

TÜKETİM TOPLUMU VE SANAT NESNESİ DİYALOĞU

Consumer Society and Art Object Dialogue

Mahmut Esat SEVİLAY¹

ÖZET

19. yüzyıl başlarında özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra hızla gelişen sanayi ve teknolojinin etkisi doğrultusunda, üretim sistemi büyük değişimlere uğramıştır. El işçiliği ile zanaat-kârlık gerektiren üretim süreci artık yerini makinelere bırakarak yeni bir üretim şekli/biçimi oluşturmuştur. Bu durum, buhar makinesinin de icat edilmesinin de bir etken olarak üretimde kalıp sistemine geçilerek, seri üretim tekniğiyle yeni bir üretim tipi de ortaya çıkmıştır. Özellikle son elli yıl içerisinde daha çok üretim kapasitesine sahip olan endüstriyel sistem, dolayısıyla toplumu daha çok tüketime yönlendirme çabası içerisine girmektedir. Bu çaba; kapitalist sisteminin de öğretileri doğrultusunda, medyayı kullanarak insanları özendirici unsurlarla manipüle etmeye başlayarak, tüketim toplumu olarak adlandırılan yeni bir toplum anlayışını ortaya çıkarmıştır ve yaşamsal döngüyü karşılama amacı olan bu toplumun, ihtiyaç kavramının dışında, sosyal kimlik inşa etmek ve daha prestijli yaşamak adına daha fazla tüketime yöneltilmiştir. Tüketikçe var olan bu sistem, modern çağın insanları, maddi olarak değerlendirilen tüketimin dâhilinde manevi, sosyal-kültürel değerlerin yanı sıra sanatı da hızla tüketmektedir. Bu genel bakış açısıyla değerlendirildiğinde, bu çalışma, kapsamında sanat nesnesi dahilinde tüketim nesnesinin sanata yansımaları ile birlikte ilk olarak Ready-Made kavramı ve bu kavramın ilk olarak Duchamp tarafından sanata dahil edilmesi ve günümüze kadar dada, pop sanatı, kavramsal sanat ve günümüz güncel sanatına kadar sanatçı okumaları ile birlikte desteklenerek değerlendirmelerde bulunulmuştur. Ayrıca, bu durumun özellikle günümüz güncel sanatında görünen sahne açısından değerlendirildiğinde, sanatçının, tüketim toplumu olarak adlandırılan ve manipüle edilerek insanlara empoze edilmeye çalışılan bu sistemde, sanatçının izleyiciye yansıtmaya çalıştığı eleştirel yapının sanat ile hayat arasındaki diyalogun tüketim toplumu dahilinde işlenmesi ve aslında tüketilen kavramın tam olarak ne olduğu/olmadığı konusundaki farkındalığının vurgusu yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Tüketim Toplumu, Sanat, Sanat Nesnesi, Plastik Sanatlar.

ABSTRACT

At the beginning of the 19th century, especially during World War II. In line with the impact of rapidly developing industry and technology after World War II, the production system underwent major changes. The production process requiring craftsmanship and craftsmanship has now been replaced by machines and created a new mode of production/form. This situation, as a factor in the invention of the steam engine in production mold system was switched, a new type of production has emerged with mass production technique. Especially in the last fifty years, the industrial system has more production capacity, thus trying to direct the society to more consumption. This effort is to make a way to in line with the teachings of the capitalist system, he became manipulating people with encouraging elements by using the media, revealing a new conception of society called a consumer society and apart from the concept of need, this society is directed towards more consumption in order to build social identity and live more prestigious. This system, which exists as it consumes, consumes the spiritual, social-cultural values as well as art rapidly consuming the people of the modern era within the consumption that is considered material. When taken from this point of view, this work was first included in the ready-made concept with the reflection of the consumer object into art within the art object, and the inclusion of this concept in the arts by Duchamp first and to the present day. Dada, pop art, conceptual art and contemporary art up to the artist's readings were supported and evaluated. In addition, this situation is evaluated especially in terms of the scene that appears in today's contemporary art, in this system, which is called the consumer society and tried to be manipulated and manipulated and imposed on people, the artist's critical structure is being manipulated and tried to reflect on the audience, the dialogue between art and life is processed within the consumer society and the fact that the concept consumed is/ is not consumed exactly is emphasized.

Keywords: Consumption, Consumer society, Art, Art object, Plastic arts.

EXTENDED ABSTRACT

Every moment of life is confronted with the word consumption. Especially during World War II. It gained momentum after World War II, but its foundations were established in the 18th century. With the industrial revolution dating back to the 19th century, initiatives were made that would lead to profound changes throughout the world. Developed in the United States from the first half of the 19th century and spread to Europe, they then imposed their own consumption society under the influence of all third world countries. This society has changed the societies of other countries according to their wishes, producing encouraging demands in their own form, especially in order to seize culture and economic resources in line with the teachings of imperialism. As an inevitable consequence of this change, the development of technology, the factoryization system of products produced for consumption and mass productions have made it inevitable that society will change. As a result of this change, the 19th century was a time of change. Towards the end of the century, the majority of rural communities were forced to migrate to cities. With this sector settling in the cities, replacing the products produced by manual labor by machines accelerates production and also leads to rapid consumption. For these reasons, the way society lives has changed rapidly and industrialization has become inevitable for this society, which is striving to create an identity. The rapidly growing industrialization movement in the process has started to change and transform in many areas affecting culture by mobilizing new processes.

Society, within the whole system, a new process has been entered with the development of technology and industry. In this process, James Watt invented the first steam engine and used this invention as an energy source to produce castings, which could be called the first mass production, the livelihood of the society, land, agriculture and craftsmanship the products produced using the products were now replaced by factories and machine power, causing faster consumption through easier and mass productions. The rapidly growing industrialization movement has initiated new processes and is causing change in many areas affecting culture. One of them is the effect on art. Today's art has undergone major changes with the development of technology in the last fifty years. These changes, especially the initiatives that were formed by the contribution of technology, created a perception of a new universe. This process points to Duchamp's ready-made objects, and especially the pop-art movement, as well as Andy Warhol.

Andy Warhol's work on soup canning, focusing on the concept of consumption at the level of criticism, and Oldenburg's use of consumer objects in a monumental dimension, the messages they are trying to convey for society, today's consumption he is powerless in the face of madness. The study of the concept of consumption by such a small number of artists and reconsideration by artists can be used as a tool for raising awareness of this issue.

GİRİŞ

Hayatın her anında tüketim sözcüğüyle karşı karşıya kalınmaktadır. Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra ivme kazanmış olan sanayi devriminin temelleri, 18. yüzyıla dayanmaktadır. Sanayi devrimi ile birlikte, üretim ve tüketim sürecinde dünya genelinde köklü değişimlere sebep olan üretimde kalıp sistemine geçilerek üretim sürecini hızlandıran girişimlerde bulunulmuştur. 19. yüzyılın ilk yarısından itibaren ABD'de geliştirilmiş olan bu süreç kısa zamanda Avrupa'ya yayılmıştır, sonrasında tüm üçüncü dünya ülkelerini etkisi altına alarak, daha çok üreten ve eş zamanlı olarak hızlı tüketen bir toplum oluşturmaya çalışılmıştır. Bu toplum özellikle emperyalizmin öğretileri doğrultusunda kültürü ve ekonomik kaynaklarını ele geçirmek amacı ile kendi biçimleriyle özendirici talepler üreterek, diğer ülkelerin toplumlarını kendi istekleri doğrultusunda değiştirmişlerdir. Bu değişimin kaçınılmaz sonucu olarak, teknolojinin gelişmeye başlaması, tüketim için üretilen ürünlerin fabrikalaşma sistemine geçip seri üretimlerin yapılması, toplumun daha çok tüketime yönelmesini kaçınılmaz kılmıştır. Bu değişim sonucu 19. Yüzyıl sonlarına doğru kırsal kesimlerde yaşayan toplumun, büyük çoğunluğunu kentlere göç etmek zorunda bırakmıştır. Kentlere yerleşen bu kesim ile birlikte el emeği ile üretilen ürünlerin yerini makinaların alması üretimi hızlandırarak ve beraberinde hızlı tüketimi de doğurmaktadır. Bu nedenlerden dolayı, toplumun yaşayış biçimi hızla değişime uğramıştır ve bir kimlik oluşturma çabası içinde olan bu toplum için endüstrileşme kaçınılmaz olmuştur. Süreç içerisinde hızla büyüyen endüstrileşme hareketi beraberinde yeni süreçleri de harekete geçirerek kültürü etkileyen birçok alanda değişim ve dönüşümlere başlamıştır.

“19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızla gelişen teknoloji yeni bir toplum tipini ortaya çıkardı. Her şeyin bir paralellik içinde geliştiği ve zıtlıklar içinde devindiği, yeni olanaklar ve olasılıkların keşfedildiği, yeni arzların arkasından da aynı paralellikte yepyeni taleplerin doğduğu bir toplum var olmuştur” (Türkdoğan, 2014:165) .

Bu köklü değişiklikler kendisini 19. yüzyılın başlarında var olan tarım toplumunu endüstri devri ile sanayi toplumlarına dönüştürerek göstermiştir. Bununla birlikte Ortaya çıkan bu yeni toplum biçimi modern-endüstriyel toplum olarak adlandırılmaktadır ve geleneksel-tarım toplumlarından pek çok özelliği bakımından farklılıklar arz etmektedir.

Bu özellikler; Fabrika üretimi ya da endüstrileşme, ileri düzeyde iş bölümü, otoritenin merkezileşmesi, bürokratikleşme, büyük ölçekli işletmeler, mekanik evren/ya da organizasyon anlayışı ve kişisellikten uzaklaştırma, rasyonalite ve püritan etik, ilerleme ve evrim anlayışı, düzen ve homojenleşme, yaşamın demistifikasyonu, standartlaşma ve kitle üretimi. (Bozkurt, 2003:6).

Merkezine teknolojik gelişimleri alan modern-endüstriyel toplum, Jamet Watt' ın ilk buhar makinesini icat etmesi ile birlikte insan enerjisi yerini fosil yakıtların kullanımı ile açığa çıkan enerjiye bırakmıştır. Bu tip bir enerji kaynağı kullanımı beraberinde ilk seri üretim olarak adlandırılacak olan döküm üretimlerinin yapılmasına ve yaygınlaşmasına büyük bir ivme kazandırmıştır. Toplumun geçim kaynağı olan toprak, tarım ve el işçiliği kullanılarak üretilen ürünlerin yerini artık fabrikalara ve makine gücüne bırakarak daha kolay ve seri üretimler aracılığı ile hızlı tüketimin başlamasına sebep olmuştur. Endüstrileşme yalnızca üretim sahasında değil toplumun her

bir alanına nüfuz ederek beraberinde yeni süreçleri başlatmıştır ve kültürde bu doğrultuda köklü değişikliklere maruz kalarak etkilenmiştir.

Bunlardan birisi ise sanata olan etkisidir. 18. yüzyıl başlarında doğmuş olan endüstriyel devrim, el emeği ile üretimin yerini makinaların alması, üretici toplumun yerini tüketici topluma bırakması, aynı zamanda standartlaşmaya doğru giden, günümüz dünya düzeninde bireysel anlayışın hâkim olmasına neden olmaktadır. 19. yüzyılın başlarında bütün sanat biçimleri ve anlatımı, tüketim toplumu olarak adlandırılan, toplum arasında çeşitli iletişim araçları, edebiyat, plastik sanatlar, resim, sinema, politika ve ekonomi gibi birçok alanda değişime uğramıştır. (Sevilay, 2019:7)

Bu çalışma da, 19. yüzyıldan itibaren varlığını etkili şekilde sürdüren ve oldukça geniş kitlelere yayılan tüketim kavramının sanata etkisi net bir şekilde anlaşılmaktadır. Tüketim toplumunun sanatsal anlatılara ve anlatıda kullanılan malzeme tercihlerine etkisi ile meta olarak algılanan sanatın ve toplumsal değeri üzerine araştırmalar yapılarak sonuca varılmıştır.

Tüketim toplumundan etkilenen sanat nesnesi üzerinde farkındalık oluşturmak ve bu bağlam içinde göstergelerin bulunduğu arayışın sanat nesnesi üzerindeki etkisine vurgu yapmak amaçlanmaktadır.

Tüketim toplumu ve sanat nesnesi arasındaki ilişki ve bu doğrultuda, tüketim toplumu üzerinde farkındalığı artırarak günümüze kadar gelen uygulama örnekleri irdelenerek araştırmanın önemini artırmış olacaktır ve bu örnekler dahilinde sınırlandırılacaktır.

1. Tüketim Toplumu

Doğada yaşayan bütün canlılar gibi insanoğlu da yaşamını devam ettirebilmek adına sürekli tüketime yönelmiştir. İnsanoğlu ve diğer canlılar arasında tüketim farklılıkları söz konusudur, bu farklılık; insanoğlunun yaşamsal ihtiyaçları dışında sosyal gereksinimlerini de bu tüketim kavramı içerisine dâhil etmektedir. Diğer canlılar ise sadece yaşamsal ihtiyaçları için tüketir.

Tüketim, doğumumuzdan ölümümüze kadar süren bir eylemdir. Yaşamak için çoğu zaman kaçınılmaz olan bu eylemi yerine getirirken mutluluğu ve rahatlığı elde ettiğimiz kanısını taşıyoruz. Sabah uyanığımızda yüzümüzü yıkamak için su kullanırız. Dişimizi fırçaladığımızda suya ek olarak güzel ambalajlar içinde satın aldığımız diş macunumuzu tüketiriz. İşimize giderken yakıt ve aracın ömrünü tüketiriz. Yemek yerken birçok gıda ürününü kullanır ve tüketiriz. Verilen bu örnekleri sonsuz ölçüde çoğaltmak olanaklıdır. İnsanoğlu tüketimle ilgili eylemlerini genişletmek, tüketim konusu ürün ve hizmetleri çoğaltmak gibi bir uğraşın içinde günümüze kadar gelmektedir. Bundan sonra da benzer uğraşlar verecektir. O halde tüketmeden yaşamak da bu eylemden uzak durabilmek de olanaksızdır (Odabaşı, 2017:3).

Tüketme teriminin en erken tarihli kullanımlarından biri “tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek” anlamına geliyordu. Bu anlamda israf, ifrat ve harcama olarak tüketimin, kapitalist toplumdaki ve devlet sosyalizmi toplumlarındaki üretici vurgu bağlamında, bir şekilde dene-tlenmesi ve yönlendirilmesi gereken bir edim olarak paradoksal bir mevcudiyeti söz konusudur (Featherstone, 2019:51).

“Baudrillard’a göre; tüketim, göstergelerin düzenlenmesini ve grubun bütünleşmesini güvence al-

tına alan bir sistemdir: Dolayısıyla tüketim hem bir ahlak (bir ideolojik değerler sistemi) hem de bir iletişim sistemi, bir değiş tokuş yapısıdır. Bir rakam anlatısı ya da betimleyici bir metafizik olmayan kuramsal bir hipotez ancak bu noktada, bu toplumsal işlevin ve bu yapısal düzenlemenin bireyleri fazlasıyla aşması ve her ikisinin kendisini bireylere bilinçdışı toplumsal bir baskı olarak dayatması olgusu üstüne kurulabilir” (Baudrillard, 2017: 91).

Bu bağlamdan yola çıkarak, 11. yüzyıldan itibaren var olan ve varlığını çok önemli derece de koruyan kapitalist sistem, Rönesans dönemi ile birlikte günümüzde de dâhil olmak üzere sanat üzerinde çok etkin bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte içinde yaşanmakta olan teknoloji çağı da hız kesmeden gelişmeye devam etmektedir. Gelişmekte olan teknoloji, sayesinde üretiminde daha hızlı ve kolay olmasını sağlamıştır. Bütün hayatı etkileyen bu gelişmeler sürekli gelişmeye devam eden bu sistem ile birlikte toplumdaki değişimleri de kaçınılmaz kılar ve sanatı da bu yönde etkisi altına almaktadır.

2. Tüketim toplumu ve sanat nesnesi ilişkisi

Günümüzde tüketim kültürü, sanatçılar tarafından geliştirilen sanatsal anlatılara ve eserlerde kullanılan malzeme tercihlerine kadar etki ettiği görülmektedir. Sanat artık hızla tüketilebilen ve el değiştirilebilen bir meta kavramına dönüştürülmüştür. Tüketim nesnesi olarak sanat eseri artık bir metadır. Meta olarak algılanan sanat, tüketim toplumlarının üzerinde farkındalık oluşturmak gayesi ile simülasyon dengesi içinde göstergelerin bulunduğu gerçeklik arayışına sanat objesi üzerinden vurgu yapmaktır. “Tüketim, ekonomik, psikolojik, toplumsal ve kültürel bir olaydır. Sadece bireysel bir hareket olmayıp, aynı zamanda sosyal bir faaliyet olarak ta üzerinde yoğunlaşılması gereken bir olgudur.” (Sevilay, 2019:9).

Tüketim kavramı bu faaliyetler üzerinden incelendiğinde sanatla ilişkisi kaçınılmaz bir şekilde göz önüne çıkmaktadır. Bu ilişki günlük kullanılan tüketim ürünlerinden yola çıkarak başlamış olduğu bir sanat hareketi doğrultusunda göstermiş olduğu tepki, günlük kullanılan tüketim nesnelерinin bir sanat nesnesi şeklinde tekrar kullanılması ve bu doğrultuda devam eden sanatçıların, tüketim toplumuna bir başkaldırı niteliğinde yapmış olduğu eserleriyle günümüze kadar gelmektedir.

Klasik sanat eylemleri ve biçimlendirmeleri ile oluşturulan resim ve heykel, belleğe dayalı bir alt yapı gerektirmektedir. Ancak günümüzde yoğun bir şekilde insan yaşamına giren televizyon ve diğer kitle iletişim araçlarının yoğun görüntü sunumlarıyla, insan varlığını hazır alıcı boyutuna sürüklemişlerdir. Bellek birikimleri için gereken yaşanmışlık, bu araçlar sayesinde bir kenara itilerek insan varlığına dayatılmaktadır. Böylece nesneye ve olaylara ait birbirinden kopuk bilgiler, ilişkisiz ve yetersiz olarak insan zihnini doldurmaktadır. Bu nedenler ki resim ve heykel için gerekli belleğin oluşmasını engellediği gibi, sanatçı, yaratma sürecinde kullandığı malzemeleri, tüketim toplumunun atıkları arasından, yani hurdalar dünyasından elde etmektedir. (Turani, 1998:111). Turani’ nin de kaleme aldığı gibi günümüzde sanat nesnesi olarak kullanılan ve aynı zamanda tüketim nesnesi olan hazır nesnelерin sanata dahil edilmesi 20. yüzyılın başlarında, kavramsal sanata yön veren Marcel Duchamp tarafından günlük kullanılan hazır nesnelерin birer sanat nesnesi olarak kullanılmasını sağlayan en önemli örneklerinden birisi olan, “Çeşme” başlıklı çalışmasıdır.

Gerçekte “Çeşme” isimli olan çalışma New York’taki “Mott Works” mağazasından satın alınmış bir pisuarın ters çevrilerek üzerine R.Mutt imzası ile Grand Central Gallery’de Bağımsız Sanatçılar Topluluğu’nun açacağı sergiye yollanmıştır. Bu pisuarı imzalayarak Duchamp, günlük hayatta kullandığımız sıradan bir nesneyi bir sanat eseri olarak tekrar yorumluyor ve yeni bir tarişmanın fitilini ateşliyor. Duchamp, adına sanat eseri denilen çalışmaların sıradan bir nesne ile arasında görüntüsel olarak pek fark olmadığını ve bu bakımdan anlam kargaşası içerisinde olduğunu ortaya atmakta, herkesin sanatçı olma potansiyeline sahip olduğuna ve her şeyin sanat olarak yorumlanabileceğine inanmaktadır. Duchamp’ın eserleri gerek tüketim kültürüne ait nesnelere sanatsal bir zemine taşınması gerekse var olan sanat anlayışını kavramsal bir sürece dahil etmesi noktasında anlam ve önem kazanmaktadır. (Resim 1.)



Resim 1. Marcel Duchamp, “Çeşme”,1917 (URL 1)

Sanatçısı tarafından sıradan bir nesnenin bulunduğu ortamdan ve işlevinden tamamen bağlantısını koparıp yeni bir bakış açısıyla yeniden kurgulanmıştır. Bir başkaldırı niteliğinde olan bu çalışma bir sonraki nesillere ve günümüze kadar gelen hazır nesne(ready-made) kavramına öncülük eden en önemli çalışmalardan bir tanesidir. Duchamp, çeşme isimli bu çalışması ile sanat eseri, sanat nesnesi ve izleyici ile birbirine olan etkileşimini sorguluyor, sanat ve nesne arasındaki ilişkiyi düşünmeye zorluyor. Sanatçı bu eseri ile birlikte sanat ve zanaat arasındaki bu çizgiyi ortadan kaldırmaya yöneliyor ve sanatı düşünsel bir boyutta tekrar karşımıza çıkarıyor ve sanat artık Duchamp’tan sonra daha deneysel ve kavramsal bir hal almaya başlıyor.(Bürger, 1989: 14), Duchamp’ın “Çeşme” adlı eseri sergiye yollama aşamasında titiz ve stratejik bir izlendiğini aktarmaktadır. Şayet gönderilen eserin reddedilmesi durumunda, “sanatsal özgürlük” kavramı, teşhir edilerek sunulması halinde ise, “sanatsal modernizmin kiler de dahil olmak üzere, tüm ortak değer

ölçütleri” yerle yeksan edecektir ve Duchamp tarafından düşünüldüğünde her iki durum olasılığı-
da amacın hedefe ulaşması bakımından açısından başarı olarak nitelendirilebilir.

Bu bağlantılardan yola çıkarak, günümüz sanatı, geride kalan son elli yıl içerisinde de teknolojinin gelişmesi ile birlikte büyük değişimlere uğramıştır. Bu değişimler özellikle teknolojinin de katkısıyla oluşan girişimler yeni bir evren algısı oluşturmuştur. Bu süreç özellikle pop-art sanat akımıyla birlikte Andy Warhol’u işaret eder. Warhol bu süreç içerisinde kendine özgün sanat üslubuyla işlerinde yeni imajlara yer verir ve tüketim toplumunun yarattığı kültür kargaşasına dikkat çekmeye çalışır. Warhol’un tekrar eden imajları teknolojinin de bu yöndeki gelişimi çoğaltılabilir sanat hareketinin de uyanmasına sebep olmuştur. 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren hızla gelişen grafik ve fotoğraf gibi sanatların da etkisi sanatçıları büyüsü altına almış mekanik baskı teknikleri gibi yeni yöntemler ve yeni kavramlarla yeniden kurgulanmış tekrarlar ve çoğaltma gibi unsurlarda kullanılmıştır. Sanatı bir fikir olarak daha değerli olduğu düşüncesini ortaya atmış ve bu düşüncüyü hazır nesne kullanarak güçlendirmiştir.

Hodge’nin de kaleme aldığı gibi, Avrupa ve Amerika’nın birçok bölgesinde devir artık seri üretim ve kitle iletişim araçlarının devri olmaya başlamaktadır. Tüketim kültürünün hayatın bir parçası haline gelmesiyle, Londra ve New York’taki bazı sanatçılar, çalışmalarında bunu konu edinmektedirler. Soyut Ekspresyonizm’in popüler kültür ve tüketim toplumundan yola çıkarak ürettikleri eserlerin antitezi olarak konumlanan Pop Art, kendi dönemi içerisinde adından da anlaşılacağı üzere popüler bir sanat hareketi haline gelmiştir. 1950’ler ve 1960’lar İngiltere’inde savaş döneminin sona ermesiyle tüketim patlaması yaşanmıştır. Bu sırada eşzamanlı olarak Atlantik’in öteki kıyısında, geleceğe güvenle bakmaya başlayan Amerika’da da tüketim çılgınlığı yaşanmaktadır. Seri üretimin büyümesi ve kitle iletişim araçları gelişmesi ile birlikte, ciddiye alınmak veya kalıcı olmak gibi bir iddiası bulunmayan Pop Art, buna rağmen batı sanatının önemli bir parçası haline gelmektedir ve güzel sanatlara yönelik yaklaşımları geri dönüşü olmayan bir şekilde değiştirmiştir (Hodge, 2016:168). Pop Art sanat hareketinin başat örneklerinde, doğrudan doğruya günlük hayatımızda kullandığımız sıradan bir tüketim nesnesinin imgesi ya da direkt olarak nesnenin bire bir orijinali kullanılmıştır. Andy Warhol (1928- 1987), üretmiş olduğu eserlerinde daha çok fabrikadan çıkmış herhangi bir tüketim nesnesine ait imgeyi veya kendisini kullanmaktadır. Ürettiği eserler hakkında Warhol: “yapıtlarının günlük tüketim nesnelere gibi kolay tüketilen nesnelere olduğunu ve bunların sanat olmak zorunda olmadığını” savunmaktadır (Yılmaz & Küpeli, 2017: 1775).

Bu bağlamdan yola çıkarak, şüphesiz Andy Warhol’u yakından tanımak gerekmektedir. Pop Art akımının öncüleri arasında yer alan Warhol, 1950’lerde ödüllü bir ticari sanatçıydı. Yapıtları tamamıyla popüler kültürün, kitle iletişim araçları, tüketim toplumu ürünleri ve ünlülerden oluşmaktadır. Popüler kültürü benimsemiş olan Warhol, tekrarlanan Cola şişeleri, ünlülerin portreleri, akıl almaz trafik kazaları ve intiharlar gibi birçok konuda çalışmıştır. Çalışmalarında dikkat çekici ışılı renkler, basite indirgenmiş renkler ve nesnelere tekrarlar kullanır.

arasındaki sınırları –daha önce dadacıların yaptığı gibi- kaldırmış ve her tür nesneye demokrasi getirerek sanat eseri olma hakkı tanımıştır. Bu bağlamda bizi; sanat eseri, estetik ve sanat eserinin niteliği üzerine tekrar düşünmeye davet etmektedir.” (Huntürk, 2016:291-292).



Resim 3. Claes Oldenburg, “Mandal”,1976. (URL 3)

Tüketim çılgınlığının bu denli gün yüzüne çıkması ve sanatçılar tarafından özenle işlenerek tüketim kavramının farkındalığını yaratmak adına belki de en önemli çalışmalarından bir tanesi olan, Duane Hanson’ un Süpermarket Kadını’dır. Bu çalışmada görünen figürün tam anlamıyla tüketimin ta kendisi olduğu açıkça ortadadır. Tüketiciyi etkisi altına alan medyanın sunmuş olduğu reklamlar sayesinde dayatılan çoğu zaman gereksiz olan tüketim ürünlerini sepetine doldurmuş ve mutlu bir ifadeyle görünmektedir. Hanson’un bu çalışması, medyanın izleyiciye dayattığı yaşamı anlamlandırma ve mutlu olabilmesi için tüketmesi gerektiğini öğreten bir kimlik olarak ta görülebilir. Hanson, zamanın sosyo-politik problemleri konusundaki farkındalığı onu 70’li yıllarda medya tarafından oldukça eleştirildi. “Süpermarket Kadını” yaptığı en sembolik çalışmalardan birisidir. Orta sınıf toplumunun karakteristiği, sigara içmesi ve taşan bir alışveriş sepeti ile yürüdüğü yaşlı, şişman bir kadın olduğunu gösteriyor.



Resim 4. Duane Hanson, “Süpermarket Kadını”,1970. (URL 4)

Günümüz sanatında tüketim kültürü büyük bir etki gücüne sahiptir. Toplumlara kapitalist bir düzeni aşıl原因an tüketim kültürü, farklı pek çok coğrafyada kendisini göstermekte ve kültürler arası etkileşim doğurmaktadır. Bu bağlamda kültürlerarası etkileşime maruz kalan Çinli sanatçı Ai Weiwei göze çarpmaktadır. Bu etkileşim sanatçıda eğitimi için gittiği Amerika Birleşik Devletleri’nden 1993 senesinde ülkesi Çin’e geri dönüşü ile başlamaktadır. Başar (2012:43), 1990’lı yıllar, Çin’in kültürel ve politik bağlamda eksen değiştirdiği hareketli yıllardır. Bu yıllar içinde Ai Weiwei, Çin’in köklü ve saygın tarihine yönelik pek çok sorgulamalar yapmış ve kültürü hakkında neyin korunup, neyin yeniden şekillendirileceği konusunda çalışmalar ortaya koymuştur. Ai Weiwei’nin bu bağlamda kültürün yozlaşarak tüketim kültürüne dönüşmesine eleştirel bir şekilde ortaya çıkardığı ilk çalışmalardan birisi “Han Jar Overpainted with Coca-Cola” (Coca-Cola Logosu Boyalı Çömlek) adlı çalışmasıdır.

Weiwei, antika eserler satışı yapan bir mağazada karşısına çıkan bir seramik çömleği Çin’in Hanedanlık zamanından kalma seramik kaplara benzettiği için ilgisini çeker ve satın alır. Satın almış olduğu antik çömlek üzerine kırmızı renk boya ile Coca-Cola logosunu boyar. Sanatçı bu çalışmasında kadim medeniyetlerin kültürlerinin günümüzde nasıl dejenere olduğuna ve antik çömlek üzerine boyadığı Coca-Cola logosu gibi eğreti durduğuna dikkat çeker. Diğer taraftan da kapitalist sistemin tüketim kültürünü hayatlarımıza nedenli soktuğunu ve bizim için ne kadar tehlikeli olduğunu sorgulamamız istemektedir. Tüketim kültürünün ikonik bir sembolü olan Co-co-Cola logosu 1960’lardan günümüze değin pek çok sanatçı tarafından kullanılmıştır.



Resim 5. Ai Weiwei, “Han Jar Overpainted with Coca-Cola” (Coca-Cola Logosu Boyalı Çömlek), 1994, Antik Form Üzerine Müdahale Edilmiş, (URL 5)

21. yüzyıl sanat hareketleri dolaylı ve dolaysız yönden tüketim toplumuna ve popüler kültüre hizmet etmektedir. Bu yönden düşünüldüğünde sanat eseri aslında bir tüketim nesnesi haline dönüşmektedir. Çünkü günümüzde ister sanat değeri taşınsın ister taşımasın müzayedelerde sanat eserleri uçuk fiyatlara alıcı bulmakta ve adeta meta haline dönüşmektedir. Bu yönden düşünüldüğünde sokağa bırakılan ve herhangi bir kâr amacı gütmeyen provokatör bir sanat hareketi olan sokak sanatı tüketim kültürüne hizmet eden popüler sanatın tam karşısında belirlemektedir. Günümüzde sokak sanatında önemli bir yer edinen 1974 Bristol, Birleşik Krallık doğumlu olan Banksy lakaplı sanatçıda tüketim kültürüne ve popüler imgelere yönelik eleştirel bir tavırda eserler üretmektedir. Sanatçı eserlerini Londra başta olmak üzere dünyanın pek çok başkentinde ve farklı illerinde görmek mümkündür. Grafiti çalışmalarında siyasi otoriteyi yeren sokak sanatı ve devrimci söylemleri kara mizah ile birleştiren, eserleri bugüne dek dünyanın pek çok büyük kentinin sokaklarında, duvarlarında ve köprülerinin üzerinde yer bulan Banksy, kendine özgü “stencil” (şablonlu resim) tekniği ile tanınmaktadır.



Resim 6. Banksy, “Sorry, the lifestyle that you ordered is currently out of stock” (Özür dilerim! Sipariş ettiğiniz yaşam tarzı şu anda stokta yok), 2012, Duvar Üzerine Grafiti, (URL 6)

Banksy, “Sorry, the lifestyle that you ordered is currently out of stock” adlı eserinde (Resim 6) tüketici kültürünü eleştirmektedir. Doğu Londra’da, Canary Wharf’ın ünlü finans bölgesinde yapmış olduğu duvar resminde “Özür dilerim! Sipariş ettiğiniz yaşam tarzı şu anda stokta yok” mesajı yazmaktadır. Reklam panosunun benzer şekilde tasarlanan eser gözlemcinin deneyimini geliştiren çeşitli bağlamsal faktörler barındırmaktadır. Örneğin, metin boş bir binanın yan tarafında reklam için ayrılmış bir panoda bulunmaktadır. Banksy, panonun kullanım amacının aslında tüketim kültürünü destekler mahiyette bir nevi “yaşam tarzı”nı yansıtmaya için üretildiğini ancak ürettiği eserin satın alınmasının imkansızlığına vurgu yapmaktadır. Birçok şirket ürünleri için reklamlarında insanlara ideal bir yaşam tarzının tasvir etmekte ve sunmaktadır. Ancak sanatçının eseri tamda bunu tersini ironik bir biçimde ifade etmektedir. Banksy, tüketim kültürünün en önemli araçlarından biri olan reklamı sanatsal bir zemine taşıyarak reklamın temel amacını adeta ters yüz ederek insanları bilinçlendirmek ve uyararak için kullanmıştır. (Hughes, 2017: 5)

SONUÇ

Tüketimin işaret ettiği nesnelere sahip olma duygusu, toplumun ihtiyaç halkasının dahilinde tüketip tüketmediği, ya da bu halkanın dışında kalanları da bu sistemin etkileri sayesinde ihtiyaç gibi gösterilmesi, insanlığın kariyer ve sosyal statü elde etmek için tüketmesi, manevi duyguların yerini tamamen maddiyata bırakması gibi unsurlara sebep olabilmektedir. Bütün bu etken-

ler incelendiğinde insanların psikolojileri önemli değişimlere uğrayabilmektedir. Genelde manevi değerlere özlem duyan insanlar, olumsuz etkilenen bu psikolojiden çıkmak için, kapitalist sistemin karşısına çıkardığı nesnelere ihtiyacı olsun ya da olmasın sahip olma içgüdüleri içerisindedir. Bu konu 20. yüzyılın, ikinci yarısından itibaren sanat ortamı içerisinde de belli başlı sanatçılar tarafından önüne geçilemez durumda olan tüketim kavramını, insanlık üzerinde olan olumlu ya da olumsuz etkileri, eleştirel bir şekilde üretilen çalışmalarla görülmektedir. Bu konuya odaklanan sanatçılar, tüketim kültürünün yarattığı yanılsamalarla ilgilenir ve konuyu gözler önüne sermeye çalışmaktadır, bu eserler bir araya getirildiğinde tüketimin, yaşantımıza kültürel anlamda yer etmesi bütün cazibesıyla sanat ile hayat arasında bir bağ oluşturmaktadır.

Beğeni düzeyinden hiç bir şey eksiltmeden varlığını sürdüren bu süreç, tüketim toplumunun kölesi haline gelen medya ve reklam gibi kitle iletişim araçları her fırsatta toplumu tüketime yönlendirmeyi hedeflemektedir. Sanatta, bu serüvenin içine dahil edilmektedir. Özellikle Pop Art sanat akımının doğrultusunda incelendiğinde Andy Warhol'un çorba konservesi, tüketim kavramı üzerinde yoğunlaşarak eleştiri düzeyinde yapmış olduğu çalışmalarla ve Oldenburg'un tüketim nesnelere anıtsal bir boyutta kullanmaları, toplum için iletmeye çalıştıkları mesajlar, günümüz tüketim serüveninin karşısında önem teşkil etmektedir. Ayrıca Çinli Sanatçı Ai Weiwei'nin antik çömlekler üzerinden tüketim kültürüne ilişkin yapmış olduğu çalışmalar günümüzde tüketim kültürünün toplumu ne denli etkileyip kuşattığını gözler önüne sermektedir. Sonuç olarak içinde bulunduğumuz çağın getirisi olan tüketim kavramı, pek çok sanatçı tarafından ele alınmış ve bu bağlamda gelecekte de alınacağı öngörülmektedir. Bu konu hakkında yeni estetik arayışlar ve yeni sanat uygulamalar ortaya konulmakta, ayrıca aşırı tüketim olgusunun olumlu ya da olumsuz sonuçlarını sanatçı-eser ilişkisi ile izleyicinin farkındalığını artırmak için de bir iletişim aracı olarak kullanabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Başar, S. (2012). Çin çayı ya da Coca Cola. *Genç Sanat*, 208, 41-43.
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu*. (çev. N. Tatal, F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Bozkurt, V. (2003). “Bilgi Toplumu” nun Getirdikleri Ve Türkiye. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 5(2).
- Bürger, Peter, (1989) “Duchamp 1987”, *Avant Garde Interdisciplinary and International Review*, No: 2 Marcel Duchamp, Ed. Beekman Klaus, von Graevenitz Antje, Amsterdam, Editions Rodopi B.V.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (çev. M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Hodge, S. (2016). *Gerçekten Bilmeniz Gereken 50 Sanat Fikri*. (çev. E. Gözgülü). İstanbul: Bkz Yayıncılık.
- Hughes, M. (2017) *Banksy Was Here: State Strategy Versus Individual Tactics in the Form of Urban Art* Author: Meghan Hughes Source: Prandium.
- Huntürk, Ö. (2016). *Heykel ve Sanat Kuramları*. İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- İnternet: Marcel Duchamp, “Çeşme”, 1917 (URL 1). <https://bit.ly/2MNZ4Ot> (Erişim tarihi 31 Aralık 2019)
- İnternet: Andy Warhol, “Campbells”, 1962 (URL 2). <https://bit.ly/2u9DIES> (Erişim tarihi 01 Ocak 2020)
- İnternet: Claes Oldenburg, “Mandal”, 1976. (URL 3). <https://bit.ly/2tmID4I> (Erişim tarihi 01 Ocak 2020)
- İnternet: Duane Hanson, “Süpermarket Kadını”, 1970. (URL 4) <https://bit.ly/2QzsP6R> (Erişim tarihi 01 Ocak 2020)
- İnternet: Ai Weiwei, “Han Jar Overpainted with Coca-Cola” (Coca-Cola Logosu Boyalı Çömlek), 1994. (URL 5) <https://bit.ly/349zzif> (Erişim tarihi 01 Ocak 2020)
- İnternet: Banksy, “Sorry, the lifestyle that you ordered is currently out of stock”, 2012, Duvar Üzerine Grafiti, (URL 6), <https://bit.ly/39B6Zas> (Erişim tarihi 01 Ocak 2020)
- Odabaşı, Y. (2017). *Tüketim Kültürü Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*. İstanbul: Aura Kitapları.
- Sevilay, M.E. (2019). *Tüketim Toplumunda Yeni Sanat Pratikleri*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Turani, A. (1998). *Çağdaş Sanat Felsefesi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Türkdoğan, T. (2014). *Sanat Kültür Politika Modernizm Sonrası Tartışmalar*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yılmaz, Meliha ve Küpeli, A. Ertuğrul. “Geçmişten Günümüze Resim Sanatı ve Reklam İlişkisi”. *Ulakbilge* 5. 17 (2017): 1765-1780