



## GÜNCEL SANAT PRATİKLERİNDE GÖRSEL RETORİK VE MANİPÜLATİF YÖNTEMLER<sup>1</sup>

### VISUAL RHETORIC AND MANIPULATIVE METHODS IN CONTEMPORARY ART PRACTICE

Yrd. Doç. Dr. Dilara KARAKAŞ TABAK \*

Doç. Dr. Ali TOMAK \*\*

\* Harran Üniversitesi Eğitim Fakültesi

\*\* Ondokuz Mayıs Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

\* dilaratabak@harran.edu.tr

\*\*alitomak@hotmail.com

#### Özet

Bu çalışmada güncel sanatın manipülasyon ve görsel retorikle ilişkisi, güncel sanatın bir getirisi olarak görülen ikna, yönelim ve inandırıcılık adına gerçekleştirilen eylemler çerçevesinde tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla güncel sanatın günümüze kadar geçirdiği değişimin anlaşılması adına modernizmden postmodernizme doğru kronolojik bir hatırlatma yapılmış, sanatın dönüşümselliği ve geleceği göz önünde bulundurularak görsel retorik teknikler yoluyla manipülasyonun etkisi sorgulanmıştır. Ayrıca meşruiyet kazanma çabasındaki sanatçının sanat dünyasındaki konumu belirlenmeye çalışılmış, manipülasyon ve retorikğin güncel sanatın doğasına uygun yöntemler olduğu ve ayrıca sanat dünyasında her türlü ikna ve yönelimi mümkün kıldığı sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Görsel retorik, güncel sanat, manipülasyon.

#### Abstract

In this work, the relationship between contemporary art manipulation and visual rhetoric has been tried to be determined within the framework of the actions taken in the name of persuasion, orientation and credibility, which are seen as a result of contemporary art. For this purpose, a chronological reminder of modernism towards postmodernism was made in order to understand the change that contemporary art has been experiencing as day-to-day, and the effect of manipulation through visual rhetorical techniques was questioned, considering the transformation of the art and the future. In addition, the position of the artist in the art world was tried to be determined and it has come to conclusion that manipulation and retoriotion are methods that are appropriate to the nature of contemporary art, and all kinds of persuasion and orientation are possible in the art world.

**Keywords:** Visual rhetoric, contemporary art, manipulation.

<sup>1</sup> Bu makale” Güncel Sanatın Manipülasyon Yönelimlerine Katkısında Görsel Retorik” isimli doktora tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.



## GİRİŞ

Toplumsal, kültürel ve ekonomik pek çok değişimin yaşandığı 1960'lı yıllarda sanatın da değişiminden bahsedilmektedir. Geleneksel sanatın bütünüyle sorgulanması, nesnelerin bağlamlarının değişerek sanat nesnesi haline gelmelerini mümkün kılmış ve günümüze kadar devam eden bu süreç güncel sanat olarak adlandırılan günümüz sanatının ihtiyaç duyduğu gerekli alanı yaratmıştır. Güncel sanat kaotik yapısı nedeniyle, genellikle başlangıç ve bitiş noktası belli olan ve daha güvenli bir alana sahip olan geleneksel sanata göre anlamlandırma sürecinde daha zorlayıcı ancak daha özgür bir kimliğe sahiptir.

Güncel sanatın bu karakteristik yapısı; ifade biçimlerindeki çeşitlilikten, bugüne ait herhangi bir durumu/nesneyi kullanabilirken aynı anda bugüne dek yaşanmış tüm sanat akımlarına gönderme yapabilen cüretinden, benzeşim ve kopyanın olağan kabul edilmesinden, 75.000 yıl öncesine ait salyangoz kabuklarını dahi sanatçı dokunuşuyla güncelleyebilen gücünden kaynaklanmaktadır. Tüm bu özgürlüğüne rağmen anlamlandırma sürecinde bazı ipuçları, izleyiciyi dışarıdan değil içeriden bakmaya, deneyimlemeye ve hissetmeye davet ederek zorlu analiz sürecini kolaylaştırmaya, en azından bakış açısının yönünü tayin etmeye yönlendirebilmektedir. Güncel sanatçının belki de en büyük şansı sanatçı olarak yıllardır beklediği sınırsız ifade olanağının nihayet mümkün olmasıdır. Ancak “her nesne potansiyel bir sanat eseridir” parolası sanatçının işini kolaylaştırırken aynı zamanda inandırıcılığını sorgulatmış ve kimi zaman şüphe uyandırmıştır. Bu sorunu çoğu kez yapıtlarına ve sanatçı kimliğinin oluşumuna güçlü gerekçeler bularak çözmeye çalışan güncel sanatçı, semboller, imajlar ve göstergeler kullanarak gizil anlam katmanları ve derin felsefi alt metinler yaratmaya çalışmaktadır.

Elbette tüm bu çaba bir kitleyle iletişim kurabilmek adına yapılmaktadır. Sanatçı, ilişki içinde olduğu kitleye kendini ispat edebildiği müddetçe başarılı



sayılmakta ancak aynı zamanda sanatın kendi iç dinamiklerinin kaybına neden olabilmektedir. Bu noktada görsel retorikler yoluyla manipülasyona yönelmesi ise kaçınılmazdır. Bu yönelim yalnızca sanatçı odaklı olmayıp sanat dünyasının öteki bileşenlerini de kapsamaktadır. Manipülasyon yöneliminde görsel retorik ise bir araç olarak kullanılması, ikna ve inandırıcılığın kalıcılığı açısından önemlidir. Güncel sanat dünyasında tüm bu ilişkilerin tespiti, üzerinde önemle durulması gereken konulardır.

Bu bağlamda geleneksel kullanım alanıyla retorik görsel nitelik kazanması, sanatın dönüşümselliği, yaşamsallığı ya da geleceği açısından maruz kalabileceği manipülasyon yönelimlerinde görsel retorik bir katkısının olup olmadığı, çalışma süresince çözümlenmeye çalışılan temel problemdir.

### **Modern Sanattan Postmodern Sanata Dönüşüm**

17. ve 18. yüzyılda Avrupa’da yaşanan Rönesans ve Reform hareketinin modernlik düşüncesinin temelini oluşturduğu söylenebilir. Aydınlanma Çağı olarak da adlandırılan bu dönemde toplumsal hayattan bilime kadar her alanda köklü değişimler yaşanmış, dinin değil aklın esas alındığı ve yalnızca kesin doğrulara ve bilgiye inanılan yeni bir düzen oluşmuştur. Matbaanın icadı ile okuma yazma oranı artmış, din adamlarının ve kilisenin gücü zayıflamaya ve dinin etkisi zayıfladıkça bilim ve deneye olan güven artmaya başlamıştır. Kopernik, Galileo, Newton gibi bilim insanlarının yanı sıra Descartes, Kant gibi isimler de düşünsel alanda çalışmalar yaparak doğru bilgiye ve gerçeğe ulaşmanın tek yolunun “akıl” olduğunu ve insanın her zaman kendi aklına güvenerek hep daha iyi bir geleceğe doğru gidebileceğini kanıtlamaya çalışmışlardır. Ancak zamanla modernizmin insanlığın refahını sağlayacağı umut edilen evrensel kuralları, doğanın ve geleceğin öngörülebileceği yönündeki iddialar, sorgulamalara ve eleştirilere dönüşmüştür. Böylesine gelişmiş ve “Tamamıyla aydınlanmış bir dünyada nasıl olup ta felaket zafere ulaşır?” (Tomlinson, 1999: 212). Gelişen teknolojiyle birlikte sanayileşme ve ticaret gelişmiş, büyük şehirlere göç artmış, üretim biçimi değiştirilmiş ve



kapitalizm kurumsallaştırılmış, yaşanan dünya savaşları ve kimyasal silah kullanımıyla yok olma tehdidi yaşayan modern dünyanın vardığı nokta görülmüştür.

1960'lı yıllara gelindiğinde modernizmin ilke ve hedeflerinin eleştirildiği postmodern dönemden bahsedilmektedir. İlk kez 1934 yılında Toynbee tarafından terimsel olarak kullanılsa da modernizmin ötesi ya da sonrası anlamında kullanımı 60'larda gerçekleşmiştir. Postmodern çağın en köklü değişimlerinin üretim biçiminden kaynaklandığı söylenebilir. Niteliksiz işçinin gün içinde belirli bir ücretle belirli bir süre çalışması ve yürüyen bant sistemi yerine insanların değişken taleplerine cevap verebilen, taleplerdeki farklılıkları esas alan ve üretimde çeşitliliği artırma temeline dayanan postfordist üretim biçimine geçilmiştir. Özellikle ürün çeşitliliğinin artışıyla tüketici zevkleri ve alışkanlıklarının da değişmiş olması, kültürün bile meta haline gelerek bir ürün gibi tüketilebileceği fikrini doğurmuştur. Kültürün böylesi bir kaygan zeminde yer almaya başlaması öznenin parçalanmasına da neden olmuştur. Ayrıca bilimde yaşanan gelişmeler, gerçeğin tek ve kesin olmadığını, bu nedenle evrensel olamayacağını ve geleceğin öngörülemez olduğunu kanıtlamıştır. Özellikle Heisenberg, Bohr, Schrödinger, Planck gibi isimlerin çalışmalarıyla modernizmde hiç hesaba katılmayan olasılık ve belirsizlik, postmodernizmin temel ilkeleri olmuştur. Böylece keskin modern aklın yerini parçalanmışlık ve belirsizliğin aldığı, sürekli çeşitli imajlar ve görüntülerle kuşatılmış bireylerin gerçek ve sahte olanın ayırımına varamadığı, evrensel bilginin ve doğrunun göreceli olduğu, bilginin değişen durumuyla 'üst anlatı'ların anlamını yitirdiği, gerçeğin yeniden yapılandırılabilir olduğunun kabul edildiği postmodern çağ, etkisini her alanda göstermeye başlamıştır.

İçinde geliştiği/oluştugu toplum hakkında en dolaysız ipuçlarını veren, o toplumun sanat eserleridir ve eserlerin temsil edemedikleri dahi yorumu açıktır. Bu bağlamda dinin etkisinin azaldığı yıllarda sanat yapıtlarında da dinden uzaklaşıldığı, 19. yüzyılda ise gerçeğin ne olduğuna yönelik sorular geliştikçe sanatta da araştırmalar ve sorgulamalar yaşandığı görülmektedir. Modern sanatın



başlangıcı olarak kabul edilen izlenimcilik akımıyla 1960'lara kadar geçen süreçte; deney ve gözlem yoluyla yeni olanı aramak, sanatı edebiyattan, dinden ve her türlü disiplinden ayrı tutmak ve onu yalnızca kendi doğası için var etmek, modern sanatın ortak özellikleri olmuştur. 1960'lardan sonra ise modern sanatın öncü ve yüce yapısı önemli bir dönüşüm geçirmiştir. O yıllarda hızlanan dönüşümlerle, başka bir deyişle üst anlatıların sonuna geldiği bir çağda sanatın yüce ya da öncü bir kimlik taşıyabilmesi zaten mümkün görünmemektedir. Featherstone'a göre "müze ve akademide kurumsallaşmasından ötürü reddedilen "tükenmiş" yüksek modernizmin ötesine geçen bir hareketi anlatmak üzere kullanıldığı 1960'lı yıllarda New York'ta popülerlik" kazanan postmodernizm ile birlikte postmodern sanattan da söz edilmeye başlanmıştır (Featherstone, 2005: 28).

Yapısı gereği öncü ya da seçkin olma gibi amaçları olmayan postmodernizm, geleceğe dair öngörüler oluşturma ve birikimli zamansallık taşıma gibi modernizme ait özellikleri de önemsememiştir. Böylelikle geçmişteki her türlü akım, tarz, hatta bizzat yapının kendisi bugün yeniden var olabilmektedir. "Postmodern sanatın durmadan dile getirilen eklektisizmi, her taraftan ama özellikle geçmişten toplanan parçaların, genellikle parodi ve ucuz edebiyat biçiminde keyfi bir şekilde yeniden üretilmesidir" (Zerzan, 2000: 203). Bu noktada postmodernizm ile ilişkilendirilen bazı özellikler şu şekilde sıralanabilir; "sanat ve gündelik hayat arasındaki sınırın silinişi; yüksek kültür ve kitle kültürü/popüler kültür arasındaki hiyerarşik ayrımın çöküşü; eklektizmi ve kodların harmanlanmasını destekleyen bir üslup melezliği; parodi, paştış, ironi, oyunculuk ve kültürün yüzeysel "derinliksizliğinin selamlanışı; sanat üreticisinin özgünlüğünün/dehasının gözden düşüşü ve sanatın ancak yinelenmeden ibaret olabileceği varsayımı" (Featherstone, 2005: 28-29).

Geçmişle geleceğin birlikte kullanımı, sanat ve günlük hayatın yakınlığı ve üslupsal melezlik, postmodern sanatçıların nesne ve malzeme seçimlerinde, anlam yaratma ve ifade biçimlerinde "sınırsızlık" anlamına gelmektedir. Ancak hayat ve sanat arasındaki sınırın ortadan kalkması sanatçının ölümünü gündeme getirmiştir.



Sanat hayata yakınlaştıkça, tüketime, metalaşmaya da yakınlaşmış olmaktadır. Aslında 1917’de Duchamp “Pisuar”ı sanat eseri ilan ederek sanat nesnesinin ve sanatsal temsilin değişebileceğini göstermiştir. O da sanatı ulaşılmaz kılan değerleri kırarak her nesnenin sanat nesnesi olabileceğini, böylelikle bunu düşünebilen herkesin de sanatçı olabileceğini vurgulamıştır. Düşünsel temelini Duchamp’tan alan ve Warhol ile devam eden günlük nesnelerin sanat nesnesine dönüşümü günümüze kadar yaşanan pek çok kavramsal pratiğin referansı olmuştur. Yeni bir nesne üretmektense var olan bir nesneyi kullanıp bağlamını değiştirme esasına dayanan kavramsal sanat, oldukça geniş bir alana sahiptir; süreç sanatı, performans sanatı, beden sanatı, arazi sanatı gibi ifadeler nesnelere yaşamın iziyle ilişkilendirilerek kendi içinde yeni bir sistem oluşturmuşlardır. Bu nesnelere kimi zaman bir beden, renkli bir balon, yeryüzüne ait herhangi bir parça olabileceği gibi çöp yığını, formaldehit içinde ölü bedenler ya da hayvan dışkı olabilmektedir.

Ayrıca tasarım fikir itibariyle sanatçıya ait olduktan sonra yapının oluşum süreci başka bir insan hatta makine tarafından da tamamlanabilir. Önemli olan, fikrin yani kavramın sanatçıya ait olmasıdır. Üstelik her izleyiciye ve onun yorumuna göre yeniden anlam kazanan postmodern yapıtta artık sanatçının ölümü gündeme gelmiştir. İzleyici yapıta etkin biçimde katılmakta ve üretim sürecinin değil tüketim sürecinin önemi ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte sanatçı ve izleyici arasında anlamsal bir uzlaşımından bahsedilemez. 1980’lere gelindiğinde ise postmodern sanatın da bazı değişimler yaşadığı görülmektedir.

### **Postmodern Sanatın Tarihsel Yansıması: Güncel Sanat**

1980’lerde ve hatta 90’larda postmodern sanatın, o günün sanatını tanımlamak konusunda yetersiz olduğu görülmüş, o zamana kadar “postmodern” olarak isimlendirilen sanat artık “güncel/çağdaş” olarak anılmaya başlamıştır. Terimsel açıdan “çağına uygun olan” anlamına gelen güncel ya da çağdaş sözcükleri, bu anlamda sanatın da güne ve çağına uygunluğunu belirtmektedirler. Bu açıdan değerlendirildiğinde yaşanan her sanat akımının kendi çağına uygunluğu



göz önünde bulundurularak güncel olduğu söylenebilir. Ancak bu yalnızca dönemsel bir isimlendirme değil aynı zamanda geçmişi ve geleceği yok sayan, sanatın ticariliğine ve gelip geçiciliğine vurgu yapan bir terimdir. Bugünün sanatına güncel, çağdaş ya da aktüel gibi ön eklerin gelmesi, “contemporary art”ın dilimize çevrilmesiyle belirmiş durumlardır. Ancak dönemsel bir farklılığı belirginleştirmesi adına “çağdaş” değil, “güncel sanat” olarak dilimize çevrilmiştir.

Günümüz sanatının postmodern değil güncel olarak isimlendirilmesinin elbette bazı sebepleri vardır. Postmodern sanatta ölümü ilan edilmiş olan sanatçı güncel sanatta geri dönmüştür. Bu geri dönüş sanatın metalaşması ve tüketimi yapılan her hangi bir ürün gibi tüketilebilmesi sebebiyle gerçekleşmiştir. Ayrıca güncel sanata kaynaklık eden çoklu yapı; küratör, galerici, koleksiyoner, eleştirmen, izleyici ve sanatçı ekseninde gelişmiş, böylelikle postmodern akımların ulaşamadığı ileri noktalara gidilebilmiştir. Sanatçının yükselmesi, izleyicinin yapıt üzerindeki etkisini azaltmamış, bilakis yapıtın anlamı üzerinde yoğunlaşması beklenen bir izleyici kitlesi gerektirmiştir. İzleyici, etkilendiği yapıtın kavramsal derinliğini çözümlmeli ve bu sayede yapıttan neden etkilendiğini analiz edebilmelidir. Yapıt ne olursa olsun “o şey üzerinden gerçekleşen “görmek” meselesi izleyenin durumuyla ilgili bir şeydir. Çekip almak istediğini izleyici alacak ve bunu yaparken sanat entelektüeli ve göz boyutlarını kullanabildiği ölçüde meseleyi derinlemesine irdeleyebilecektir” (Eroğlu, 2014: 73). Sanatçı, üretiminin piyasada dolaşıma girmesi için izleyicinin ve sanat dünyasının dikkatini çekebilmesi ve böylelikle diğer sanatçılarla rekabet edebilmelidir. Bu mutualist durum sanat dünyasının güçlü manipülatörlerine daha rahat bir hareket ortamı oluşturmuştur. Sanat nesnesinin günlük nesnelere ayırt edilememesi, sanatın epistemolojik yönden incelenmesini gerektirmektedir ve sanatçıyı “sanatçılığını” kanıtlamaya zorunlu bırakmaktadır. Ortaya çıkan inandırıcılık sorunu sanatın ne olduğu ve sanatçı kimliği gibi başka sorunları doğurmaktadır. Bu soruların yanıtlarını bulabilmek zordur çünkü “sanatın –kendini sanat olarak adlandıran ya da toplumun sanat olduğu konusunda uzlaştığı (veya sanat yöneticileri tarafından





sanat olarak adlandırmak zorunda bırakıldığı) şey artık neyse- umabileceği en iyi şey, güncel, haber değeri taşıyan toplumsal bir olay olmaktır” (Kuspit, 2010: 172).

Sanatçının yolunu açtığı ve felsefi zeminini hazırladığı bazı yönlendirici stratejik eylemler Jeff Koons gibi sanatçıların efsane olarak anılmasını sağlamıştır. Koons, piyasayı nasıl yönlendireceğini ve nelere yatırım yapılması gerektiğini iyi bilen eski bir borsacıdır. Bu nedenle çalışmaları, esas uzmanlık alanı olan “para kazanma” hırsından etkilenmiş, kendi reklamını ve pazarlamasını oldukça başarılı biçimde gerçekleştirmiştir. İlginç olan şu ki; bir Monet tablosu karşısında hayranlığını ifade eden izleyici, Koons’tan da aynı şekilde etkilenebilmektedir. Görülmektedir ki, artık güncel sanatın hiçbir temsil biçimi, sergilenemeyecek kadar uygunsuz değildir. Çünkü güncel sanat olarak gördüğümüz, izlediğimiz her şey sanatçının güçlü yorumu olarak lanse edilmektedir. Danto güncel sanatı sorgularken temelde bakış açımızın değiştiğini ve geleneksel ölçütlere göre sanat olarak kabul edilemeyecek benzer yapıtların, kavramsal devrimlerin izin verdiği ölçüde sanat olabileceğini belirtmiştir. İzleyicinin zihinsel oluşumu nesne ve anlam arasındaki uyumu kabul ettiği anda o nesne sanat nesnesi olarak mevcudiyet kazanmış demektir. Ward, izleyicinin önemini şu şekilde açıklamıştır; “Siz izlemek için orada olmasaydınız, izlemeye değer herhangi bir şey olur muydu?” (Ward, 2010: 109). Çoğu kez sanatsal açıdan herhangi bir değer taşıyıp taşımadığı konusunda tartışmalara yol açan güncel yapıtlar uzman görüşleriyle desteklenerek çoğunluk tarafından sanat eseri olarak kabul görmektedir.

Güncel sanatçıların esas başarısı sanat tarihinde sayısız kez ele alınan konuları yeniden ve oldukça çarpıcı biçimde sunmalarındır. Bu bakış açısı iki biçimde değerlendirilebilir; güncel sanatçının teknik imkânlarının sınırsızlığı sunum şekillerinin de sınırsızlığa ulaşılmasını sağlamıştır. Baudrillard’ın ifadesiyle “Bir fikri ifade etmenin bin bir yolu vardır, ama form ile fikir arasındaki ideal örtüşmeyi bulamazsanız her şey nafi” (Baudrillard, 2010: 81). Form ve fikir arasındaki ideal örtüşme sağlandığı sürece konu binlerce kez sunulmuş olsa dahi sanatçının yapıtı kabul görebilmektedir. İkinci olarak ise güncel sanatın en sık





karşılaştığı eleştiri olan, yapıtların sürekli kendini tekrarlaması ve bu durumun yarattığı boğucu fazlalığın kaçınılmazlığıdır. Sanatta yeni olanın ne olduğuna yönelik sorunun cevabı; bilinmezliktir. Çünkü her sanatçının temsil biçimi, tekniği ve malzemesi farklıdır ve her izleyici farklı hisler içinde yapıta yeni anlamlar yeni yorumlar katacaktır. Aşına olunan tek şey belki de yapıttaki konudur, sanatçının seçtiği nesnelere yüklediği anlamlar ise yeni. “ ‘gün doğumu’ eskimiştir ama insanların o günleri farklılaştırma eylemleri (ya da en azından farklı kılma istekleri) eskimemiştir. Demek ki birinci günün dışında kalan günler biçim olarak değil, anlam olarak yenidir” (Akay, Zeytinoğlu, 1998: 10). Baudrillard’a göre ise güncel sanatın yaptığı “kendi çöplüğünde eşelenmek”tir (Baudrillard, 2010: 23). Eleştirilse dahi kabul edilmelidir ki, sanatın doğasına aykırı bulunan ‘biricik olamama’ güncel sanat yapıtları için geçerli değildir. Elbette bu ayrıcalık, sanatçıya dokunduğu her şeyi sihirli biçimde sanat yapıtına dönüştürme hakkı vermez. İçtenlikten uzak ve zorlama bir takım gayretlerle oluşturulan her yapıt, sanatçının bizzat retorisyenliği, izleyiciyi manipüle etmesi ya da küratör ve eleştirmen desteği olmadan ayakta kalamayacaktır. Bürger’in Warhol’un “Campbell Konservesi” çalışmasına dair değerlendirmesi ilgi çekici görünmektedir; “100 Campbell konservesi resmine bakıp da meta toplumuna direniş görmek için, insanın o resimde böylesi bir direniş görmek istemesi gerekir” (Burger, 2004: 124). Asıl önemli olan izleyicilerde bu isteği uyandırmaktır ve insanlarda his ve davranış değişikliği yaratmanın ve bunu sürdürebilmenin en etkili iki yolu; manipülasyon ve retoriktir.

### **Yaratıcı Edimde Yönlendirme ve Görsel Kültür Düzleminde Görsel Retorik**

Retorik; sözcüklerin toplum içerisinde belli görüşler oluşturabilmek için kullanıldıkları, insanların yalnızca konuşarak iletişim kurdukları ve bu iletişimi etkili kullananların siyasi ya da askeri olarak yüksek derecelere geldikleri bir dönemde ortaya çıkan bir sanattır. Ortaya çıkış tarihinin M.Ö. 5. yy. olduğu düşünülen retorik kullanım amacı ise hukuki olarak davalı ve davacı tarafların kendilerini savunma ihtiyaçlarını gidermek olduğu bilinmektedir. Bu nedenle



konuşma ve ikna yeteneği güçlü kişiler davalı ve davacı tarafların müdafaalarını yapmak için bir nevi avukatlık görevi üstlenmişlerdir. Zamanla yaygınlık gösteren retorik sofistler tarafından eğitimi verilen ve kurumsallaştırılan bir teknik haline gelmiştir. Retorik ilk kez Aristoteles tarafından teorik bir altyapı oluşturularak sistemleştirilmiştir ve “Retorik” adını verdiği kitabında retorik’in yargı formlarını inceleyerek, onu mantıksal bir temele oturtmuştur. Kitabında retorik’in tanımını şu şekilde yapmıştır; “belli bir durumda elde var olan inandırma yollarını gözleme yetisi” (Aristoteles, 2013: 19).

Aristoteles’e göre retorik’in iki temel yöntemi vardır. Bunlar; tasım ve entimemdir ve entimem eğitimsiz kişilerin ikna edilmesi için daha uygundur. Çünkü retorik “kendini uzun bir uslamlama zincirini izleyemeyen eğitimsiz düşünürlerden oluşan bir dinleyici grubuna uydurmak zorundadır” (Aristoteles, 2013: 20). Ancak entimemlerin kolay anlaşılır olması için kısa tutulmaları gerekir. Zaten “retorik’in görevi karmaşık bir tartışmayı bir çırpıda anlayamayan ya da uzun bir usavurma zincirini izleyemeyen kişilerin karşısında bize yol gösterecek sanatlar ya da sistemler olmaksızın üzerinde düşündüğümüz konularla uğraşmaktır” (Aristoteles, 2013: 40). Aristoteles retorik’i sistemleştirirken teknik olan ve teknik olmayan ikna yöntemleri olarak iki gruba ayırmıştır. Teknik olmayan ikna yöntemleri, işkence altında verilen sözler ya da düşünmeden edilen yeminleri içerdiği için çalışmanın içeriği açısından uygun görülmemiş, bunun yerine teknik olan ikna yöntemleri incelenmiştir. Aristoteles teknik olan ikna yöntemlerini de üç kategoriye ayırmıştır. Bunlar;

1. Konuşmacı (ethos): Ethos; üzerinde tartışılan, konuşulan konuya cevap bulması gereken kişi olarak hatibi işaret eder. Daha açık bir ifadeyle, konuyla ilgili tüm argümanların sağlanmış olması izleyicinin ikna edilmesi için yeterli olmayabilir. Tüm argümanların ve konunun temellendirildiği her kanıtın yanı sıra hatibin kişisel özellikleri de oldukça önemlidir. “Burada hatibin örtük biçimde ya da ihtiyacı varsa eğer, başkasına hitap etmek için belirtik olarak aracılık ettiği bir yığın argüman ve cevap vardır.



Bunların amacı sadece şunu söylemektir ona: Cevabım var, bana güvenebilirsin” (Meyer, 2009: 27). Aristoteles için başarılı bir hatip; argümantasyon yapabilmeli, toplumdaki adetler ve genel inanışlar hakkında bilgi sahibi olmalı ve dinleyicide şiddetli duygular uyandırmanın yollarını bilmelidir.

2. Dinleyici (pathos): Pathos “dinleyicilerde belli bir ruh hali oluşturmaktır. Bu, konuşmacının dinleyiciler üzerinde sanatsal kanıt oluşturarak hislerini etkilemesidir” (Koçak, bt: 6). Analşıldığı üzere pathosta tutkular önemlidir ve bu tutkunun içeriğini anlamak, ethos için oldukça önemlidir. pathosun içeriği ise; “dinleyicilerin soruları, bu sorular ve cevapları karşısında hissettiği heyecanlar ve kendisine göre bu soruların cevaplarını doğrulayan değerlerdir” (Meyer, 2009: 31).
3. Konu (logos): Meyer’e göre; “sorusu olduğu şeylerin tümüdür” (Meyer, 2009: 37). Logos başka bir ifadeyle üzerinde konuşulan konunun anlaşılabilmesi için kullanılan her türlü argüman, kanıtlama ve ilkedir.

Başarılı bir retorikte ethos, pathos ve logos aynı derecede önemlidir ancak Aristoteles bu 3 etkenin kültürel olarak farklılık gösterebileceğini belirtmiştir. Bu bağlamda kültürel çeşitliliği anlamak ikna sanatı için temeldir (Bkz. Byers, 2009). Ancak bu üç etkenin başarılı biçimde işleyebilmesi için hatip, izleyici ve konu arasındaki kültürel kodların birbirleriyle uyuşması gereklidir.

Her toplum çok sayıda farklılığı barındıran bir bütünlüktür. Bu bütünlük içerisinde devamlılığın ve düzenin sağlanabilmesi için farklılıklar arası iletişim gerekir. Çünkü toplumsal hayatın devamlılığı ve kültür aktarımı gibi eylemler iletişim sayesinde olmaktadır ve her toplumun kendi iç dinamiklerine göre gelişen bir kültürel sistem vardır. Toplumsal koşullar tarihin belli dönemlerinde bazı iletişim araçlarının daha kullanışlı olmasını sağlamıştır. Örneğin; bilgi aktarımında sözlü iletişimin önemini yitirmesinin ardından tüm birikimin depolanması ve sonraki kuşaklara aktarılması işini yazı üstlenmiştir. Bilindiği gibi her kültür



kendini var edecek bazı somut göstergelere ihtiyaç duymaktadır. Günümüzdeki en etkili iletişim aracı ise görselliktir. Geniş anlamıyla görülebilen her şey görselliğin sınırları içerisinde var olabilir ancak Barnard'a göre; "görsel olan, insanlar tarafından üretilmiş, yorumlanmış ya da meydana getirilmiş, işlevsel, iletişimsel ve/veya estetik amacı olan her şey" dir (Barnard, 2010: 34). Bu bakımdan her kültürün kendisini ortaya koyabilmesi için bazı somut temsillere ihtiyaç duyduğu söylenebilir. Görsel kültürü de var eden ve devamlılığını sağlayan bazı farklı yapılanmalar mevcuttur. Eker ve Aslan (2010: 252) popüler kültür, kitle kültürü, kültür endüstrisi, medya kültürü ve yeni imaj kültürü gibi farklı kültürel yapıları görsel kültürün temel dinamikleri olarak değerlendirmişlerdir. Tüm bu görsel alan içinde görsel kültürün maddi sınırları reklamcılıktan sanata kadar geniş bir alana sahiptir ve sanatçılar da adeta reklamcılar gibi görüntü üreten tasarımcılar olarak değerlendirilebilmektedir. Sanatsal üretim, görüntü üretimi halini alırken, sanat görsel kültür oluşumunda ve yapılanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Başka bir deyişle sanat görsel kültürle desteklenir hale gelmiştir ancak kültürel oluşumun önemli bir alanı da sanata aittir.

Farklı görsel yapılanmalar ve toplumların nesnelere yükledikleri anlamlar sanatçıları da anlam yaratma sürecinde etkilemektedir. Bu bağlamda sanatsal bir çalışmanın, var olduğu toplumsal ve kültürel koşullar dikkate alınarak kendi koşulları içinde bir anlam ifade etmesinin, o şeyin sanat yapıtı olarak kabul edilmesi için yeterli olduğu söylenebilir. Örneğin; Manzoni'nin "dışkısı", şüphesiz ki 17. yy ressamı Caravaggio için herhangi bir sanatsal anlam ifade etmeyecekti. Bu noktada Barnard'ın, sanatsal çalışmalarda idrar ya da dışkı kullanılmasının rahatsız edici bir etkisi olmasının, sahip oldukları doğal anlamları değil, zaman içinde ortaya çıkan kültürel betimlemeleri olduğu yönündeki tespiti ilgi çekicidir. Böylelikle bu gibi rahatsız edici nesnelere kendi anlamlarıyla değil, iletişimsel bir işlevle sanat nesnesi oldukları anda görsel kültür halini aldıklarını belirtmiştir (Barnard, 2010: 29-30).



O halde görsel kültürden bahsederken görüntülerin iletişimsel fonksiyonunun görsel iletişime işaret ettiği söylenebilir. Bu bağlamda sanat, görüntü-anlam ve yorum denkleminin karşılığı olarak izleyiciyle görsel iletişimin en yoğun hissedildiği alanlardan biridir. Kültürel yapılanma ile aynı tabanda şekillenen toplumsal stereotipler, sanatçıları yaratım sürecinde yönlendirme gücüne sahiptir. Var olan nesnelere anlam yükleme sürecinde izleyicinin anlam yaratma kapasitesinin temel belirleyen olması nedeniyle, sanatçı hatip olarak hitap ettiği kitleyi her açıdan iyi tanımalıdır. Güncel sanatçı her yapıtı için farklı anlam kanalları açmayı hedeflerken izleyici kitlenin alt yapısı, yapıta dair hazır bulunuşluk düzeyi, ilgi alanları, tabuları, korku, heyecan, nefret gibi kolay harekete geçirilebilen bazı hisleri ona kılavuzluk edebilmelidir. Bunu yapabilmenin en etkili yollarından birisi de çağın kültürel altyapısına ve iletişim araçlarına zıt düşmemektir.

Çağımızın iletişim aracının görsellik olması gerçeğinden hareketle görsel unsurların üretimi, iletişimi ve temsil biçimleri retorik alanında da bazı değişiklikler yaşanmasını sağlamıştır. Son yıllarda televizyon ve internet gibi görüntü üreten araçların gerçeğe değil görüntüye ağırlık vermesiyle görselliğin retorik alanına dâhil edilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Böylelikle “görsel retorik” çağının eğilim ve seçimleriyle daha uyumlu yeni bir çalışma alanı olarak kabul görmüştür. Tanımlamak gerekirse görsel retorik; “bilginin, retorinin bilinen çalışma alanı olan dilsel unsurlar yerine görsel unsurlar ile aktarılmasını ve iletilmesini ifade eder” (Durgee, 2003: 335-336). Kültür, retorinin arka planıdır, o halde görselliği oluşturan etkenler ve bu etkenlerin ortaya çıkışında rol oynayan faktörler, kültürel farklılıklara göre görsellerin algılanış biçimini yani kültürel kodların çözümünü gerektirmektedir. Bu bağlamda görsel retorinin çalışma alanı içerisine görsel kültür ve unsurlarının dâhil edilmesi kaçınılmazdır. Ancak alana dair yapılan çalışmaların yetersiz oluşu, klasik retorikte kullanılan bazı figürlerin görsel retoriğe uyarlanmasını gerektirmiştir. Bu figürler; metafor, metonimi, cinas ve kişileştirme dir. Retorik figürlerin kendi anlamlarından bağımsız şekilde



kullanılarak kavramın izleyicinin beklentisinden sapması sonucu ortaya çıkan bir uyumsuzluk yaratması Mcquire ve Mick (1999: 39) tarafından ‘sanatlı sapma’ olarak tanımlanmıştır. Bu sapma bilinçli biçimde yapılır. Böylece izleyiciler günlük hayatın tutarsızlıklarına verebilecekleri tepkilerden farklı olarak, reklam ya da bir sanat yapıtında görebilecekleri sapmaları hata olarak değerlendirmezler. Aksine uyumsuzlukları ve sapmaları çözmek izleyicilerin duruma karşı olumlu tutumlar gelişmesini sağlamaktadır (McQuarrie ve Mick, 1999: 39-40). Bu durumda “retorik figürler, Barthes’ın *metnin keyfi* (pleasure of the text) olarak tanımladığı, işaretlerin düzenlenmesi sürecinden gelen ödüllendirmeyi sağlayabilir” (Kireççi, 2009: 122). Çünkü retorik figürler sayesinde nesnelere arasında yeni bağlar, ilişkiler ve özdeşlikler kurulacak ve izleyicinin bu sürece aktif katılımı farklı bir iletişim biçimi ortaya çıkacaktır. Bu iletişim biçimi manipülatörlerce öğretilmiş bir iletişim biçimi olabilmektedir. Örneğin; McQuarrie ve Mick’e (1996) göre tüketiciler sapmalara nasıl tepki vereceklerini zamanla öğrenmektedirler. Bir reklam oldukça karmaşık ve ilişki kurmayı zorlaştıran görüntüler içeriyor olabilir ancak tüketiciler öğrenilmiş bir davranışın sonucu olarak reklamın mutlaka gizli anlamlar içerdiğini düşünüp bu karmaşıklığı ve anlaşılabilirliği gözardı edebilirler. Bu güdümlü ilişki güncel sanat yapıtları için de geçerlidir.

Sanatlı sapmayı çözümlenebilmek ve yapıtın anlaşılmasını bekleyen felsefi alt metnini analiz edebilmek izleyicinin görevi iken, izleyiciyi ikna etmek ise sanatçının görevidir. Sanatçı gördüğü her şeyi sanat yapıtı olarak kabul edebilecek bir izleyici kitlesi oluşturabilmek adına kendisini kanıtlama çabası içine girebilir. Ancak güncel sanatın özgür ve sınırsız alanı içerisinde yapıt üretebilmek için yalnızca bir kavrama sahip olmanın yeterli olabileceği fikri sanatı içten içe kemirmeye başlamıştır. Bu sebeple kendini ispata çalışan sanatçının her sanatsal eyleminde sözel yardımcılara başvurması da olağan hale gelmiştir. Elbette “bir şeyler belirtecek olurlarsa, nesnelere kendileri de söz olabileceklerdir” (Barthes, 2011: 180). Ancak güncel yapıtlara yüklenen onca anlam çekildiği anda yapıtlar yine ve yalnızca basit birer nesne halini alacaktır. “...Retoriğin fonksiyonu, kabul



edilebilir deliller sağlamak değil, ilgili olgulardan bir eyleme, onları hesaba katan bir düzenlemeye geçmeyi sağlayacak kararlar ve yargılar çıkarmaktır. Retoriğin başarılı uygulaması, bu yüzden, eylemi destekleyerek doğrulayabilen bir tür otoriteyi varsayar” (McGee ve Lyne, 1987: 246). Bu otorite sanatçıdır. Sanatçı, izleyicileri bir şekilde kışkırtarak, nesnelere anlamlar yükleyerek onları nasıl yönlendireceğini iyi bilmektedir. “Bir uygulama olarak, retoriğin işlevi söylemin dinleyicisini söylem öznesine belli bir tutum sergilemeye, özneyi belli bir açıdan görmeye yönlendirmesidir. Genellikle retorikçi -ve retorik stratejiyle, ilgili olduğumuzda herhangi birimiz- sadece olguları açığa çıkarmaz; bunu izleyicilerin gerçekleri algılayacağı bir şekilde değiştirecek bir biçimde öne sürer” (Danto, 2012: 187). Örneğin; bir nesne –her ne olursa olsun- galeri ya da müze gibi bir sergi mekanı içinde sergilenerek kavramsal bir bütünlük içinde sunulmuşsa izleyicide nesnenin bir sanat fikri ilettiği yönünde tutum geliştirmesi kaçınılmazdır. Elbette üzerinde konuşulan, tartışılan, büyük mekânlarda sergilenmeyi hak eden, üstelik yüksek fiyatlara satışı yapılan güncel sanat nesnelерinin eşsiz birer sanat yapıtı olmaktan başka alternatifleri yoktur. Ancak görülmektedir ki; sanatçının, sanatının içtenliğine ve gücüne inandırmak için görsel retorik figürlere, çalışmaya ait açıklayıcı metinlere ya da çarpıcı isimlere, felsefeye, düşünörlere, geçmişteki tüm sanat akımlarına ve sanatsal mekânlara, yani giderek daha çok referansa ihtiyaç duyması, sanatın kendi iç dinamiklerini kaybettiğini göstermektedir. Sıklıkla kullanılan görsel retorik figürler ise metafor ve metonimidir.

### **Ortak Dilsel-Görsel Retorik Kavramlar Olarak Metafor ve Metonimi**

Metafor ve metonimi güncel sanatçıların sanat yapıtı ürettikleri yönündeki kanıyı güçlendirmek için kullandıkları figürlerdir. Metafor soyut bir kavramı somutlaştırmak için kullanılmakta iken metonimi ise iki somut varlık arasında benzerlik kurulacak şekilde birinin birbirlerini anımsatmaları söz konusudur.

Klasik retorikte bir kelime kendi amacı dışında kullanıldığında düşüncelerde anlam ve yapı değişikliği ortaya çıkmaktadır. İfadeye zenginlik ve





inandırıcılık katmak amacıyla kullanılan bu tekniğe figür denilmektedir ve figürler kavramın ifade ediliş biçiminin izleyicinin beklentisinden sapması yoluyla bir uyumsuzluk yaratmaktadırlar. İzleyici bu uyumsuzluğu fark ederek yapıttaki “olası” mesajı çözmek adına yapıta dair içsel bir çözümleme yapmaya başladığı an, retorisyen olarak sanatçı amacına ulaşmış demektir. Güncel sanatçıların sıkça kullandıkları metaforlar; yaşam-ölüm, cinsellik, cinsel kimlik, bellek ve karşılıklı ilişkilerdir. Sanatçıların hem izleyici kitleyle hem de sanat dünyasıyla kurdukları iletişim retorik figürler yardımıyla amacına uygun hale gelmektedir. Bu figürler sayesinde izleyicilerin sanat adına yapılan her türlü şeyin başka bir “şey” değil, yalnızca sanat olduğuna dair inancı güçlendirilmekte ve şüphelerin yok edilmesi amaçlanmaktadır.

Kelime anlamı; “hedef kitle ya da kişide, birtakım psikolojik teknikler kullanarak davranış ya da kanaat değişikliği yaratma işlemi” olan manipülasyon, siyasetten ekonomiye kadar farklı alanlarda kullanılan bir tekniktir. (Cevizci, 2012: 287). Başka bir deyişle “fikir aşılama” olarak kabul edilen manipülasyon, manipülatörün karşısındaki kitleyi iyi tanmasını, kitlenin eğilim ve sınırlarını iyi bilmesini gerektirir. Başarılı bir manipülatör, bireylerin konuya dair görüşlerini ve tutumlarını referans alabilmeli, destekleyici bilgilerle bireyleri güvende olduklarına inandırabilmeli ve onları istenen görüşe doğru yönlendirebilmelidir. Bu süreçte açık biçimde baskı uygulamak, bireyin istenilen tutuma ve davranışa doğru yönlendirilmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Zizek’e göre, “Mesele öznenin aslında hiçbir zaman bir seçme konumunda olmamasıdır: Ona her zaman sanki seçimini çoktan yapmış gibi muamele edilir” (Zizek, 2011: 180). Herbert Schiller (Bkz. 1993) ise sistem içerisinde ortaya çıkan fakir ve zengin toplulukların aynı ölçüde sistemin içinde kalması gerektiğini ve bunu başarmanın en etkili yolunun o topluma baskı uygulamak olduğunu belirtmiştir. Ancak tarihteki örnekleri göstermektedir ki, baskı altında tutulmaya çalışılan toplumlarda olumsuz sonuçlarla karşılaşmıştır ve bu nedenle insanları yaşamlarından memnun hale getirmek,



baskı kurmaktan ya da zor kullanmaktan çok daha etkilidir. Bu açıdan Schiller (Bkz. 1993), manipülasyonun oluşumu için bazı kavramlar gerektiğini belirtmiştir:

- a. Bireysellik ve kişisel tercih miti; insanları kendi kararlarını verirken özgür olduklarına inandırmaktır.
- b. Yansızlık miti; manipüle edilen bireylerin yaşadıkları toplumda her kurumun tarafsız olduğuna inandırılmalarıdır.
- c. Değişmeyen insan tabiatı miti; bireyler insan doğasının kusurlu olduğuna, bu nedenle toplumda tam anlamıyla bir gelişmeden bahsedilemeyeceğine inandırılırsa istedik davranış göstermesi daha kolay olacaktır.
- d. Sosyal çatışmanın mevcut olmadığı miti; manipülatörler için toplumsal çatışmaların sebebi sosyal sorunlar değil, insanların iyi ya da kötü özellikleridir. Çünkü manipülatörler gerçekliğin açığa çıkmasını ve insanların sosyal çatışmalarla toplumsal sorunları irdelemelerini istemezler.
- e. Medya pluralizmi miti; insanların medyanın tarafsız olduğuna ve sürekli kendi yararları gözetilerek kendilerine farklı seçenekler sunulduğuna inandırılmalarıdır.

Sanatsal ustalığın önemini yitirmesiyle ve sanat-hayat arasındaki ayrımın ortadan kalkmasıyla güncel sanatçı için üretimde kolay, inandırıcılıkta zor bir dönem başlamıştır. Güncel sanatçıların sanatsal üretimlerinin temelindeki motivasyonların anlaşılması, oluşturmaya çalıştıkları temsil biçiminin kendilerini çevreleyen her etkenle birlikte değerlendirilmesini gerektirmektedir. Bu etkenlerden en önemlisi izleyicinin sanatçıya karşı geliştirdiği olumlu-olumsuz ön yargı ve tutumlardır. Ancak sanatçının en büyük şansı izleyicinin henüz sergi salonuna gitmeden, orada göreceği her oluşumun ve yaşayacağı her deneyimin sanat çalışması olduğuna dair bir kabule sahip olmasıdır. Bu şans, medya tarafından yaratılmaktadır. Sanat dünyasının önerileri ve güdülemeleri günlük



nesnelerin gerçekliğinin felsefeye dayalı metaforik imgelerle süslenerek yeni bir nesneye doğru evrilmesini mümkün kılmaktadır. Sanatçı bu dönüşümü şansa bırakmak istemediğinde felsefi arka planla oluşturduğu görsel dil ile, kendi manipülasyon yönelimini daha da güçlendirmektedir. Bir başka önemli etken de yapıtların sergilendiği mekanlardır. Daniel Buren 1983 yılında yayınladığı “Mimarının İşlevi: Eser İle İçine Yerleştiği Mekânlara Dair Notlar” başlıklı makalesinde, mekânlarının statüsü değişince anlamlarının da değişebileceğine değinmiştir. Örneğin; Bir sanat yapıtı bir fırında sergilenirse bu durum o fırını sanat galerisine ve yapıtı da bir dilim ekmeğe dönüştüremez, bir dilim ekmek de bir müzede sergilenirse o müze bir fırına dönüşmez, ancak müze mucizevi şekilde ekmeği sanat yapıtına dönüştürebilir.

Güncel sanatçının görünür olabilmesi için sanatsal yeteneğinin dışında bazı yetilerinin olması gerekmektedir. Zira sanat alanı; “...çelişkilerin spekülasyonların, son derece incelikli manipülasyonların beşiği, amansız rekabetlerin yaşandığı kozmopolit bir mücadele alanı” olarak tanımlanırsa sanatçının bu mücadele alanı içinde bazı manipülatif yöntemler geliştirmesi sürpriz değildir. (Steyerl, 2012: 90). Bu bağlamda güncel sanatçı manipülatör olarak kabul edilebilir. Manipülasyonu “sanat ve tasarım temelli değil, daha çok sanatçı temelli bir gerekçelendirmenin adı” olarak değerlendiren Eker, sanatsal manipülasyonun ana aktörü olarak bizzat sanatçıyı sorumlu bulmuştur. (Eker ve diğerleri, 2013: 29). Bunun en önemli sebebinin sanatçının ünlü olma isteği olduğunu vurgulamış, sonucunda ise “kendi gerekçelerine hapsolmuş” sanatçının, kaotik bir karakter taşıyan güncel sanatla paralellik kurarak, sanatsal başarısızlığını manipülatif yollarla gizlemeye çalıştığını belirtmiştir (Eker ve diğerleri, 2013: 32). Bu noktada imaj yaratma, başka bir deyişle “marka” yaratma güncel sanatçıların sıklıkla başvurduğu yöntemdir. Sanatsal kariyeri boyunca olumlu ya da olumsuz her türlü imaj her zaman sanatçının daha çok tanınır olmasını sağlamıştır. Sanatçıların sahip olduğu kişisel özellikler, cinsel tercihleri, geçirdikleri akıl hastalıkları, davranış bozuklukları ya da çocukluk hezeyanları gibi durumlar izleyici tarafından dikkat çekici ve



“marjinal” bulunmuş, bu marjinallik, sanatçının lehine bir imaja dönüşebilmiştir. Ancak gerçekte öyle olmayanlar için zorunlu marjinallik imajı yaratma gereği doğmuştur. Günümüzde pek çok kez örneği görülebilen; sanatçıların kendilerini ifade edebilmek için yaptıkları zorlama açıklamalar, felsefi söylemler ya da sanat dışı çılgınlıklar öğrenilmiş davranışların kanıtı niteliğindedir. “çağdaş sanatta markalaşana kadar bir hiçsiniz” diyen Thompson’a göre satışı yapılan herhangi bir ürün gibi sanat yapıtının fiyatlanmasında da marka değeri çok önemlidir. (Thompson, 2012: 24).

Böyle bir manipülasyon alanı içinde güncel sanatçılar çoğunlukla “kendilerini popülerleştirecek bir izleyici kitlesine sahip olmakla ve sanatçı olarak hak ettiklerine inandıkları üne ve karizmaya kavuşmakla ilgilenirler” (Kuspit, 2010: 71). Bu süreçte kullanılan nesneyi sanat nesnesine çevirebilecek, nesneye yüksek bir duygu yoğunluğuyla şiirsel ve derin anlamlar yükleyebilecek tek şey sanatçının imzasıdır. Elbette bu bakış açısı bütün güncel sanatçıların yüzeysel çalışmalar yaptığı anlamına gelmemelidir. Sanatçıların her zaman söyleyecek sözleri, eleştirdikleri ya da savundukları durumlar olabilir ancak eğer sanatçının sanatsal ifadesi yetersizse bu yetersizliği örtbas edebilmek için güncel sanatın felsefi yönü ve sınırsız birleşim olanağı sanatçıya manipülatif yollar denemesi için geniş imkânlar verebilmektedir. Örneğin; buruşuk bir kağıt parçasına dahi gizemli anlamlar yükleyerek bağlam değişikliği yaratmanın yüzlerce yolu olabilir ve bu yolların hepsi bir kurama bağlandığı takdirde sanatçı için kullanılabilir hale gelebilir. İzleyicide oluşması hedeflenen temel yargı şudur; “eğer sanatçı öyle diyorsa bu sanattır”. Bu yargının oluşumunda sanatçı kadar küratör, eleştirmen, galerici ya da sanat taciri de rol almaktadır.

### **Manipülatör Olarak Küratör, Eleştirmen, Galerici**

Küratör, sanat dünyasında oldukça güçlü yetkilere sahiptir. Çünkü müze koleksiyonunun sorumluluğunu almak, galerilerde ya da kamusal alanlarda sergi düzenlemek, sanatçıların ve sergilenecek yapıtların seçimini yapmak, sergilerin



katalog yazılarını yazmak ve sergi bütçesini hesaplamak gibi oldukça geniş bir görev tanımı vardır. Zamanla sanatçıların küratörlere olan ihtiyacı nedeniyle küratör sanat dünyasında adeta bir otoriteye dönüşmüştür. Sanatçının imzası kadar küratörün ismi de marka değeri taşıyabilmektedir. Marka olabilen bir sanatçı dokunduğu her nesneyi sanat yapıtına dönüştürebilmekteyse ise, marka bir küratör de düzenlediği her sergiye seçkin ve güçlü bir imaj kazandırabilmektedir. Sonuç itibarıyla “nesnelere gerçekten dilsizdir ve konuşabilmeleri sanatın hüneriyle değil, sanatın kurumları yoluyla gerçekleşir ve diğer konuşmalar gibi niyetleri ve sonuçları vardır” (Ferguson, 1992: 31). Bu sebep-sonuç ilişkisinde sanat piyasasında son yıllarda oldukça ciddi yatırımlar olmuş, ülkemizde de İş Bankası, Akbank, Yapı Kredi Bankası, Eczacıbaşı, Koç gibi büyük kuruluşlar sanatla yakın ilişki içine girmişlerdir. Şirketlerin sanata yatırım yapmalarının sonucu olarak donanımlı ve ün yapmış küratörlere ilgi artmış, hatta şirketler kendi sanat departmanlarını kurarak küratör istihdam etmişlerdir. Bu bağlamda istedikleri sanatçıyı ve istedikleri yapıtları sergiye dâhil etme ya da sergiden çıkarma hakkına sahip olan küratörler sanatçı üzerinde baskıcı ve yönlendirici olabilmektedirler. “Sanatçının sanatını, sanat hayatını ve geleceğini yönetme konusunda yitirdiği bütün zihni yetiler ve iktidar, ...bienal yönetiminde, yani büyük ölçüde küratörde yoğunlaşır. “...Bütün dünyada bir avuç sanat seçkininden oluşan bienal küratörleri, kültür endüstrisini yöneten ‘aristokrasi’nin en güçlü, en otokrat kesimidir” (Artun, 2012: 127). Sergi, bienal, documenta gibi sanatsal etkinliklerin kavramsal çerçevesi, sanatçı ve yapıt seçimi gibi konularda son sözü söyleyen kişi olan küratör, güçlü bir manipülatör olarak kabul edilebilmektedir.

Küresel sanat piyasasında gücü kabul edilmiş bir diğer önemli öge eleştirmendir. Eleştirmenin bakış açısı ve fikirleri öznedir ve genel hükümler vermesi mümkün değildir. Ancak yine de ön yargılardan ve çevresel etkenlerden etkilenebilmektedir. Bu ön yargıların ve etkenlerin sanat dünyasında gelişen karşılıklı ilişkiler sonucu sanat eleştirmenlerini etkilediği görülmektedir. Ancak eleştirmenlerin fikirleri bir küratörün ya da galericinin dikkatini çekebildiği ölçüde



sanatçı için anlam ifade etmektedir. Kapitalizmin her alanda belirginleşmesiyle galeriler sanatın ticarileştiği alanlar haline gelerek galeri sahipleri ve sanat tacirleri gündem belirleme ve manipüle etme gücüne sahip önemli isimler olmuştur. Özellikle postmodern sanatın gelişimiyle parasal bir döngünün yaşandığı sanat piyasasından bahsedilmeye başlanmıştır. Bu piyasanın belirleyenleri “satıcılar, galeri sahipleri, küratörler, özel koleksiyoncular ve kurumsal alıcılardır. Örneğin; İngiltere’deki Tate gibi önemli bir galeri sanatçının çalışmasını alır veya sergilerse, bu durumun o sanatçının diğer çalışmalarının piyasa değeri üzerinde olumlu bir etkisi olur” (Whitham ve Pooke, 2013: 260). Etkisi bu denli büyük olan galericiler tek başlarına piyasanın dengelerini değiştirebilmekte ve sanatçıların kariyeri üzerinde büyük ölçüde yönlendirici olabilmektedirler. Dünya çapında tanınan hatta yalnızca kendi ismiyle marka değeri yaratabilen bir galericinin desteğini alması bir sanatçı için -hele ki sanatçının bir ya da birkaç çalışması yüksek fiyata alıcı bulmuş ise- koleksiyonerler ya da izleyicilere sanatsal inandırıcılığı açısından yeterli bir referanstır.

Zaten kaotik olan güncel sanat, metalaşmanın etkisiyle daha da karmaşıklaşmıştır. Galerici dışında bu işin maddi kısmıyla yakından ilgili olan sanat taciri, sanatın ticaretini yapan, temsil ettiği sanatçıyı ticari anlamda destekleyen ve haklarını koruyan kişidir. Ürün pazarlayan her satıcı gibi tacir de ürününün reklamını yapmak ve müşteri tabanının özelliklerini belirleyerek arz-talep ilişkisi geliştirmek gibi pazarlama teknikleri konusunda hünarlı olmalıdır. Sanat piyasasında önemli bir konumda olan tacirlerin, estetik beğeni düzeylerinin çok yüksek olması da gerekmez, çünkü pazarlama becerileri çok daha önemlidir. Tacirlerin ilgilendikleri yapıtları yüksek fiyatlara satabilmesi, sanatçı açısından önemli bir referanstır. Çünkü bir sanatçının markalaşmış bir tacirle çalışması hem küratörün hem galericinin hem koleksiyoncunun dikkatini çekebilmesi açısından çok önemlidir. Üstelik sanatçının kariyeri boyunca yapacağı çalışmalar için de olumlu bir etkisi olacaktır. Tacir ve galerici sahip oldukları bu güçle sanatçıları istedikleri gibi manipüle edebilmektedir. Tacir, istediği sanatçıyla ilgilenirken, onu



galerici ya da koleksiyoncuya önerebilir, adına özel sergiler düzenleyebilir ve müşteri profiline göre sanatçıyı yönlendirebilir. Çünkü “eser, tacir ya da koleksiyoncuya sorulacak kadar pahalı ise, muhtemelen buna süslü bir bahane uyduracaklardır” (Thompson, 2012: 87).

### **Güncel Sanatta Manipülatif Yönelimler ve Görsel Retorik Figürlerin Kullanımı**

Herkesin evinde rahatlıkla bulunabilecek bir çaydanlığın, kirli tabakların, kirli iç çamaşırların ya da bahçedeki hayvani atıkların sanat yapıtına dönüşebileceğinin mümkün olduğu bir sanat ortamında; markası bilinen bir küratörün düzenlemesi, alanında uzman bir galerici ya da tacirin pazarlama gücü ve saygınlığı kabul edilmiş bir eleştirmenin görüşleri bu nesnelere milyon dolarlara alıcı bulabilecek sanat yapıtları haline getirebilir. Bütün bunlar güncel sanatın olumlu-olumsuz tüm değerleri bütünleştirici majör etkisiyle mümkün olmaktadır. Bu bütünleştirici tavır, güncel sanatın geçici ve karmaşık yapısıyla birleşerek sanatsal çalışmaların içeriklerinin abartılmasına, anlamların çarpıtılmasına, piyasada para kazandırabilecek işlerin ön plana çıkarılmasına ve buna rağmen sürekli olarak sanatsal değerlerinin altlarının çizilerek şişirilmelerine neden olmaktadır. En iyi ihtimalle bir küratörün ya da galericinin dikkatini çekebilmeyi başaran sanatçı bir marka değeri haline gelebilmekte, sonrasında ise bu güvenle izleyiciyi daha rahat ikna edebilmektedir. Güncel sanata ait birçok çalışma, sanatsallıklarına yönelik varsayımlardan hareketle inandırıcılıkları sorgulanabilen bir yapıdadır ve böylelikle sanatçı için gerekçeler üretme ihtiyacı doğmaktadır. Bu ihtiyacı gidermek amacıyla kullanılan retorik ve manipülasyon, izleyiciyi sergi anına hazırlamak ve sanat dünyasında var olabilmek için kullanılan başarılı yöntemlerdir.

Geleneksel sanatın dışında yer alabilecek çok sayıda güncel sanat çalışması retorik figürler yardımıyla bağlam dışına taşınabilir ve bu sanatlı sapmayla izleyici anlam yaratma sürecinde özgür olduğuna inandırılabilir. Güncel sanat ortamında





bir nesne asla yalnızca bir “nesne” değildir. Sergilenmeye ve temsil edilmeye değer her nesne ya da eylem sanat camiası tarafından onay aldığı müddetçe “sanat”tır. İzleyicinin de buna inandırılması gerekir ve süreç içerisinde manipüle edilerek sanatlı sapsmalara nasıl tepki verecekleri öğretilmiştir.

Sanatçı izleyiciyi yapıtı belli açılardan görmeye ve bu açıdan bir tutum geliştirmeye yönlendirirken izleyici kitlenin duygularını, tutkularını, sahip oldukları kişisel özellikleri göz önünde bulundurmaktadır. Bu bakımdan sanatçıların, izleyicilerin hazır bulunuşluk düzeylerini dikkate alarak sahip oldukları tutku ve eğilimleri harekete geçirebildikleri ve böylece mevcut kitleyi etki altına alabildikleri söylenebilir –ki bu da onların manipüle edici gücünü gösterir. Aynı zamanda izleyicinin bu süreçteki etkisi de azımsanamayacak kadar önemlidir; izleyici sanatçıyı harekete geçiren sanatçıyı yönlendiren ve onu manipülasyona güdüleyen temel etkidir. Bu bakımdan sanatçının manipülatör olarak sahip olduğu güce izleyicinin de sahip olduğu düşünülebilir. Hatta bizzat sanatçının etkilendiği kaynak olarak asıl söz söyleyenin yani hatibin izleyici olduğu söylenebilir. İzleyici zihninde sanatçı olarak konumlanabilen sanatçılar için bu bir başarıdır ve sonrasında çok daha kolay manipüle edebilir. İzleyici onayı, sanatçının yeterliliğinin teminatıdır ve bu teminat sanatsal kariyeri boyunca ona kefil olabilmektedir.

Henüz bir marka değeri yaratamamış olan sanatçı ise izleyicinin dikkatini çekebilmek ve akılda kalıcılığı sağlayabilmek adına sınırlı bir zamana sahiptir. Bu nedenle son derece etkili biçimde dikkat çekebilmeyi başarmalıdır. Gerek çalışmasına seçtiği nesne, verdiği isim, gerek sunuş biçimi, yeteri kadar ilgi çekici olmalıdır. Sanatçı retorisyen olarak, seçtiği nesnelere dünyanın sıradanlığından kurtararak sanatın gizemli dünyasına terfi ettirebilecek şansı kullanabilirse sanat dünyası da manipüle edici gücüyle nesnelere sanatsal mevcudiyet kazandırabilmektedir. Başka bir deyişle birlikte kullanılabilen retorik ve manipülasyon, sanatsal iknayı ve kalıcılığı en iyi biçimde gerçekleştirebilen iki



yöntemdir. Retorik, iknayı sağlarken, manipülasyon bu varsayımların şüpheye yer bırakmayacak şekilde kalıcılığını mümkün kılmaktadır.

## SONUÇ VE VARGILAR

Her sanat yapıtı, içinde bulunduğu coğrafyanın ve tarihselliğin izlerini taşımaktadır ve sanatın gelişiminde her sanat akımının bir sonraki akıma evrildiği görülmektedir. Bu bağlamda 1960'lara kadar modern olarak kabul gören öncü ve yüce sanat 60'lardan sonra günlük yaşam nesnelere ve yaşamsal pratiklerle iç içe olan postmodern sanata dönüşmüştür. Bu dönüşüm postmodern sanat alanına çok sayıda olasılık kazandırmıştır. Kavramsal sanatın verdiği yetkiye dayanarak postmodern sanatçılar hep daha yeni, daha özgün ifade biçimlerinin peşinde olmuşlardır. Bu ifade biçimleri giderek daha anlaşılabilir bir hal almış ve daha fazla kuramsal temele ihtiyaç duymuştur. Öte yandan bu metaforik gönderme yüklü ve muğlak alanda sanatçının kendini ispat etme ve sanat dünyasını ikna etme gibi sorumlulukları ortaya çıkmıştır.

İşlevsel nesnenin sanat nesnesine dönüşümü sanatçıyı sanatın kendi iç dinamikleri dışında mekân, metin ya da felsefe gibi bağlamsal ilişkilere ihtiyaç duyan bir manipülatöre dönüştürmüştür. Bunun yanı sıra geniş yetki alanına sahip küratör, fikirleriyle yönlendirici güce sahip eleştirmen ve sanatçıya sağladığı finansal destekle galerici/tacir de manipülatör olarak değerlendirilebilir. Yine de asıl manipülatörün sanatçı olduğu söylenebilir. Çünkü yapıtıyla izleyiciyi karşı karşıya getiren, kullandığı sanatsal ve çoğu kez sembolik dille düşünmeye ve sorgulamaya davet eden ve sonuç ne olursa olsun varılacak sonucun büyük olasılıkla “sanat nesnesi” olacağı yönündeki kabule güdüleyecek kişi öncelikle sanatçıdır. Elbette sanatçının tüm bu yönlendirme gereksinimlerinde içinde bulunduğu koşulların büyük etkisi vardır. Günümüzün görsel kültüründe “söz” ya da “söylev” değil, “resim” ya da “imaj” daha önemlidir çünkü nispeten daha kalıcıdır. Çevremizi kuşatan görüntülerin yeni bir görsel bilinç oluşturması, tasarım ve tasarlanan ürünün pazarlanmasını kolaylaştıracak bir alan ortaya çıkarmıştır. Bu



bakımdan sanatçı da bir tasarımcı olarak düşünülduğünde sanatının gücünü ve değerini kanıtlamak için görsel retorik gibi teknikler kullanması şartıdır.

Sanatçının kendi tasarımında kullanacağı görsel retorik tekniklerin düzenleyicisi olduğu fikrinden hareketle bir hatip olarak yaratacağı “gerçek sanatçı” imajı izleyiciyi ve sanat dünyasını yapıtı görme ve sorgulama aşamalarında yönlendirici güce sahip olduğu görülmektedir. Bu noktada izleyicinin anlam yaratma sürecinde özgür olmadığına dair bir yanılgı oluşmamalıdır. Elbette bu süreçte izleyici özgürdür. Yapıt - izleyici ilişkisinde sanatçının rolü, seçtiği nesnelere ya da kavramlarla izleyici algısını belli noktalarda buluşturmaktır ve bu anda esas yaratıcı edim izleyici tarafından tamamlanır. Bu nedenle sanatçının izleyici üzerindeki yönlendirici etkisi kadar izleyicinin de sanatçı üzerinde etkisi büyüktür. Çünkü izleyici, sanatçının tüm sorularının orijini ve bu açıdan izleyicinin de sanat dünyasındaki manipülatörlüğünden bahsedilebilir. İzleyicilerin algısı ve kültürel özellikleri anlaşılabilirlik noktasında sanatçı için temel kaynaktır. Sanatçı, izleyici ve yapıt arasındaki kültürel kodların birbirleriyle örtüşmesi bizzat sanatçının sorumluluğundadır. Bu bakımdan sanatçının izleyiciyi ve sanat dünyasını güdülemeyi amaçlayan bir manipülatör olduğu, aynı zamanda izleyicinin de sanatçının beslendiği önemli bir kaynak olarak sanatçıyı yönlendirdiği ve aralarındaki mutualist ilişkinin, izleyicinin de manipülatör olarak değerlendirilmesini mümkün kıldığı söylenebilir. Güncel sanatın anlaşılması güç ve biraz da oksimoron durumu anlam üretimi, yargılama, sorgulama, ikna etme ve meşru kılma süreçlerinde manipülatif yönelimlerin ve görsel retorik tekniklerin bilinçli olarak ya da olmayarak kullanılmasını mümkün hale getirmektedir.



## KAYNAKÇA

- AKAY, A. ve ZEYTİNOĞLU, E. (1998). **Kavramın Sınırlarında**. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- ARISTOTELES, (2013). **Retorik**. Çev. Mehmet H. Doğan, İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- ARTUN, A. (2012). **Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi**. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- BARNARD, M. (2010). **Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür**. Çev. Güliz korkmaz, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- BARTHES, R. (2011). **Çağdaş Söylenler**. Çev. Tahsin Yücel, İstanbul: Metis Yayınları.
- BAUDRILLARD, J. (2010). **Sanat Komplosu**. Çev. Elçin Gen ve Işık Ergüden, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BAYKAM, B., FERGUSON, B. and FOU, M. (1992). **Bilgi Olarak Sanat. Olgu Olarak Sanatçı. Yeni Ontoloji**. İstanbul: a+A Plastik Sanatlar Derneği Yayınları.
- BURGER, P. (2004). **Avangard Kuramı**. Çev. Erol Özbek, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BYERS, B. L. (2009). **Enacting Ethos Online: Using Classical Rhetoric to Analyze Visual Web Design**. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Iowa State University, Ames.
- CEVİZCİ, A. (2012). **Felsefe Sözlüğü**. İstanbul: Say Yayınları.
- DANTO, A. C. (2012). **Sıradan Olanın Başkalaşımı**. Çev. Esin Berktaş ve Özge Ejder, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- D. KARAKAŞ TABAK, A. TOMAK, GÜNCEL SANAT PRATİKLERİNDE GÖRSEL RETORİK VE MANİPÜLATİF YÖNTEMLER



DURGEE, J. F. (2003). Visual Rhetoric in New Product Design. **Advances in Consumer Research**, 30, 367-372.

EKER, M. ve ASLAN, H. (2010). **Görsel Kültür ve Medya Okuryazarlığı**. Milli Eğitim Dergisi, sayı:187, s252

EKER, M., AYDOĞDU, L. ve AVCI, B. E. (2013). **Sanat Tasarım ve Manipülasyon**. 21-23 Kasım 2013. Sakarya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 1. Uluslararası Sanat Sempozyumu Bildiri Kitabı, Sakarya.

EROĞLU, Ö. (2014). **Sanatın Yeniden İnşası**. İstanbul: Tekhne Yayınları.

FEATHERSTONE, M. (2005). **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**. Çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

KİREÇCİ, A. N. (2009). **Estetik Ürünler Ve Görsel Retorik Kuramları Açısından Dergi Reklamlarının Değerlendirilmesi**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KUSPIT, D. (2010). **Sanatın Sonu**. İstanbul: Metis Yayınları.

McGEE, M. C. and LYNE, J. L. (1987). **Bilgi İddialarını Retorik Açıdan Ele Almanın Bazı Unsurları, Retorik, Hermeneutik ve Sosyal Bilimler İnsan Bilimlerinde Retoriğe Dönüş İçinden**. Çev. ve Der. Hüsamettin Arslan, İstanbul: Paradigma Yayınları.

McQUARRIE, E. W. and MICK, D. G. (1999). **Visual Rhetoric in Advertising: Text-Interpretive, Experimental and Reader-Response Analyses**. The Journal of Consumer Research, 26, 37-54.

---

\_\_\_\_\_, (1996). **Figures of Rhetoric in Advertising Language**. The Journal of Consumer Research, 22(4), 424-438.

D. KARAKAŞ TABAK, A. TOMAK, GÜNCEL SANAT PRATİKLERİNDE GÖRSEL RETORİK VE MANİPÜLATİF YÖNTEMLER



- MEYER, M. (2009). **Retorik**. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- SCHILLER, H. (1993). **Zihin Yönlendirenler**. İstanbul: Pınar Yayınları.
- STEYERL, H. (2012). **Sanatın Politikası: Çağdaş Sanat Ve Post-Demokrasiye Geçiş**. Çağdaş Sanat Nedir? içinden, Ed. Ali Artun, Nursu Öрге, İstanbul: İletişim Yayınları.
- THOMPSON, D. (2012). **Sanat Mezat**. Çev. Ali Artun, İstanbul: İletişim Yayınları.
- TOMLINSON, J. (1999). **Kültürel Emperyalizm**. Çev. Emrehan Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- WHITHAM, G. and POOKE, G. (2013). **Çağdaş Sanatı Anlamak**. Çev. Tufan Göbekçin, İstanbul: Optimist Yayınları.
- WARD, G. (2010). **Postmodernizmi Anlamak**. Çev. Tufan Göbekçin, İstanbul: Optimist Yayınları.
- ZERZAN, J. (2000). **Gelecekteki İlkel**. Çev. Cemal Atıla. İstanbul: Kaos Yayınları.
- ZIZEK, S. (2011). **İdeolojinin Yüksek Nesnesi**. İstanbul: Metis Yayıncılık.