meclis kayıtlarına geçmiştir.[12] Burada basit olarak alıcının şevkini yükseltmek ve karşılığında da üreticiyi de güzel olanı üretmeye zorlamak durumu ortaya çıkmıştır. Bu anlayış günümüzde de farklı bir takım gereklilikleri de içine alarak gelişim göstermektedir. Estetik, aidiyet, ergonomi, sürdürülebilirlik gibi özellikler çağdaş endüstriyel ürünün gerekliliklerinden birkaçıdır. Endüstri, bu gereklilikleri sanat ve kültüralizm sayesinde başarmaya girişmiştir. Sanatın ve kültürün endüstriyel ürünün işlevsel niteliklerini destekleyerek, onu benzerleri içinde özgünleştirmek için görsellikten ve düşünsellikten faydalanması, sanatın lüksleşmesine, bir başka deyişle sanat eserleri ile endüstri nesnelerinin özdeşleşmesine önayak olmuştur. Endüstriyel nesne bunu basit olarak şu şekilde başarmıştır;

Endüstriyel bir üründe (zanaat nesnesi artık tasarım nesnesine dönüşmüştür) ilk hedef verimliliktir. Form da fonksiyonel verimlilik yönünde gelişim gösterir. Bir ürün grubunda verimlilik sabit değer olarak kabul edilirse o gruptaki bir ürünün tercih edilebilir olması için farklı bir takım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Burada Raymond Loewy*'nin: "Fiyatı, işlevi ve kalitesi aynı olan iki üründen daha iyi görüneni daha iyi satar"[13] sözü sorunu tümüyle cevaplar niteliktedir ve bunun karşılığını bulması da sanatla ifade edilir. Bu da, Herbert Read'in belirttiği üzere soyut sanat sayesinde gerçekleşir. Read, figüratif olmayan "soyut sanat nesneleri"nin duyarlığımıza farklı yollarla hitap ettiğini, bunların da simetri-oran gibi rasyonel sebepler olabildiği gibi analiz edilemeyen daha karışık ve bilinçsiz sebeplerle beğenimize hitap ettiğini düşünür. Endüstriyel obje bu anlamda bir soyut sanat bilinçliliğine sahiptir ve çeşitli bileşenlerden oluşan bir konstrüksiyondur. Duyarlık ve dehalarına göre de bu objeler küçük veya büyük sanat eserleridir.[14] Bu iddiaya göre, endüstriyel objelerin de bir sanat eseri olabileceği algısının ortaya çıkması ve nesnel olarak mülkiyet kavramına hizmet etmesi doğaldır. Endüstriyel anlamda üretimin ileri teknoloji olanaklarıyla taçlandırıldığı bir dünyada, nesnenin kıymetini belirleyen algı -sanattaki gibi- tamamen psikolojik etkenlerle de oluşabilir. Böylece endüstriyel nesne ve sanat eseri bir imgeye dönüşür ve bundan sonrası da -Warhol'un Pop-Art'la başardığı gibi- imgeye

** İngiltere'nin ilk muhafazakâr hükümetinin kurucusu. Başbakan olarak görev yapmıştır.*

[12] READ,Herbert (1973); Sanat ve Endüstri, (Çeviren: Nigan Bayazıt), İstanbul Teknik Üniversitesi Matbaası, İstanbul s.19-20

** Fransız asıllı A.B.D'li endüstri tasarımcısı. Modern endüstri tasarımına yön vererek bir meslek olmasını sağlayan öncü grubun içindedir. (1893-1986)*

[13] ÜSTER,Celal (2006); Tasarımın Özü Sözü, (Yayın Kurulu: Uğur Tanyeli, Akın Nalça, Bülent Erkmen), MAS Matbaacılık A.Ş., İstanbul., s.338

[14] READ, Herbert; A.g.e., s.55-161

"sahip olmakla" ilgilidir. İmge tüketilmesi için üretilmeye başlanır, sahip olunur, tüketilir ve tüketici tarafından yeni üretimler beklenir. Burada üretimi yapan sanatçı-tasarımcı "Pazar" tarafından yönlendirilmektedir. "Pazar"ın istekleri bir endüstri kuruluşu temsilcisi veya bir sanat küratörü tarafından tanımlanırken bu aracılar Orta Çağ hamileri kadar açık ve nettir. Malcolm Barnard[15], Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür (Art, Design and Visiual Culture) adlı kitabında sanatçının veya tasarımcının bir hami tarafından korunması ve desteklenmesi durumunu ele aldığı bölümde şu ifadelere yer verir;

"…çoğunlukla erkek olan hami, genellikle gücünü, toplumsal konumunu ya da dini inançlarını göstermeye meyillidir. Bu tür bir himayede, hami, sanatçı ya da tasarımcının kişisel rahatlığıyla ilgilenmekten çok istediği ürünü almaya odaklanmıştır."

Bir sanat veya tasarım nesnesine sahip olmak ve sahipliğini sergileme isteği kültürel bir durum olabileceği gibi, sosyal bir sınıf ayrımcılığı yapmak adına da kabullenilecek bir davranış biçimi olabilir. Baudrillard[16] da aynı savı destekler; "Zengin adam tüketim biçimiyle, tarzıyla farklılaşır, ayırt edilir. O, gösterişten ağırbaşlılığa geçerek, niceliksel gösterişten farklılığa, paradan kültüre geçerek ayrıcalığını mutlak olarak korur."

Duchamp ve Warhol'un Kültürel Nesneler Üzerine Etkileri

Sanatın kültürel nesneye ve tüketim aracına dönüşmesi postmodernizmin başlangıcıyla daha da hızlanmıştır. İlk eserlerine post-izlenimci olarak başlayan ve daha sonra Dada sanatçılarının arasına katılan, bir dönem sanatı bırakan ve "sanat olmayan" yapıtlarıyla tekrar izleyicinin karşısına çıkan Duchamp, sanatın estetik açıdan değerlendirilmesi ve analiz edilmesine, ona ilişkin toplumsal bir yargıda bulunulmasına karşı çıkmıştır. Duchamp'ı bu postmodern tavrın öykünülen kahramanı haline getiren hiç şüphesiz "Çeşme" isimli eseridir (Resim 4). Kavramsal sanatın ve Pop-art'ın başlangıcı onunla ilişkilendirilir. İleride de bahsedeceğimiz kültürel nesnenin ve imgenin sanatçı üzerinden markalaşması durumu, onun sanat üzerine yapmış olduğu açılımlar sayesinde gerçekleşmiştir. Duchamp'ı asıl ilgilendiren sanat eserinden çok sanat eserini yaratan yaratıcı edimin kendisidir. Ona göre sanat eserinin bir çekiciliğe ihtiyacı yoktur, zevkli olmaya ihtiyacı yoktur, çünkü zevk daima değişkendir. Sanat eseri, izleyici tarafından beğenilirse değerini yitirecektir. Redy-made'leriyle de sanat dünyasındaki statükoyu yıkarak sanatın sanat eserinin niteliklerinin sorgulanmasına önayak olur.[17] Onun yapmış olduğu yıkımdan sonra yüksek sanat denilen kavram alaşağı olur. Sanat, Happening'le, Fluxus'la sokağa ve kalabalıklara karışır (Resim 5).



Resim4: *Marcel Duchamp, "La Fontaine-Çeşme, 1917"**

[15] BARNARD Malcolm; A.g.e.; s.112
[16] BAUDRILLARD, Jean (2010); Tüketim Toplumu, (Çevirenler: Hazal Deliceçaylı-Ferda Keskin), Ayrıntı Yayınları, 4.Basım, İstanbul, s.59
[17] KUSPIT, Donald (2010); Sanatın Sonu, (Çeviren: Yasemin Tezgiden), Metis Yayınları; 3.Basım, İstanbul, s. 31-44
** Duchamp eserini R.Mutt imzasıyla sergilemişti.*

Tam da bu sıralar soyut dışavurumculuğa tepki gösteren genç sanatçılar tarafından Amerika'daki etkilerini göstermeye başlayan Pop-Art Andy-Warhol'un önderliğinde, avam olanı imgeleştirerek sanata veya onun deyimiyle paraya çevirmeye başlar. Günümüzde sanatın aktüel hale gelmesini sağlayan ve sanatın zamansızlığını öldüren Pop, sanattaki idealizm ölçütünü değiştirmiştir. Warhol 1975'te şu sözleriyle sanatın büyük bir başarıyla nasıl paraya dönüştürüldüğünü anlatır;



Resim5: *Allan Kaprow-"Yard"**

"Piyasa sanatı, Sanat'ın ardından gelen başarıdır. Ben bu işe ticari sanatçı olarak başladım ve piyasa sanatçısı olarak bitirmek istiyorum. Adına ister "Sanat" densin, ister başka bir şey, bu işi yaptıktan sonra piyasa sanatına yöneldim. Sanatçı İşadamı ya da İşadamı Sanatçı olmak istedim. Piyasada iyi iş yapmak sanatın en büyüleyici yönü. Hippi döneminde insanlar piyasa düşüncesinden uzaklaşmışlar, "Para kötüdür" ve "Çalışmak kötüdür" gibi şeyler söylemeye başlamışlardı. Oysa ki para kazanmak sanattır, çalışmak da sanattır, piyasada iyi iş yapmaksa en iyi sanattır."[18]

Warhol doğuştan satıcı olarak tanımlanır, sanat onunla gizemini yitirerek bir meta haline gelir. Çalışmalarının derinliksiz, meta veya ikon olarak görülmesinin yanı sıra, sanatın eskiden sahip olduğu düşünülen sonsuzluk duygusundan da onun ellerinde mahrum bırakıldığı düşünülür. Warhol sanatını parası olanlar için yapmakla suçlanmıştır.[19] Oysa kendinden öncekiler de -Van Gogh gibi adanmışlar hariç- daha önceden bahsi geçtiği gibi, sanatlarını veya zanaatlarını kilisenin, soyluların veya kralların hamiliğinde icra etmişlerdir. Warhol sadece sanatçının özerkliğinden maddi olarak faydalanmış, aynı zamanda "Fabrika" adını verdiği atölyesinde yaratmış olduğu kültürel nesneleri çoğaltıp onun biriciklik durumunu da bozarak sanatı endüstrileştirmiş, kültürel ayrımcılık algısı üzerinde de kendi oyununu oynamıştır.

Duchamp ve Warhol'un yarattığı etki üzerinden bir değerlendirme yapıldığında, Guy E. Debord'un da söylemlerinde belirttiği gibi, toplum soyut dayatmalara maruz kalan bir "gösteri toplumu"na dönüşmüş, somut gerçeklikler değerini yitirmiş ve bu değerler artık üretilip satılabilir hale gelmiştir. Bu açıdan baktığımızda kültürel nesneler, toplumun ekonomiye dayalı yapılanması doğrultusunda kendi kurallarını kendisi belirler.[20] Duchamp ve Warhol'un kendi kurallarını kendileri koymaları ve bu kurallardan taviz vermemeleri aslında sanatın kurallarının kimler tarafından konulduğu sorusuna da bir cevap niteliği taşımaktadır. Metanın bağımsızlığı, hüküm sürdüğü ekonominin tamamına yayılmıştır ve izleyicinin algısını kendine has yöntemlerle biçimlendirmeyi başarmıştır.

** İzleyici sanat etkinliğinin içinde yer alır. Eserin oluşum süreci, eserin kendisi kadar önemlidir.*

[18] KUSPIT, Donald; A.g.e.; s. 161. (Aktaran Donald Kuspit: Andy Warhol: A Retrospective, New York: Modern Sanatlar Müzesi,1989, s.459.)

[19] KUSPIT, Donald; A.g.e.; s.164-165

[20] DEBORD, Guy (2010); Gösteri Toplumu, (Çevirenler: Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent), Ayrıntı Yayınları; 3.Basım, İstanbul, s.44

Kültürel Nesnenin Reklamı ve Gösteriş Tutkusu

Sanatın endüstriye ve endüstrinin sanata dönüştüğü günümüzde kültürel nesnenin ortaya koyacağı ayrımcılığın koşulları da mutlaka farklı olacaktır. Endüstriyel sanatta ürünlerin tek tipliliği, aksesuar seçenekleri veya segment farklılıklarıyla bozularak nesnel ayrımcılık belki başarılabilir ama buradaki temel sorun bir nesnenin çoğaltılmasıyla "biriciklik" istencinin bozulmasıdır.[21] Ürünün ihtiyaca göre üretilmesinden sonra psikolojik olarak alıcıya kabul ettirilmesi süreci başlar. Bunu başarmak için sanatçı-tasarımcıyı kullanan üretici bir başka görsel kültür öğesi olan reklamı kullanır. Tüm bu alış-veriş, beğeni ve psikolojik metazori döngüsünün karar merci olarak da günümüzün Parisleri olan "trendsetter"lar* karşımıza çıkar. Reklamcılar ve trendsetterlar tarafından toplumda ayrıcalığa sahip olma isteği körüklenerek bir tüketim ve tüketim sonucu oluşan yeniden üretim döngüsü gerçekleşir. Burada endüstriyel sanatı tüketenlerin algısına yönelik John Berger'in şu ifadeleri dikkat çekicidir;

"…Tarihte başka hiçbir toplum böylesine kalabalık bir imgeler yığını, böylesine yoğun bir mesaj yağmuru görmemiştir[22] …Reklam zevk değil mutluluk vaat eder bize: dışarıdan başkalarının gözüyle görülen bir mutluluk. Kıskanılmanın getirdiği bu mutluluk da çekicilik yaratır. Kıskanılmaksa insanda ancak yalnız başına tadılabilecek bir kendine güven duygusu yaratır …"[23]

Berger'e göre sanat bir zenginlik simgesidir ve dünyanın zenginlere, Paris'in Yargısı'nda olduğu gibi güzellere sunduğu altın bir elmadır. Baudrillard da yakın bir şekilde bu konuya Nietzche'nin "Güç İstenci" fikriyle yaklaşır. Buradaki temel anlayış imgeye sahip olacak tüketicinin daha fazlaya ve daha iyisine; daha hızlı ve sık sahip olma tutkusudur. İmgeye dönüşmüş sanat eseri veya endüstriyel ürün, yaşamsal ihtiyaçların önceliğine bakıldığında "fazladan şey"i temsil eder ve toplumda ayrıştırıcı işleve sahiptir.[24] Sanat eserleriymişçesine değerlendirilen endüstriyel ürünler veya zanaat eserleri sosyal anlamda bir ayrımcılık sergilemek konusunda sahiplerine bazı yönlerden daha çok yardımcı olur çünkü daha göz önündedirler. Günlük hayatta bir zamanlar kullanılan veya belli bir amaç için üretilmiş birer meta olmuşlardır veya halen yaygın şekilde kullanılıyorlardır. Öyle ki bunlar sıradan veya özel birer ürün iken artık bir koleksiyon parçasına da dönüşmüş olabilirler. Bu özel yapıta sahip olan kişi ise artık "imge"sini başkalarıyla paylaşabilecek ve kendi varlıksal ayrılığını ilan edebilecektir. Ancak endüstriyel imgeler aynı zamanda daha önceden de bahsettiğimiz gibi bir tek tiplilik yaratma tehlikesiyle de karşı karşıyadır. Endüstrinin doğası gereği tek olarak üretilmemiştir ve onun taşıdığı imgeye sahip kişilerin artmasıyla birlikte ters oranda bir tekillik yaratma süreci başlar. Endüstriyel imge artık ona sahip olanlar arasında "kitch"leşmiştir. Ona sahip olmak isteyip başaramayanların gözünde ise "ayrıcalıklı nesne" özelliğini koruyacaktır. Bu anlamda tüketime yönelik bir kültürel nesneye ve sanatın düşünsel içeriği karşısında ruhsuz bir metaya dönüşme tehlikesi onu asla yalnız bırakmaz.[25] Böylece, bireyle herhangi bir kültürel nesne arasında bilinçli bir ilişki var

[21] BERGER, John; A.g.e.; s.21

** Modayı belirleyen kişi anlamındadır. Sanatsal ve kültürel etkinlikleri takip edip yorumlayan ve bunlarla ilgili önerilerde bulunan kişi.*

[22] BERGER, John; A.g.e.; s.129

[23] BERGER, John; A.g.e., s.133

[24] BAUDRILLARD, Jean; A.g.e., s.43

[25] ARTUN, Ali; A.g.e., S.28

olamayabilir. Bu kültürel nesne toplumda belli bir tavrı sürdürebilmek için de fetiş nesnesine dönüştürülür.[26] Bu açıdan çağdaş nesnenin görevi bir işe yaramaktan ziyade gösterişe dönüşür.

Endüstriyel Ürünün İmgeleşmesi ve Tasarımcının Kimliği

Kültürel nesne olarak endüstri ürününün kimliğini tartışırken onun doğumunu gerçekleştiren tasarımcının (zanaatçının) da kimliği sorguya açıktır. Endüstri ürününü ele aldığımızda, üretimde bir ekip çalışması olması gerekliliğini görürüz. Endüstriyel üretim finansa bağlı bir süreç izlerken yaşaması için mutlak girdiye ihtiyaç duyar. Dolayısıyla hızlı ve etkili satışlara ihtiyacı vardır. Buradaki hızlılık üreticiyi ekip çalışmasına yönlendirir ki bu da bir tasarım objesinin tek bir kişinin elinden çıkmayacağı anlamına gelir (Bu kurgu, bazı sanat eserlerinin üretim sürecinde de aynıdır). Bu üretici ekibin içindeki her bireyin görevi tanımlıdır ve görevleri dışındaki çalışmalarda uzmanlaşma oranları düşüktür. Nesne, ortak bir emeğin ürünüdür ama ön planda olan, tasarımcı veya firmanın imajıdır. Günümüz endüstrisinde tasarım objesi bir kişiye mal edilerek, sanki kişi üretimde yer almış veya ürün konusundaki son sözü o söylemiş gibi tanıtılarak pazarlanır. Burada sanatçı-tasarımcı ve/veya endüstri ürününü tanıtan kişinin imajı satmaktadır. Bir kişiliği, o kişinin eşyaları aracılığıyla satmak söz konusudur ki bu bir pazarlama başarısıdır. Eşya (sanat objesi veya endüstriyel obje) ona sahip olanın karizmasıyla doludur ve bu şekilde eşya ona sahip olan kişinin maddi ihtiyaçlarına cevap vermenin ötesinde bilinçdışındaki duygusal ihtiyaçlarına da cevap verir.[27]

Böylece kişilik piyasası adı altında bir piyasa ortaya çıkmıştır. Adından da anlaşılacağı gibi kişinin kendisini ne kadar iyi sattığına, kişiliğini karşısına ne kadar kabul ettirdiğine ve ambalajının ne kadar iyi olduğuna göre satışın başarı ölçütü belirlenir. Burada kişilik sahibi olmak – pozitif veya negatif özelliklerden faydalanabilir- insan olmanın ötesindedir.[28] Başlangıçta bahsetmiş olduğumuz hümanist algı –sanat ve tasarım nesnesinin oluşumunu tetikleyen içgüdüler- burada bir parça kırılıyormuş gibi gözükse de, evrime uğramış sosyal yaşantımızın, kent kültürünün, sermaye kültürünün, global ortak değerlerin, çağdaş medyacılığın algısıyla bakıldığında şiddetin sıradanlığı algısı gibi benimsenebilir düzeydedir (Resim 6).



Resim6: *Bernie Ecclestone Hublot reklamında. 2010**

[26] BAUDRILLARD, Jean; A.g.e., s.108
[27] KUSPIT, Donald; A.g.e., s.92
[28] KUSPIT, Donald; A.g.e., s.101
** Formula 1'in patronu Ecclestone, Londra'da dört saldırgan tarafından saldırıya uğrayıp soyulduktan sonra bu olayı avantaja çevirmiş ve "Bir Hublot için insanların neler yapabileceğini görün" sloganıyla reklamlarda boy göstermişti.*

Sanatın Endüstrileşmesi

Zamanımızda sanatsal olarak neyin doğru, neyin iyi ve neyin güzel olduğuna ilişkin küresel normları artık (endüstriyel ürünlerdeki gibi) "sanat piyasası" belirlemektedir. Piyasa, sanatsal yapıtlar arasında çok iyi bir sınıflama türetmiştir. Bu kategorilere göre çalışmanın niteliği ve fiyatı belirlenir. Fiyat sanatsal ifade gücünün karşılığıdır ya da sanatsal ifade yoktur, fiyat vardır. Burada bahsi geçen estetik yargılamaların Türkiye'de veya herhangi başka bir ülkenin akademilerinde verilen uygulamalı sanat eğitimiyle de yakın planda bir ilişkisi yoktur. Ancak teorik olarak sanat yönetimi, Sotheby's ve Christie's akademilerinin verdiği eğitimle başlamıştır. Dünyanın en büyük müzayede şirketleri olan bu iki kuruluş koleksiyonerlikle ilgili çeşitli kurs programlarıyla beraber yüksek lisans ve doktora eğitimi de vermektedir.[29] Bu okullar, çağdaş sanatı pazarlayarak, onu spekülatif bir yatırım aracına dönüştürerek, sanat tarihini istedikleri gibi yeniden yazmakta ve sanatın ilkel anlamda tüm içeriğini alaşağı ederek günümüz sermaye dünyasına uyarlamaktadırlar. Sanatın artık neyi temsil ettiği bir muammadır. Gücünü kitlelerden mi, entelektüellerden mi, Ágnes Heller'in tanımladığı post-modernizmden mi*, yoksa paradan mı almaktadır? Ya da işlevselliğini ve popülerliğini spekülasyonlara mı borçludur? Tasarım nesnelerinde olduğu gibi "trendsetter" lar ve sanat borsacıları burada da iş başındadır.

Sanatın ve tasarımın ilkel amaçlarının çok ötesinde sosyal ayrımcılık unsuruna dönüşmüş olması, onların varlık sebeplerini ve içeriğini ne ölçüde zedeleyecektir bilemeyiz. Sanatın bu haliyle yeni bir isimle, yeni bir kavrama dönüşerek, yeni bir içeriğe sahip olması bile olasıdır. Sanat eleştirmenleri ve yazarlar bu ortamı, "neo-liberal kültür ortamı" olarak tanımlar ve bu kültür terimi, üretime ve toplumsal hayata dayalı, sanata ve edebiyata dayalı bir birikim olarak kavranmaz ve tüketimle ilişkilendirilir.[30] Sanat, estetiğin ötesinde tarihsizleştirilerek aktüelleşmiştir. Artık Modern Sanat'ın kendinden sonraki nesiller tarafından değerlendirilmesi durumu ortadan kalkmıştır, sanat üretildiği andan itibaren pazarın spekülatif ortam koşullarına uygun olarak yaratılmaktadır. Kuratörler, sanatçının eserlerini ve geleceğini yönlendirmeye başlamışlardır. Bu durumun en iyi gözlenebileceği ortamlar bienallerdir. Bienaller güncellikten beslendikleri için de hemen tüketen-tarihi olmayan yapıdadırlar ve her türlü eleştiriyi göğüsleyecek kadar esnektirler.[31] Ayrıca, yerli halktan çok kozmopolit-elit sanat izleyicisine hitap etme eğilimindedir. Her ülkenin önemli kültür ürünlerini küresel piyasaya sürmek için rekabet ettiği uluslararası ticaret fuarlarını model alırlar.[32]

Müzeler de güncel etkinlikleriyle bienallere yardımcı olurlar. Bu yardımı, önce koleksiyoner olarak, ardından sanat değerlerinin oluşmasındaki otoriteleri bakımından sanat piyasasına yapacakları spekülatif katkılarıyla başarırlar. Sanat müzeleri varlıklarını sürdürebilmeleri için daha geniş bir kitleyle iletişime geçmeye, ekonomik gelir düzeyini artırmaya ihtiyaç duyar. Sanat müzeleri artık klasik müze anlayışının dışında duran, izleyicilerin içeride yüksek sesle konuşup tartışabildiği, hatta kokteyllerin düzenlendiği mekânlar haline dönüşmüşlerdir. Kültürel tem-

[29] ARTUN, Ali; A.g.e., s.170

** Modernizm süreklidir, postmodernizm olarak beliren yeni durum ise modernitenin kendi içindeki özel bir evre ya da dönemdir.*

[30] ARTUN, Ali; A.g.e., s.70

[31] ARTUN, Ali; A.g.e., s.130

[32] STALLABRASS, Julian; A.g.e., sf.46-47

sil rolünün ötesinde yaşayan mekânlar olma çabasıyla ticari anlamda da büyüme iddiası veya ihtiyacı içindedirler. Sıradan bir izleyici grubunun bir müzeyi gezdikten sonra tekrar gezmesi için müzenin kendi koleksiyonu dışında da sürekli güncellenen etkinliklere ihtiyacı vardır ki bu sıradan izleyici grubunu bir daha içine çekebilsin. Ayrıca sanat veya zanaat eserinin (endüstriyel olarak üretilmiş olsun veya olmasın) müzelerde sergilenmesi de kültürel fetiş durumunu yaratır. Müzenin ve içerdiklerinin ister kamusal ister kişisel mülkiyette olsun, doğası gereği bir tür paylaşıma açık olma durumu vardır. Müze ziyaretçileri kültürel niteliklerini ifadeye, pekiştirmeye veya geliştirmeye yönelik olarak duruma ortak olurlar. Tatil rehberleri, yaşama sanatı kitapları, belli bir zümreye yönelik yayımlanmış magazinlerin önerdiği müzeler, katılımcıların sahip olamayacağı sanat eserlerini en azından gidip görerek kültürlü bir çevreye ait olanlara veya olmak isteyenlere hitap eden bir sanatsal mülkiyet biçimidir.[33] Katılımcının çevresiyle paylaşacağı bu macerasına heyecan katabilmesi için sanatsal bir takım kodları okuyabiliyor olması gerekir. Sanatla içli dışlı olmak için gerekli araçları ailesinden veya okul eğitiminden almamış olanlarla ve sanatsal ifade söz konusu olduğunda tanımlayabileceğimiz "sıradan halk kitlesi" eserlerin yalnızca belli niteliklerini tanımlayabileceklerdir. Ancak müzelerin belirli anlamlarda bu koda vakıf olmayan insanlara faydası olacaktır.[34] Yetkin olmayan izleyicinin katkıları bu açıdan bakıldığında belki de kültür konusundaki iyi niyet bildiriminden öteye gidemeyecektir. Ancak kendi yetkinliğinin toplum tarafından benimsenmesi için yetkin olmadığı konuda bir "satın alma" eylemini gerçekleştirmesi de yadırganmamalıdır. Kültür bu anlamda temel gereksinimlerden farklı olarak doyuruldukça daha fazlasını umut eden bir yapıdadır. Kültürel metalara sahip olmak için yapılan her girişim sahip olma ve benimseme hâkimiyetini ve bundan hareketle her yeni benimsemeyle, sahip olmayla birlikte gelen doyumları da artıracaktır.[35]

Post-estetik Sanat

Günümüzde sanatın da hızlı tüketilebilmesi için endüstrileşmesine ve endüstriyel üründe olduğu gibi reklamı yapılmasına ihtiyacı olduğunu belirtmiştik. Sanatın bu şekilde endüstrileşmesi onun tasarım nesnesi mantığında hızla üretilip tüketilmesine sebep olacağı için, sanatın yaratım süreci bakımından geleneklerinin dışına çıktığı görülebilir. Bu çıkış, sanat alanında Kuspit'in[36] ifade ettiği şekilde bir post-estetik sürecin başlangıcını oluşturur. Sanat bu noktada Kuspit'e göre; güzel sanatlar olmaktan çıkmış, estetik deneyimin ifadesi olmaktan öte kurumsal kimliği, eğlendirme değeri ve ticari gösterişince tanımlanan psiko-sosyal bir yapı halini almıştır (Kuspit, klasik anlamda sanatın var olacağının ve eğitiminin devam edeceğini de belirtiyor). Post-estetik sanatta konu biçimdir, konu kendi adına konuşur ve bu da sanatçı için yeterli bir ifadedir. Sanatçı izleyiciyi kendi inandırdığı şeye inandırmaya çalışır. Sanat basit simgelere ve semboller bütünlüğüne indirgenmiştir. Ayrıca kişilik sahibi satıcı, izleyici de müşteri konumundadır ve müşterinin post sanata yatırım yapması için ahlaki ve düşünsel açıdan kafasının karıştırılması gerekir. Bu ortamda Modern Sanat eserlerinin değerlerinin belirlenme sürecinin

[33] BOURDIEU, Pier - DARBEL, Alain (2011); Sanat Sevdası-Avrupa Sanat Müzeleri ve Ziyaretçi Kitlesi, (Çeviren: Sertaç Canbolat), 1.Basım, Metis Yayınları, İstanbul, s.42
[34] ARTUN, Ali; A.g.e., s.167
[35] BOURDIEU, Pier - DARBEL, Alain; A.g.e., s.134
[36] KUSPIT, Donald; A.g.e., s.44, 52

aksine değer tespiti için gelecek nesillerin yargısını beklemek zorunda olan sanat eserlerinin bir değeri yoktur. Çünkü bu onların güncel olmadıklarının bir ispatıdır.[37] Günlük deneyimleri estetik deneyim olarak pazarlayan bu tavır, tabi ki sanatın tamamını içine almamıştır. Ancak spekülatif, popüler ve yüksek fiyatlı Hirst yapıtları (ve benzerleri yapıtlar) sanatı bu anlamda sorgulanır düzeye çekmiştir (Resim 7). Üretilirken kendisinin görmesine bile gerek kalmayan, her birinin müzayede fiyatlarının yaklaşık 1 milyon dolar etmesi beklenen, dönen bir disk üzerine akıtılan boyaların sıçramasıyla boyanan resimlerin sanatla ve parayla kurduğu ilişki kimilerince sapıkça algılanabilir.[38] Hirst de Warhol gibi sanatın paradan korkmaması gerektiğini ve her zaman sanatın peşinden paranın koşması gerekliliğini savunurken şu cümleleri kullanır;[39] "Ben çok şanslıydım çünkü bir şirket yöneticisi bana para kazanmak için sanat yapmamak gerektiğini söyledi." Sanatın endüstrileşmesi ve endüstrinin de sanatsallaşması durumu neyin sanat, neyin endüstri ürünü olduğu konusunda kimi zaman anlam karmaşası yaratsa da sonuçta burada üretilen, alıcı izleyicinin karşısına çıkan kültürel niteliklere sahip nesnelerdir ve post-sanat dünyasında her şey pazarlanabilir konumdadır.[40] Mona Lisa'nın bir tişört üzerine basılarak bir endüstri ürününde grafik unsur olarak kullanılması, Che Guevara'nın politik söyleminden öte bir imgeye dönüştürülerek ikonlaştırılması ve bunun paraya dönüştürülmesi durumu buna verebileceğimiz en basit örneklerden biridir (Resim 8). Sıradan endüstriyel malların kaderi, hitap ettiği kişilerin satın alınma ve alınmama kararına bağlıyken Çağdaş Sanat'ın geleceğini belirleyen geri besleme mekanizmaları dışarıya kapalıdır ve belirlenmiş kurallarıyla sıradan izleyicinin bu mekanizmaya dâhil olması engellenir. Sanatçı-galerici-alıcı ilişkisinde arz denetlenir, talep yönetilir ve fiyatlandırma moda ve koşullar çerçevesinde yapılır. Bu tüketim ekonomik koşullarla direkt ilişkilidir ve ekonomide daralmanın yaşandığı dönemlerde satışlar ve fiyatlar düşmektedir.[41]



Resim7: *For the Love of God – Damien Hirst**



Resim8: *Anti-kapitalist Che Guevara'nın kimliği kapitalizme yenik düşmüştür.**

[37] *KUSPIT, Donald; A.g.e.,s.102*
[38] *ARTUN Ali; A.g.e., s.174*
[39] *http://tr.euronews.com/2010/12/23/damien-hirst-sanat-paradan-korkmamali/ (Erişim tarihi: 20 Mayıs 2012)*
* *Yaşayan bir sanatçının eseri için biçilen 50 Milyon £ değeriyle büyük sansasyon yaratan bu eser fiyatı kırılarak 38 Milyon £'a satılmak istenmiş daha sonra sanatçının da içinde bulunduğu bir konsorsiyum tarafından resmi kayıtlara geçirilmeden satın alındığı ilan edilmiştir.*
[40] *KUSPIT,Donald; A.g.e., s.98*
[41] *STALLABRASS, Julian; A.g.e., s.86-98*
* *Che'nin tişört üzerinde yer alan, Alberto Korda tarafından çekilen fotoğrafının dünyadaki en meşhur portre fotoğrafı olduğu düşünülmektedir ve bu fotoğraf sayısız ticari üründe telifsiz kullanılmıştır.*

Çağdaş Sanat her ne kadar alabildiğine sınırsız, özgür ve multi-disipliner görünse de aslında, bienallerin, küratörlerin, sanat simsarlarının ve piyasanın teşvikiyle yönlendirilmektedir. Sanata yön veren tüm bu etkenler ve koşullar dâhilinde kendilerini sermayeye hizmet etmekten uzak duran, sanatın sonsuzluğa uzanan bir kapı olduğu fikriyle yaratılan çalışmalar tümüyle özgür olan çalışmalardır. Julian Stallabrass'ın[42] bu konuya ilişkin sözleri iddialıdır;

"Özgür sanatı meşrulaştıran özerklikle bağları koparmak, serbest ticaret düzeninin maskelerinden birini indirmek demektir. Ya da başka bir deyişle, bir küresel kalkınma modeli olarak serbest ticaret sistemi terk edilecekse, onun müttefiki olan özgür-serbest-sanat da terk edilmelidir."

SONUÇ

Kültürel Nesnelerin Geleceği

Kültürel nesnenin kat etmiş olduğu bunca yol elbette sanatın veya tasarımın sonu olmayacaktır. Sanat nesnesi de tasarım nesnesi de zaman içinde mutlaka üslup, teknik veya kültürel yönden değişiklikler geçirecek, sanatçının veya tasarımcının kimliği daha farklı tanımlanacaktır. Bu kültürel nesneler hakkında eleştiriler yazılmaya, yorumlar yapılmaya devam edilecek, bunların verimlilikleri ve içerikleri hakkındaki başarıyı da sanat tarihçileri, filozoflar, teknologlar, sosyologlar ve en önemlisi de ona sahip olanlar, kullananlar ve kültürel olarak paylaşanlar karar vereceklerdir. Bizler nasıl Mısır'ın duvar işçiliğine, Klasik Yunan'ın form ideasına, Rönesans'ın muazzam ustalığına, Modernistlerin başkaldırısına hayransak bugünün kültür nesneleri de elbette gelecekte tanımlarıyla, sıfatlarıyla, sanatçılarıyla ve yaratıcılarıyla anılarak, kendi özlerini oluşturacaklardır.

Kusurları ve günahları ne olursa olsun sanat ve tasarım nesnelerini yaratmaya devam edeceğiz ve onlara tıpkı eski çağlardaki gibi ilkel anlamlar yükleyecek, kültürel olarak tapınacak ve yenilerine sahip olmaktan vazgeçmeyeceğiz. Tasarım nesnelerinin sanatla ifade edilmesi, sanatla pazarlanması, sanatın tasarımlaşması, tasarımın sanatlaşması, tabloların hisse senedine, sanatçı imzalarının paraya dönüşmesi belki de çok daha girift, tanımı zor nesneler yaratarak karşımıza çıkacaklar. Ancak bu kültürel alışkanlıklarımızın ve akademik sanat öğretilerimizin tamamen deforme olmasına (yozlaşmasına) yol açmayacak, gelenekler elbette devam edecektir. Klasik yöntemlerle üretilen bir natürmorta veya figüratif heykele karşı duyacağımız hayranlık farklı olarak teknolojik üretim yöntemlerinde veya soyut nesnelerde de karşılığını bulacaktır. Bununla beraber, kültürel nesneleri kullanarak benliğimizi büyük bir gösterişle kitlelerin gözleri önüne serecek, bir sanat eserine harcadığımız parayla anılacak, sermayemizi ve toplumsal statümüzü korumak adına sanat eserleri alıp, satıp, yapmaya veya yaptırmaya devam edeceğiz. Her ne kadar bazı sanatçı ve eleştirmenler tarafından sanatın parayla olan ilişkisine olan tahammülsüzlük durumu sürekli dile getirilse de, sanatın gerek hamiliklerle, gerek sponsorluklarla veya özerk olarak parayla ilişkisi her zaman olmuştur ve olacaktır.

Sanatçının veya tasarımcının, mimarın, ustanın adını ne koyarsanız koyun, ürettikleri her zaman parayla finanse edilip karşılık bulmuştur ve bu durum şimdi de farklı değildir.

[42] *STALLABRASS, Julian; A.g.e.,s.176*

Leonardo'nun kişisel meraklarına ve bilimsel araştırmalarına finans sağlamak adına sanat eserleri üretmesi veya saray eğlenceleri için görsel şovlar hazırlaması gibi* kimi zaman bizler de plastik sanatları veya görsel teknolojileri amaçlarımıza finans sağlamak için kullanmaya devam edeceğiz. Kuspit'in savunduğu gibi sanatçının düşündürmek ve değerlendirmek adına üretmesi gerekliliği ve çıkar gözetmeyen ilginin odağı olması fikri belki neyin sanat olup neyin olmadığı konusunda bizlere yön gösterecek bir söylem olsa da tüm bu edimlerin ve yaratılanların adının ne olması gerektiğine tarih karar verecektir. Dolayısıyla ister bir sanat eseri isterse de bir endüstriyel tasarım ürünü olsun, kültürel nesneler meta olma özelliklerini koruyacak ancak içinde yaşadıkları zaman dilimine göre maddi ve düşünsel değerleri değişkenlik gösterecektir.

KAYNAKLAR

-***ARTUN**, Ali (2011). Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi-Estetik Modernizmin Tasfiyesi, İletişim Yayınları 1653, 1.Baskı, İstanbul.*

-***BARNARD**, Malcolm (2010). Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür, Çeviren: Güliz Korkmaz, Ütopya Yayınevi, 1.Basım, Ankara.*

-***BAUtDRILLARD**, Jean (2010). Tüketim Toplumu, Çevirenler: Hazal Deliceçaylı-Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, 4.Basım, İstanbul.*

-***BERGER**, John (1995). Görme Biçimleri, Çeviren: Yurdanur Salman, Metis Yayınları, 6.Basım, İstanbul.*

-***BOURDIEU**, Pier - DARBEL, Alain (2011). Sanat Sevdası-Avrupa Sanat Müzeleri ve Ziyaretçi Kitlesi, Çeviren: Sertaç Canbolat; 1.Basım, Metis Yayınları, İstanbul.*

-***DEBORD**, Guy (2010); Gösteri Toplumu, (Çevirenler: Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent), Ayrıntı Yayınları; 3.Basım, İstanbul.*

-***GOMBRICH**, Ernst Hans Josef (2009). Sanatın Öyküsü, Çevirenler: Ömer Erduran-Erol Erduran, Remzi Kitabevi, 6.Basım, İstanbul*

-***KUSPIT**, Donald (2010). Sanatın Sonu, Çeviren: Yasemin Tezgiden, Metis Yayınları; 3.Basım, İstanbul.*

-***READ**, Herbert (1973). Sanat ve Endüstri, Çeviren: Nigan Bayazıt, İstanbul Teknik Üniversitesi Matbaası, İstanbul.*

-***STALLABRASS**, Julian (2010). Sanat A.Ş. - Çağdaş Sanat ve Bienaller, Çeviren: Esin Soğancılar, İletişim Yayınları/1413, 2.Baskı, İstanbul.*

-***TURANİ**, Adnan (1992). Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitabevi, 4.Basım, İstanbul.*

-***ÜSTER**, Celal (2006). Tasarımın Özü Sözü, Yayın Kurulu: Uğur Tanyeli, Akın Nalça, Bülent Erkmen; MAS Matbaacılık A.Ş., İstanbul.*

-***WHITE**, Michael (2001). Leonardo-İlk Bilgin, Çeviren: Ahmet Aybars Çağlayan, İnkılâp Kitabevi, 2.Baskı, Ankara.*

Online Dergi:

- CULOTTA, Elizabeth (6 November 2009), "On The Origin Of Religion", Science, Vol. 326, No.5954, p. 785, DOI: 10.1126/science.326_784, (Erişim tarihi: 10 Mart 2012)

Video-röportaj:

- http://tr.euronews.com/2010/12/23/damien-hirst-sanat-paradan-korkmamali/ (Erişim tarihi: 20 Mayıs 2012)

** Michael White, "Leonardo - İlk Bilgin" isimli biyografik çalışmasında Da Vinci'nin sanattan çok bilime olan düşkünlüğü üzerinde durur. Sanatı bilimsel amaçlarına ulaşmak için kullandığı bir araç olarak kullandığını iddia eder ve bu konular üzerine yoğunlaşır.*