



# Dijital Medya İle Sanatın Dönüşümü: Çağdaş Sanatçıların Instagram Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme

*The Transformation of Art With Digital Media: An Analysis of Contemporary Artists Instagram Shares*

**Bahar KAYIHAN**

Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
Gazetecilik Bölümü  
bhrkayihan@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0001-5196-4350>

## Araştırma & Yayın Etiği

Bu makale en az iki hakem tarafından incelenmiş,  
iThenticate yazılımı ile taranmış,  
araştırma yayın ve etiğine aykırılık tespit edilmemiştir.

## Research & Publication Ethics

This article was reviewed by at least two referees,  
a similarity report was obtained using iThenticate, and  
compliance with research/publication ethics was confirmed.

## CC BY-NC 4.0

Bu makale [Creative Commons Attribution-NonCommercial License](#) altında lisanslanmıştır.

This paper is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial License](#)

## Copyright ©

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Sakarya/TÜRKİYE

Sakarya University, Institute of Social Science,  
Sakarya/TURKEY

## Atıf/Citation

Kayihan, Bahar . "Dijital Medya İle Sanatın Dönüşümü: Çağdaş Sanatçıların Instagram Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme". Akademik İncelemeler Dergisi 16 / 1 (Nisan 2021): 1-25 . <https://doi.org/10.17550/akademikincelemeler.838162>

**Makale Türü/Article Type:** Araştırma Makalesi/Research Article

**Geliş Tarihi/Date Received:** 09.12.2020

**Kabul Tarihi/Date Accepted:** 24.03.2021

**Yayın Tarihi/Date Published:** 15.04.2021

**ISSN:** 1306-7885

**E-ISSN:** 2602-3016

Cilt/Volume: 16 | Sayı/Issue: 1 |

Yıl/Year: 2021 (Nisan/April)

15. yıl



Akademik İncelemeler Dergisi

## **Dijital Medya İle Sanatın Dönüşümü: Çağdaş Sanatçıların Instagram Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme**

### **Öz**

Gazete ve dergiler, sanat eserinin ve sanatçının tanıtılması ve sanat akımlarının ortaya çıkması açısından yüzyıllardır önemli rol oynamışlardır. Dijital medyanın gelişimiyle birlikte, haber, eğlence ve pek çok diğer içerik dijital alana entegre olmuştur. Sanat ve sanat yapısı da dijital ortamda var olur hale gelmiştir. Dijitalleşme, hem sanat eserini hem de izleyicisini değiştiren bir rol oynamıştır. Bu çalışmada ise, dijital medyanın, geçmişte galerilerin oynadığı sanat eserini sergileme, ayrıca gazete ve dergi gibi basılı araçların oynadığı sanat eserini tanıtmaya misyonlarını üstlenip üstlenmediğini tartışmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, çağdaş sanatçıların Instagram sayfalarındaki paylaşımları içerik analizi ile incelenmiştir. Sonuç olarak, Instagram'ın hem sanatçıların eserlerini sergileyebilmeleri için bir galeriye, hem de bu eserleri tanıtan bir medya aracına dönüştüğü görülmüştür. Ayrıca, Instagram ve benzeri sosyal ağlar aracılığıyla sanatın sadece belli bir zümrenin erişiminde olmaktan çıktığı görülmüştür. Bunun dışında, Instagram'da sanatçıların kişisel beğenilerini, ya da ilgilerini paylaştıkları ve Instagram'ın, sanatçıların politik tutumlarını sergileyebilecekleri bir mecra olarak rol oynadığı anlaşılmıştır. Örneğin, sanatçıların Instagram'ı çeşitli ürün ya da mekân tanıtmaları yapmak için kullandıkları, bu kullanımların tüketim kültürünü canlı tutmaya hizmet ettiği ve sanatçıların da popüler kültürün birer nesnesine dönüştükleri anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gazetecilik, Çağdaş Sanat, Dijital Medya, Dijital Sanat, Instagram

## **The Transformation of Art with Digital Media: An Analysis of Contemporary Artists Instagram Shares**

### **Abstract**

Newspapers and magazines have played a significant role for centuries in promoting the work of art, artists and the emergence of art movements. With the development of digital media, news, entertainment, and many other contents have been integrated into the digital space. Art and artwork have also become available in the digital environment. Digitalization has played a role that has changed both the artwork and its audience. In this study, it is aimed to discuss whether the digital media has undertaken the mission of exhibiting the art work undertaken by galleries in the past and also promoting the work of art undertaken by printed media such as newspapers and magazines. In this direction, the shares of contemporary artists on Instagram pages were analysed with content analysis. As a result, it has been observed that Instagram has turned into both a gallery for artists to exhibit their works and a media tool promoting these works. Also, it's been understood that through Instagram, now artwork is not only accessible to a certain group. Apart from this, it has been understood that artists use Instagram to promote their political attitudes, various products or places, and this turn artists into objects of popular culture.

**Keywords:** Journalism, Contemporary Art, Digital Media, Digital Art, Instagram

## Giriş

Ortaya çıkışı hakkında bilgiye sahip olmasak da sanatın, ilk dönemlerde müzelerde ya da sergilerde keyfine varılacak türden bir şey olması amacıyla yapılmadığını, bu nedenle de günümüzdeki anlamına sahip olmadığını söylemek mümkündür. İlkel insanlar, mağaralara avlarının resimlerini yaptıklarında, ardından da bu resimlere mızrak ya da taş baltaları ile vurduklarında, hayvanların onların güçlerine boyun eğeceğine inanmışlardır (Gombrich, 2019, 39-42). Dolayısıyla geçmiş çağlarda, sanatın mistik bir iletişimsel araç olduğunu söylemek mümkündür. Sonraki dönemlerde sanat farklı amaçlarla gerçekleştirilmiştir. Antik Yunan'da hükümdarı ölümsüzleştirmek için, orta çağda ise dini amaçlarla, üretilen sanat yapıtının seçkin bir eser haline gelmesi ise çok sonraki dönemlerde gerçekleşmiştir.

Sanat, tarih boyunca toplumun ve ekonominin dönüşümlerinin bir taşıyıcısı olmuştur. Örneğin; Dada akımı I. Dünya Savaşı'nın acımasızlığına tepki olarak doğmuş, Ekspresyonizm akımı ise 19. yüzyılın gerçekçiliğine karşıt olarak doğallığın dışında bir öznelliği savunmuştur (Erdoğan, 2015, 78). Kitle iletişim araçları da, sanat akımlarını geliştiren ve var edebilen bir rol oynamıştır. Gazete ve dergilerin yayımlanmaya başladığı 17. yüzyıldan itibaren sanat ve sanatçı, var olabilmek için basına, sanat basını ise varlığını sürdürebilmek için sanatçıların desteğine ihtiyaç duymuştur. 19. yüzyılda sanat basını, çok çeşitli bir kitle için sanatı ulaştıran ve biçimlendiren bir araç haline gelmiştir. Özellikle, I. ve II. Dünya Savaşı dönemlerinde, sanatçılar basının ve böylece propagandanın değerinin farkında olmuşlar, basın ile iyi ilişkiler kurmayı önemsemişler ve aynı akımı benimseyen sanatçılar bir araya gelerek kendi dergilerini çıkarmışlardır. Teknoloji ve böylece ortaya çıkan yeni iletişim olanakları yalnızca sanatı kitlelere ulaştırmamış, sanatçıları da bir araya getirmiştir. Örneğin, Cahiers d'art ve Minotaure gibi sürrealist dergilerle sanatçılar politik görüşlerini aktarmışlardır. 1960'lı yıllardan itibaren ise dergiler, sanat akımlarını galerilerden bile daha görünür kılmıştır. Pop-sanat, dergilerde galerilerden ve müzelerden çok daha fazla kendisine yer bulmuştur (Kayihan, 2020). Dolayısıyla denilebilir ki; tarih boyunca basın, sanatın hem tanıtıcısı ve aktarıcısı, hem de galerisi olarak rol oynamıştır. Basılı gazete ve dergilerin yerlerini dijitalleşerek dijital platformlara bırakmasıyla birlikte, sanat yapıtında da dönüşümler gerçekleşmeye başlamıştır. 1950'li yıllardan itibaren, gittikçe dijitalleşen dünyada sanat yapıtı da farklı anlamlar kazanmaya başlamıştır. Yaygın bir şekilde çağdaş sanat [1] olarak adlandırılan bu dönemin akımları arasında; Andy Warhol ve Roy Lichenstein'in öncülük ettiği pop-sanat, Ralph Going, Robert Cottingham ve John Salt'un eserler verdiği foto-gerçeklik, Marcel Duchamp, John Baldessari ve Piero Manzoni gibi sanatçıların katkı sağladığı kavramsal sanat, Frank Stella ve Jo Baer gibi sanatçıların öncülük ettiği minimalizm sayılabilir.

Nietzsche, hayatı ve sanatı Yunan trajedilerinden ilham alarak Apollonik ve Dionysostik olarak ayırmıştır. Apollonik düzen; sınırı, düzenliliği ve sabit güzelliği temsil ederken, dionysostik düzen, belirsizliği ve ilk etapta görülemeyen bir karmaşayı temsil etmektedir (Barret, 2019, 249). Çağdaş sanatçılar da, Nietzsche'nin dionysostik düzen olarak tanımladığı biçimde, aslında güzel bulunmayanın güzel yanını ortaya çıkararak sanat yapıtına dönüştürmektedir. Lakin buradan hareketle, biçimciliği ya da gerçekçiliği benimsemeyi tercih etmeyen çağdaş sanatçıların yapıtlarının sanat eseri olmadığını söylemek mümkün değildir. Gombrich'e göre (2019, 602), sanat farklı zamanlarda farklı şeyleri ifade etmiştir.

Çağdaş sanatçılar da dönemlerinin anlayışını ve eserlerini yansıtmaktadırlar. Bu nedenle de zaten 2000'li yıllarda Jan an Eyck ya da Leonardo da Vinci gibi resim yapan birinin çalışmaları resim olarak değerlendirilmeyecektir. O halde, çağdaş sanatçıların eserlerinin dönemlerinin bir yansıması olduğunu söylemek mümkündür. Çağdaş resimler; içinde üretildikleri dönemi yansıtan bir biçimde, gerçektense hayali destekleyen, önceki sabit kalıplara karşı hızı benimseyen, kalıcılığın aksine sürekliliği benimseyen bir anlayışa sahiptirler. Ayrıca, çağdaş resimlerin içerikleri, modern resimlere kıyasla anlamsızlaşmıştır. Artık resimlerde, Manet'nin *Olympia* eserindeki gibi cesurca bakan bir hayat kadınının gerçekliği ya da resimlere konu olan kişilerin yüzlerinde endişe, korku ya da mutluluk mevcut değildir (Ayaz, 2016, 123-124). 1950'li yıllardan itibaren gelişen pop sanat, sanat eserini de hiç olmadığı kadar kapitalist piyasanın bir aracı haline dönüştürmüştür. Ancak yalnızca pop-sanatın değil, diğer çağdaş sanat türlerinin de kapitalist piyasaya hizmet ettiğini söylemek mümkündür. Sanat yapıtının kapitalizmi güçlendiren yapısının önemli bir boyutunu ise teknoloji ve teknoloji ile birlikte dönüşen kitle iletişim araçları oluşturmaktadır; çünkü sanat yapıtı insanlık tarihi boyunca dönüşüm geçirirken, bu dönüşüme hem ekonomi-politik dönüşümler hem de kitle iletişim araçları eşlik etmiştir.

Bu çalışmada ise dijitalleşmenin; sanat yapıtı ve sanatçıyı nasıl konumlandığı, gerçekleştirilen ampirik analiz ile hem olumlu hem de olumsuz yönleri açısından ele alınmıştır. Bu doğrultuda, dijital mecrada sanat eserinin nasıl sunulduğuna ve sanatçıların dijital mecrada kullanımlarına betimsel olarak odaklanılmıştır; çünkü mevcut durumun tespiti hedeflenmiştir. Sanatçılar, matbaanın gelişiminden bu yana basını etkili bir şekilde kullanabilmeyi önemsemişlerdir. Dijital çağda ise, dijital medya ve sosyal ağlar etkili birer medya aracı olarak rol oynamaktadır. Bu dönemde, sanatçıların sosyal ağ olan Instagram'ı ne şekilde kullandığı ve bu kullanımların sanat eserinin içeriğini ya da sunumunu değiştirip değiştirmediği üzerine odaklanılmıştır. Instagram, görsel içerik paylaşımına diğer sosyal ağlara kıyasla daha fazla olanak sağladığı için seçilmiştir. Belirlenen örneklem üzerinden, çağdaş sanatçıların Instagram sayfalarındaki paylaşımları nitel ve nicel içerik analizi ile incelenmiştir. Çalışmanın amacı; Instagram'ın geçmişte galerilerin oynadığı sanat eserini sergileme, gazete ve dergi gibi basılı araçların oynadığı sanat eserini tanıtmaya misyonlarını üstlenip üstlenmediğini tartışmaktır.

### **1. Teknoloji ve Medya ile Dönüşen Sanat Yapıtı**

1900'lü yıllardan itibaren teknoloji toplumsal hayatın merkezine yerleşmiştir. McLuhan (1962), Castells (1996), Drucker (1969), Virilio (1995) gibi düşünürler de, teknoloji üzerine önemli görüşler ortaya atmışlardır. Tüm dünyayı dönüştüren teknolojik dönüşümler, sanat eserini de değiştirmiştir. Müzelere, galerilere ihtiyaç duymayan çağdaş sanat, her an her yerde mevcut olabilir hale gelmiştir. Dijital medya, özellikle de sosyal ağlar da sanat ve sanatçı için yeni bir var oluş mekânı oluşturmuştur. Yalnızca, sanat eserlerinin sunumu dijital platforma taşınmamış, sanat eserleri tamamen dijital alanda oluşur hale de gelmiştir. Sanatçılar eserlerini dijital olarak üretmeye, algoritmalar ise sanatçı olmaya başlamıştır.

Literatürde, dijitalleşmenin sanatı anlamak ve yorumlamak açısından fırsatlar sunduğunu gösteren çalışmalar çeşitlidir. Bu çalışmalarda algoritmaların sanat eserleri üzerine araştırmalara olanak sağladığı belirtilmektedir. Örneğin; Bender

(2015), 13. ve 20. yüzyıllardan 1840 sanat eserini analiz ederek sanatçıların Afrodit veya Venüs figürünü ortalama olarak 2.8 kez kullandıklarını ortaya koymuştur. Algoritmalar ile Lev Manovich (2015), 6000 empresyonistin resimlerinde içerik ve renklendirme açısından görsel benzerlikleri, de la Rosa and Suárez (2015) ise güzellik algısının zaman içerisinde değişip değişmediğini incelemiştir. Dijitalleşme yalnızca sanatı anlamak için bir olanak olarak değerlendirilmemektedir. Chang ve diğerleri (2014), ziyaretçinin bir sanat sergisindeki deneyimini dijital medya kullanıp kullanmamasını karşılaştırarak dijital teknolojinin etkisini incelemiştir. Taipei Üniversitesi'nden 135 üniversite öğrencisiyle yapılan çalışmada, mobil artırılmış gerçeklik (AR) kılavuzu ile sergide gezinenlerin daha fazla özgürlük alanı olduğu ve resimler ile daha büyük bir etkileşim içinde oldukları sonucuna varılmıştır. Bu çalışma, dijital teknoloji kullanımının sanatla daha fazla katılıma ve etkileşime izin verdiğini göstermektedir. Bu ve benzeri çalışmalarda teknolojinin, insanların sanat ile etkileşimini artırdığı vurgulanmaktadır. Bunun da ötesinde teknoloji, sanatın sunumunda ve izleyicisinde de bir dönüşüm yaratmıştır. “Bugün gördüğümüz, insanlarla müzenin olanaklı kıldığından daha doğrudan bir teması amaçlayan bir sanat...” sözüyle Arthur C. Danto (1997/2014, 224-225), çağdaş sanatın 1400'lerden itibaren üretilen sanattan farkının, müze biçiminde kurulmuş alanlara ihtiyaç duymaması olduğunu ifade eder. Ayrıca Danto, çağdaş sanatın birincil hirsının estetik değerler olmadığını ve sanatın hem üretiminde hem kurumlarında hem de izleyicisinde bir dönüşüm olduğunu vurgulamaktadır.

Teknolojinin sanat eserindeki dönüşümünü olumlu olarak nitelendiren bu çalışmaların yanı sıra, teknolojinin pek çok diğer alanda olduğu gibi sanat üzerinde de olumsuz etkileri olduğunu söyleyen düşünürler mevcuttur. Johanna Drucker (2013, 5), sanat tarihinin “temel yaklaşımlarının, inanç ilkelerinin veya yöntemlerinin dijital çalışma tarafından değiştirilmediğini”, başka bir ifade ile dijital sanatın yeni bir şey sunmadığını söyler. Frankfurt Okulu düşünürleri ve Fredric Jameson ise, sanat eserinin dijitalleşme ile birlikte gittikçe daha fazla metalaştığını vurgularlar. Frankfurt Okulu kuramcıları; Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Leo Löwenthal ve Herbert Marcuse popüler müzik, popüler edebiyat ve sanat, dergiler ve radyoyu analiz etmişler ve eleştirel sosyal teori içinde kitle aracılı kültür ve iletişimi eleştirmişlerdir (Kellner, 2003, 29). Herbert Marcuse'a göre (1975, 27), kültürel ürünler, bir yaşam tarzı sağlayarak ve bir dünya görüşüne hizmet ederek tek boyutlu düşünceler ve davranışlar yaratmaktadır. Adorno ve Horkheimer'a göre ise (1997, 154-158), kültür endüstrisinde, bireyler ürünün standardizasyonu nedeniyle yanılısamaya maruz kalmakta ve tüketici zevk endüstrisinin ideolojisi haline gelmektedir. Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kuramının bir diğer önemli noktasıysa endüstrilerin kitlesel rolüdür. Jameson ise, sanatın ve edebiyatın; kasten veya kasıtsız bir şekilde sınıf tahakkümünü meşru kıldığını ve bir tür aldatmaca yarattığını söyler. Jameson'ın bu görüşü, Althusserci yapısal Marksist görüşe dayanmaktadır: Hukuk, politika, din, sanat ve geriye kalan her şey sosyal yapının bir parçasıdır (McKoski, 335). Bu dönemin sanat anlayışını önceki dönemlerden ayıran temel farklılıklardan biri ise, teknolojinin sanatın hem içeriğine hem de sunumuna eklenmesidir.

Walter Benjamin'in 1935 yılında yayımladığı 'Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Yapıtı' (1935/1993) çalışması, teknolojik gelişimin sanat eserleri üzerinde meydana getirdiği dönüşüme işaret eden öncülerdendir. Sanat yapıtının mekanik olarak çoğaltılır hale gelmesiyle birlikte anlam ve sanatın kendisi ortadan

kaybolmuştur. Yalnızca Benjamin değil, Frankfurt Okulu'nun diğer temsilcileri de teknolojinin sanat eseri üzerindeki rolünü çalışmalarında tartışmışlardır. Marcuse, çağdaş çağdaki teknolojinin "sosyal ilişkileri örgütlenme ve değiştirme tarzının" tamamını oluşturduğunu savunmuştur. Teknoloji, kontrol ve tahakküm için bir araçtır ve bireyleri baskın düşünce ve davranış kalıplarına uymaları için alışkanlık haline getiren kitle kültürünü üretmektedir (Kellner, 2002, 32). Sanatın kitle kültürünün bir nesnesi olduğu düşünülse de, genel olarak dijital medyanın, özel olarak ise Instagram'ın sanatı ve sanatçıyı nasıl dönüştürdüğü ile ilgili çalışmalar literatürde sınırlıdır. Bu nedenle çalışma kapsamında bu konuya odaklanılmıştır.

## **2.Araştırmanın Tasarımı**

Çalışma kapsamında beş sanatçının Instagram profilleri incelenmiştir. Jean Michel Basquiat, Cindy Sherman, Anish Kapoor, Yoshitomo Nara ve Taner Ceylan profilleri incelenen sanatçılardır. Instagram'da fazlaca takipçisi olan bu sanatçıların hepsi, önceki sanat kalıplarına meydan okuyan, buna karşın fazla sayıda takipçisi olan popüler çağdaş sanatçılardır. Bu nedenle çalışma kapsamına dâhil edilmişlerdir. Çalışmada, bu sanatçıların eserlerinin üretim aşamasına değil, Instagram'daki temsiline, dolayısıyla da dolaşımına odaklanılmıştır.

### **2.1.Amaç**

Çalışmanın amacı; Instagram'ın geçmişte galerilerin oynadığı sanat eserini sergileme misyonunu, ayrıca gazete ve dergi gibi basılı araçların oynadığı sanat eserini tanıtmaya, hatta kimi zaman dönüştürme rolünü üstlenip üstlenmediğini, örneklem olarak seçilen sanatçı profillerindeki paylaşımlar üzerinden tartışmaktır. Bu çerçevede, sanatçıların Instagram paylaşımlarının içerikleri incelenmiştir.

Çalışmaya dâhil edilen beş sanatçı arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar mevcuttur. Hepsi çağdaş sanatçılardır; birbirlerinden etkilenimleri mevcuttur ve aykırı yönleri vardır. Öte yandan aykırılıkları farklı biçimlerde. Basquiat, grafitiyi sanata dönüştürerek sanatın estetik kurallarına meydan okumuştur. Sherman sanat yapıtlarındaki güzel kadın imgesine, Kapoor nesnenin durağanlığına, Nara yüksek sanat/düşük sanat ayrımına, Ceylan ise mevcut toplumsal cinsiyet rollerine karşı çıkmaktadır. Sanatçıların meydan okuyuşlarındaki farklılık, hepsinin özgün ve özgür sanatçıları olduğu düşünüldüğünde kaçınılmazdır. Ayrıca bu sanatçıların hepsi çağdaş sanatçıları olmakla birlikte, farklı alanlarda üretimler yapmaktadırlar. Basquiat, grafiti sanatçısı ve yeni dışavurumcu bir ressamdır. Sherman, fotoğraf sanatçısı ve film yönetmenidir. Kapoor, kavramsal sanat ile ilgilenmektedir ve heykel sanatçısıdır. Nara, superflat ve pop-sanat ile ilgilenmektedir. Ceylan ise foto realist ressamdır. Bu açıdan, sanatçıları arasındaki benzerliklerin ve farklılıkların Instagram kullanımlarına yansıyor yansımadığını değerlendirmek de amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, farklı uluslardan ve farklı kültürel kimliklere sahip olan bu sanatçıları, bu farklılıklarının değişik kullanımlara neden olup olmadığı araştırılmıştır. Örneğin, paylaşımlarda yerel unsurların olup olmadığı incelenmiştir.

### **2.2.Önem**

Matbaanın gelişiminden bu yana sanatçıları, basın eserlerini tanıtmak için kullanmışlardır. Öte yandan, sanat ve sanat eseri fikirlerin, ideolojilerin aktarıcısı olmuştur. Basın da sanatı aktararak, fikirleri de aktaran bir rol oynamıştır. Dijital çağda ise, dijital medya ve sosyal ağlar etkili birer medya aracı olarak rol oynamaya başlamıştır. Bu dönemde, sanatçıları sosyal mecraları ne şekilde kullandıkları

hakkında çalışmalar literatürde eksiktir. Bu nedenle sanatçıların sosyal ağları, özellikle de diğer ağlara kıyasla görsel içerik paylaşımına daha fazla odaklanan Instagram'ı ne şekilde kullandıklarını ve bu kullanımların sanat eserinin içeriğini ya da sunumunu değiştirip değiştirmediğini incelemek önemlidir.

Jean-Michel Basquiat, hayatta olmamasına karşın çalışmaya dâhil edilmiştir; çünkü basılı medyadan dijital medyaya geçişte, yeni kitle iletişim araçlarını kullanarak sanat eserini ve kendisini adeta bir rock yıldızı gibi sunabilme becerisi göstermesi açısından öncüdür. Ayrıca, hayatta olmayan bir sanatçının Instagram'daki mevcudiyeti ele alınmaya değer görülmüştür. Ancak, Basquiat'ın profilinin kendisi tarafından kullanılmadığı aşikârdır. Diğer dört sanatçı ise, çalışmanın gerçekleştirildiği tarihte hayatta olan, çalışmalarına devam etmekte olan sanatçılardır. Paylaştıkları seyahat fotoğrafları, aile birliktelikleri gibi kişisel içerikler de düşünülerek, bu sanatçıların profillerini kendilerinin kullandıkları düşünülebilir. Ancak bunu kesin olarak bilmek imkânsızdır.

### **2.3.Yöntem**

Beş çağdaş sanatçının Instagram profillerinin incelendiği çalışmada, içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, hem sistematik kodlamaya hem de nitel yorumlamaya olanak sağlamaktadır. Bu nedenle tercih edilmiştir. İlk olarak, çalışma kapsamında profilleri incelenmek üzere seçilen sanatçıların Instagram paylaşımları, oluşturulan kodlama cetveline göre sistematik olarak analiz edilmiştir. Beş sanatçının toplamda 3107 paylaşımı bu analiz kapsamında incelenmiştir (bkz. Tablo 1). Bu sayı, beş sanatçının Instagram kullanmaya başladıkları tarihten analizin gerçekleştirildiği 14 Ağustos 2020 tarihine kadarki tüm paylaşımlarını içermektedir. Sanatçıların; eserleri ile ilgili paylaşımları, eserlerinin ya da eserlerinin yer aldığı galerilerin vb. tanıtımını yapıp yapmadıkları, farklı ürün ya da mekânların tanıtımı hakkındaki paylaşımları, farklı sanatçıların eserleri ya da sergileri hakkındaki paylaşımları ve kişisel paylaşımları incelenmiştir. Nitel yorumlama kısmında ise, sanatçıların Instagram kullanımlarının betimsel olarak analizi hedeflenmiştir. Nicel olarak ne tarz paylaşımları daha çok yaptıklarının yanı sıra, örneğin kimi zaman tek bir kez yaptıkları bir politik paylaşımın bile anlamlı olabileceğinden yola çıkarak bu analize gerek duyulmuştur. Bu çerçevede, sanatçıların hepsinin özgün kullanımları ele alınmıştır.

### **2.4.Örneklem**

Çalışma kapsamında, Jean Michel Basquiat, Cindy Sherman, Anish Kapoor, Yoshitomo Nara ve Taner Ceylan'ın Instagram profilleri incelenmiştir. Çalışmaya dâhil edilen bu beş sanatçı hem benzerlikleri hem de farklılıkları nedeniyle incelenmeye değer görülmüştür. Hepsi çağdaş sanatçılar ve Instagram'da fazlaca takipçisi olan dönemin sanatçılarıdır. Çağdaş sanatçıların dijital alanı kullanımlarını ortaya koymak amaçlandığı için, bu sanatçılar örneklem olarak belirlenmiştir.

**Tablo 1:** Çalışma Kapsamında Instagram Profilleri İncelenen Sanatçılar (Sunulan veriler, hesapların açılış tarihinden analizin gerçekleştirildiği 14.08.2020'ye kadar geçen zamanı kapsamaktadır)

Sanatçı	Hakkında	Instagram Profili	Takipçi	Gönderi	Takip
<b>Jean Michel Basquiat (1960 -1988)</b>	Grafiti sanatçısı ve yeni dışavurumcu ressam (ABD)	basquiat_archi ve	190000	540	0
<b>Cindy Sherman (1954- )</b>	Fotoğraf sanatçısı ve film yönetmeni (ABD)	cindysherman	318000	842	308
<b>Anish Kapoor (1954- )</b>	Kavramsal sanat / heykeltıraş (Hindistan)	dirty_corner	112000	277	0
<b>Yoshitomo Nara (1959 -)</b>	Superflat / pop-sanat (Japonya)	michinara3	209000	727	19
<b>Taner Ceylan (1967 -)</b>	Foto realist ressam (Türkiye)	tanerceylanstudio	44500	721	1.769
<b>Toplam takipçi, gönderi ve takip</b>			<b>873500</b>	<b>3107</b>	<b>2096</b>

Anti-sanat dünyasının bir parçası olan, grafiti sanatçısı ve yeni dışavurumcu ressam Jean Michel Basquiat'ın Instagram profili, Basquiat hayatta olmamasına rağmen bu çalışmaya dâhil edilmiştir; çünkü onun bir sokak sanatçısından galericilerin peşinde koştuğu bir sanatçı haline gelmesinin merkezinde medya vardır. Medya aracılığıyla Basquiat'ın grafitilerine attığı 'SAMO' imzasının [2] (Faflick, 1978) onlarca kişi tarafından taklit edilir hale gelmesi çok kısa zaman içerisinde olmuştur. 1980'lerde, sanat eserinin, sanat eseri ve sanat eserinin para-değeri olarak ayrımının değersiz hale gelmesiyle Basquiat'ın eserleri de kendisi de bir pazar malzemesi haline gelmiştir. Basquiat'ı iki yıl boyunca temsil eden Boone, Basquiat'ın dergi kapaklarında, başlıklarında yer almasına olanak sağlamıştır. Basquiat, 1980'lerde SoHo'nun duvarlarında grafitiler çizmekten, çalışmaları Mary Boone, Larry Gagosian ve Bruno Bischofberger gibi galericiler tarafından satılan bir sanatçıya dönüşmüştür. (Emmerling, 2003, 7-9). Bu açıdan, bu çalışma kapsamında incelemeye değer bir sanatçıdır. Ayrıca, hayatta olmamasına rağmen Jean-Michel Basquiat Archive adındaki Instagram profilinde 190 bin, Jean-Michel Basquiat profilinde 153 bin, jean.michel.basquiat profilinde ise 19,8 bin takipçisi vardır.

Çalışma kapsamında, Instagram paylaşımları incelenen bir diğer sanatçı, ABD'li fotoğraf sanatçısı ve film yönetmeni Cindy Sherman'dır. Jean-Michel Basquiat ve Cindy Sherman'ın benzerliklerinden bahsetmek mümkündür. Jean-Michel Basquiat, her ne kadar tüketim kültürünün tam merkezinde olan bir sanatçı olarak var olmuş olsa da, anti-sanat anlayışı ile başkaldıran bir tutum da benimsemiştir. Benzer şekilde, Cindy Sherman yaşadığı döneme başkaldıran içerikler üretmektedir.

'İsimsiz Film Kareleri' adlı fotoğraf çalışmasında, toplumun kadınlarla ilgili belirlediği standart rolleri eleştiren Sherman, Hollywood filmlerinde kurgulanan kadın rollerini yeniden ele aldığı bir fotoğraf serisi ortaya çıkarmıştır. Sherman'ın bu serisi, hem farklı kadın temsillerini yansıtmaktadır hem de kadınların kimliklerinin tekilliğinin dışına çıkmaktadır. Böylece, kadınların birden çok kimliği olabileceği fikri desteklenmektedir (Boyacı, 2018, 27-28). Sherman, pazar ekonomisinin istediği erotik kadın imajını, deformasyona uğratarak yok etmektedir. Tarih boyunca, sanatçı kadınlar kendi temsillerini yaratırken, mevcut kabullere



karşı yine kadın bedenini sanatın bir nesnesi haline getirmişlerdir. Bu şekilde kadın bedeni aynı zamanda başkaldırı aracına dönüşmüştür (Alp, 2014, 359-361). Sherman da, tarih boyunca diğer kadın sanatçıların yaptığı gibi yine kadın imgesini kullanarak, mevcut kadın kabullerine meydan okuyan bir tavır sergilemektedir. Kadın, güzel olmak ya da bir arzu nesnesi olmak zorunda değildir. Çalışmalarında kullandığı kadın nesnesi ise kendisidir.

Mevcut kadın imgesine başkaldıran Sherman'ın eserlerinin ise popüler kültürle kopuk olduğu söylenemez. Sherman ilk çalışmalarında filmlerdeki kadın tiplerinden yola çıkarken, sonraki dönemlerde filmler Sherman'ın tiplerinden yola çıkmaya başlamıştır. Sherman'ın 1988 yılındaki Untitled 184 çalışması, çeşitli teknoloji araçları üzerinde yatan bir oyuncak bebeği yansıtmaktadır. 1988 tarihli Child's Play filminde de benzer bir tasvir mevcuttur. Chucky adlı oyuncak bebek katil bir ruh tarafından ele geçirilmiştir. Bu katil ruh, tüketim odaklı hayattan intikam almaya çalışırken bir kâbus yaratmıştır (Direk, 2000, 138). Teknolojinin aldığı öç, yine teknoloji aracılığıyla film ile gerçekleşmektedir. Hem filmde, hem de filmin ilham aldığı Sherman'ın eserinde teknolojinin karanlık gücü yansıtılmaktadır. Öte yandan, oyuncak bir bebeği bile kuşatan teknolojiden Sherman'ın da uzak durabilmesi mümkün olmamıştır. Çok sayıda takipçisi olan Sherman, Instagram ve benzeri dijital medya araçları olan sosyal ağları kullanmaktadır.

Instagram paylaşımları incelenen bir diğer sanatçı, kavramsal sanatçı ve heykeltıraş Anish Kapoor'dur. 1954 yılında Mumbai'de dünyaya gelen Anish Kapoor (2017, 1-2), çalışmalarını Londra'da sürdürmektedir. Çalışmaları, Museum of Modern Art, Hara Museum of Contemporary Art, Hirshhorn Museum and Sculpture Garden, Moderna Museet, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia, San Francisco Museum of Modern Art, Stedelijk Museum, Tate Modern, Tate Britain, Tel Aviv Museum of Art, Minneapolis gibi koleksiyonlarda yer almaktadır. Kapoor'un eserlerinde, form zemine, duvarlara ve tavana minimum göz atma teması kurarak belirgin bir ağırlıksızlık elde etmektedir. Amaçlanan vurgu, zemine yoğun bir şekilde yerleştirilmiş büyük bir kitle izlenimi vermek yerine, işin hacmi üzerinde, mekânı bölerek şekillendirmektir (Hornzee-Jones, 2008, 92). Kapoor'un eserlerinin başkaldıran yanı sıra ise yalnızca form ile ilgili değildir, form arzusunun somutlandırılmış biçimidir. Bu biçime sahip; ama bunun da ötesinde madde ve imge arasında bir sınırda yaşayan Kapoor'un eserleri, yoğun bir duygusallık yoluyla dışsal bir mükemmellik için çabalıyor gibi görünmekte (Newman, 1982, 15) ve taş heykellerin maddi gerçekliklerinin ve tarihsel bağlarının ötesinde taahhüt edilmeyen bir boyuta sahiptir. Taşların içindeki boşluklar "dili olmayan boşluklar" olarak tanımlanmaktadır. Kapoor'un arzulu arketip biçimleri izleyiciye aynı anda tanıdık da gelmektedir. Bu şekilde Kapoor'un çalışması dişil ve kutsal olanla dolu bir geçmişle bağlantılıdır. Kapoor'un sık sık eserleriyle ilgili olarak tekrarladığı ifade, "Mesajım yok. Söyleyecek hiçbir şeyim yok ve söyleyecek hiçbir şeyimin olmamasının önemli olduğunu düşünüyorum." Kapoor bu ifadesiyle kendini anlatıcı olarak ortadan kaldırarak izleyiciyi kendi anlatıcısı konumuna yerleştirmektedir. Kapoor'un anlatıya dirençli olmasının nedenlerinden biri anlam tahsisine bağlı olan kesinlik veya tikellikten hoşlanmamasıdır (Marshall, 2004, 8-9). Dolayısıyla denilebilir ki; Kapoor hem formu, hem içeriği, hem de anlamı dönüştürmektedir, bu nedenlerle de çalışma kapsamında Instagram'daki var oluşu incelenmeye değerdir.

Hem resimlerinde hem de heykellerinde yüksek sanat/düşük sanat, masum/uğursuz, güvenli/tehlikeli gibi çelişkili metaforlar ile oynayan, super-flat ve pop-sanat alanlarında çalışmalar yapan ressam Yoshitomo Nara'nın da paylaşımları incelenmiştir. Nara eserlerinde, hem Batı'da hem de anavatanı Japonya'da tanınan semboller ve kelimeler kullanılmaktadır (Joynes, 1999, 1-2). Yoshitomo Nara ile Murakami Takashi arasında benzerlikler olsa da, iki sanatçı arasındaki en belirgin fark; Murakami'nin Japon estetiğini temsil etmesi, Nara'nın ise Japon resimlerinden ilham almadığını söylemesidir. Nara, çalışmalarının anime, manga ya da nihonga'dan etkilendiği kadar, bir ulus ya da kültür ile ilişkilendirilemeyecek evrensel bir çocukluk tasvir ettiğini vurgulamaktadır (Steinberg, 2004, 461). Nara'nın çalışmaları Japon çizgi romanlarından (manga) etkilenmiştir, ancak savunmasız figürlerini Batı'dan etkilenen bir korku filmi unsuruyla alt üst ettiği için benzersizdir. Resmettiği çocuklar izleyiciye kara boş, hançer bıçağı gözleri ile bir bıçağı tutarak bakmaktadır. Nara'nın masum çocuklar aracılığıyla Batı korkusundan yararlanması, Japonya'nın kontrollü katı dil ve sosyal yapı toplumunda çarpıcıdır (Joynes, 1999, 1-2). Joynes'e göre (1999, 1), eserlerden bazıları dergi sayfalarını süsleyen Nara'nın resmettiği "masum bebekler" şeytani mülkiyeti sınırlandıran içsel bir isyanı ifade etmektedir. Bu açıdan Nara'nın çalışmalarının başkaldırıcı olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye'de dünyaya gelen foto realist ressam Taner Ceylan eserleri ile çalışma kapsamında Instagram profilleri incelenen diğer sanatçılar gibi, önceki sanat kalıplarına karşı çıkmaktadır. Ancak, onun sanat kalıplarını yıkışı, tekniğe ya da biçime dair değil, daha çok içeriğe ilişkindir. Ceylan, eserlerinde mevcut toplumsal cinsiyet rollerine karşı çıkmaktadır.

Türkiye coğrafyasında eserler üreten Kutluğ Ataman, Murat Morova gibi isimlere benzer bir biçimde Ceylan, eserleri ile toplumsal eril inşa meydana getirmektedir. Ancak, bu meydan okuması galeriler tarafından eserlerinin reddedilmesine bile neden olmuştur (Demiral, 2018, 46-50). Ayrıca Ceylan'ın eserlerinde Sherman gibi, kendisini resmettiği görülmektedir. Ceylan'ın eserlerinde toplumsal cinsiyet kalıplarının dışındaki imgelerin yanı sıra, politik görüşlerinin ya da örneğin Atatürk'e olan ilgisinin görünür olduğu düşünülebilir; çünkü örneğin önemli eserlerinden biri 1881 adını taşımaktadır. Öte yandan, Ceylan'ın Sotheby's'de 121.250 pounda satılan bu resmi Atatürk'ün doğum tarihine gönderme yapıyor olsa da, kendisi bu serinin Batı oryantalizmine tepki olarak doğduğunu söylemiştir (Pınarbaşı, 2015, 158). Çünkü bu eserlerde Batı'da çizilen Osmanlı imgesinden tamamen farklı bir imge resmedilmiştir. Eserlerinin anlamlarına yönelik bir fikir birliği olmasa da, Ceylan'ın kalıpları yıkan çalışmalarının dünyaca ünlü galeri ve sergilerde yer aldığı aşikârdır.

### **3.Araştırmanın Bulguları**

Jean Michel Basquiat, Cindy Sherman, Anish Kapoor, Yoshitomo Nara ve Taner Ceylan'ın Instagram profilleri incelenmiştir. Çok sayıda takipçisi olan bu sanatçıların hepsinin Instagram sayfalarında kendi eserlerini paylaştıkları görülmüştür (41%) (bkz. Tablo 2). Jean Michel Basquiat'ın paylaşımlarının 82%'si, Cindy Sherman paylaşımlarının 16%'sı, Anish Kapoor'un paylaşımlarının 59%'u, Yoshitomo Nara'nın paylaşımlarının 37%'si ve Taner Ceylan'ın paylaşımlarının 35%'i kendi eserleridir. Bu nedenle, toplamda 873500 takipçisi olan bu sanatçıların Instagram aracılığıyla eserlerini insanlara ulaştırabildiklerini söylemek mümkündür. 5 sanat galerisinin günlük ziyaret sayısı; 2011 yılında İstanbul'da 2179, 2015 yılında Los

Angeles’da 2809, 2016 yılında Paris’te 5607, 2017 yılında Tokyo’da 7028, 2018’de Barcelona’da 1662 olmuştur (bkz. World Cities Culture Forum). Instagram’da ise bir günde bu rakamların çok daha üstünde kişi sanat eserini görebilmektedir. Örneğin, Cindy Sherman’ın 10 Mayıs 2019 tarihinde paylaştığı tek bir eseri, 84775 kişi tarafından görüntülenmiştir (Sherman’ın Instagram paylaşımı 6). Dolayısıyla denilebilir ki, Instagram, sanatçıların eserleri için hem bir galeri hem de eserlerinin tanıtımı için bir medya aracı olarak rol oynamaktadır. Bu anlamda, bir sosyal ağ olan Instagram geçmişte hem galerilerin üstlendiği görevi, hem de basının üstlendiği görevi gerçekleştirmektedir.

İnceleme kapsamında, Jean Michel Basquiat’ın, Yoshitomo Nara’nın ve Taner Ceylan’ın profillerinde resim yapmakta oldukları fotoğraflarının da paylaşıldığı anlaşılmıştır. Bu paylaşımlar, kişilerin sanatçı olarak temsillerini güçlendirmektedir. Sanatçıların Instagram kullanımları arasında çeşitli farklılıklar olduğu anlaşılmıştır. Sanatçıların, kendi eserlerinin yer aldığı galeriler, sergiler ya da kitap, dergi ve gazeteler ile ilgili de paylaşımlarda bulunduğu görülmüştür. Taner Ceylan, diğer sanatçılara kıyasla çok daha fazla (18%) bu içerikte paylaşımlar yapıyor olsa da, diğer sanatçıların da kendi eserlerinin yer aldığı galerileri tanıttığı görülmüştür. Sanatçılar, farklı sanatçıların eserleri ya da eserlerinin sergilendiği galeriler ve müzeler hakkında da paylaşımlar yapmaktadır.

Basquiat (4%), Sherman (19%), Nara (0,8%) ve Ceylan’ın (%9) sayfalarında ilham aldıkları ya da etkilendikleri, kimi zaman ise tanıtmak istedikleri sanatçılar hakkında paylaşımlar mevcuttur. Bunların arasında; yalnızca resim, heykel ve fotoğraf gibi alanlarda değil müzik gibi farklı alanlarda üretim yapan sanatçılar ile ilgili paylaşımlar da vardır. Örneğin; Ceylan, John Atkinson, Grimshaw ve Gustave Courbet gibi ressamların yanı sıra, Nino Simon, Mabel Matiz, Patti Smith ve Cem Adrian gibi müzisyenler ile ilgili paylaşımlar da yapmıştır. Ayrıca, sanatçıların paylaşımlarında birbirleriyle ilgili paylaşımlar da görülmüştür. Örneğin, Basquiat’ın sayfasında Nara, Ceylan’ın sayfasında ise Basquiat’ın bir afişi görülmektedir.

**Tablo 2: Sanatçıların Instagram Paylaşımları (Hesapların açılış tarihinden, analizin gerçekleştirildiği 14.08.2020'ye kadar yapılan paylaşımlar ele alınmıştır)**

Tema	Jean Michel Basquiat		Cindy Sherman		Anish Kapoor		Yoshitomo Nara		Taner Ceylan		Toplam	
	Frekans	Oran	Frekans	Oran	Frekans	Oran	Frekans	Oran	Frekans	Oran	Frekans	Oran
Eserleri ile ilgili paylaşım	445 (20'si resim yaparken fotoğrafı)	82% (4,5% i resim yaparken fotoğrafı)	136	16%	163	59%	270 (1'i resim yaparken fotoğrafı)	37% (0,3%' ü resim yaparken fotoğrafı)	250 (58'i resim yaparken fotoğrafı)	35% (23%' ü resim yaparken fotoğrafı)	1264	41%
Kendi eserlerinin, eserlerinin yer aldığı galerilerin, kitapların vb. tanıtımı	4	0,7%	15	2%	4	1%	15	2%	133	18%	171	6%
Farklı ürün ya da mekânların tanıtımı	3	0,5%	4	0,5%	-	-	-	-	1	0,1%	8	0,3%
Farklı sanatçıların eserleri ya da sergileri hakkında paylaşım	19	4%	161	19%	-	-	6	0,8%	67	9%	253	8%
Diğer	9	2%	49	6%	10	4%	65	9%	29	4%	162	5%
Kişisel paylaşımlar	60	11%	477	57%	100	36%	370	51%	241	33%	1248	40%
<b>Toplam paylaşım</b>	540	100% 17%	842	100% 27%	277	100% 9%	727	100% 23%	721	100% 23%	3107	100%

Ayrıca, sanatçıların bir kısmının Instagram sayfalarında çeşitli ürün ya da mekân tanıtımları yaptıkları da anlaşılmıştır. Bu tarz paylaşımlar, kendi eserleri ya da eserlerinin yer aldığı galeriler hakkındaki paylaşımlarına kıyasla oldukça az olsa da, mevcuttur. Kapoor ve Nara'nın sayfalarında ürün tanıtımı ya da mekân tanıtımı gibi içeriklere hiç rastlanmamıştır. Basquiat (0,5%), Sherman (0,5%) ve Ceylan'ın (0,1%) sayfalarında ise çeşitli tanıtımlar yapıldığı anlaşılmıştır. Bu paylaşımların hepsi, sözleşme karşılığı yapılan reklam anlaşmaları olmasa da, bir ürünün ya da mekânın reklamına ve tanınmasına hizmet etmektedir. Örneğin, Ceylan'ın *Magnolia Bakery* ile ilgili paylaşımının ya da Cindy Sherman'ın İtalya'daki bir *Kill Bill* restoranı ile ilgili paylaşımının reklam anlaşmaları nedeniyle yapılmamış olması mümkündür. Buna karşın yine de, on binlerce takipçisi olan sanatçıların tercih ettiği mekânların, takipçileri tarafından merak edilip ziyaret edilmek istenebileceği aşikârdır. Öte yandan, Basquiat'ın sayfasındaki ürün tanıtımları ise reklam anlaşmalarını andırmaktadır. Bu da, Basquiat'ın hem yaşarken hem de ölümü sonrasında kitle kültürünün bir aktörüne dönüşmüş olmasındandır. Örneğin, 14 Ocak 2020 tarihli bir paylaşımda *Daem* markalı bir saatin kadranının içerisinde Basquiat'ın bir çalışması yer almaktadır ve *Daem* saatlerinin Basquiat koleksiyonu olduğundan bahsedilmektedir (Basquiat'ın Instagram Paylaşımı 1). Böylece Basquiat'ın eserleri de, tüketim kültürünün bir nesnesi haline gelmektedir. 19 Şubat 2020 tarihindeki paylaşımda ise Basquiat bir *Adidas* markalı sweatshirt giymektedir (Basquiat'ın Instagram Paylaşımı 2). Bu paylaşım ile önceden bir reklam anlaşması varsa ve çoktan bitmiş olsa bile, Basquiat ölümünün ardından hala *Adidas*'ın reklamını yapmaktadır. Başka bir ifade ile denilebilir ki dijital medya adeta, depolanmış imgeler ile hiç bitmeyen reklam anlaşmaları yaratmaktadır ve tüketim kültürünü canlı tutmaktadır.

Çalışma kapsamında, Ceylan'ın sayfasındaki, ölmeden önce son arzusunu gerçekleştirerek Amsterdam'daki Rijks müzesini ziyaret etmekte olan bir kişi ile ilgili paylaşımı gibi sanatçıların eserleri, eserlerinin yer aldığı galeriler, farklı ürün ya da mekânlar, farklı sanatçıların eserleri ya da kişisel paylaşımlar kategorisine girmeyen paylaşımlar ise 'diğer' kategorisinde ele alınmıştır. Buna karşın Basquiat (2%), Sherman (6%), Nara (9%), Kapoor (4%) ve Ceylan'ın (4%), sanat eseri, sergi ya da kişisel fotoğraflarını yansıtmayan bu paylaşımlara da, sanatçı kişiliklerinin yansıdığı söylenebilir. Örneğin, Ceylan'ın Rijks müzesini ziyaret eden kişiyle ilgili paylaşımı da sanatçı kimliğini yansıtmaktadır.

Çalışma kapsamında, sanatçıların büyük oranda (40%) kişisel paylaşımlar da yaptıkları görülmüştür. Bu nedenle ne gibi kişisel paylaşımlar yaptıkları incelenmiştir. Kişisel paylaşımlarının temaları sanatçıdan sanatçıya farklılık gösterse de, hepsinin kendi fotoğraf ve videolarını paylaştıkları anlaşılmıştır (bkz. Tablo 3). Basquiat hayatta olmadığı için kişisel paylaşımları diğer sanatçılara kıyasla azdır. Buna karşın, Basquiat'ın sayfasında kişisel paylaşım fazla olmasa da, tamamen de yok değildir. Basquiat, yaşadığı dönemde de kitle kültürünün bir aktörüne dönüştüğü için, sayfasında kişisel fotoğraflarına da yer verilmesi şaşırtıcı değildir. Sayfasında yer alan Madonna ile ve Andy Warhol ile çekilmiş fotoğrafları, onun bu kimliğini pekiştirmektedir.

Sherman'ın (57%), Nara'nın (51%), Kapoor'un (36%) ve Ceylan'ın (33%) ise Instagram sayfalarında kişisel paylaşımlara fazlaca yer verdikleri görülmektedir.

Sanatçıların kişisel paylaşımlarının sıklığı, Instagramı yalnızca bir sanat galerisi ya da sanat eserlerini izleyiciye ulaştırmak için bir medya organı olarak kullanmadıklarını göstermektedir. Takipçileri, sanatçıların ilgi alanlarını, eğlence anlayışlarını, politik görüşlerini, çeşitli konulardaki hassasiyetlerini onları takip ederek öğrenebilmektedir. Örneğin, Nara'nın çocuk sevgisi, Ceylan'ın azınlık hakları konusundaki hassasiyeti, Sherman'ın doğaya düşkünlüğü, paylaşımlarından anlaşılmaktadır. Ayrıca, dört sanatçının da en çok (51%) doğa, seyahat ya da şehir temalı paylaşımlar yaptıkları anlaşılmıştır. Bu sanatçıların, çeşitli hayvan fotoğraf ya da videoları, aileleriyle ya da arkadaşlarıyla çekilmiş fotoğraf ve videolar ya da eğlence içerikli görseller de paylaştıkları ortaya çıkmıştır. Bu temalar ile ilgili olsa da, sanatçıların farklı ilgileri paylaşımlarına yansımıştır. Örneğin, Sherman daha sıklıkla evcil olmayan hayvanların doğadaki fotoğraflarını paylaşırken, Ceylan evcil kedi fotoğrafları paylaşmıştır. Sürekli olarak aynı beyaz kediyi paylaşması, bu kedinin Ceylan'a ait olabileceğini düşündürmektedir. Dolayısıyla denilebilir ki; takipçileri Ceylan'ın özel yaşamı hakkında da bilgi sahibi olabilmektedir ve onu yakından tanıyabilmektedir.

**Tablo 3: Sanatçıların Instagram'daki Kişisel Paylaşımlarının Temaları (Hesapların açılış tarihinden, analizin gerçekleştirildiği 14.08.2020'ye kadar yapılan paylaşımlar ele alınmıştır)**

Kişisel paylaşımlar	Jean Michel Basquiat		Cindy Sherman		Anish Kapoor		Yoshitomo Nara		Taner Ceylan		Toplam	
	Frekans	Oran	Frekans	Oran	Frekans	Oran	Frekans	Oran	Frekans	Oran	Frekans	Oran
Kendi fotoğrafları/ videoları	44	73%	17	3,5%	4	4%	7	2%	36	15%	108	9%
Politik	-	-	2	0,4%	16	16%	-	-	3	0,8%	21	2%
Aile / arkadaşlar ve diğer sanatçılar ile görüşmeler	16 (11'i Warhol ile)	27% (18%'i Warhol ile)	38	8%	27	27%	5	1%	33	14%	119	10%
Yerel	-	-	-	-	-	-	6	2%	1	0,4%	7	0,6%
Sosyal sorumluluk / Mesaj içerikli paylaşımlar	-	-	10	2%	-	-	5	1%	1	0,4%	16	1%
Komik paylaşımlar/ konser / eğlence amaçlı	-	-	72	15%	-	-	12	4%	10	4%	94	8%
Edebi / Kitap tanıtımı	-	-	2	0,4%	1	1%	-	-	-	-	3	0,2%
Doğa / Seyahat / Şehir	-	-	248	52%	52	52%	231	62%	105	44%	636	51%
Hayvanlar	-	-	56	12%	-	-	62	17%	38	16%	156	13%
Yemek / davet	-	-	32	7%	-	-	4	1%	14	6%	50	4%
Çocuklar	-	-	-	-	-	-	38	10%	-	-	38	3%
<b>Toplam</b>	60	100% 5%	477	100% 38%	100	100% 8%	370	100% 30%	241	100% 19%	1248	100%

Sanatçıların politik (2%), yerel (0,6%), sosyal sorumluluk (1%), edebi (0,2%), yemek (4%) ya da çocuk (3%) temalı paylaşımlarda da buldukları görülmüştür. Sherman'ın ABD Başkanı Trump ile ilgili mizahi paylaşımları, Ceylan'ın bir toplumsal hareketle ilgili paylaşımları, Kapoor'un Brexit ile ilgili görüşleri ile ilgili paylaşımları politik yönlerini yansıtırken, Sherman'ın kadın cinayetleri ile ilgili paylaşımı sosyal sorumluluk misyonunu yansıtmaktadır. Literatürde, sanatçıların yalnızca eserleri ile ilgili üretimler içerisinde olmaları ve politik tutumları olmaması gerektiğini düşünenlerin yanı sıra, sanatçıların politik olmalarının kaçınılmaz olduğuna yönelik düşünceler de mevcuttur. Örneğin, Kübist akımın öncülerinden olan ressam Pablo Picasso'ya göre, sanatçı gerektiğinde politik olarak tavrını göstermelidir (Dorleac vd., 2008, 312). Yalnızca Pablo Picasso değil, gerçeküstücü ressam Joan Miro ve 1914 Kuşağı olarak anılan izlenimci ressamlardan olan Hikmet Onat ve Sami Yetik gibi ressamlar da eserlerinde politik tavırlarını yansıtmışlardır. Çağdaş ressamların da eserlerinde politik tutumları görülebilmektedir. Ancak, dijitalleşme ve sosyal ağlar ile sanatçılar, yalnızca eserlerinde değil kendi paylaşımlarıyla da politik görüşlerini yansıtabilmektedirler. Örneğin; bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen incelemede Sherman, Kapoor ve Ceylan'ın, politik tavırlarını yalnızca eserlerinde değil, Instagram aracılığıyla diğer paylaşımları ile de gösterebildikleri anlaşılmıştır. Bu açıdan, Instagram'ın hem bir sanat galerisi, hem de sanatçıların düşüncelerini ve özgünlüklerini yansıtabildikleri mecra olarak hizmet ettiği söylenebilir.

Çalışma kapsamında sanatçıların paylaşımlarına yönelik gerçekleştirilen analiz kapsamında, her sanatçının Instagram profili özgünlükleri çerçevesinde de ele alınmıştır. Kısacası profillerin aynılıkları kadar, ayrılıkları da önemsenmiştir. Her bir sanatçının profili, icra ettiği sanat akımı ve eserleri düşünülerek tartışılmıştır.

Jean-Michel Basquiat adına açılmış Instagram sayfalarında, sanatçının eserlerine ve fotoğraflarına yer verilmektedir. Instagram, Basquiat'ın eserleri için süresiz bir galeri ve onu yaşatan bir ortam olarak işlev görmektedir. Instagram'da Basquiat adeta hala yaşamaktadır. Takipçileri de, eserlere ve fotoğraflara yorumlar ve beğeniler bırakmaktadır. Çalışma kapsamında, çok sayıda profil arasından Jean-Michel Basquiat'ın Archive adlı profili incelemeye dahil edilmiştir; çünkü takipçi sayısı en fazla olan hesap budur. İlk paylaşımın 14 Nisan 2019 tarihinde yapıldığı Jean-Michel Basquiat Archive adındaki profilde belli bir takipçi sayısına ulaşıldığında, ulaşılan takipçi sayısı da paylaşılan görsellere eklenmektedir (bkz. Basquiat'ın Instagram Paylaşımı 2). Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizin tamamlandığı 14 Ağustos 2020 tarihine kadar, profilde toplam 540 paylaşım yapılmıştır (bkz. Tablo 1). Basquiat'ın Instagram profilinde, büyük oranda (82%) eserlerine yer verildiği görülmüştür (bkz. Tablo 2). Eserleri ile ilgili paylaşımlarının bir kısmı (4,5%) ise kendisini resim yaparken gösteren fotoğraflardır. Bu fotoğraflarda, yapmakta olduğu resimler görünürdür. Resimlerini ve resim yapmakta olan halini yansıtan paylaşımlar, Basquiat'ın dijital mecrada da sanatçı olarak varlığını güçlendirmektedir. Ayrıca, kendi eserlerinin yer aldığı kitaplar ile ilgili paylaşımlar da (0,7%) mevcuttur. Profilde farklı sanatçıların eserleri ile ilgili paylaşımlar da (4%) yapıldığı görülmektedir.

Basquiat'ın profilinde çeşitli ürünlerin reklamlarının yapıldığı (0,5%) anlaşılmıştır. Böylece, Instagram aracılığıyla Basquiat'ın bir tüketim nesnesine dönüştüğü görülmektedir. Basquiat'ın Adidas t-shirtü ile poz verdiği bir fotoğrafı (bkz. Basquiat'ın Instagram Paylaşımı 2), 19 Şubat 2020 tarihinde Jean-Michel Basquiat



Archive adlı profilde paylaşılmıştır. Bu fotoğraf çekildiği dönemde, reklam amacıyla çekilmiş olabilir; ancak reklam anlaşması bitmiş olsa bile, Basquiat ölümünün ardından hala Adidas'ın reklamını yapmaktadır. Başka bir ifade ile denilebilir ki dijital medya adeta, görselleri depolayarak hiç bitmeyen reklam anlaşmaları yaratmaktadır. Bu da bitmek bilmeyen tüketim kültürünü canlı tutmaktadır. Jean-Michel Basquiat Archive profilinde 14 Ocak 2020 tarihli bir paylaşımında ise Daem saatlerinin (bkz. Basquiat'ın Instagram Paylaşımı 2), Basquiat koleksiyonu, bu saatlerden birinin görseli ile birlikte tanıtılmaktadır. Saatin kadranının içerisinde Basquiat'ın bir çalışması yer almaktadır. Böylece Basquiat'ın eserleri de, tüketim kültürünün bir nesnesi haline gelmektedir.

Basquiat'ın profilinde sanat eserleri, farklı sanatçıların eserleri ya da tanıtımlar dışında kişisel yönlerini yansıtan paylaşımlar da (11%) mevcuttur. Basquiat'ın Madonna ve Andy Warhol ile olan yakınlığı da profillere yansımıştır. Bir lise gezisinde MoMA'yı (Modern Sanatlar Müzesi) ziyaret eden Basquiat, Warhol'u keşfetmiş ve henüz 17 yaşındayken gelecekte bir star olabileceğini düşünmüştür. Üne olan bu ilgisi onu Warhol'a sürüklemiştir; çünkü Warhol 1970'lerde Hollywood film yıldızı gibi davranılan tek görsel sanatçıdır. Sonraki yıllarda Basquiat, Warhol'un sergisinden etkilendiği, evini kiraya verdiği bir sanatçı arkadaşı haline gelmiştir (Fretz, 2010, 13-118). Instagram sayfalarında da, Warhol ve Basquiat'ın bu yakınlığı görünürdür; sıklıkla ikisinin bir arada çekilmiş fotoğraflarına yer verilmiştir.

Basquiat'ın Instagram profillerinde, eserleri, galerilerindeki sunumları ve fotoğrafları ile renkli hayatı ve başarıları sunulmaktadır. Hayatındaki zorluklar ya da aşırı doz eroin kullanımından ölümü gibi olumsuzluklar ise yansıtılmamaktadır. Bu durum, yaşamlarının yalnızca en mutlu anlarını seçerek Instagram'da sergileyen sıradan insanların ya da ünlülerin Instagram kullanımlarına benzemektedir. Bu kullanım, gerçeği belli bir şekilde çerçeveleyerek sunmakta, bu seçilen çerçevenin dışında olup bitenler ise izleyiciler/kullanıcılar tarafından görülmemektedir. Bu anlamda Basquiat'ın Instagram'da tam anlamıyla yansıtılmadığını söylemek mümkündür. Öte yandan, bir sanatçının yaşam hikâyesiyle değil, eserleriyle var olması ise onu magazinleşmekten korumakta ve bir sanatçı olarak varlığını pekiştirmektedir.

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizin tamamlandığı 14 Ağustos 2020 tarihine kadar Instagram'da 318 bin takipçisi olan Cindy Sherman, 841 gönderi paylaşmıştır (bkz. Tablo 1). Sherman, Instagram'ı eserlerini sergilemek için bir galeri olarak kullanmaktadır. Bu doğrultuda profilinde, eserlerini (16%) paylaşmaktadır (bkz. Tablo 2). Sherman'ın profilinde kendi eserlerinin yer aldığı galeriler ile ilgili paylaşımlar da (2%) mevcuttur. Profilde farklı sanatçıların eserleriyle ilgili paylaşımlar da (19%) yapıldığı görülmektedir. Örneğin, dışavurumcu ressam Henri Matisse'in eserlerini ve sanat koleksiyoncusu Sergei Shchukin'un koleksiyonundan eserleri paylaşmıştır (Bkz. Sherman'ın Instagram paylaşımı 1 & Sherman'ın Instagram paylaşımı 2). Ayrıca, Sherman'ın eserleri ile ilgili paylaşımlarının ve bu paylaşımlarındaki kadın imgesinin takipçilerine ilham verdiği görülmektedir. Sherman'ın bir takipçisinin 17 Ocak 2020 tarihinde yaptığı paylaşım ile ilgili (bkz. Sherman'ın Instagram paylaşımı 5), Sherman'ın resmettiği kadın imgesinin güçlü olduğuna, gelecek yıl kendi özçekimlerinde bundan ilham alacağına ve 17 yaşında keşfettiği sanatçının sanatının kendi stilini ve değerlerini olumlu anlamda değiştirdiğine yönelik görüşü bu durumu doğrulamaktadır.

Sherman'ın profilinde çeşitli mekânların tanıtımının yapıldığı (0,5%) anlaşılmıştır. Örneğin, 11 Mayıs 2019 tarihinde İtalya'daki bir restoran hakkında bir paylaşım yapmıştır (bkz. Sherman'ın Instagram paylaşımı 3). Başka bir paylaşımında ise, Undercover markasından alışveriş yapmayı tercih ettiğini söylemiştir (bkz. Sherman'ın Instagram paylaşımı 4). Sherman'ın bu gibi ürün ya da mekân tanıtımı içerikli paylaşımları için ücret alıp almadığını bilemeyecek olsak da, bu tarz paylaşımlarının tüketim kültürüne hizmet ettiğini söylemek mümkündür; çünkü 318 bin takipçisi olan Sherman'ın ürün/mekan tanıtımları sonucunda takipçilerinin bu ürün/mekanlara ilgi gösterebileceği ihtimal dahilindedir.

Sherman, Instagram profilinde eserlerinin yanı sıra kişisel fotoğraflarını da (57%) paylaşmaktadır. Bu paylaşımlarında, doğaya ve seyahat etmeye olan merakı görünürdür. Kişisel paylaşımlarının büyük bölümü (52%) gerçekleştirdiği seyahatlerle ilgilidir. Örneğin, uzak doğuya gerçekleştirdiği seyahat ile ilgili onlarca paylaşım yapmıştır. Bu seyahatlerden, doğa manzaraları ve doğadaki hayvanları (12%) fotoğraflayarak profilinde paylaşmıştır. Ayrıca Sherman, kendi (3,5%), ailesi ya da arkadaşları (8%) ile bir arada olduğunu gösteren fotoğrafları ve çeşitli yemek (7%) fotoğraflarını da paylaşmıştır. Doğa ve yemek fotoğrafları sanatçının yaşam tarzı hakkında bir temsil yaratmaktadır. Sherman, eğlence içerikli (15%) paylaşımlar da yapmıştır. Bu paylaşımları, gerçekleştirdiği seyahatler sırasında gittiği eğlence etkinlikleri ya da konserler ile ilgilidir. Kişisel paylaşımlar, takipçilerinin sanatçıyı daha yakından tanınmasına olanak vermektedir. Örneğin, Sherman'ın 12 yaşındayken Şükran Gününde çekilmiş eski bir fotoğrafını ya da güncel bir Noel yemeğini paylaşması onun geleneksel motiflere değer veren biri olduğunu yansıtmaktadır. Sherman'ın sosyal sorumluluk (2%) ve politik (0,4%) temalı paylaşımları da mevcuttur. Sherman'ın bu paylaşımlarında kadın cinayetleri ya da yardım etkinlikleri konusundaki hassasiyeti görünürdür.

Anish Kapoor'un, gönderi sayısı dikkate alınarak Instagram kullanımının, diğer sanatçılara kıyasla daha sınırlı olduğunu söylemek mümkündür (bkz. Tablo 2). Buna karşın yine de çalışma kapsamında kullanımları incelenen diğer sanatçılar gibi Instagram'ı eserlerini sergilemek için kullandığı anlaşılmıştır. İlk paylaşımını 11 Ağustos 2015 tarihinde gerçekleştiren Kapoor'un, bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizin tamamlandığı 14 Ağustos 2020 tarihine kadar 112000 takipçisi ve 277 paylaşımı mevcuttur (bkz. Tablo 1). Kapoor'un paylaşımlarının büyük bölümü (59%) eserleri ile ilgilidir (bkz. Tablo 2), geri kalanı ise kendi çalışmalarının yer aldığı galerilerle ilgili (1%) ya da kişisel (36%) paylaşımlardır. Bu paylaşımları ise kendi fotoğraflarından (4%), arkadaşları ile çektiği fotoğraflardan (27%), doğa/ şehir temalı içeriklerden (52%), edebi cümlelerden (1%) ve politik (16%) içeriklerden oluşmaktadır (bkz. Tablo 3). Profilinde reklam/tanıtım temalı bir içeriğe yer vermeyen Kapoor'un, doğa/ şehir temalı paylaşımları Instagram profilinin ismi ile uyumlu bir şekilde kirli köşelerin fotoğraflarıdır. Kapoor, çöplerle ya da atıklarla dolu köşelerin çirkinliğinde bir güzellik bulmaktadır. Politik paylaşımları ise Brexit (Birleşik Krallık'ın Avrupa Birliği'nden ayrılması) ile ilgilidir. Bu konu Martin Parr, Susan Stockwell, Michael Landy gibi çeşitli sanatçıların eserlerinde de işlenmiştir (Ghoshal, 2020). 2016 referandumundan bu yana Brexit karşıtı olan Kapoor'un bu karşıtlığının bu sanatçılar gibi eserlerine ve Instagram paylaşımlarına yansıdığı görülmektedir.

Instagram profilinde de yer verdiği A Brexit, A Broxit, We all fall down adlı eseri bu konu ile ilgilidir (Kapoor'un Instagram Paylaşımı 1). Bu eserde, bir adanın ortasında

kanlı bir yarık yer almaktadır. İngiltere'nin kalbindeki açık ve kanlı bu yara ile Kapoor, ülkenin karşı karşıya olduğunu düşündüğü çıkmazı temsil etmiştir. 5534 beğeni alan paylaşıma çok sayıda olumsuz yorum da yapılmıştır. Kapoor'un paylaşımlarına yapılan olumsuz yorumlar yalnızca bu eseriyle ilgili değildir.

Kapoor'un İngiliz Surrey NanoSystems şirketi tarafından üretilen Vantablack adlı karbon nanotüplerden yapılan kaplamanın tamamını almak üzere anlaşma yapması ve böylece başkalarının bu kaplamaya erişiminin engellenmesi (Ball, 2016, 500) ile ilgili paylaşımlarına da öfkeli yorumlar yapılmaktadır. Vantablack kaplamasını başkalarının alamaması sonucu, Semple şirketi ürünlerini Kapoor'a satmayacağını duyurmuştur. Semple, Kapoor'u bir YouTube videosunda "siyahı paylaşmayı" reddettiği ve bu nedenle sosyal medya savaşına ilham verdiği için bir "çürük" olarak nitelendirmiştir ve #Sharetheblack hashtag'i trend bir konu haline gelmiştir. Ayrıca, Semple şirketi küçük flüoresan pembesi şişedeki The Pinkest Pink adını verdiği pembe boyayı satarken bu ürünü satın alanların "Anish Kapoor değilsiniz, hiçbir şekilde Anish Kapoor'a bağlı değilsiniz, bu ürünü Anish Kapoor adına satın almıyorsunuz veya Anish Kapoor'un bir ortağı değilsiniz. Bilginize, enformasyonunuza ve inancınıza göre bu boya Anish Kapoor'un eline geçmeyecek" şeklindeki beyanı onaylamalarını istemektedir (Challa, 2017). Kapoor ise, Semple'in bu uygulamasına yönelik olarak Instagram'da bu kararı protesto eden bir paylaşımda bulunmuştur (bkz. Kapoor'un Instagram Paylaşımı 2). Kapoor'un hem politik konular için, hem de kendi görüşlerini aktarmak ya da cevap vermek için Instagram'ı kullandığı ortadadır. Ancak, Instagram'daki görüşleri ve paylaşımları nedeniyle kendisine çok sayıda olumsuz yorum da yapıldığı görülmektedir. Kapoor sevilmemesi ile ilgili olarak ise "Ben Amerika'yı seviyorum ama Amerika beni sevmiyor" şeklinde bir paylaşımda bulunmuştur ve bu paylaşımının altına da yorum olarak "Sessizliğimiz bizi dışlama siyasetinde suçlu kılıyor. Sessiz kalmayacağız." yazmıştır (bkz. Kapoor'un Instagram Paylaşımı 3). Kapoor'un politik yönünü yansıtan bir sanatçı olduğunu söylemek mümkündür. Instagram'ı da bu yönünü destekler nitelikte kullandığı anlaşılmıştır.

Çalışmalarını evrensel olarak tanımlayan Yoshitomo Nara'nın Instagram paylaşımlarında evrenselliği benimsediği anlaşılmaktadır. Nara, paylaşımlarını Japonca değil İngilizce yapmaktadır. Nara'nın, bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizin tamamlandığı 14 Ağustos 2020 tarihine kadar, 209000 takipçisi ve 727 paylaşımı mevcuttur (bkz. Tablo 1). İnceleme kapsamında Nara'nın Instagram profilinde, eserlerine (37%) yer verdiği görülmüştür (bkz. Tablo 2). Eserleri ile ilgili paylaşımlarının bir kısmı (0,3%) ise kendisini resim yaparken gösteren fotoğraflardır. Nara'nın Instagram profilinde çeşitli kişisel paylaşımlar (51%) da mevcuttur. Nara profilinde, sıklıkla (62%) seyahat ve doğa fotoğrafları ve videoları paylaşmaktadır. Ayrıca, hem kendi fotoğraflarını (2%) hem de arkadaşlarıyla (1%) olan fotoğraflarını paylaşmaktadır. Sayfasında belirgin olan bir başka tema ise, çocuk paylaşımlarıdır. Bu gibi paylaşımlar aracılığıyla takipçileri, Nara'nın çocuklara olan sevgisi hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Nara'nın paylaşımlarında, yerel (2%), hayvanlar (17%), sosyal sorumluluk (1%), eğlence (4%) ve davet (1%) temalı paylaşımlar da görülmektedir (bkz. Tablo 3). Bu paylaşımları ile takipçileri, doğanın ve çocukların Nara'ya ilham verdiğini anlayabilmektedir. Ayrıca Nara'nın sosyal sorumluluk hassasiyeti de paylaşımlarında görünürdür. Örneğin, Zaatarı mülteci kampını ziyaretine ilişkin bir paylaşımında, sanata ilgi duyan öğrencilere resim dersi verdiğini ve sanatın bir

iletişim dili olduğuna inandığını söylemektedir (bkz. Nara'nın Instagram Paylaşımı 1). Nara'nın profilinde reklam/tanıtım temalı bir içeriğe ise rastlanmamıştır.

Paylaşımlarına hem Türkçe hem de İngilizce açıklamalar yazan Taner Ceylan'ın Instagram profilinde, bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizin tamamlandığı 14 Ağustos 2020 tarihine kadar, 44500 takipçi ve 721 gönderi mevcuttur (bkz. Tablo 1). Profilde, büyük oranda (35%) eserlerine yer verildiği görülmüştür (bkz. Tablo 2). Eserleri ile ilgili paylaşımlarının bir kısmı (23%) ise kendisini resim yaparken gösteren fotoğraflardır. Bu fotoğraflarda, yapmakta olduğu resimler görünürdür. Resimlerini ve resim yapmakta olan halini yansıtan paylaşımlar, kendisinin dijital ortamda sanatçı olarak varlığını pekiştirmektedir. Ayrıca, kendi eserlerinin yer aldığı sergiler ve galeriler ile ilgili paylaşımlar da (18%) mevcuttur. Profilde farklı sanatçıların eserleri ile ilgili paylaşımlar da (4%) yapıldığı görülmektedir. Ceylan hem Nino Simon, Mabel Matiz, Cem Adrian, Patti Smith gibi farklı alanlardan sanatçılar ile ilgili, hem de Jean Auguste Dominique Ingres, Jeremy Lipking, John Atkinson Grimshaw, Léon Bonnat, Arantzazu Martinez, Jules Joseph Lefebvre, Gustave Courbet gibi resim alanından sanatçıların eserleri ile ilgili paylaşımlar yapmaktadır. Ayrıca, bu paylaşımları ile ilgili çeşitli notlar da paylaşmaktadır. Örneğin, Gustave Courbet'nin Uyku (Le Sommeil) adlı eserinin 1866 yılında Osmanlı paşası tarafından sipariş verildiğini belirtmektedir.

Ceylan'ın profilinde çeşitli mekânların reklamlarının yapıldığı (9%) anlaşılmıştır. Bu paylaşımlarının, mekânların popülerliğini artırmaya ve daha fazla kar etmelerine olanak sağlayacağı aşikârdır. Ayrıca, Ceylan'ın Instagram profilinde çeşitli kişisel paylaşımlar (33%) da mevcuttur. Ceylan profilinde, sıklıkla (44%) seyahat ve doğa fotoğrafları ve videoları paylaşmaktadır. Ayrıca, hem kendi fotoğraflarını (15%) hem de arkadaşlarıyla (14%) olan fotoğraflarını paylaşmaktadır. Sayfasında belirgin olan bir başka tema ise, kedi paylaşımlarıdır. Bu paylaşımlarda görünen kedi/kedilerin kendisine ait olduğu da düşünebilir; çünkü paylaşımlarda aynı beyaz kedi/kediler görülmektedir. Bu gibi paylaşımlar aracılığıyla takipçileri, Ceylan'ın bir hayvan sever de olmasının ötesinde, özel yaşamı hakkında da bilgi sahibi olmaktadır. Ceylan'ın paylaşımlarında, yerel (0,4%), sosyal sorumluluk (0,4%), eğlence (4%), davet (6%) ve politik (0,8%) temalı paylaşımlar da görülmektedir (bkz. Tablo 3). Çok sayıda politik paylaşımı olmamasına karşın, paylaşımlarına bakarak Ceylan bu az sayıdaki politik paylaşımına bakarak politik görüşünü anlamak mümkündür. Dolayısıyla denilebilir ki, Ceylan Instagram'da yalnızca bir sanatçı olarak var olmamakta, aynı zamanda hayata bakışı ile de bir kimlik sergilemektedir.

## **Sonuç**

Jean Michel Basquiat, Cindy Sherman, Anish Kapoor, Yoshitomo Nara ve Taner Ceylan'ın Instagram profillerinin incelendiği çalışmada, dijital medya ile birlikte sanatın anlamının, üretiminin, kurumlarının ve izleyicisinin dönüştüğü ve Instagram'ın hem çağdaş sanatçıların eserlerini sergileyebilmeleri için bir galeri, hem de bu eserleri tanıtan bir medya aracı olarak rol oynadığı anlaşılmıştır. Bu sanatçıların kendi eserleri, eserlerinin yer aldığı galeriler ve sergiler, farklı ürün ya da mekânların tanıtımı, farklı sanatçıların eserleri ya da sergileri hakkında ve politik, yerel, sosyal sorumluluk, doğa/ seyahat/şehir, hayvanlar, çocuklar ya da eğlence temalı kişisel paylaşımlarda bulunmak için Instagram'ı kullandıkları görülmüştür. Çok sayıda takipçisi olan bu sanatçıların çoğunlukla Instagram'ı kendi eserlerini paylaşmak için kullandıkları anlaşılmıştır. Dolayısıyla denilebilir ki;

Instagram hem sanatçıların eserlerini sergileyebilmeleri için bir galeriye, hem de bu eserleri tanıtan bir medya aracına dönüşmektedir. Ayrıca, Instagram'daki bir profili bir günde Los Angeles'daki ya da Tokyo'daki bir sanat galerisini ziyaret eden kişi sayısından çok daha fazla sayıda kişinin ziyaret etmesi mümkündür. Instagram, bu şehirlerdeki galerileri ziyaret etme imkânı olmayan insanların eserlere erişimini mümkün kılmaktadır. Böylece, Danto'nun çağdaş sanatın izleyicisinde dönüşüm olduğu görüşü doğrulanmıştır. Instagram ve benzeri sosyal ağlar aracılığıyla sanat sadece belli bir zümrenin erişiminde olmaktan çıkmıştır. Sanat eserini görmek için, müzeleri ya da galerileri ziyaret etmeye gerek kalmamıştır; çünkü sanat eseri, bir tıklama kadar uzaktadır. Bu açıdan sanat eseri, belli üst sınıfa hitap etmekten çıkarak, daha fazla oranda popüler kültürün bir parçası haline gelmiştir. Ancak internet erişiminin de hala herkes için mümkün olmadığını unutmamak gerekmektedir. Ayrıca, dijital ortamda sergilenen eserler Walter Benjamin'in 1935 yılında yayımladığı 'Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Yapıtı' (1935/1993) çalışmasında vurguladığı gibi, aslında orijinalin dijital bir kopyasıdır. Bu anlamda, sanat eserinin içeriğinin de dijital medya aracılığıyla değiştiğini söylemek mümkündür. Orijinal eser olarak adlandırılacak üretimler ortadan kalkarken, Benjamin'in belirttiği gibi teknolojik olarak yeniden üretilebilir eserler mevcut hale gelmiştir. Örneğin, Sherman'ın fotoğraflarındaki kadın imgeleri sabit ve tek bir yerde değil, her yerdedir. Ya da Nara'nın mangadan ilham alarak resmettiği büyük gözlü çocuklar, sadece Japonya'da değil, dünyanın her yerindeki insanların evlerindedir. Bu anlamda, Instagram'ın sanat ve sanatçı açısından küresel bir pazar yarattığını söylemek mümkündür.

Ayrıca, Instagram'ın sanat yapıtını kolaylıkla kapitalist piyasanın ürününe dönüştürebildiği anlaşılmıştır. Bu bağlamda, Frankfurt Okulu düşünürlerinin ve Fredric Jameson'ın, sanat eserinin dijitalleşme ile birlikte gittikçe daha fazla metalaştığı yönündeki görüşleri doğrulanmıştır. Sanatçılar, Instagram'ı çeşitli ürün ya da mekân tanıtımları yapmak için kullanmakta ve bu kullanımları da tüketim kültürünü canlı tutmaya hizmet etmektedir. Sanatçıların eserleri, örneğin bir saatin kadranına yerleştirilerek piyasa değerleri estetik değerlerinden daha ön planda olan nesnelere dönüştürülmektedir. Bu durum da, sanat eserinin estetik değerinin öneminin kaybolduğuna, piyasa değerinin ise arttığına işaret etmektedir. Ayrıca, sanatçıların tüketim paylaşımları aracılığıyla yalnızca popüler kültürün nesnelere tanıtılmadıkları, kendilerinin de popüler kültürün birer nesnesine dönüştükleri anlaşılmıştır. Örneğin, Basquiat'ın eserlerinin yanı sıra imgesinin de bir piyasa değeri vardır. Sadece Basquiat değil, çalışma kapsamında incelenen diğer sanatçıların kendileri de, Instagram aracılığıyla eserlerinin yanı sıra kendi kişisel paylaşımları ile merak edilen birer reality yıldızına dönüşmektedirler. Artık önemli olan yalnızca eser değil; sanatçının hayatıdır da. Sanatçıların kişisel paylaşımları, takipçilerinin onları eserleri dışında da tanımalarını sağlamaktadır. Takipçileri, sanatçıların arkadaşları ya da aileleriyle çekilmiş fotoğrafları sayesinde özel yaşamları hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler.

Ayrıca sanatçıların ilgi alanlarını, eğlence anlayışlarını, nereleri seyahat ettiklerini görebilmektedirler. Bu gibi kişisel paylaşımlarla sanatçılar farklılıklarını yansıtabilmektedir. Ancak sanatçıların bu özel alanları ve tercihleri hakkındaki paylaşımları onları, eserleri gibi izleyicisinin beğenisine hitap eden bir nesneye dönüştürmektedir. Böylece kültür endüstrisinin bir parçası olarak zevk endüstrisinin ideolojisi haline gelmektedirler.

Sanatçıların, Instagram'ı politik paylaşımlarda bulunmak ya da sosyal sorumluluk amacıyla da kullandıkları görülmüştür. Çalışma kapsamında incelenen sanatçıların bir kısmının politik paylaşımlarda buldukları anlaşılmıştır. Sanatçıların politik tutumlarını kamuoyu ile paylaşmaları gerekip gerekmediği konusu tartışmalı bir konudur. Picasso ve Miro gibi sanatçılar eserlerinde politik yönlerini yansıtmayı tercih ederlerken, çalışmalarında hiçbir politik yansıma olmayan sanatçı da oldukça fazladır. Çalışma kapsamında incelenen sanatçıların da bu açıdan farklı tercihleri olduğunu; politik görüşü ile var olmayı tercih eden sanatçılar için Instagram'ın etkili bir mecra olabileceğini söylemek mümkündür. Bu anlamda Instagram'ın, dijitalleşme öncesinde basın, sanatın politik var oluşunu aktaran rolünü üstlendiği anlaşılmıştır. Ayrıca, sanatçıların paylaşımlarında birbirleriyle ilgili paylaşımlar da görülmüştür. Örneğin, Basquiat'ın sayfasında Nara, Ceylan'ın sayfasında ise Basquiat'ın bir afişi görülmektedir. Çalışma kapsamında incelenen sanatçıların hem birbirleriyle ilgili paylaşımlarda bulunmaları, hem de farklı sanatçılar hakkında paylaşımlarda bulunmaları, Instagram'ı bir sanat platformuna dönüştürmektedir.

Sonuç olarak denilebilir ki; çağdaş sanatçılar Instagram'ı eserlerini tanıtmak için bir araç olarak kullanırlarken, sanatın hem anlamını, hem içeriğini, hem de izleyicisini dönüştürmektedir. Bu anlamda, araç (dijital medya) anlamı hem üretebilen, hem tüketebilen bir rol oynayarak sanat yapıtının önceki anlamlarını yok etmektedir ve onu piyasa değeri estetik değerinin önünde, sergilendiği alan müzeler olmayan bir nesneye dönüştürmektedir.

### **Notlar**

1. Bu dönemin eserlerini tanımlamak için 'Post-modern' terimi daha çok dönemsel bir adlandırma olması nedeniyle tercih edilmemektedir. Ayrıca, Jameson, Habermas ve Giddens gibi düşünürlerin bir kısmı bu dönemsel adlandırmayı da kabul etmemektedir; çünkü modern dönemin tamamlanıp yeni bir döneme geçildiğini düşünmemektedirler. Jameson (2008, 21), 1960'ların dünyasını tanımlamak için önceki dönemin devam ettiğini vurgulamak için 'Geç-kapitalizm' terimini kullanmaktadır.

2. Jean Michel Basquiat, arkadaşı Al Diaz ile içtiği marihuanayı 'SAMO' (same old) şeklinde kısaltmıştır ve grafitilerinin altına bu kısaltmayı imza olarak atmıştır.

**Kaynakça**

- Adorno, Theodor Ludwig Wiesengrund - Horkheimer, Max. *Dialectic of Enlightenment*. London: Verso Classics, 1997.
- Alp, Kafiye Özlem. "Feminist Sanatta Beden ve Yabancılaşma". *ART-E* 14 (2014), 338-365.
- Ayaz, Bahar. "Geç kapitalizm: Medya ve Sanatta İçeriğin Metalaşması ve Anlamsızlaşması". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi* 1/1 (2016), 119-128.
- Ball, Philip. "Material Witness: None More Black". *Nature Materials* 15/5 (2016), 500-500.
- Barrett, Terry. *Neden bu sanat? Çağdaş Sanatta Estetik ve Eleştiri*. Hayalperest, 2019.
- Basquiat'ın Instagram Paylaşımı 1. Erişim 20 Ağustos 2020. <https://www.instagram.com/p/B7TAcPjPq2y/>
- Basquiat'ın Instagram Paylaşımı 2. Erişim 20 Ağustos 2020. [https://www.instagram.com/p/B8uS\\_YWJglo/](https://www.instagram.com/p/B8uS_YWJglo/)
- Bender, K. "Distant Viewing in Art History, A Case Study of Artistic Productivity." *International Journal for Digital Art History* 1 (2015), 100-110.
- Benjamin, Walter. "Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Eseri". çev. H. Hünler, *Edebiyat & Eleştiri* 2/3 (1935/1993), 77-97.
- Boyacı, Sibel. *Sanatta Kadının Temsiliyeti ve Göstergeler Üzerinden Yeni İfade Olanaklarının Araştırılması*. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Heykel Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu, 2018.
- Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. Cambridge: Blackwell Publishing, 1996.
- Chang, Kuo-En, Chia-Tzu, Chang, Huei-Tse, Hou, Yao-Ting, Sung, Huei-Lin, Chao & Cheng-Ming, Lee. "Development and Behavioral Pattern Analysis of a Mobile Guide System with Augmented Reality for Painting Appreciation Instruction in an Art Museum". *Computers & Education* 71 (2014), 185-197.
- Danto, Arthur Coleman. *Sanatın Sonundan Sonra*. çev. Zeynep Demirsü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1997/2014.
- De La Rosa, Javier - Juan-Luis Suarez. "A Quantitative Approach to Beauty: Perceived Attractiveness of Human Faces in World Painting". *International Journal for Digital Art History* 1 (2015), 112-29.
- Demiral, Akın. "Queer Teori Ve Sanat; Sanatın Queer Hali". Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 12. Ulusal Sanat Sempozyumu, Değişen Paradigmalar ve Sanatta Sınır Deneyimler, 2018.
- Direk, Zeynep. "Cindy Sherman". *Defter*. 39/ 133-158. İstanbul: Metis Yayınları, 2000.
- Dorleac, Laurence, Dorléac, Laurence Bertrand & Guilbaut, Serge *Art of the Defeat: France 1940-1944*. Getty Publications, 2008.
- Drucker, Johanna. "Is There a "Digital" Art History?". *Visual Resources* 29/1-2 (2013), 5-13.

- Drucker, Peter F. *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. New York: Harper and Row, 1969.
- Emmerling, Leonhard. *Jean-Michel Basquiat: 1960-1988*. Taschen, 2003.
- Erdoğan, Melih. "Küresel çağda çağdaş sanat ve küresel sanat pazarı". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 15/1 (2015), 75-98.
- Faflick, Philip. "The SAMO Graffiti... Boosh-Wah or CIA?". *Village Voice* 11 (1978).
- Fretz, Eric. *Jean-Michel Basquiat: A Biography*. ABC-CLIO, 2010.
- Ghoshal, Somak. "Thresholds and Borders: Reflections on the Art of Brexit". *Wasafiri* 35/1 (2020), 3-10.
- Gombrich, Ernst Hans. *Sanatın Öyküsü*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 2019.
- Hornzee-Jones, Christopher. "Engineering the art of Anish Kapoor. Anish Kapoor". *Memory*, (2008), 88-93.
- Joyes, Les. "Yoshitomo Nara at Ginza Art Space". *Art in America* 87/7 (1999).
- Jameson, Fredric. *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiği*. çev. Nuri Plümer - Abdülkadir Gölcü. Ankara: Nirengi Kitap, 2008.
- Kapoor, Anish. *Anish Kapoor*. Gagosian Hong Kong, (2017).
- Kapoor'un Instagram Paylaşımı 1. Erişim 21 Ağustos 2020.  
<https://www.instagram.com/p/BwN0mzCh1Vy/>
- Kapoor'un Instagram Paylaşımı 2. Erişim 21 Ağustos 2020.  
<https://www.instagram.com/p/BOWz73wgj7R/>
- Kapoor'un Instagram Paylaşımı 3. Erişim 21 Ağustos 2020.  
<https://www.instagram.com/p/BP75dmNglQH/>
- Kayıhan, Bahar. "Dünyada ve Türkiye'de Anlam İnşasının Aracı Olarak Sanat ve Edebiyat Basını". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 52 (2020).
- Kellner, Douglas. "The Frankfurt School and British Cultural Studies: The Missed Articulation". *Rethinking the Frankfurt School*. ed. Nealon, Jeffrey T and Irr, Caren. Albany: State University of New York Press, 2002.
- Kellner, Douglas. *Cultural Studies, Identity and Politics Between The Modern and the Postmodern*. London: Routledge, 2003.
- Manovich, Lev "Data Science and Digital Art History". *International Journal for Digital Art History* 1 (2015), 12-35.
- Marcuse, Herbert. *Tek Boyutlu İnsan*. çev. A. Timuçin - T. Tunçdoğan. İstanbul: May, 1975.
- Marshall, Diane. *The Liminal Mythology Of Anish Kapoor*. Kansas City: University of Missouri. Doktora tezi, 2004.
- Mckoski, Nancy. "A Postmodern Critique of the Modern Projects of Fredric Jameson and Patricia Bizzell". *Journal of Advanced Composition* 13 (1993), 329-344.
- Mcluhan, Marshall. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. London: Routledge, 1962.



- Nara'nın Instagram Paylaşımı 1. Erişim 21 Ağustos 2020.  
[https://www.instagram.com/p/Bu\\_97lvFLVJ/](https://www.instagram.com/p/Bu_97lvFLVJ/)
- Newman, Michael. "Anish Kapoor". *Art Monthly* (Archive: 1976-2005), 58/15 (1982).
- Pınarbaşı, Simge Özer. "Ülkemizde 21. Yüzyılın İlk On Yılında Yapılan Bazı Sanat Etkinliklerine Bir Bakış". *Art-Sanat Dergisi* 4 (2015), 149-173.
- Sherman'ın Instagram paylaşımı 1. Erişim 14 Ağustos 2020.  
<https://www.instagram.com/p/BRQKDa2AixN/>
- Sherman'ın Instagram paylaşımı 2. Erişim 14 Ağustos 2020.  
<https://www.instagram.com/p/BRPIXwvAY7h/>
- Sherman'ın Instagram paylaşımı 3. Erişim 14 Ağustos 2020.  
<https://www.instagram.com/p/BxUhnu4piP6/>
- Sherman'ın Instagram paylaşımı 4. Erişim 14 Ağustos 2020.  
[https://www.instagram.com/p/BMFh3\\_whSGQ/](https://www.instagram.com/p/BMFh3_whSGQ/)
- Sherman'ın Instagram paylaşımı 5. Erişim 14 Ağustos 2020.  
<https://www.instagram.com/p/B7Z-pBppXT-/>
- Sherman'ın Instagram paylaşımı 6. Erişim 16 Ağustos 2020.  
<https://www.instagram.com/p/BxR5qtxBZwE/>
- Steinberg, Marc. "Otaku consumption, superflat art and the return to Edo". *Japan Forum* 16/3 449-471, (2004).
- Virilio, Paul. "Speed and information: Cyberspace alarm!". *CTheory* (1995), 8-27.
- World Cities Culture Forum, "Average daily number of visits to top 5 art exhibitions".  
 Erişim 16 Ağustos 2020.  
<http://www.worldcitiescultureforum.com/data/average-daily-number-of-visits-to-top-5-art-exhibitions>