

# Plastik Sanatlarda Değişen Mekân Algısı ve Sosyal Medya

Dr. Öğr. Üyesi Kerim Laçınbay

Makale Geliş Tarihi: 20.09.2019  
Yayına Kabul Tarihi: 26.11.2019

## Özet

Tarih öncesi dönemlerden itibaren, mağara yüzeylerinden başlayarak, kaya duvarlara, dini mekânlara, müze ve galeri duvarlarına kadar birçok farklı yüzeyi kendisine mekân edinen sanat; assemblaj, performans, enstalasyon gibi anlayışların ortaya çıkmasıyla birlikte, mekânda var olma durumundan (sergileme alanı olan) uzaklaşarak sanat eserinin kendisi olma durumuna geçmiştir. Teknolojik gelişmeler ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte de dijital platformlarda kendi sanal mekânını oluşturmuştur. Mekânın sanat alanındaki varlığı da böylelikle yeniden sorgulanmaya değer bir konu haline almıştır. Sosyal medya sayesinde ise, plastik sanatlar alanındaki çalışmalara niceliksel artıştan dolayı ulaşmak kolaylaşırken; bu çalışmaların niteliksel olarak ise ayırt edilebilirliği zorlaşmıştır. Bu araştırmada plastik sanatlar açısından, tarihsel süreç içerisinde değişen mekân algısının sorgulanması ile birlikte; kültürel, teknolojik ve bilimsel değişimler çerçevesinde sanatçıların eserlerini sunum şekillerini ne şekilde değiştirdiklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, tarihsel serüveni içinde mekânın plastik sanatlar açısından ne anlam ifade ettiği görseller ile desteklenerek tartışılmış ve çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar ekseninde yeni araştırmalara destek olacak öneriler geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sanat, Plastik Sanatlar, İletişim, Mekân, Sosyal Medya.

## CHANGING PERCEPTION OF SPACE ON PLASTIC ARTS AND SOCIAL MEDIA

### Abstract

The art which used may places like cave surfaces, rock walls, religious places, museums and galleries went away from the situation of a place (displaying area) and it turned into the artwork itself thanks to intelligencies of assemblage, performance, installation. The art created its own virtual area on digital platforms thanks to technological improvements and domination of social media on societies. So the existence of space in the art became a topic which has evolved to be questioned again. Thanks to social media pages, artistic innovations, sharing and communication experienced a quick change. For consumers/spectators of art, while it is easy to reach studies because of increase in quantity, it is becoming harder to discriminate in quality. In this study, in terms of plastic arts, it is aimed to distinct how artists changed their ways of presenting within the frame of historical, cultural technological and scientific changes. It also aims to question changing perception of space within historical period. In line with this aim, the meaning of space in terms of plastic arts in the historical adventure was supported by visuals and discussed and various conclusions were reached. Based on these results, suggestions were developed to guide new research.

**Keywords:** Art, Plastic Arts, Communion, Space, Social Media.

## 1. Giriş

Sanatçının ve sanat eserinin kaynağını sanatın kendisi oluşturmaktadır. Sanatı kendisine amaç edinen sanatçı için; sanat eseri, sanat mekânı ve hatta sanatçının kendisi bir araç haline dönüşebilir. Sanatçının ulaşmak istediği şey salt olarak sanattır. Sanata ulaşma serüveninde ise, zaman ve mekân kavramları her çağda ve çağlara ait dönemlerde farklılıklar göstermiştir.

Resim sanatı, tarih öncesi çağlarda, yani ilkel uygarlıklarda mağara duvarlarını mekân olarak belirlemiş ve uygarlıklar tarihi içinde varlığını ortaya koyabilmek için hemen her yüzeyde kendisine yer bulmuştur. Sanat eseri, sanatın temel varoluş sebeplerinden biri olan ifade ve iletişimi sağlamak için farklı platformlarda kendisini sürekli olarak insanlara sunma ihtiyacı duymuştur.

Mekân ve sanat ile ilgili alanyazın incelendiğinde çağdaş sanatta mekân (Girgin, 2014; Güler, 2004; Uluçay, 2017), temel tasarım eğitiminde mekân (Hasgül ve Birer, 2019) gibi konular araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. Dijital teknolojinin sanat ile ilişkisini belirten araştırmalarda (Dolunay ve Boyraz, 2013; Sağlamtimur, 2010; Türkmenoğlu, 2014) çeşitli tarihlere araştırmacıların çalışmalarına konu olmuştur. Bu araştırmada; plastik sanatlar açısından, tarihsel süreç içerisinde değişen mekân algısının ne olduğunun belirlenmesi ile birlikte; siyasal, sosyo-kültürel, dini, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin sanatçıların eserlerini sunum şekillerini ne yönde değiştirdiklerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmada veriler belgesel tarama türlerinden genel tarama yaklaşımı ile toplanmıştır. Elde edilen görsel ve yazınsal verilere dayanılarak plastik sanatlarda mekân olgusunun tarihsel olarak değişimi ve dönüşümü tartışılarak sonuca ulaşılmıştır.

### 1.1 Plastik Sanatlar Açısından Mekânı Anlamak İçin Bir Soru: "Nerede?"

Plastik sanatlar açısından mekânın ne olduğu "Nerede?" sorusunun cevabında gizlidir. Sanatçı, sanat eseri ve sanat tüketicisinin/izleyicinin "Nerede?" olduğu mevcut durumu betimleyecek üç önemli enstrümanı oluşturmaktadır. Bu anlamda "nerede" bilgisi farklı zaman ve mekân hesaplarının yanı sıra hem dışarıda, hem de mevcut ortamda nerede olduğunun anlamını içerir. Kişinin belleği ve bilgisi nerede olduğunuzu anlamının yanı sıra, zihnen ve bedenen bulunulan yerdeki anıları harekete geçirir (Groh, 2017: 17). Plastik sanatlar alanında mekânın (sergileme alanı olan, eser-

leri barındıran) tarihsel olarak somut değişimine geçmeden önce; "sanatçının, sanat eserinin ve sanat tüketicisinin/izleyicisinin" bulunduğu soyut mekânın (zihnen bulunduğu yer) belirlenmesi ve anlaşılması önemlidir. Sanatçının, yani eser üreticisinin konumu, uzaydaki somut bir mekândan (yerden) ziyade, onun görsel algısının niteliğiyle ve ele aldığı sanat kuramına olan aidiyetiyle ilişkilidir. Sanatçının kendisini ifadesi bakımından "nerede" olduğunu bilmesi oldukça önemlidir. Sanatçının kendisinin "anlatımcı mı?, yansıtmacı mı?, biçimci mi?" olduğunu bilmesi veya tüm bu kuramları reddedip, nasıl bir sanatsal ifade pozisyonunda konumlandığının farkında olması gerekmektedir. Tüm bu bilişsel faktörlerin yanında, sanatçının tinsel ve duyuşsal olarak nerede olduğunun da farkında olması gerekmektedir. Sanatçının kendisini düşünsel olarak konumlandığı yer dolaylı olarak eserinin de konumunu belirlemektedir.

Sanat eseri bakımından ise, "nerede"nin cevabı; eserin ön yapısının (yüzeyde görünen) ve arka yapısının (yüzeyde görünmeyen) hem plastik değerler, hem de estetik değerler bakımından ne düzeyde olduğuyla ilişkilidir. Dolayısıyla eserin kendisini nasıl ifade ettiğiyle ilgilidir. Sözer'in (2019:6-7) belirttiği gibi, eserin nerede olduğu eş zamanlılık ve anokronizme (ayrı zamanlılık) bağlıdır. Gerçek sanat yapıtının doğru algılanabilmesi için, sanatın tarihsel dönüşüm sürecine hâkim olmak gerekir. Bu sürece dayanarak sanat yapıtının kendisi bütün ve parça ilişkilerinin eş zamanlılığı olarak, kendi mekânsallaşmasıyla oluşan, ortaya çıkan, kendini gösteren bir şeydir.

Sanat tüketicisi/izleyicisi bakımından "nerede?" sorusunun cevabı ise, onun görsel kültürünün, görsel algısının, estetik bilincinin, esere karşı tavrının ve tepkisinin ne yönde olduğuyla ilgilidir. Bunlara geçmeden önce, bu çalışmada sıklıkla değinilecek olan sanat tüketicisi ve sanat izleyicisi kavramlarının yakın anlamlar ifade ettiğini belirtmek gerekir. Tüketici; "Mal ve hizmetlerden yararlanan, satın alıp kullanan, tüketen kimse" ve izleyici: "izleme işini yapan kişi" (Türk Dil Kurumu, 2019). Bu tanımlardan yola çıkarak sanat tüketicisi; bir sanat nesnesini alıp kullanan; sanat izleyicisi ise, bir sanat nesnesine karşı izleme eyleminde bulunan kişi olarak tanımlanabilir. Bu tanımlardan sonra, sanat tüketicisi/izleyicisinin "nerede?" olduğunu anlamak için, onun sanat nesnesine karşı olan tavrını anlamak gerekir. İzleyiciler tarafından genellikle sanat nesnesine verilen ilk tepki suskunluktur. Suskunluk, sanat eserinden etkilenmenin bir sonucu olabileceği gibi, sanat eserine karşı bir duyarsızlığın sonucu da olabilir. İzleyicinin sahip olduğu kültürel kodları, sanatsal bilgisi ve diğer yeterlikleri ile plastik

sanat eserlerine karşı tutumları birbirinden farklılık gösterebilir. Bu nedenle aynı eser, farklı izleyiciler için çok farklı anlamlar ifade edebilir, çünkü izleyicilerin zihnen nerede oldukları, sanat nesnesine karşı olan tutum ve davranışları birbirinden çok farklıdır. Bazı izleyiciler için eser yüzeyi; "duygu alanı" olarak tanımlanırken, bazıları için ise bir "muhakeme" alanını ifade etmektedir (Bolla, 2012: 14). Sanatta mekân, sanat eseri/yapıtı/nesnesi için bir sunum veya gösteri alanı olmasının ötesinde sanatın üçlü sacayağını (sanatçı, sanat eseri ve sanat tüketicisi/izleyicisi) oluşturan bu etkenlerin pozisyonuyla ilgilidir.

## 2. Tarihsel Süreç İçinde Plastik Sanatlarda Mekân Algısı

Tarih öncesi çağlarda, özellikle de Paleolitik dönemde Fransa Lascaux, Le Portel ve İspanya Altamira (Bkz. Görsel 1 ve Görsel 2) gibi mağara duvarlarının görsel bir çalışma ve sunum mekânı halinde olduğu bilinmektedir. Bu çağa ait insanlar hakkındaki bilinenlerin çoğu onların bir görsel sunum mekânı olarak mağara duvarlarını kullanmalarından ileri gelmektedir (Mittler, 2006: 128).



Görsel 1. İspanya Altamira Mağarası Duvar Resmi (Solda)

Görsel 2. Fransa Le Portel Mağarası Duvar Resmi (Sağda)

Yine tarih öncesi devirlerde, Mezopotamya sanatında, Sümerler'in (MÖ. 4000 – MÖ 2000) tapınak duvarları ile kil tabletleri rölyef ve resimlerle (Bkz. Görsel 3 ve Görsel 4) donatarak mekânı bir iletişim aracı olarak ifade ettikleri bilinmektedir.



Görsel 3. Sümerlere Ait Rölyef, Louvre Müzesi, Paris, Fransa.



Görsel 4. Sümerlere Ait Ur Antik Kenti Arması, British Müzesi, Londra, İngiltere

Antik Mısır Sanatındaki (MÖ. 2000 – MÖ. 20) resim sanatına ait örnekler ise (Bkz. Görsel 5, Görsel 6 ve Görsel 7) ebedi, sürekli ve kutsal olanı ifade etmek için büyük tapınaklar ve mezar anıtları içinde yer aldığı görülmektedir (Tansuğ, 1999: 25). Bu mekânlar insanların dış dünya ile bağlantılarını yok edecek şekilde tasarlanmıştır. Zamanın akışını durduran ve sonsuzluğu, ebediyeti temsil eden bir varoluşu simgelemektedir (O'Doherty, 2019). Mısır resim sanatına mekân oluşturan tapınaklar ve anıt mezarlar doğrudan halkın görmesi için değil, bir inanç çerçevesinde vefat eden kimsenin fayda görmesi için yapıldığı bilinmektedir.





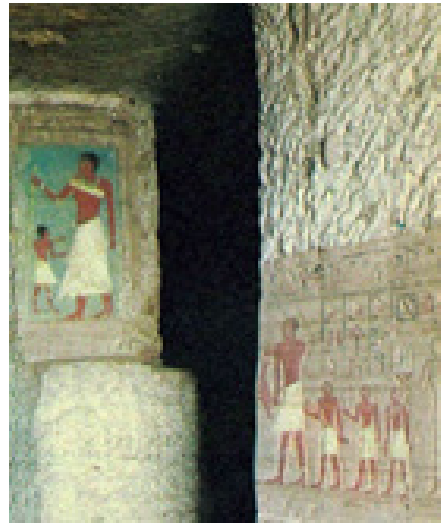
Görsel 5. Mısır Kaya Mezarlarından Fresk Örneği, Teb (Luxor), Mısır



Görsel 8. Hitit Kaya Duvar Kabartmaları Örneği, Çorum, Türkiye



Görsel 6. Mısır Kaya Mezarlarından Fresk Örneği, Torino, İtalya (Solda)



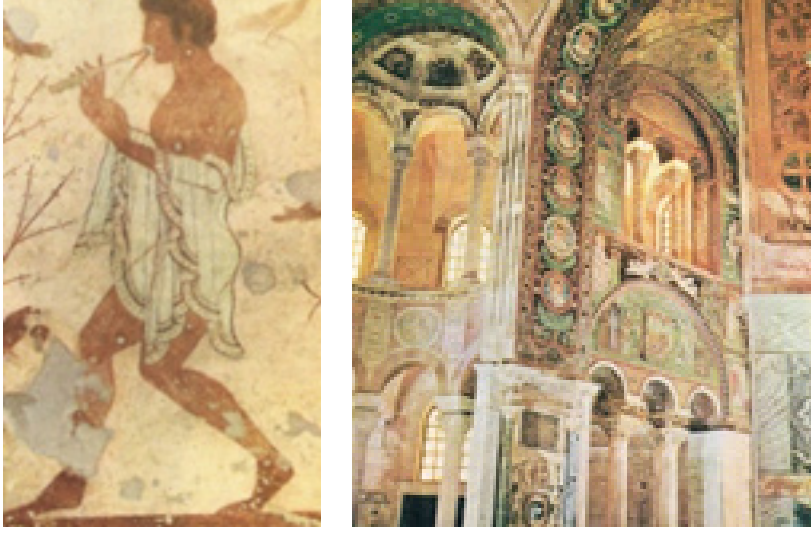
Görsel 7. Mısır Kaya Mezarlarından Fresk Örneği, Asuan, Mısır (Sağda)

Tarih öncesi dönemde, Anadolu coğrafyasında yaşadıkları bilinen Hititlerde ise (MÖ. 2000 – MÖ. 700), plastik sanatlarda sunum alanı olarak kaya duvarların kullanıldığı (Bkz. Görsel 8) görülmektedir. Kaya duvarları üzerindeki rölyefler ve çizimler, Paleolitik dönemden beri süre gelen organik mekânlardaki ulaşılabilir sunum arayışlarının evrilmeye başladığının ilk göstergeleri arasında yer almaktadır.

İtalya'daki en eski fresk denemeleriyle sanat tarihinde yerini alan Etrüsk Sanatında da mezarlar, süslemeli bir oda olarak kullanılmıştır (Pischel,1981:118). Etrüsk sanatında, tıpkı Mısır sanatında olduğu gibi mezar odaları bir resimsel mekân olarak kullanılmıştır (Bkz. Görsel 9). Roma sanatından, erken Hristiyan sanatına; Bizans sanatından, İslam sanatlarına; gotik sanatından, Rönesans'a kadar ağırlıklı olarak dini ve mitolojik konular ve bu konuların işlendiği yerler resim sanatı açısından sunum mekânları haline dönüştürülmüştür (Bkz. Görsel 10). Gotik Sanatında bazilikalar; dini ve mitolojik tasvirlerin ön planda olduğu dini yapılar ve bir anlamda da sanatsal sunum mekânları olarak sanattarihindeki yerini almıştır. Rönesans'ta ise, resim sanatı neredeyse tamamıyla kilisenin kontrolü altına girmiş ve sanat tarihinde kilise duvarları, dini tasvirlerin betimlendiği mekânlar olarak yerini almıştır. Tarih öncesi çağlardan Rönesans'a kadar plastik sanatlar açısından mekân; mağara duvarı, kaya duvarlar, dini yapılara ait yüzeyler gibi birçok evrim geçirmiştir.

21. yüzyıla doğru, özellikle de 20. yüzyılının ikinci yarısından itibaren sanatsal ifade biçimleri ve pratiklerindeki (uygulama ve sunum biçimleri) değişime bağlı olarak sergileme mekânları da değişime ayak uydurmak zorunda kalmıştır. 1950'lerden itibaren asamblaj (hazır nesnelere düzenleme), mekân düzenlemesi, performans, arazi sanatı, enstalasyon (yerleştirme) gibi yeni ifade biçimleri ortaya çıkmaya ve klasik anlamdaki sanatsal mekânların sınırlarını zorlamaya başlamıştır (O'Doherty, 2019: 10). Mağara duvarlarından kaya duvarlara, lahitlerden kil tabletlere ve dini mekânların tavan ve duvarlarından tuvalere kadar bir evrim süreci içinde

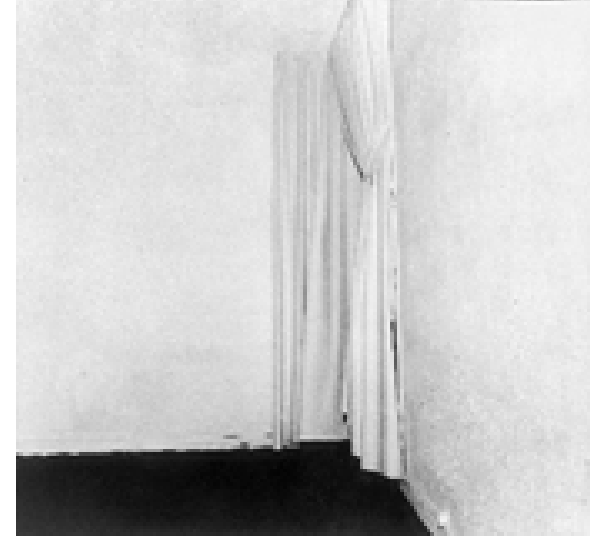
kendisine sunum alanı arayan plastik sanatlar, güncel sanat pratikleriyle bir araya gelerek 1950'liler itibariyle sunumunu ve izleyicisiyle olan etkileşimini değiştirmeye başlamıştır. İlk defa çağdaş sanatla birlikte, mekân zamanın bir işlevi olarak yeniden bulgulanmış, bununla beraber de yeni anlatım olanaklarının ortaya çıkması sağlanmıştır (Sözer, 2019: 17).



Görsel 9. Etrüsk Dönemi Mezardan Çıkmış Figür Resmi Örneği Chuisi Muzesi, Chuisi, İtalya (Solda)

Görsel 10. Bizans Sanatı Örneği, Ravenna Kilisesi, Ravenna, İtalya (Sağda)

1960'lara doğru minimalizm akımının ortaya çıkmasıyla birlikte sanatta mekânın ifade ettiği "şey" farklı bir kimlik kazanmıştır. Mekânın doğrudan kendisi bir sanat nesnesi haline gelmiştir. Fransız sanatçı Daniel Buren kapalı bir mekânı tek başına sergileyerek galeri mekânının kendisini doğrudan bir sanat eseri olarak nitelendirmiştir. Yves Klein ise, 1958 yılında boş bir mekânı "boşluk / void" adı altında sergilemiştir (Bkz. Görsel 11). Klein bu çalışmasında, gerçek anlamda bir sanat nesnesi olmamasına rağmen, güçlü bir sanatsal mekân izlenimi yaratmak istemiştir. Klein, mekanın içeriğini ret ederek, mekanın kendisini bir sanat nesnesi olarak yorumlamıştır (Güler, 2014: 44). Fernandez Arman ise, 1960 yılında, eserin diyalektik karşılığını sunarak aynı mekânı "Dolu" isimli sergisinde tıka basa çöp ile doldurarak sergilemiştir (O'Doherty, 2019: 26).

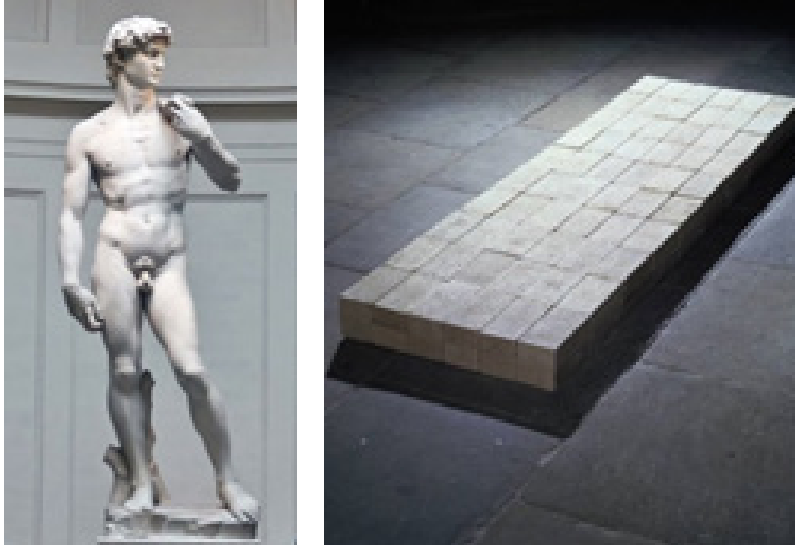


Görsel 11. The Void / Boşluk, Yves Klein, Paris, Fransa

Foster'in (1996: 59) belirttiği gibi, sanat için mekân arayışları; sanatın sergilendiği mekânlara (Micheal Asher), sanatın sergilenme biçimlerine (Daniel Buren) ve sanatın bir meta olarak statüsüne (Hans Haacke) yönelik eleştirel yaklaşımların yolunu açmıştır.

Tarihsel serüveni içinde sanatın mekânla olan ilişkisine değinirken, sanat tarihine mal olmuş birkaç anlatıya yer vermek yararlı olabilir. 16. yüzyılda ünlü heykeltıraş ve ressam Michelangelo'nun, başyapıtı sayılan Davut heykelini (Bkz. Görsel 12) yaparken: "Kafamda Davut'a dair bir görüntü yarattım ve Davut'a ait olmayan her şeyi mermerden kazıyıp attım" demiştir. Michelangelo bu söyleminde hayal ettiği şeyi (sanat nesnesini) bir kütlenin/mekânın içinde konumlandırmaktadır. Dolayısıyla kendi hayal gücünü, yeteneğinin ötesinde tutmuştur. Michelangelo'nun bu söyleminin üzerinden yaklaşık beş asır geçtikten sonra 1966 yılında, Amerikalı sanatçı Carl Andre ise, "Eşdeğer VIII" sergisinde tuğlaları (Bkz. Görsel 13) herhangi bir şekilde formlarına müdahale etmeksizin sergiler. Andre, formun özünün (kendisinin) bir mekân yarattığını ifade eder. Günümüzde Davut heykeli herhangi bir yerde sergilense, izleyiciler tarafından bir sanat nesnesi olarak algılanabilir. Ancak Andre'nin tuğlaları herhangi bir yerde sergilense izleyiciler tarafından bir sanat nesnesi olarak algılanamayabilir. Bu nedenle herhangi bir nesnenin, sanat nesnesi olup olmayacağını belirleyebilmek için, o nesnenin barındığı mekân ile olan ilişkisini anlamak

gerekir. Bu anlamda mekân, herhangi bir nesneye dahi sanatsal kimlik kazandırarak, onu sanat nesnesi olarak bir forma dönüştürebilir. Buren'in (2005:314) "Bir Parça Ekmek" olarak ifade ettiği şey, bu duruma bir örnek olarak verilebilir. Bir parça ekmeği müzede sergilemek müzenin işlevini değiştirmez, ama sergi süresince o müze bir parça ekmeği sanat yapıtına dönüştürür. Bu anlatılarda anlaşılacağı gibi, sanat nesnesi için mekân, onun varoluş serüveninde oldukça önemlidir.



Görsel 12. Davut Heykeli, Michelangelo, Floransa, İtalya (Solda)

Görsel 13. Eşdeğer VIII, Carl Andre, Londra, İngiltere (Sağda)

### 3. Teknolojik Gelişmeler ile Dijital Ortama Taşınan Sanat ve Mekân Olarak Sosyal Medya

2000'li yıllara doğru, sergilenme biçimleri; sosyo-kültürel, bilimsel ve teknolojik gelişmelerle doğru orantılı bir şekilde değişmeye ve alternatif ortamlar yaratmaya başlamıştır. Sanatçıların sanat tüketicisi / izleyicisi ile olan iletişim sıklığını artırma isteği fiziksel mekânların haricinde aslında doğrudan var olmayan mekânları da kullanmaya yöneltmiştir (Dolunay ve Boyraz: 2013). 1993 yılında, Türkiye'de ilk kez internet kullanılmaya başlanmıştır.<sup>1</sup> Bu gelişmeyle birlikte, plastik sanatlar için klasik türden

<sup>1</sup> <http://www.aljazeera.com.tr> adresinden 05 Eylül 2019'da alınmıştır.

sergileme mekânlarına ek olarak sanal sanat galerileri de rol almaya başlamıştır. Ses ve görüntü kayıt cihazlarının devreye girmesiyle birlikte birçok sanat nesnesi dijital ortama taşınmıştır. İnternetin kullanmaya başlamasından sonraki on yıl içinde, sosyal medya araçlarının hayatımıza girmesi sürecinde teknolojinin yakaladığı ivme, kullanıcı sayıları ve kitlelere ulaşma hızları sürekli olarak artış göstermiştir. Aşağıda Şekil 1'de çeşitli teknolojik gelişmelerin kitlelere ulaşma hızındaki süreler belirtilmiştir.



Şekil 1. Mecraların 50 Milyon Kullanıcıya Ulaşma Süreleri (Kara, 2013: 49)

Kara (2013)'ün şekilde belirttiği gibi farklı mecraların kitlelere ulaşmadaki gelişim süreleri farklılıklar göstermektedir. Teknolojideki iletişim araçlarının 50 milyon kullanıcıya ulaşma süreleri; radyo için 38 yıl, televizyon için 13 yıl, İpod için 4 yıl, İnternet için 3 yıl, facebook için 1 yıl, twitter için 9 ay olarak bulunmuştur. Bu hız çeşitli sanat dallarında olduğu gibi, plastik sanatlarda da sanal ortamın kullanım oranını artırmıştır.

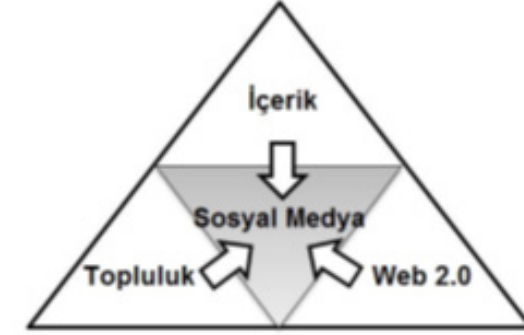
Müzeler ve sanat galerileri kendi sanal sanat sayfalarını açarak daha çok kitleye ulaşma imkânı bulmayı hedeflemiştir. İlk olarak iki ve üç boyutlu sanat eserleri fotoğraflanarak iki boyutlu biçimde sanat galerilerinin internet sayfaları aracılığıyla paylaşımına sunulmuştur. Ardından teknolojik gelişmelerden faydalanılarak, üç boyutlu fotoğrafıma teknolojisi ve 360 derece sanal gezinti imkânı sağlayan sistem sayesinde galeriler ve müzeler için yeni bir entegrasyon (uyum sağlama, bütünleşme) süreci başlamıştır. Özel bir objektif ve görüntü kayıt cihazı yardımıyla oluşturulan bu sistemde sergi mekânı tamamıyla fotoğraflanmakta ve bu fotoğraflar bilgisayar



ortamda birleştirilerek ziyaretçinin sergi mekânını sanal ortamda görmesi sağlanmaktadır. İnternet üzerinden eserin paylaşılmasıyla “ziyaretçi” artık fiziksel bir gayret göstermek zorunda kalmadan eseri görebilmekte ve bu sayede “izleyici” konumuna geçmektedir. Bu anlamda sanat eseri, bir meta iken bir dataya dönüşmektedir. İnternet ise, ortam olma özelliğini kazanmıştır (Dolunay ve Boyraz, 2013).

İlk olarak görüntü kayıt cihazlarıyla dijital ortama taşınan görseller, bu alanı da kendisine mekân haline getirmiştir. Bilgisayarın dolayısıyla da internetin, sanatçıya küresel dünyada kendi varlığını ve sanatını ortaya koyabileceği bir mekân oluşturmasının dışında; dijital materyaller aracılığıyla da sanat eseri üretilmesine imkân sağlamıştır (Türkmenoğlu, 2014). Bu dijitalleşmenin beraberinde getirdiği teknolojik dönüşümle birlikte grafik yazılım programları da piyasaya sunulmuştur. Grafik yazılım programları (Corel Draw, Adobe Illustaratör vb.) ile hem sanat yapıtı, hem de sanat yapının mekânı dijitalleşmeye başlamıştır. Çoğu sanatçı, halen geleneksel yöntemleri kullanarak eserlerinin üretirken, bazı sanatçılar ise geleneksel araçlarda bulamadıkları yaratıcı fırsatları yakaladıklarından dolayı dijital platformlara yönelmiştir (Sağlamtimur, 2010: 220). Bu anlamda; grafik tasarım programları, sanatçılara dijitalleşme sürecinde üretme mekânı ve imkânı sağlayan başlıca materyaller arasındadır.

2000’li yıllar itibariyle ise, web 2.0 ile birlikte, dünya sosyal medya ile tanışmıştır. Birçok bilim insanı sosyal medya hakkında tanım yapma ve açıklama getirme ihtiyacı hissetmiştir. İlgili alanyazında sıklıkla karşılaşılan ve kabul görmüş sosyal medya tanımlarından birisi ise şu şekildedir: “Kullanıcı tarafından oluşturulan, içerik üretimine ve paylaşımına olanak veren, web 2.0’in ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilmiş internet tabanlı uygulamalar grubu” (Kaplan ve Haenlein, 2010: 61). Sosyal medya doğrudan zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu insanî bir iletişim şeklidir (Vural ve Bat, 2010: 3351). İnsanlar (topluluk), hazırlanan içeriklerle birlikte, teknoloji (Web 2.0) sayesinde bir araya gelerek sosyal medya ortamını oluşturmuştur (Bkz. Şekil 2). Önceki yıllarda radyo, televizyon ve internetin doğrudan sunduklarıyla yetinmek durumunda olan toplum, sosyal medya ile birlikte karşılıklı bir etkileşim içine girmiştir. Bu etkileşim insan hayatını şekillendiren bütün sektörlerde olduğu gibi sanat dünyasında da etkili bir hal almaya başlamıştır.



Şekil 2. Sosyal Medyanın Temel Kavramları (Kara, 2013: 55)

Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte, sanatta mekân algısı büyük bir dönüşüm geçirmiştir. Sosyal medya aracılığıyla oluşturulan sayfalar sayesinde sanatsal yenilikler, paylaşımlar ve iletişim hızı da bir değişime uğramıştır. Günümüzde sanatçılar sosyal medya sayesinde, dünyada olup bitenlerden haberdar olup, bunlardan çıkarımlarda bulunup, esinlenme/etkilenme/haberdar olma neticesinde sanal yollu üretimler yapabilir ve bunları da anlık olarak kitlelerle paylaşabilir duruma gelmişlerdir (Doğruyol, 2013).

2004 yılında, Mark Zuckerberg tarafından kurulan ve 2006 yılında tüm dünyada e-postalar aracılığıyla kullanıma açılan facebook ve ardından 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından Instagram kurulmuştur. Instagram ile birlikte sosyal medyada sanatın bir sergileme mekânı haline gelmiştir. İlk olarak facebook aracılığıyla sanatçı ve grup sayfaları oluşturularak, sanatçılar eserlerini hiçbir aracı kullanmadan kitlelere sunma imkânı bulmuşlardır. Böylelikle sanal müzelere ve sanat galerilerine ek olarak sanatçılar kendi sanal sergileme alanlarını da kurma, koruma ve içerik hazırlama imkânı yakalamışlardır. Sosyal medya aracılığıyla sanatçılar dünya genelindeki paydaşlarına çok daha hızlı bir biçimde erişme ve iletişim kurma olanağını da yakalamıştır. İlgili alanlarına ve sanatsal yaklaşımlarına göre gruplar oluşarak bilgi ve eser paylaşımı zenginlik kazanmıştır. Sanatçılar dünyanın bir diğer ucundaki sanatsal gelişmeleri ve değişimleri eskiye nazaran daha hızlı bir biçimde ulaşma ve öğrenme fırsatını yakalamışlardır. Sergileme mekânlarının müze ve sanat galerilerinin fiziksel konumun yanında sosyal medyaya da taşınması sanatçıların izleyiciyle iletişim kurma imkânını artırmıştır. Sosyal medya aracılığıyla oluşturulan mekânlar sayesinde genç sanatçılar kendisini tanıtmaya imkânı yakalamıştır. Hatta bu

sanal mekânlar sayesinde, sanatın birçok farklı platformunda sanatçılar sadece uygulamalar aracılığıyla tanınmaya başlamıştır.

## Sonuç

Bütün sanat alanlarında olduğu gibi, resim sanatında da eserin hazırlanışı, varoluşu ve sunulduğu bir mekâna bağlıdır. Müzik ve tiyatro için sahne, sinema için set ve perde, mimari için arazi ne ise, resim sanatı için de “sanat nesnesinin üretimi, sunumu, hatta sanat nesnesinin kendisi olarak” sanat mekânı odur. Ayrıca, plastik sanat eserlerinin, kendi içlerinde kompozisyon yoluyla oluşturdukları mekânları vardır. Sergilenme anlarında ise, kendine özgü bu mekânı (kompozisyon) bir başka mekânın (yer) içine dâhil ederek sunarlar. Bu anlamda düşünüldüğünde, sergileme mekânları birçok “sanatsal mekânı” içinde barındırır. Mekân esere, eser ise mekâna estetik bir değer ve sanatsal bir kimlik katar. Böylelikle sanat eseri, hem bir mekân içinde kendisine mekân arar, hem de mekânı kendisinin kılar. Bu ifadeyi biraz daha açacak olursak, sanat nesnesinin mekân içindeki konumlandırılışı estetik ve analitik hesaplar gerektirmektedir. Eserin mekânda kapladığı hacim, mekândaki diğer nesnelere olan iletişimi ve etkileşimi, mekânla olan uyumu ve uyumsuzluğu, izleyicisine olan uzaklığı, izleyicinin onu en etkili şekilde görebileceği açı, sergilenmeye uygun ışık ortamı bunlara örnek olarak gösterilebilecek başlıca hesaplar arasındadır. “Sanat nesnesinin sadece mekânda nasıl barındığını değil, aynı zamanda mekânı ve çevresini nasıl denetlediğini, izleyicisiyle nasıl bir ilişki kurduğunu bilmek önem taşımaktadır” (Güler, 2014: 41).

Bu makalenin, “tarihsel süreç içinde plastik sanatlarda mekân algısı” bölümünden anlaşılacağı gibi, plastik sanatlar için mekân, tarih boyunca farklı anlamlar ifade etmiştir. Günümüzde ise, hemen her platformda kendisine özgü bir konum yakalamıştır. Mekân ile sanat nesnesinin etkileşimi, minimalizmdeki örneklerinde görüldüğü üzere işteş bir anlam kazanmıştır. Mekân hem sanat nesnesini barındıran yer, hem de sanat nesnesinin kendisi olarak ifade edilmiştir.

Günümüzdeki teknolojik gelişmelerle birlikte, sanat alanlarının neredeyse tümünde, alternatif mekânlar olarak sanal platformlar da yer almaya başlamıştır. Sinema alanındaki perde, tiyatro ve müzik alanlarındaki sahne, resim alanındaki galeri ve müze kavramlarına ek olarak, çeşitli dijital platformlar da görünürlük kazanmıştır. Sanatçılar sahnenin, perdenin, sanat galerisinin ve müzenin yanında; video kanalları, sosyal medya hesapları aracılığıyla da kendilerini sanat yoluyla ifade etmeye

yönelmişlerdir. Sosyal medya, sanatçıların herhangi bir aracıya ihtiyaç duymadan, sanat izleyicileriyle buluşmalarına olanak sağlamıştır. Sosyal medya aracılığıyla ulaşılan izleyici sayıları galeri ve müze ziyaretçilerinin çok ötesinde ve küresel çapta bir heterojenlik yakalamıştır. Dolunay ve Boyraz’ın (2013) belirttikleri gibi, internetteki herhangi bir sanal ziyaretçi dahi, sanat nesnelere karşılaştıklarında bir izleyici konumuna gelmiştir. İzleyicilerle sanatçıların ve eserlerin tanınırlığı, görünürlüğü takip edilebilir bir hâl almıştır. İzlenme sayıları, izleyici beğeni oranları, sanat izleyicilerin yorum sayılarıyla toplumlar üzerindeki kabul görme düzeyleri belirlenebilir duruma gelmiştir. Kara’nın (2013) da belirttiği gibi, gelişimin önünde durmak çok mümkün değildir. Sosyal medyanın kendine has bir yayılım hızı ve doğasından söz edilebilir. Birçok teknolojinin insanlar ve toplumlar için değeri, kullanıcı sayısının artış hızıyla paraleldir.

Sanat izleyicilerinin bir sanat etkinliğine (konsere, tiyatroya, sinemaya, sanat galerisine veya müzeye) katılırken genellikle bedel ödemeleri gerekirken; sosyal medya sayesinde ise, sanat nesnesi doğrudan ulaşılabilir konuma gelmiştir. En başta sosyal medya olmak üzere, dijital platformlar aracılığıyla sanat nesnesine ulaşma imkânı çok artmıştır.

Sonuç olarak, tarih sürekli olarak yazılmakta ve teknolojik gelişmelerle birlikte değişip güncellenmektedir. Sosyal medya araçları plastik sanat nesnelere mekân oluşturma konusunda günümüzde önemli bir pay elde etmiştir. Bu durumun çeşitli avantajları olabileceği gibi bazı dezavantajlarının da olabileceğini göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bu durumlardan yola çıkarak yeni araştırmalar yapılabilir.



## Kaynakça

Bolla, P (2012). *Sanat ve estetik* (K. Koş, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.  
B.O'Doherty (2010). *Beyaz küpün içinde galeri mekânının ideolojisi* (A. Antmen, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Buren, D. (2005). *Funtion of arthitecture*. R. Greenberg, B. Ferguson and S. Nairne (Eds.) *Thinking about exhibition* (p.222-227). London and New York: Routledge. [https://books.google.com.tr/books?id=WQCIAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.tr/books?id=WQCIAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) sayfasından erişilmiştir.

Doğruyol, Ş (2013). "Sanatın Yeni Mekanı: Sosyal Medya", *Lebriz Sanal Dergi*. 30.07.2013.

Dolunay, A. ve Boyraz. B. (2013). "Dijital Sanatlar Çerçevesinde Üretilen Eserlerde Teknoloji Kullanımı Ve İnternetin Sergilemeye Etkisi" *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 2(3), 109 – 124.

Eraslan, R. U. (2013). "Sosyal Medya Her An ve Her Yerde Görünür Olmak", *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communion* 3(4), 29 -37.

Foster, H (1996). *The Return of the Real*. Londra: The Mit Press.

Girgin, F. (2014). "Çağdaş Sanatta Sanatın Malzemesi Olarak Mekân", *Akdeniz Sanat Dergisi*. 7(13), 214 – 234.

Groh, J. M. (2017). *Mekân Yaratmak Beyin Neyin Nerede Olduğunu Nasıl Biliyor*. (G. Koca, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Güler, Ö.K. (2014). "Çağdaş Sanata Mekân Bağlamında Bir Bakış" *Tasarım + Kuram Dergisi*. 10 (17). 39 53.

İnternet: Türk Dil Kurumu. (2019). *Güncel Türkçe Sözlük*. <http://www.tdk.gov.tr> adresinden 10 Eylül 2019'de alınmıştır.

Kaplan, A.M. ve Haenlein, M. (2010). "Users of The World, Unite! The Challenges and Oppourtinities of Social Media", *Business Horizons*, 53, 59 - 68.

Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2019). *Mekanın Üretimi* (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Mittler, G. A. (2006). *Art in focus*. California: Glencoe/McGrawhill.

Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I*. (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.). İstanbul: Görsel Yayınlar.

Sağlamtimur, Z. Ö. (2010). "Dijital sanat", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 10(3), 213-238.

Sözer, Ö. (2019). *Sanat: Görünendeki Görünmeyen*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Tansuğ, S. (2000). *Resim Sanatının Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Türkmenoğlu, H. (2014). "Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram", *Ulakbilge*, 2(4), 87 – 100.

Uluçay, N. Ö. (2017). "Sanatın Mekânı ve Mekanın Sanatı", *İdil Sanat ve Dil Dergisi*. 6 (36), 2245-2257.

Vural, Z. B & Bat, M. (2010). "Yeni Bir İletişim Aracı Olarak Sosya Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Yasar University* 20(5), 3348-3382.

## Görsel Kaynakları

Görsel 1. İspanya Altamira Mağarası Duvar Resmi  
-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I*. (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.). İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 2. Fransa Le Portel Mağarası Duvar Resmi  
-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I*. (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.). İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 3. Sümerlere Ait Rölyef, Louvre Müzesi, Paris, Fransa.  
-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I*. (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.). İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 4. Sümerlere Ait Ur Antik Kenti Arması, British Müzesi, Londra, İngiltere.  
-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I.* (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.).  
İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 5. Mısır Kaya Mezarlarından Fresk Örneği, Teb (Luxor), Mısır.  
-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I.* (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.).  
İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 6. Mısır Kaya Mezarlarından Fresk Örneği, Torino, İtalya.  
-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I.* (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.).  
İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 7. Mısır Kaya Mezarlarından Fresk Örneği, Asuan, Mısır.  
-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I.* (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.).  
İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 8. Hitit Kaya Duvar Kabartmaları Örneği, Çorum, Türkiye.  
-<http://www.19finans.hitit.edu.tr/Pages/foto-galeri> adresinden 03.08.2019 tarihinde alınmıştır.

Görsel 9. Etrüsk Döneme Mezardan Çıymış Figür Resmi Örneği Chuisi Muzesi, Chuisi, İtalya.-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I.* (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.).  
İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 10. Bizans Sanatı Örneği, Ravenna Kilisesi, Ravenna, İtalya.  
-Pischel, G. (1981). *Sanat Tarihi Ansiklopedisi I.* (H. Kuruyazıcı ve Ü. Alsaç, Çev.).  
İstanbul: Görsel Yayınlar.

Görsel 11. The Void / Boşluk, Yves Klein, Paris, Fransa.  
-<http://walkerart.org/collections/publications/performativity/yves-klein/> adresinden  
05.08.2019 tarihinde alınmıştır.

Görsel 12. Davut Heykeli, Michelangelo, Floransa, İtalya.  
-<http://www.accademia.org/explore-museum/artworks/michelangelos-david/> adresinden  
30.08.2019 tarihinde alınmıştır.

Görsel 13. Eşdeğer VIII, Carl Andre, Londra, İngiltere.  
-<https://curiator.com/art/carl-andre/equivalent-viii> adresinden 25.08.2019 tarihinde  
alınmıştır.