

“Günümüzün Görsel Kültüründe Tüketici Estetik Anlayış-Resim ve Tasarım”

Dr. Cemile Arzu Aytekin

Özet

Yaşanan dönem, post-estetik/tüketici estetik, eklektik anlayışı yansıtmaktadır. Araştırmada amaç; içinde bulunulan küresel ekonominin, iletişimsel ve teknolojik koşulları altındaki “yaratıcı edim”in kötülenmesi, sanatın sonu/ yitirimi sorunu, resim ve tasarımın dönüşümünü incelemektir.

Araştırmada, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin Postmodern tüketim toplumlarında, çağdaş görsel kültürü oluşturan sanat ve tasarım ürünlerinde, sanatsal zevk ve estetiğin dayandığı temel değerlerin değiştiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler

tüketici estetik
eklektisizm
görsel kültür
resim
tasarım

CONSUMER AESTHETICISM IN TODAY’S VISUAL CULTURE-PAINTING AND DESIGN

Abstract

The period that we live reflects post-aesthetic/ consumer aesthetic, eclectic comprehension. In this research the aim is to examine transformation of painting and design, the matter end of art/ losing art, running down of “creative action” which is under the global economy’s communicational and technologic conditions.

In research in conclusion that the principle of aesthetics and artistic pleasure have changed in art and design products that form contemporary visual culture of postmodern consumer developed and developing countries communities.

Keywords

consumer aestheticism
eclecticism
visual culture
painting
design

1. Giriş

Günümüzün görsel kültürü, görsel medya, sayısal görsel çoğaltma teknikleri ve tüketim nesnelere ile oluşturulan sanat uygulamaları ve tasarımları, çoğunlukla tüketici estetik kültürüdür. Görsel kültürü elinde tutan ve onu işleten, hedonistik araçlar, eklektik popüler görsel kültür estetizmine uymaktadır. İlk olarak sanayi endüstrisinin gelişimi ile 19. yüzyılda Avrupa sanatında görülen eklektisist anlayışta, eklektik eylemlerin ana itici gücü olarak gösterilen hedonizm kavramı, günümüzde artık sadece güzel olanın değil, çirkin olanın, gündelik olanın da haz verebileceği görüşüne dayanmaktadır. Estetik bir nesne gibi sunulan, hatta sanat eğitiminde pedagojik olanaklar bakımından yararlanılabilecek nesnelere olarak sunulan tüketim ürünleri, tasarımlar, sanat ürünü ile aynı şekilde, günlük hayatın gerçeklerini daha çok adres göstermekte; bunlardaki estetik anlayış, sistemin planlı operasyonunun merkezi olarak gösterilmektedir. (Bkn. Duncum, P, 2007)

Burada günümüzde, tüketim toplumlarının, özellikle Amerika ve Avrupa ülkeleri gibi tüketim toplumlarındaki çağdaş görsel kültürü oluşturan sanat ve tasarım ürünlerinin, sanatsal zevki ve estetiğinin dayandığı temel noktaları ve içinde bulunulan koşullar altında sanatçı ve tasarımcıların estetik anlayışlarındaki handikapları/olumsuz durumları ve dönüşümleri incelenmektedir.

2. Görsel Kültür Tanımı

Aslında Barnard'ın da vurguladığı gibi, "ne sanat, ne de tasarımla aynı şey olan görsel kültür" (2002: 75) burada, sınırlı bir alanda, plastik sanatlar alanında, özellikle de resim ve bazı tasarım ürünlerinin (dijital resim) yer aldığı görsel kültür olarak ele alınmaktadır. Görsel Kültürün Batı'da, sistemli olarak ele alınması 1972 yılına denk gelir. Daha sonra 1983 yılında ve de 1990 larda artık bir disiplin olarak oluşmaya başlar. (Rampley, 2007: 12,17)

Özellikle 20.yy'ın ikinci yarısında ve 21. yy'da yaygınlaşmaya başlayan popüler görsel kültür ürünlerine bağlı olarak başta, görülebilen

her şeyi içeren görsel kültür tanımları, daha sonra çoğunlukla yüce sanat ve sanat değeri taşıyan tasarımları diğerlerinden ayırt etmek için yapılmıştır. Günümüzün görsel kültüründe, geleneksel sanatçı tanımı da değişmiştir.

Günümüz sanatçısı, artizanal bir beceri sergileyen bir usta olmanın ötesinde, tasarlayan ve kimi zaman da bunu yönlendiren bir teknisyen gibi çalışmaktadır. Yani artık bir yapıtı gerçekleştirmek değil, bir proje, tasarım ya da işlem tasarlamak ve bunu uzmanlardan oluşan bir ekibin yardımıyla gerçekleştirmek olağan hale gelmiştir. (Toksöz, 2008: 191)

Duncum 'a göre (2007: 286), şimdiki anlayıştan çok farklı olarak, 20. yüzyıldaki estetik anlayışta, modernist estetikte, biçimciler spiritual benzeri, sonrakiler ise basit olarak görülmüş; popüler kültür güzel sanatlardan etkili bir şekilde ayrılmıştır. Oysa ki modern estetiğin yaşandığı dönemden başlayarak, bugüne kadar iyice melezleşmiş, iç içe geçmiş, ifade ve nedensellik belirsizliğe sahip, hatta çoğunlukla sosyal yapının bağımsız olmayan, görsel kültürü elinde tutan, onu organize eden tüketici estetik alanına uygun biçimde tasarlanmaya başlayan yeni sanatsal anlatım biçimleri ile estetik amaçtan çok, sadece işlevsel ve iletişimsel amaç içeren tasarımlar arasındaki sınırlar ortadan kalkmıştır.

3. Tüketici Estetik Anlayış ve Sanat

Günümüzün görsel kültür estetiğinde, felsefe dalı olarak güzel kavramı üzerine odaklı, özellikle güzel sanatlar alanında ve ağırlıklı olarak Kant idealizmine bağlı estetiğin, ciddiye alınmadığını söyleyebiliriz. Çünkü artık modernist estetik ataerkil, formal bir değer olarak görülmektedir. Oysa ki post-modern, tüketici estetik söylemde, çoğu göz ardı edilen toplumların, azınlıkların ve sanatçıların iletişim biçimleri, literatürü, estetiği yasak bir özne olarak görülmemekte, sanat eseri olarak yaratılmasa da, sistem içinde amaca uygun ise hemen her şey bir anda sanat olarak değer kazanabilmektedir. (Resim:1)



Resim 1: Basquiat " İsimsiz", Tuval üzerine akrilik, ipek perde, yağlıboya çubuğu, 1984. New York .(Beykan, 1996 :29)

Geç, tüketici kapitalist ya da Jagodzinski'nin dediği gibi, "tasarım kapitalizmi"nin(Duncum, 2007) etkisi altındaki yeni düzende, insan mühendislerinin, sosyal davranış uzmanlarının, gelişen medya ve teknolojiyi, bilinçsizce yapılacak olan her türlü tüketimi arttırmak için (sanat ürünü de dahil) daha etkin ve yoğun olarak kullanmaları söz konusudur. Bunun sonucu daha edilgen hale getirilen insan ya da sanatçı-tasarımcı kendi kendine düşünemez, üretmez, eleştiri yapamaz hale gelmektedir. Güneş'in de (1996:89) vurguladığı gibi,

Kendi öznelliği veya kendi akli selimi iş görmeyen bireyin tek başına zihinsel bir taban bulması güçleştikçe, ortak (anonim, popüler, kitlesel) davranış kalıplarına ilgisi artmaktadır. Parçalanmış bir yaşam içinde her alan, bilinç uzmanları tarafından ayrıntılı bir şekilde ele alındığı için zihinsel bir zorlanıma da gerek kalmaz. Kendimiz gibi olamamak çaresizliği, bizleri genelleştirilmiş bir başkası olmaya iter.

Estetik ve de etik anlayışı medyanın ona sunduğu kadar gelişebilen, gerçek sanat ile nadiren karşılaşan yığınlar ve onu sürekli işleyen, kitlesel olarak üretilen imgelerin kolayca tüketimine yönlendirilen, bilgi çağının iletişim ağlarının karışık görsel imgeler yumağında yuvarlanan insanlar gibi sanatçılarda bu durumdan

etkilenmektedirler. Fakat sanatçıların, kolay tüketilebilecek bir sanat eylemi ve gerçek sanatın özü arasındaki gerilimin nedeni, tüketimin eklektisizmi karşısında diğer çoğu insan gibi pes etmemesi gerekmektedir. “Eğer sanatçı tüketimin eklektisizmi karşısında pes ediyorsa, tekno-bilimsel ve post-endüstriyel dünyanın ilgilerine hizmet eder ve eleştirel görevlerinden yan çizer.” (Bourriaud, 2004: 144)

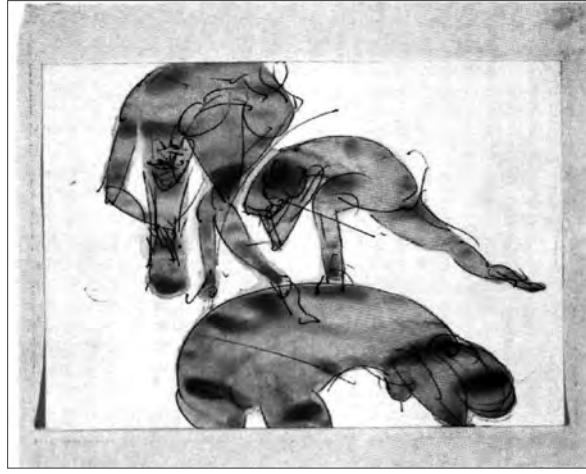
Hız, iletişim, teknoloji ve tüketim çağında, tüketim kültürünün bir parçası olan sanat ürünlerinde ve tasarımlarda, yaratıcılığın temelindeki sanatsal sezginin ortaya çıkması için gereken yaratma süreci kıaldıkça, ortaya çıkan ürünlerde de sanatsal yaratıcılık sorgulanır hale gelmektedir. Popüler görsel kültürde, gerçek sanat ve tasarımların özgün alanındaki ‘biriciklik’ ve ‘süreklilik’ yerine, ‘gelip geçicilik’ ve ‘yeniden üretilebilirlik’ hakimdir.

Auranın öneminin azalması, sanat yapıtının biricikliğinin kuşkuyla karşılanması, son 20 yılın sanatında daha büyük bir hız ve yoğunluk kazandığı söylenebilir. Bugün sanat sözcüğü, sanatsal uygulamalardaki patlamaya ve geleneksel ölçütlerdeki gerilemeye bağlı belli bir değişkenlik ve belirsizlik kazanmıştır. Çağdaş sanatın yarattığı ürünler Batı’da, geleneksel estetik deneyimin çerçevesinin dışına çıkmaktadır. Adeta hiçbir şeyin sanat olmadığı, hiçbir şeyin müzik olmadığı ve her şeyin ticaret olduğu bir noktaya geldik.(Karahan, 2008: 89)

Popüler ya da ortak sanat grupları, sanat ve tasarım birlikleri ve güncel sanat etkinlikleri ile genelleştirilmeye çalışılan, disiplinlerarasılık ile kendisinin dışındaki alanlarla da ilgilenen geleneksel sanat alanları, örneğin, resim, heykel günümüz sanat ortamında kendi sınırlarını yitirmektedir. Kendi sınırlarını yitiren bu uygulamalar, Croce estetiğindeki kesin olarak formüleştirelmemiş bir düşünme süreci olan sezgisellik ve uzun süreli gözleme dayalı, görsel bellek kullanımından çok, çarpıcı fikirlerin, üst düzeyde donanımlı dijital makineler, çarpıcı materyaller kullanılarak ya da çarpıcı hazır yapım nesnelerin bir araya getirilmesinden oluşmaktadır.

Oysa çağdaş sanat içinde değerlendirilen ve geleneksel sanat anlayışını eleştiren, farklı alternatifler sunan uygulamaların sanatçıları da bazen gelenekçi söylemlerde bulunmaktadırlar. Örneğin Beuys’un 2005 yılında açmış olduğu “Aslolan Çizgidir” başlıklı sergisinde olduğu gibi. Beuys bu sergide, 1940’lardan, 1960’lara kadar yaptığı binlerce

desenin, onun çağdaş sanat alanında ortaya koyduğu başarılı ürünlerin temelini oluşturduğunu belirtmiş olsa da, aslında onun desenlerinde de, hız çağının ruhuna paralel olarak uzun süreli gözleme dayalı “bir resme hazırlık” ya da “eskiz” olmaktan çok, kısa süreli bir “düşünme”, “not alma” ve aksiyon aracı olarak resimde temel bir araştırma yöntemi olan desenin dönüşümünü görebilmekteyiz. (Resim:2)



Resim 2: Beuys “İsimsiz” (Üç genç kız), tarihsiz (1956) Kağıt üzerine desen. (Şen, 2006:85)

Günümüzün tüketim anlayışına uygun, iletişim çağı teknikleri ile oluşturulan görsel kültüre ait tasarımlarda (Resim: 3) çoğunlukla göze çarpan eklektik ve tüketici estetik anlayış, literatürde bir sorunsal olarak farklı şekillerde irdelenmektedir. Örneğin Albayrak, “medyada melezlik bağlamında sayısal sanat nesnesi” isimli çalışmasında 2000’li yıllardan itibaren sanatçıların pratiklerinde gözlenen değişimi, melezlik (hybridity) sorunsalı olarak ele almaktadır. Bu konunun son dönemlerde geç de olsa tartışılmaya başlandığını ve kuramsal alt yapısının oluştuğunu belirtmektedir. Albayrak’a göre, “tüm bu anlamlandırma güdülerinin oluşturduğu kültür, aslında bir re-mix (farklı öğeleri tekrar karıştırma, kaynaştırma) kültürüdür”. (Albayrak, 2008: 43)



Resim 3: Dijital Tasarım -Mick S. ve Mike M. "Super Hero: Super Digital Power"
(Wiedemann: 157)2004.

4. Görsel Kültürde Sanatın Sonu

Çağdaş kuramsal önermelere göre, görsel kültürde olan bitenler resmin ve sanatın sonunun geldiğini işaret etmektedir. Adorno'nun da belirttiği gibi aslında sanatın sonunun geldiğini söylemek, sanata sadece teknolojik bir işlem ve betimleme olarak bakmaktır. (Giderer, 2003: 189) Sonu gelmeyen, tüketilemeyen gerçek sanatın önemi burada da ortaya çıkmaktadır. Sanatın zaman zaman bunalım geçirdiği dönemler daha önceleri de olmuştur. Baudrillard'ın dediği gibi aslında çağdaş sanatın sorunu, onun tamamen yüzeysizleşmesi, gizemini kaybetmesi, ironik duyarsızlığının oldukça fazlaşması, kendi nesnesini kaybetmesidir. Akay'a göre sorun sadece malzeme sorunu değil, bunların kullanım biçimlerindeki farklılaşmalardır. Bu 20. yüzyılın başından beri plastik sanatlarda ve diğer sanat alanlarında görülen minörleşme olgusuna denk gelir. "Bu süreçte sanatçı minörleşerek, belli bir yerde duramayan, bir şeyleri bir araya getiren, vur kaç, işletmeye başlayan bir karaktere bürünmüştür". (Akay'dan aktaran, Albayrak, 2008: 43)

Sanatın sonu düşüncesini, yine 'Sanatın Sonu' isimli kitabında, estetiğin kötülenişi olarak ele alan Kuspit, sanatın postmodern, postestetik yeni yapısında, kişisel özerkliğin, eleştirel özgürlüğün gelişmediği, yerleşik değerlere uyumlu hale geldiği –hatta sanatın tamamen ticarileştiğini vurgulamaktadır.

...-yani meta kimliği estetik kimliğe karşı tam bir üstünlük elde edip, onu kendi içinde erittiğinde ve böylece pahalı bir yapıta eleştirelilikten uzak bir biçimde estetik önem ve hatta manevi değer bahşedildiğinde- sanat eserleri gündelik el ürünleri haline gelerek Duchamp'a göre " yaratıcı edim" in özünü oluşturan "estetik ozmos"u tersine çevirmektedir. (Kuspit, 2004: 30)

5. Sonuç

Sonuç olarak, görsel kültürün aynı ya da farklı alanlarındaki ürünleri arasında açık ya da gizli, bilinçli ya da bilinçsiz bir görüntüler arası ilişki ağı bulunmaktadır. Görüntüler arası bu ilişki türüne bağlı üretimlerdeki yeni estetik anlayış, yaratma sürecindeki disiplinlerarasılığı bakımından daha karmaşık bir yaratım sürecini içermekte; bu nedenle daha karmaşık bir anlamlandırma gerektirmektedir.(Resim 4)



Resim 4: Neil Jeffries, "Talip; Kadınla Evlenmek İsteyen Erkek" (Suitor) , Light Relief, (Hafif rölyef- yeni İngiliz heykeli) alüminyum üzerine resim tekniği, 190x 180x 70 cm. 1985 tarihli. (Smith, 1995: 299)

Görüntülerarası ilişkilendirme, aynı zamanda sanat ve tasarım ürünlerinde bir eleştiri ve anlatım yolu haline gelmiştir. Gelenekçi olarak nitelendirilen, temeli desene dayanan resim ve tasarım yerine, biçimciğe alternatif getirme, düşüncenin öne çıkması ve resim sanatı

gibi sanat alanlarının geleneksel üretim yöntemlerini ve malzemelerini sorgulama öne çıkmaktadır.

Günümüzde tasarım ürünlerinin fonksiyonellikleri yanında, satın alınmaları için satın alacak kişilerin ondan hoşlanması da gerekmektedir. Sanata yaklaşan tasarımlar artık müzelerde yer almaktadır ve bunları varlıklı kişiler kullanmaktadır. "Tüketici görsel kültürde yeralan çoğu sanat uygulaması ve tasarım 'herkes için sanat' yerine 'herkese' sanat düşüncesini yansıtır hale gelmiştir". (Demir, 2009: 7) Topluma artı değer katmak gibi bir sosyal fonksiyonu yerine getirmek bu uygulamalarda sezilememektedir. (Resim: 5) Eğlence ve tüketim üzerine postmodern zamana ilişkin toplumsal analizleri olan Baudrillard'ın da belirttiği gibi, "eğlencenin ve gösterinin arttığı toplumlarda "artı değer" in yerini alan " gösterge-değer" bulunmaktadır. Bu "ne kullanım ne de değişim değeri" dir. (Baudrillard'dan aktaran, Akay, 2007)



Resim 5: Meera Devidayal "Hoppa Eş" Tuval Üzerine Karışık Teknik, 101x 102 cm, 1999
(Demir, 2009: 31)

İnsan duyarlılığının kaybedildiği, teknolojinin ağır bastığı, çoğunlukla zevkten yoksun, seri üretim nesnelere dolu yapay bir doğada, kes yapıştır mantığı ile oluşturulan ve tasarımla iç içe geçmiş bir sanatın doğayı dönüştürerek, yeni ve ahenkli sanatsal formlar oluşturması için geçireceği zamanı kısaltıkça, seri üretim ürünü haline dönüştüğü de bir gerçektir.

Kaynakça

Akay, A., "Artık o da 'öteki zamana' katıldı",
www.radikal.com.tr/ek_haber.php, 16/03/2007

Albayrak, A., "Yeni Medyada Melezlik Bağlamında Sayısal Sanat Nesnesi", Yıldız Teknik Üniversitesi 1. Sanat Tasarım Bilgi Sempozyumu. İstanbul, 22-24 Aralık 2008.

Barnard, M., Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2002.

Beuys, J., Aslolan Çizgidir, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005.

Beykan, M. (Editör) Sanat Kitabı (500 sanatçı-500 sanat eseri) , YEM Yayını. 1996.

Bourriaud, N., Postprodüksiyon, Bağlam Yayınevi, İstanbul, 2004.

Demir, İlbeyi, G., Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine., Ütopya Yayınları, Ankara, 2009.

Duncum, P. , " Aesthetics, Popular Visual Culture, and Designer Capitalizm". Journal of Art Education. Blackwell Publishing Ltd., 26.3.2007: 285.

Giderer, H.E. , Resmin Sonu, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2003.

Güneş, S. , Medya ve Kültür, Vadi Yayınları, Ankara, 1996.

Karahan, İ.Ç ve Karahan C., "Sanat ve Aura", Yıldız Teknik Üniversitesi 1. Sanat Tasarım Bilgi Sempozyumu. İstanbul, 22-24 Aralık 2008.

Kuspit, D. , Sanatın Sonu, Metis Yayınları, İstanbul, 2004.

Rampley, M., Exploring Visual Culture: Definitions, Concepts, Context. Edinburg University Press, Edinburg.2007.

Smith, E, L, Artoday, Phaidon Press, 1995.

Şen, Ö. , 20.yy'da Avangard Sanatın Etkisinde Dönüşüme Uğrayan Desen Anlayışının Joseph Beuys örneğinde İncelenmesi, Çukurova Üniversitesi, Sos. Bil. Ens. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2006.

Toksöz, H., "Sanat Yapıtının Oluşum Evresinde Bilgi Teknolojilerinin İşlevi". Yıldız Teknik Üniversitesi 1. Sanat Tasarım Bilgi Sempozyumu. İstanbul, 22-24 Aralık 2008.

Wiedemann, J. Digital Beauties, Taschen Press. Los Angeles, Madrid, Paris, London