



Çağdaş Sanatın Çoklu Karakteri Bağlamında Pop Sanatın Stratejileri ve Değerlendirmeleri

Strategies and Assessments of Pop Art in The Context of The Multiple Characteristics of Contemporary Art

ÖZET

Pop kavram olarak karşımıza İngiltere’de ilk defa çıktığında, genelde kitle iletişiminin özelde de görsel iletişimin tanımlanmasında kullanılmıştır. Sanatla ilişkisi, modern sanatın estetik ilkesinden kitle iletişim araçlarına varan bir açılım ile gerçekleşmiştir. Kübizm’in kolajları ile başlayan, Dada’nın hazır-yapımları ile tamamen terk edilen gelenek dışı malzeme, Pop ile kitle iletişimine dayanan; reklam, renkli fotoğrafçılık ve reproduksiyon, filmler, TV, otomobil tasarımı gibi disiplinler güzel sanatlar alanına dâhil edilerek sanat kriteri içine alınmıştır. Sanat ve hayat arasındaki sınır tamamen silikleşmiş güzel sanatlar ve popüler kültür ilk defa aynı anlamda kullanılmıştır. Yüksek ve alt kültür ayrımı geçersiz kılınmış, estetik teori kitleri dışlayan bir ayırım yapmakla iptal edilmiştir. Sanat dünyasında daha önce eşi görülmemiş bir demokratikleşme ile herkesin sanatçı ve her şeyin sanat olabildiğinin önü açılmış, güzel yerini popüler olana bırakmıştır. Seçkin modern sanatçı kültürünün ve modern biçimlerin karşısına sıradan, kişilikten, yorumdan arındırılmış sıradan, klişe ve kitsch yerleştirilmiştir. Pop’un bu karakteri ve kitle iletişimini temel hareket noktası olarak belirlemesi tüm sanat tarihini kendine malzeme deposu olarak belirlemesini sağlamış ve sanat kitle iletişiminin sağlanmasında toplumun geneline kabul görmüş kodlar üreten bir makinaya dönüşmüştür. Bu, sanatın doğallıktan yapaylığa geçtiği bir aşama olarak tarihe geçmiştir. Nihayetinde Pop, kitle kültürünün ortak malzemeleri olarak çizgi romanlar, reklamlar, fotoğraflardan, sinema, vd.’den oluşan bir iletişim sistemi olarak bir dile dönüşmüştür. Genel resme bakıldığında Pop kitle iletişimi üzerinden sanatın demokratikleşmesi hedefinde kendini kültür endüstrisinin bir aracı olarak konumlandırmıştır. Haklı bir isyan ile başlayan bir hareket olarak Pop kapitalist sistem ile ilişkisi temelinde kurumsallaşarak, karşı çıktığı modern estetiğin meta karakterinin karşısında kendi kendinin reklamına dönüştürerek metayı kendi suretinde yaratmıştır. Bu çalışmada Pop’un sanatın tanımını genişleten özgürlükçü karakterinin kültür endüstrisi koşullarında yeniden düşünüldüğünde diğer yüzünün araştırılması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pop, Postmodernizm, Kültür Endüstrisi, Kitle İletişimi, Görsel İletişim.

ABSTRACT

When pop concept first appeared in England, it was used to define mass communication in general and visual communication in particular. Its relationship with art has been realized with an expansion from the aesthetic principle of modern art to mass media. Beginning with the collages of Cubism and completely abandoned by the ready-mades of Dada, the unconventional material is based on Pop and mass communication; disciplines such as advertising, color photography and reproduction, films, TV, and automobile design were included in the field of fine arts and included in the art criterion. The border between art and life has been completely blurred, fine arts and popular culture have been used in the same sense for the first time. The distinction between high and low culture has been invalidated, and aesthetic theory has been canceled by making a distinction that excludes kits. With an unprecedented democratization in the art world, the possibility of everyone being an artist and everything being art has been opened, and the beautiful place has been left to the popular. Ordinary, deprived of personality and interpretation, cliché and kitsch are placed against the elite cult of the modern artist and modern forms. Pop’s determination of this character and mass communication as the basic point of departure has enabled him to determine the entire history of art as a material warehouse, and art has turned into a machine that produces codes that are generally accepted by the society in the provision of mass communication. This went down in history as a stage where art passed from natural to artificial. Ultimately, Pop became a language as a communication system consisting of comics, advertisements, photographs, cinema, etc. as common materials of mass culture. Looking at the general picture, Pop has positioned itself as a tool of the culture industry in order to democratize art through mass communication. As a movement that started with a just rebellion, Pop, institutionalized on the basis of its relationship with the capitalist system, turned into a self-advertisement against the commodity character of the modern aesthetic that it opposes, and created the commodity in its own image. In this study, it is aimed to investigate the other side of the libertarian character of Pop, which expands the definition of art, when it is reconsidered in the conditions of the culture industry.

Keywords: Pop, Postmodernism, Culture Industry, Mass Communication, Visual Communication

GİRİŞ

Alloway (2006: 147-150) tarafından ilk defa İngiltere’de ortaya atılan Pop terimi, kitle iletişiminin, özellikle de görsel iletişimin bir tanımı anlamında kullanılmıştır. Estetik ilginin kitle iletişim araçlarına yayılarak bu mecranın insan yapımı ortamıyla ilişkilendirilmesi amaçlanmıştır. Böylece reklam, renkli fotoğrafçılık ve reproduksiyon, filmler, TV, otomobil tasarımı, güzel sanatlarla eşit olarak kabul edilmiştir. James, (1996: 44) bu anlamda Pop deyiminin yeni doğan bir sanat hareketini tanımlamak için değil, popüler kültüre atıfta bulunan bir argo terim olarak kullanıldığının altını çizmiştir.

Haydar Taşçılar¹

How to Cite This Article

Taşçılar, H. (2023). “Çağdaş Sanatın Çoklu Karakteri Bağlamında Pop Sanatın Stratejileri ve Değerlendirmeleri”, Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 9(61):2304-2319. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/JOS HAS.67971>

Arrival: 27 November 2022

Published: 28 February 2023

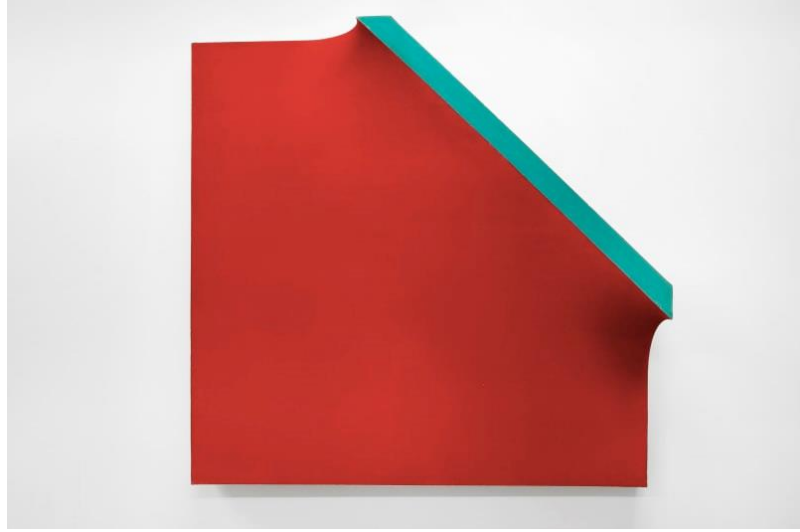
International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

This journal is an open access, peer-reviewed international journal.

¹ Dr. Öğr. Üyesi., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Resim Bölümü, Kütahya, Türkiye



Görsel 1. John McHale, 1956, Machine-Made America II, kolaj.

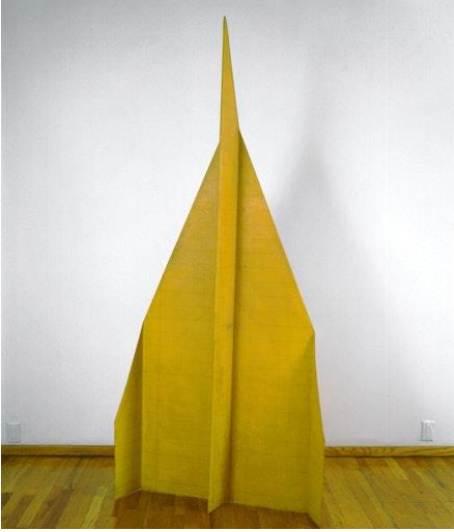


Görsel 2. Richard Smith, 1966, A Whole Year A Half A Day VIII, tuval üzerine alüminyum ve akrilik, 152.4 x 152.4 x 30 cm



Görsel 3. Peter Phillips, 1965, Custom Print, Folyo kaplı kâğıt üzerine serigrafi, 61 × 50.8 cm.

Alloway (2006: 55-59) Pop'u üç aşamada tanımlamıştır. 1951-58 arasında gerçekleşen ilkinin temel dayanağı ortak deneyim arayışı olmuştur ve figüratiftir. John McHale'in tüm tüketim mal ve hizmetlerinin sembollerinden oluşan, tüketicilerin portrelerine dönüşen kolajlarını (Görsel 1) bu ilk aşamaya örnek göstermiştir. 1957'de başlayan ikinci aşama ilgisini figürden soyuta çevirerek, kitle iletişim araçlarının işaretleri, renkleri ve ışıkları nedeniyle değişen doğa düşüncesinden hareketle insan yapımı çevreye yönelmiştir (Görsel 2). 1961'deki Pop'un üçüncü dalgası da ilki gibi yine figüratiftir ancak bu kez bütün popüler teknikleri kullanıma sunmuştur (Görsel 3). İkonografi kullanımı Pop sanatının temel dinamiği olmuş, reklamlar ve sanat arasındaki ortak temalar keşfedilebilmiştir. Alloway Pop'un son aşamasını ilk ikisinden ayırarak, ilk iki aşamanın daha öncekiler gibi, sanata varmaya çalıştıklarını, oysa son aşamanın Pop'un gerçek karakteri olarak kitle iletişim araçlarının kullanılarak, sanatçıların kendi tarz ve ürün seçimleriyle, farklarını ortaya koyması anlamındadır. Bu anlamıyla Pop'un sanat ile en azından kendinden önceki sanat tanımlarıyla arasına net bir çizgi çektiği söylenebilir. Harrison (2001: 37) ise Pop'un ikonografik, üslupsal ve biçimsel özelliklerini, genel olarak savaş sonrası Batı kentsel toplumunun temel teknolojik ve ekonomik özellikleri doğrultusunda, kitle iletişimi ve kapitalist tüketimcilik ile açıklamıştır. Bu yaklaşım içinde olan eleştirmenler, farklı biçimlerde olsa da, Greenbergci biçimciliğin hâkim modernist paradigmasının yanı sıra geleneksel temsil paradigmasını da gözden düşürmüşlerdir. Bell de (1978: 72) Pop hedonizmi olarak adlandırdığı modern sonrasını; Alloway'den alıntılanarak bolluğun estetiğinin gündemde olduğu dönem olarak tanımlamıştır. Buna göre; gündelik dünyadan gelen ev eşyaları, filmler, kitle iletişim araçlarından görüntüler olarak çizgi romanlar ve reklam panoları, yiyecekler hamburgerler ve coca-cola şişeleri ve giysileri, Pop'un ikonografisine yerleştirmiştir. Pop ile ilgili temel noktayı da, gerilimin olmadığı, sadece parodinin geçerli olduğu bir zemine oturtmuştur. Bu parodilere de Alex Hay'ın sıradan bir kâğıt uçağın bir metrelik büyütmesini (Görsel 4) ve Claes Oldenburg'un büyük hamburgerini (Görsel 5) örnek göstermiştir. Birer parodi olarak bu nesnelere her zaman iyi huylu ve eğlencelidirler.



Görsel 4. Alex Hay, 1968, Paper Airplane, Kağıt üzerine fiberglas, epoksi, sprey lak ve şablon, 233 x 100.3 x 24.1 cm.



Görsel 5. Claes Oldenburg, 1962, Floor Burger, Köpük kauçukla doldurulmuş kanvas ve akrilikle boyanmış karton kutular.

Pop'un kitle iletişimi üzerinde şekillenen yapısı nihayetinde modern sonrası öznenin izleyici olarak sanatın tanımının belirlenmesindeki rolünü daha önce hiç olmadığı kadar artırmıştır. Postmodern çağın öznesi, modern dönemin seçkin izleyicisinin tam karşısında konumlanmıştır. Hopkins, (2000: 76) edebiyat kuramcısı Roland Barthes'ı, yeni reklamcılık kültürünün içinde işleyen göstergibilimsel kodlamaların bolluğuna ilk yanıt verenlerden biri olarak tanımlamıştır. Barthes (2014) kitlesel görüntülerin içine işlemiş derin toplumsal önyargıları ve özlemleri fark etmiş ve yeni dönemin yeni izleyici kitlesini, giderek artan bir şekilde mobilize oluşuyla ve sınıfsal çeşitliliğiyle tanımlamıştır. Böyle bir dönemin sanatı da bu izleyici kitlesine hitap etmek adına, elitist karşıtı bir tavra yönelmiştir. İzleyiciyle birlikte sanatın bu yönde evrilmesi sonucunda sanatçılar da, hızlı bir toplumsal görüntü devri ve izleyicilerinin dikkat sürelerinde bir düşüş ile rekabet etmek zorunda kalmışlardır. Modern estetik teori postmodern çağın teknolojileri ile beliren yeni izleyici kitlesine cevap veremediğinden terkedilmiştir.

Bütün bu gelişmeler ile birlikte modern sanat tüm alanları ile terk edilmiş, estetik teori, güzel sanatlar ile popüler kültür arasında sadece bir ayırım yapmakla değil, aynı zamanda büyük izleyici kitlesini, haklarından mahrum eden bir teori olarak da tanımlamıştır. Güzel olan ve ciddiyet ayrıcalıklı azınlık gruba ayrılmış; sıradanlık ve sansasyonizm daha büyük kitleye uygun görülmüştür. Bu anlamda güzellik, geleneksel estetik teorisinin tanımıyla, eğitimsiz izleyicilerin erişemeyeceği entelektüel bir içeriği ile tanımlanmıştır. Yüksek sanatın izleyiciden bu anlamıyla daima bir talebi olmuş, oysa sıradan eğlence olarak görülen popüler kültür seyirciden hiçbir şey talep etmemiş, aksine pasifliğini teşvik etmiştir (Alloway, 2006: 137-145).

Yeni teknolojilerin şekillendirdiği hayatın yeni bir paradigması, sanat ile hayat ilişkisi bağlamında, oyunun kuralları yeniden oluşturulmasını getirmiş, sanatın, hayatın sınırları içine çekilmesi adına çıkılan yolda sanatçı ve izleyici olarak özne yeni dönemin şartları altında yeniden tanımlanmasını zorunlu kılmıştır. Jameson (2011: 52-54) postmodern özneyi, burjuvanın merkezileşmiş özerk egosu anlamındaki öznesinin sonunun geldiği noktada tanımlamaktadır. Klasik kapitalizm döneminde var olan merkezi özne, geç kapitalimin kültürel mantığı olarak

tanımladığı postmodern dönemde eriyerek yok olmuştur. Merkezi öznenin erimesi ile birlikte modernizmin yüce biçimsel tavrı ve ardından kolektif hareketler olarak avangard idealleri de sona ermiştir. Çünkü merkezi özne kişisel ifadenin içine yerleştiği, kendi bireyselliğinin içine kapanarak, kendi kendini tecrit ettiği modernizmin özerk alanın temsili olarak tanımlanmıştır. Modernizmin merkezi öznesinin sonu, nihayetinde de üslubun, fırça darbelerinin de sonu anlamına gelmiştir. Postmodern özne, merkezi öznenin omzundaki tüm tarihi yüklerden sıyrılarak anonimleşmiştir. Pop sanatçıları da, yeni sanatçı tipi olarak modern dönem ve öncesi sanatçı tipinden çok farklı bir konuma yerleşmiştir. 1960 sonrasında sanatçılar artık, kitle kültürünün ya da popüler kültürün malzemelerini, modern sanatçının kullandığı tabirle bir alıntılama olarak değil, kitle kültürü ve yüksek kültür arasındaki ayrımı netleştirmek adına, eleştirel kategorilerin işlevsizleştirmek için kendi yapıtlarına katmışlardır (Jameson, 2011: 114). James, (1996: 10-13) Pop'u geçmişten ayıran şeyi, tam bu noktada, Dada'dan miras kalan bir tavır olan sanatsal stil kavramını reddetmesi olarak göstermiştir. Pop'un tanımlayıcı unsurunu olan üslubun reddedilmesi, Pop sanatçısının tarafsızlığının soğuk tavrı ve alakasız görüntülerin rastgele bir araya getirilmesiyle şekil bulmuştur. Alakasız görüntülerin yan yana getirilmesinin amacı, konuları küçümsemek değil, tüm konuların eşit olduğu anlamındadır. Tıpkı bir reklam panosu ressamı gibi Pop sanatçısı da her türlü görüntüyü birleştirerek düz ve kişilikten arındırılmış bir stil oluşturmuştur.

Sanat, Pop ile birlikte daha önce hiç olmadığı kadar kitleler arasına karışarak, modern sanatın tüm sınırlarını altüst etmiş, hayatın ve sanatın birliği adına bir özgürleşme hareketi olarak belirlemiştir. Alloway (1969: 17-21) Pop'un bu karakterini tarihin demokratikleşmesi ile açıklamıştır. Tarihçiler savaş sonrasında itibaren artık kahramanlardan ve baskın figürlerden uzaklaşarak kalabalıkları incelemeye yönelmişlerdir. Daha önce, generallerin kararları, kralların saltanatları, servetleri ve metresleri açısından tartışılan tarihe, dünyanın geri kalanı anonim bir destek olarak hizmet etmiştir. Tarihin yazılmasındaki en büyük değişim, toplulukların demografik olarak incelenmesiyle gerçekleşmiştir. Bu bakış açısından hareketle sanat da büyük bir adamın en büyük anındaki huşu duygusu yerine, temsili ve tipik eserlerle tanımlanmıştır. Adamın rekor kıran zirvesinden ziyade tüm hayatının ilginçliği üzerine odaklanılmıştır. Bu vurgu kaymasıyla ilgili olarak, kalıcılığa ilişkin değerlendirmede bir azalma olmuş, sanat, sonsuzluğun simgesi, zamanın düşmanı olarak varsayılan işlevinden ayrılmış, zaman ve mekânın bir ürünü olarak kabul edilmiştir. Bu anti idealist sanat görüşüne paralel olarak, amacı, artık "güzel" denilen sanattan farklı olarak, popüler bir sanat geliştirmek olarak belirlenmiştir.

Tarihin demokratikleşmesinden sonra Chambers de (1986'den akt. Harvey, 1997: 78) sanatsal alandaki demokratikleşme hamlesi olarak ilk defa İngiltere'de yükselen Pop'u işaret etmiş, savaş sonrası artan bolluğun getirdiği ekonomik refah ile işçi sınıfı gençlerinin tüketici kültürüne katılmak için modayı kullanarak kendi kimliklerini tanımlama arayışları olarak yorumlamıştır. Bu sanatçılar, kitlelere hazları dayatmak için medyayı ve reklamları kullanan kapitalist moda sanayiinin karşısına, onların araçlarını kullanarak çıkmışlar ve kendi Pop biçimlerini yaratmışlardır. Chambers Pop'u zevklerin, şehirli maço erkek kültüründen üniversite kültürüne kadar demokratikleşmesi, daha önce söz hakkı olmayan ezilmiş grupların, örgütlü bir ticari mekanizma karşısında kendi kimliklerini ortaya koyma hakkı edinmeleri olarak yorumlamıştır. Huyssen (1986: 141) ise Pop'u, genç neslin otoriteye başkaldıran ve mevcut toplumun normlarından kurtulmayı amaçlayan, lise ve üniversite öğrencileri arasında yayılan bir özgürleşme coşkusu anlamında yeni bir yaşam tarzı olarak tanımlamıştır.

Genel olarak bakıldığında postmodern sanat tavrı, modern sanatın elit, seçkinci, özerk üsluplarını antidemokratik olarak tanımlamış ve üslupların derk edildiği bir demokratikleşme yapısı içinde üslupsuzluğu öne çıkarmıştır. Pop tam bu noktada sesini yükseltmiş ve çağın ikonik sanat dili olarak belirlemiştir. Sanat, bu üslupsuzluk zemininde yeni dinamikleri ile yeniden tanımlanarak Pop adı altında çok daha geniş alana yayılan bir çerçeve çizmiştir.

YÜKSEK KÜLTÜR VE ALT KÜLTÜRÜN DÜZLEŞTİĞİ ZEMİNDE AVANGARDLARDAN AYRILAN POP SANATIN KİTSCH İLE İLİŞKİSİ

Bauman (2011: 77-79) yüksek kültürü; neyin nasıl olacağını belirleme otoritesine sahip azınlık grup olarak kültürel elitlerin onayladıkları ve uyguladıkları olarak belirtirken, düşük kültürü de popüler kültür ya da kitle kültürü olarak tanımlamıştır. Bauman, kültürel elit tanımının modern sonrası dönemde artık eski anlamıyla var olmadığını da altını çizmiştir. Artık seçkin ya da popüler iki anlamda da, herhangi bir beğenin biribirinden üstün olduğunun iddia edileceği bir ortam yoktur. Dönemin temel anlayışı seçkinciliğe karşıt bir zeminde, her şeyi tüketmek, her şeyden tat almak olarak tanımlanmıştır. Böyle bir ortamda da seçkin zümre eski anlamda, kitleyi kendi tarafına çekip onu dönüştürme görevini bırakmış, sanat da alt ve üst kültürler arasındaki sosyal hiyerarşini belirlenmesi anlamındaki işlevini yitirmiştir.



Görsel 6. Eduardo Paolozzi, 1971, Sack-o-sauce, kolaj, 35 × 26 cm.



Görsel 7. Richard Hamilton, 1956, Just What is It That Makes Today's Homes So Different, so Appealing? kolaj, 26 cm × 24.8 cm

James, (1996: 5-7) Pop'u Dada'nın, Büyük Britanya ve Amerika Birleşik Devletleri'nde 2. Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda ortaya çıkan gerçek, anarşik türü olarak tanımlamıştır. Kitle kültüründen beslenen Pop için ticari ürünler, reklamlar, gazete kupürleri, hatta çizgi romanlar ve pornografi bir oyun sahası haline gelmiştir. 1940'ların sonlarında, İskoç sanatçı Eduardo Paolozzi, Amerikan gazete ve dergilerinden, vücut geliştirme dergilerinden alınan müstehcen fotoğrafları, otomobiller ve gazoz şişeleri gibi Amerikan toplu tüketim ürünlerinin görüntüleriyle yan yana koyarak oluşturduğu absürt kolajlar ile hicivli bir dil ortaya koymuştur. Bağımsız ve yalıtılmış olarak yarattığı kolajlar, Britanya'daki savaş sonrası dönemin resmi kültürünün kasvetli ve yüce ideallerine karşı bir isyan olarak yorumlanmıştır (Görsel 6). Richard Hamilton'ın "Bugünün Evlerini Bu Kadar Farklı, Bu Kadar Çekici Kılan Tam Nedir" adlı kolajı, (Görsel 7) Hollywood filminin, çizgi romanın, ticari ürünlerin ve abartılı cinselliğin görüntülerini düzgün bir şekilde birleştiren orta sınıf Amerikan kültürünün, kayıtsız gönderisi, Pop'un ilk ikonik eseri olarak adlandırılmıştır. 1952'de Paolozzi ve aralarında Richard Hamilton, Nigel Henderson, Lawrence Alloway ve Reyner Banham'ın da bulunduğu, benzer düşünen genç sanatçılar ve eleştirmenler, Londra'daki Çağdaş Sanatlar Enstitüsü'nde gayri resmi olarak buluşmaya başlamışlar, kendilerine Bağımsız Grup adını vererek, sanatın toplumda yüksek bir statüye sahip olduğu fikrine meydan okumuşlar, popüler kültürün görsel heyecanı ve içsel enerjisinden, meydan okurcasına zevk almışlardır.

Crow, (1996: 3-37) sanatsal avangardın, başlangıcından beri kendini, sanatsal olmayan ifade ve sergileme biçimleriyle özdeşleştirerek kendini keşfettiğini, yenilediğini veya yeniden icat ettiğini belirtmiştir. Avangardın her zaman yüksek ve düşük kültürel formlar arasında bir aracı aradığını, popüler kültürden imgeler ödünç aldığını ve hem kendi deyimlerini canlandırmak hem de ittifaklar kurmak için onları yeniden konumlandığını ileri sürmüştür. Hopkins'de, (2000: 95-96) tam bu noktada Pop'u avangard tavırdan ayrılan karakteri ile tanımlamaktadır. Pop'un ilk örneklerini veren Londra merkezli Independent Group, kitsch'i sanatın merkezine alarak Pop'un estetik kriterini belirlemiştir. IG, kültürün, sanatsal mükemmelliğin doruklarını değil, daha çok toplumsal pratikleri ifade etmesi gerektiğine dair radikal bir inançla hareket etmişlerdir. Bu nedenle kendilerini kapitalizmin kültürel tüketicileriyle özdeşleştirmişlerdir.

Hopkins (2000: 110-115) Fluxus örneği üzerinden Pop'un avangarttan ayrılan karakterini şöyle tanımlamaktadır: Fluxus'un estetik ve günlük deneyim arasındaki yakınlaşması, içerisinde piyasanın işleyişini alt etme amacı da taşıyan siyasi olarak da okunabilecek girişimleriyle el ele gitmiştir. Buna karşılık, American Pop'un elit ve kitle kültürünün birbiri içinde eriyerek eşzamanlı olarak birleşmişlerdir. Bu birleşme de gelişen bir ekonomiye sahip satıcıların iş zekâsı tarafından garanti altına alınmıştır. 1960'ların Amerikan kitle kültürünün çizgi roman görüntülerini, soyut tasarımlara aktaran Lichtenstein, amacının kaynak materyallerini görsel olarak birleştirmek olduğunu iddia etmiştir (Görsel 8). Johns ise daha önceki Soyut Dışavurumculuğun spontane gelişmelerini formüle edip kalıplaştırarak bir grafik tasarım deyimine dönüştürmüş ve ifadeyi farklı kültürler arasında bir göstergeye dönüştürmüştür (Görsel 9). Warhol da modernist genel kabullere acımasızca saldırarak yüksek sanat üretimi ve kitle kültürü tüketiminin dinamiklerini alaycı bir şekilde kaynaştırmıştır (Görsel 10). 1962'de büyük tuvaler üzerine serigrafı baskılı dolar banknotları ve Coca-Cola şişeleri, Campbell'ın çorba tenekelerinin resimleri ile tüketim ikonografisini merkezine almıştır. Çalışmalarını birer ürün gibi sıralar halinde istifleyerek, seri üretim tekniklerini taklit etmeyi ima etmiştir. Bu doğrultuda, makineleşmenin sanatsal özerkliğe yönelik tehdidini estetik bir rasyonaliteye dönüştürerek, kendi tabiriyle bir makineye dönüşmüş ve kendi serigrafilerini basmak için asistanlar istihdam edecek kadar

endüstriyelmiştir. Modernist estetiğin özerkliğine ve biçimselliğinin ardında yatan anlamlandırmalara sert bir şekilde itiraz ederek, izleyicisinin kendisinin veya çalışmasının sadece yüzeyine bakmasının yeterli olduğunu iddia etmiştir.



Görsel 8. Roy Lichtenstein, 1965, Sweet Dreams, Baby!



Görsel 9. Jasper Johns, 1961, Map.

Estetik standartları belirlemeye alışmış seçkinler, Pop ile birlikte sanatın tüm yönlerine hakim olma gücüne sahip olmadıklarının farkına varmıştır. Alloway (2006: 55-59) bu nedenle kitle iletişimine dayanan sanatların kentsel ve demokratik olmasından dolayı, üst sınıf fikirlere sahip azınlıklarla ilişkilendirilen bir estetik kod içinde açıkça görülemeyeceğini belirtmiştir. Üslup, teknik ve ikonografik olarak kitle sanatları güncel ve değişime hızlı yanıt vermelerinden dolayı anti-akademiktir ve bu nedenle kitsch'i akademiye bir itiraz olarak çok rahat kullanmıştır. Statik, katı, kendi kendini sürdüren bir sistem olarak akademinin hayatımızın ve ekonomimizin değişkenlerine karşı duyarlılık konusunda zamana bağlı değerler deposu olan güzel sanatlardan çok, kitle sanatları hayatımızdaki değişimlere eşlik etmektedir. Popüler sanat bir bütün olarak, dünyadaki değişiklikleri kontrol etmekte imgeler ve olay örgüleri sunmakta; güncel kültürde değişen her şey popüler sanatların malzemesine dönüşmektedir. Önceden seçilmiş üst sınıfa has olan zevkler, bilginin yayılması, görgü ve ahlak konusundaki otorite demokratikleşerek çoğunluğa yayılmıştır.



Görsel 10. Andy Warhol, 1966, Self-Portrait

YORUMUN REDDİ ANLAMINDA SAF TEMSİLE DÖNÜŞEN POP VE SESSİZLİK STRATEJİSİ

Warhol bir röportajında Soyut Dışavurumculuk özelinde, artık kimsenin düşünmediği, hayal gücünü kullanmadığı için sanatın öldüğünü ileri sürmüştü, yeni sanat olarak işaret ettiği Pop'u da popüler imajın kullanımı olarak tanımlamıştır Giorno, (2004: 56-61). Sanatın ölümü tezi nihayetinde hep bir paradoks içinde olmuştur. Saf bir nihilizme varan bu görüş tamamen bir yok oluş ve anlamsızlık içinde tanımlanabilir. Ancak sanatın sonu tezlerini öne süren bütün sanatçılar, teorisyenler ya da eleştirmenler günün sonunda yeni bir sanat tanımı önermişlerdir. Yeni çağın teknolojileri ile hayata dair kırılmalar daha da sıklaşmış ve bu kırılmalar sanatta da yansımaları bulmuştur.

Sontag (1966: 316-318) sanatsal ve bilimsel kültür olarak tanımladığı iki ayrı kültür tarzının, sanayileşme ile kaynaşması sonucu üniter bir kültür ortaya çıktığını ve bu aşamadan sonrada sanatın artık eski duyarlılıktan bambaşka şekilde anlamlandığını ileri sürmüştür. Sanatın bu aşaması birçok eleştirmen tarafından sanatın ölümü olarak adlandırılırken, Sontag elde edilenin sanatın ölümü değil, sanatın işlevinin dönüşümü olduğunu belirtmiştir. Sanat ilk olarak büyüsel olarak ortaya çıkmış, ardından dini bir işlev olarak belirmiş ve sonrasında dünyevi gerçekliği tasvir etme ve yorumlama tekniği olarak tanımlanmıştır. 1960 sonrasında, sanata yeni bir işlev yüklenmiştir. Sontag'a göre bu işlev ne dini ne de sekülerleştirilmiş bir karakterde değildir. Sanatı, bilinci değiştirmek ve yeni duyarlılık biçimlerini organize etmek için, uygulama araçları radikal bir şekilde genişletilmiş yeni bir tür araç olarak tanımlamıştır. Bu sanat tanımının sanatçıları da sanatın geleneksel malzemelerine ve yöntemlerine sürekli olarak meydan okumalarıyla tanınmışlardır. Sanatçıların başlıca çabalarını endüstriyel teknolojiye, ticari süreçlerden ve imgelerden, tamamen özel ve öznel fantezilerden ve hayallerden alınan yeni malzeme ve yöntemlerin kullanılması, olarak belirtmiştir. Geleneksel olarak kabul edilen her türlü sınıra meydan okunmasıyla sadece bilimsel ve sanatsal kültürler arasındaki ya da sanat ile sanat olmayan arasındaki değil; aynı zamanda kültür dünyasının kendi içinde de var olan biçim ve içerik, anlamsız ve ciddi, yüksek ve düşük kültür gibi birçok yerleşik ayrıma da itiraz edilmiştir. Sontag yüksek ve düşük diğer bir tabirle kitlesel veya popüler kültür arasındaki ayrımı, kısmen benzersiz ve seri üretilen nesnelere arasındaki farkın değerlendirilmesine dayandırmıştır. Kitlesel teknolojik yeniden üretim çağında, ciddi sanatçının eseri, yalnızca benzersiz olduğu için, onun kişisel, bireysel imzasını taşıdığı için özel bir değere sahipken, popüler kültür eserleri çok az değere sahip olarak görülmüştür. Çünkü bunlar imal edilmiş nesnelere olarak hiçbir bireysel damga taşımamışlardır. Çağdaş sanatla beraber, bu ayrım ortadan kaldırılmış, sanat eserlerinin çoğu kişisel olmayan bir karakterde tanımlanmıştır. Sanat eseri, kişisel ifade olmaktan ziyade nesne olarak varlığını yeniden ortaya koymuştur. Sontag çağdaş sanatta kişisel olmayanın keşfini romantik ruha karşı bir tepki anlamında, yeni klasisizm olarak tanımlamış ve bu dönem sanatının temel özelliklerini: soğukkanlılıkta ısrar etmesi, duygusallık olarak kabul ettiği şeyleri reddetmesi, kesinlik ruhu, araştırma ve problemler anlayışı bağlamıyla bilimin ruhuna daha yakın bir yerde konumlandırmıştır.

Harrison (2001: 59) Alloway'ın sosyo-tarihsel ve ekonomik durumunun bir yansıması olarak gördüğü, Pop'un anonimliğini kendini kaybetmenin kanıtı olarak yorumlamıştır. Bu anonimliği iletişim ile ilişkilendirerek Pop'u işlevsel bir yaklaşımla tanımlamıştır. Bu işlevsellik klişenin öngörülebilir ve hayal gücünden yoksunluk gibi olumsuz özelliklerine rağmen Pop tarafından onaylanması olmuştur. Harrison, Pop'un bu karakterini güçlendirmek için Morris'in (1955: 118-120) "dil göstergelerinin kişilerarasılığı" teorisinden yararlanarak sanatçının bu işlevselci bakış açısından hareketle bilinçli olarak odağını iletişimi sağlamaya yönelterek, ortak anlamlandırma çekirdeğindeki merkeziliği oluşturduğunu ileri sürmüştür.

Sontag (1966: 2-10) sanatın bilimselliğe yaklaşması ile daha anonim bir karakter kazanmasını, sanatın yorumdan uzaklaşmasıyla açıklamıştır. Sanata ilişkin tüm Batılı bilinç ve düşünceleri, Yunan sanat teorisi mimesisin belirlediği sınırlar içinde tanımlamaktadır. Modern zamanlarda bile, çoğu sanatçı ve eleştirmen, öznel ifade olarak sanat teorisine yöneldiğinde bile, mimetik teorisinin ana özelliği devam etmiştir. İçerik değişmiş olabilir, artık daha az mecazi, daha az net gerçekçi olabilir. Ancak yine de bir sanat eserinin içeriği olduğu varsayılır. Sanatçının ifadesi olarak sanat üzerinde düşünsek de, içerik yine de önce gelmektedir. Sontag, içerik fikri üzerindeki bu vurguyu, sanata yaklaşma alışkanlığına dayanan bir yorumlama projesi olarak tanımlamıştır. Yorumun farklı kültürel bağlamlarda özgürleştirici ya da gerici olarak karakterize edildiğini öne sürerek yorumu genel olarak bir dar kafalılık olarak tanımlamıştır. Sanatın kışkırtıcı karakteri, yapıtın içeriğine indirgenip yorumlanması ile yatıştırılarak sistemle uyumlu hale getirilmektedir. Sontag tam bu noktada güncel sanatı yorumdan bilinçli bir kaçış olarak tanımlamıştır. Bu kaçış yoluyla sanat; parodi, soyut, dekoratif ya da tamamen sanat dışı olabilir. Yorumdan kaçışı yüzeyin birleşik ve temiz, momentumun hızlı, adresin dolaysız yani yapıtın tam da neyse o olan sanat yapıtları üretmek olarak tarif etmiştir. Tam bu noktada Pop'un bariz bir içerik kullanarak oluşturulmasıyla yorumlanamaz hale gelmesini işaret etmiştir. Eleştirinin işlevi de sanat eserinin ne anlama geldiğini göstermekten çok, ne olduğunu göstermek olarak tanımlamış, hermenötik yerine sanatın erotikliğinin altını çizmiştir.

Sanatın tekrar tanımlandığı bu koşullar altında Iser, (1978: 11) Pop'u, sanatın ne anlama geldiğiyle oyun oynayan seçkin bir örnek olarak tanımlamıştır. Modern sanatın postmodern sanatçıların oyun sahasına dönüşmesini Sontag (2016: 19) soyut resim üzerinden örneklemektedir. Soyut resim, en basit anlamıyla hiçbir içeriğe sahip olmama girişimidir; içerik olmadığı için yorum da olamaz. Pop ise, o kadar bariz bir içerik kullanmıştır ki tam tersi yoldan soyutun vardığı sonuca varmıştır. Pop, iletmek istediği anlamı, en net şekilde ortaya koyarak, temsil yoluyla aşarak, tek derdi eserin anlamını ortaya koymak olan yorumcunun yorumunu geçersiz kılmıştır. Yorumcunun sanatta aradığı anlamı o kadar erken doğrulamıştır ki, yorumlamak için işe koyulan gözlemcinin yapacak bir şeyi kalmamıştır. Pop'un bu stratejisinin amacı, gelenekselleşmiş sanat izleme yöntemleri ile kendisini izlemeye çalışan gözlemciye bir şok vermektir. Sontag bunu, sanatın göndergesel anlama çevrilmesine direnmesi olarak yorumlamıştır. Bu nedenle Pop olarak adlandırılan eserler arasından en iyilerini, izleyicinin tasvir edileni, onaylama veya onaylamama

şeklindeki eski görevini terk etmesini amaçlayanlar olduğunun altını çizmiştir. Pop'u yeni bir konformizm belirtisi anlamında kitle kültürünün eserlerinin kabul edilmesinin bir aracı olarak reddedilmesinin temelinde bu karakterinin olmasını göstermiştir. Pop, bu amaç doğrultusunda, daha önce çelişki gibi görünen tüm yaklaşımlara ve hatta bunların bir arada oluşuna yol açmıştır (Sontag, 2016: 248-249).

Sanatı yorumdan uzaklaştırma teorisini güçlendirmek adına Sontag'ın (1967: 1-3) başvurduğu başka bir yöntem sanatı, insan bilinci ile girdiği ilişki doğrultusunda iki farklı mit olarak iki farklı karakterlerde tanımlaması olmuştur. İlk mit sanatı insan bilincinin bir ifadesi, bilincin kendini bilmeye çabalaması olarak görmüştür. Sonraki mit, sanatın bilinçle daha karmaşık, trajik bir ilişkisi ile şekillenmiştir. Sanatın sadece ifade olduğunu inkâr etmiş, sanatın zihnin kendine yabancılaşma ihtiyacı ya da kapasitesi ile ilişkilendirmiştir. Böylece sanat artık kendini ifade eden ve dolayısıyla örtük olarak kendini onaylayan bilinç olarak anlaşılmamaktadır. Bu tanıma göre sanat, başlı başına bir bilinç değil, onun panzehiri olarak bilincin kendisinden evrimleşmiş halidir. Sontag kendini bilen bilinç ile kurduğu bu tanımını Tanrı'nın yokluğu teolojisiyle ilişkilendirerek, bilginin ötesindeki bilinmezlik ve sessizlik alanını işaret ederek yeni sanat mitini tam bu alana, anti-sanata, rastlantısallığın öne çıkarılarak öznenin ortadan kaldırılmasına ve sessizliğin dünyasına yerleştirmiştir. Öznenin anlamlandırma çabalarının dolaylılığını sanatın anlaşılmasındaki en büyük engel olarak tanımlayarak, sessizliği sanatçının, dilin ve dolayısıyla sanatın dolaylılığına karşı protesto biçimi olarak tanımlamıştır. Sanatçının iyiliğinin sanatında ustalık ve kendini gerçekleştirme olarak kabul edildiği eski dönemlerin aksine, şimdi, sanatçı için en yüksek ideal, bu mükemmellik hedeflerinin kendisi için duygusal ve etik olarak önemsiz hale geldiğini ve sanatta bir ses bulmaktansa sessizlik alanına yerleşerek tatmin olduğu ileri sürülmek olarak belirlemiştir. Duchamp'ın sanatı uzun bir süre bırakarak satranca yönelmesi buna en güzel örneklerden biri olarak verilebilir. Bu strateji ile sanatçıyı başta eleştirmen ve izleyici olmak üzere bütün sanat dünyasının köleliğinden kurtardığını ileri sürmüş, Pop'un sıradan ve cansız öznelere (Görsel 11) bu sessizlik stratejisi ile açıklamıştır. Sontag sessizliği dolaysız, duysal bir sanat deneyimine sahip olmak ya da sanat eseriyle daha bilinçli, kavramsal bir şekilde yüzleşmek için yeni reçeteler oluşturan bir strateji olarak tanımlamıştır.



Görsel 11. Andy Warhol, 1962, Campbell's Soup Cans, Otuz iki tuval üzerine sentetik polimer boya, Her tuval 50,8 x 40,6 cm.

Buna göre sanat asla basitçe salt bir fikir veya ahlaki duygu aracı değildir. Ahlaki değerlendirmenin sanattaki rolünün inkârına itiraz ederek, değişenin; ahlaki değerlendirme karşısında söylemsel doğruluk ve bilinçaltının güç kazanması olarak yorumlamıştır. Sanatı da her şeyden önce, bilincimizi ve duyarlılığımızı değiştiren, tüm belirli fikirleri ve duyguları besleyen, biraz da olsa değiştiren ortak bir nesne olarak tanımlamıştır. Çağdaş sanatın temel birimini de Rilke'den aldığı bireysel duyu bölgelerinin genişletilmesi ve McLuhan'dan aldığı, duysal farkındalık yaratma olarak duyumların analizi ve genişletilmesi olarak tanımlamıştır. Çağdaş kültürü hazza karşı geliştirilen yeni bir tutum olarak karakterize etmiştir. Yeni sanat ve yeni duyarlılık, zevke oldukça belirsiz bir bakış açısı getirmiştir. Yeni duyarlılık sanatta daha az içerik gerektirdiğinden, biçim ve üslubun zevklerine daha açık olduğundan, daha az züppe, daha az ahlakçı olarak belirlemiştir. Sanattan zevk aldığımız eski yöntemleri hedonizm çerçevesine oturtturarak yeni sanatı anti-hedonist olarak tanımlamıştır. Sanat zevkinin zorunlu olarak eğitimle ilişkilendirilmesini talep etmediği için çağdaş sanatın yeni dili, eğitilmiş insanın duyarlılığını da hayal kırıklığına uğratmıştır. Sontag, (1966: 320-324)

Warhol bu nedenle sıradan olmanın peşine düşmüş, modern sanatçı kültürünü reddetmiş ve kendini duygusuz bir makine olarak tanımlamıştır. Kendisi ile yapılan bir röportajda, çalışmalarının kişisellikten ve spontane olmaktan çok uzakta, hatta üretim aşamasında dahi bulunmamış olabileceğine, atölyesinde çırakları tarafından yapılmış olmasına dair soruda, Warhol kendinin ve çalışmalarının neden özgün ve orijinal olması gerektiğini sormuş ve bu özellikleri reddetmiştir. Sadece sıradan şeyleri sevdiğini bu nedenle de çalışmalarını olabildiğince sıra dışı olmaktan uzakta,

sıradan boyamaya çalıştığını belirtmiştir. Kendini bir robot olarak tanımladığı için lekeyi insani olarak tanımlamış ve reddetmiştir. Sanatının mekanik ve ticari olması gerektiğini düşündüğü için reproduksiyon teknikleriyle önceden tasarlanmış görüntüleri üretmek için serigrafılara, şablonlara ve diğer otomatik çoğaltma türlerine başvurmak zorunda kalmıştır. Bazı eleştirmenlerin onu Henri Rousseau ve Norman Rockwell ile karşılaştırmaları üzerine; herkesten etkilendiğini ve zaten Pop'un da tam olarak bu olduğunu belirtmiştir (Bourdon, 2004: 41-49).

Warhol kendini makine olarak tanımlarken Pop'u da sıradanlığın tam merkezine yerleştirmektedir. Makine olmayı ilginç bir şekilde sevgi ile ilişkilendirmiştir. Warhol'un sanat hakkındaki görüşü şöyledir: Herkes bir makine gibi sürekli hiç durmadan aynı şeyi yaparak sevgiye ulaşabilecektir, aynı şeylerin tekrarı sıradanlığı getirecektir, sıradanlık, milyonlarca birbirinden iyi ressamın olduğu sanatsal alanda gerçek anlamda demokratikleşmeyi sağlayacaktır. Warhol aslında modernizmin birbirini üzerinde yükselen stiller dünyasına itiraz etmektedir. İnsanın tek bir manifesto ile tanımlanamayacağını belirtmiş, bu nedenle de stilleri reddederek modernizmin auralı sanat ve sanatçısını her sanatçı ve her stil ile aynı seviyeye indirlemiştir (Swenson, 2004: 50-55).

ÖNCE DEN KODLANMIŞ SİMGELER OLARAK POP SANAT

Alloway (1969: 17-21) 20. yüzyıl sanatı ile 18. yüzyılın estetik anlamındaki sanat arasındaki en keskin farkı, 18. yüzyılda sanatların saf resim, heykel, mimari, müzik veya şiir olarak birbirinden ayrı disiplinler olarak tanımlanmasıyla açıklamıştır. Her sanat diğerlerinden izole edilerek geliştirilmiş ve yirminci yüzyılın biçimsel sanat teorileri, biçim ve renk düzenlemeleriyle ulaşılabilecek evrensel bir denge olarak estetikçiliğe varılmıştır. Sanatlar temelde kendilerine gönderme yaparak kurgulanmışlardır. Alloway 20. yüzyıl sanatını da tek bir merkezde toplayarak, sanatların birbirleri arasındaki geçişlilik kazanmaları ve nihayet popüler kültür çatısı altında, hayat ile bütünleştirilerek tanımlamıştır. Bu nedenle popüler kültürü, sayısal olarak geniş bir izleyici kitlesi tarafından aynı anda tüketilmek üzere tasarlanmış sanatların toplamı olarak 20. yüzyıl sanatının merkezine yerleştirmiştir. Bu anlamda popüler kültürün tüketimi temelde toplumsal bir deneyim olarak başkalarıyla paylaştığımız bir mesajlar ve nesnelere ağı olarak kabul görmüştür.

Popüler kültürün toplum üzerindeki etkisi hızla modern sanatın estetik karakterinin terk edilmesine neden olmuştur. Pop'a ismini veren Alloway (2006: 51-53) popüler sanatın sanayileşmiş, seri üretim anlamındaki tüketimini; benzersiz ve lüks olarak tanımladığı kendi sanatsal tüketimi ile örtüştürerek, estetik kuramının eski moda olduğunu, iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimine ayak uyduramadığından izleyici ile sanat eseri arasında aşırı bir mesafe koyduğunu ileri sürmüştür. Kitle iletişim araçlarının etkisi ve geleneksel estetiğin başarısızlığını, yerleşmiş değerleri sarsmak ve yeni zevklere işaret etmek için birleştirmiş, aynı anda güzel ve popüler olan sanat deneyimi olarak Pop'u işaret etmiştir. Pop'u, insanların ihtiyaç duyduğu ve yaşadığı sembollerin dışlanmasıyla bağlı olmayan bir yaklaşım olarak tanımlamıştır. Bu anlamda sanat ve filmler genel bir iletişim alanının parçası olarak, her türden mesaj, çok sayıda kanal aracılığıyla her türden izleyiciye iletilmektedir. Bu görevin bir parçasını sanat olarak belirtirken diğer bir parçasının da reklam olduğunu ileri sürmüştür. Pop'u sanatı, sanat olmayandan mutlak biçimde ayıran geleneksel estetiğin demir perdesinden kurtuluş olarak tanımlarken, görsel iletişimin genel alanında, her bir iletişim biçiminin benzersiz işlevi ve aralarındaki yeni benzerlikler dizisine dair yeni bir bağlamda görmenin altını çizmiştir. Sanatı felsefi problemler açısından değil, insan kullanımı açısından görme çabasının bir parçası olarak, sembollerle tanımlanan bir toplumda hareket etmekte özgür olan izleyicinin veya tüketicinin hizmetine sunmuştur.

Harrison da (2001: 57) popüler kültürü, belirli bir topluluğun üyeleri için ortak olan birbirine bağlı bir mesajlar ve nesnelere sistemi anlamında, hem kodlayıcı hem de kod çözücü için ortak bir deneyim alanı olarak tanımlamıştır. Böylece sanatın merkezine yerleşen popüler kültür Pop sanatçıları için daha önce görülmemiş genişlikte bir malzeme ve zemin sağlamıştır. Burada ortak deneyim alanı tabirinin altını çizmek gerekmektedir. Bu ortam deneyim, sanatı modern dönemin bireysel yoruma, ifadeye dayanan sanat üretim mantığından çok farklı bir yerde konumlandırmıştır. Tüm biçimlerin simgesel bir dil üretiminde birer malzeme olması, bu biçimlerin ortak kabul görmüş biçimlerinin korunmasını zorunlu kılmıştır. Bu nedenle Pop sanatçıları popüler kültürden alınan dil işaretlerinin kişilerarasılığını en üst düzeye çıkarmak için onları önceden var olan ve dolayısıyla dönüştürülmemiş formlarında kullanmışlardır.

Bu anlamda sanat doğal olandan yapay olana, biricik olandan sıradan olana kayarak yön değiştirmiştir. Yeni sanatın yeni karakteri her alanıyla birlikte bu ilkeler doğrultusunda yeniden kurgulanmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda Steinberg (1972 : 82) Pop'un büyük bir kısmının da dâhil olduğu altmışların sanatını "yatay resim düzlemi" kavramı üzerine oturarak, öğelerin dağıldığı ve bilgilerin kaydedildiği bir yüzey olarak tanımlamıştır. Steinberg bu kavramı, yatay bir baskı yüzeyinin üzerinde durduğu yatay bir yatak olarak, matbaacılıktan türetmiştir. Buna göre bu yüzeyin sanatçı tarafından kullanılmış olması doğal dünyanın deneyiminden elde edilecek bilgiye karşılık gelmeyecek, aynen matbaacılığa ait bir baskı kalıbının hazırlanması gibi belli işlemsel süreçlere karşılık gelecektir. Steinberg dik resimsel yüzeyin ruhsallığın adresi olarak tanımlarken, resim düzleminin dikten yataya sembolik olarak yeniden konumlandırılmasını, sanatın ana temasında doğadan kültüre dair belirgin bir değişim olarak tanımlamıştır.

Böylece Pop, doğadan nesnelere ve olaylarla değil, önceden oluşturulmuş ve üzerinde anlaşmaya varılmış işaretlerle, var olan gösterge sistemleriyle çalışarak en basit anlamıyla bir gösterge olarak tanımlanmıştır. Bu nedenle Pop'ta dil, ya temel iletişim sembolleri olarak alfabe, sayılardan ya da kitle kültürünün ortak malzemeleri olarak çizgi romanlar, reklamlar, fotoğraflardan oluşmuştur (Alloway, 2006: 147-150). Bir gösterge olarak bu malzemelerin anlamları, sanatçı tarafından düzeltilmeden, geliştirilmeden veya detaylandırılmadan sadece yeniden bağlaştırılarak kurgulanmıştır (Alloway, 1969: 17-21).

Alloway (1974: 42-47) Pop'un konusunun kaynağını da 20. yüzyıl iletişim ağındaki tüm sanatçıların ilgi alanları olarak işaret etmiştir. Bu karmaşık iletişim sistemini fiziksel olduğu kadar sözlü ve görsel olarak da tanımlanan çok sayıda nesnenin kullanımı olarak tanımlamıştır. Alloway bu durumu, Kierkegaard'ın, (1978: 70) "The Present Age" tanımı ile açıklamıştır. Harekete geçen, eylemlerin çağı olarak geçmişin devrim çağının tersine, şimdiki çağ bir reklam çağıdır, çeşitli duyurular çağıdır. Kierkegaard bu çağı hiçbir şeyin olmadığı ama yine de anlık tanıtımın çağı olarak tanımlamıştır. 19. yüzyılda gazetelerin, dergilerin ve kitapların artmasıyla birlikte dağıtım sisteminin gelişmesi, para ve malların hızlı dolaşıma girmesi sonucu bankacılığın hızla büyümesi, ardından 20. yüzyılda reklamcılıktan karmaşık muhasebe biçimlerine kadar, insanların kentsel faaliyetlerini çok çeşitli işaret sistemlerinden oluşan bir semboller ağının gelişmesini getirmiştir.

Pop sanatçıların kullandıkları işaret ve nesnelere yönelik tutumları, ne basit bir beğeni olarak tüketim mallarını yüceltme, ne de sistemi hicivli bir şekilde kınama anlamında kullanılmamıştır. Bunların aksine, işaret ve sembollerle dolu kültürün, çoğalmaya ve iç içe geçmesine dayanan bir deneyimle, insan yapımı çevrenin nesnelere süreç içinde bir anlam duygusu yaratarak kullanmıştır. Kitle iletişim araçları bir taraftan eğlence kültürüne katkı sağlarken, aynı zamanda her türlü iletişimin geçici doğası konusunda da toplumu aydınlatmıştır. Bu durum, bir yanda konuşma diline özgü ve tipik olanın, diğer yanda ise kaçamak ve yabancılaşmış olanın sanat içindeki taklit edilemez oyunu olarak Pop'un karakterini oluşturmuştur. Pop sanatçısının yaptığı şey, izleyicisinin aşına olduğu standart gündelik malzemeyi almak ve sanatçı tarafından yapılan değişiklikleri açıkça ortaya koymak, böylece göstergelerin hareketliliğini, onların çoklu kullanımlarını herkesin görebileceği şekilde ilan etmektir. Böylece sabitlenmiş anlam yerine oluş ve akış fikri öne çıkarılmıştır ve 20. yüzyılın iletişim sisteminin karmaşıklığına dair bir deneyim ortaya konulmuştur (Alloway, 1974: 47-48). Popüler kültürün teorisyenleri tarafından Pop'un bir yüzü bu şekilde tanımlanırken bir başka grup da Pop'a eleştirel bakış açısıyla yaklaşarak bambaşka bir tablo çizmişlerdir. İlerleyen bölümde bu eleştiriler üzerinden tartışmalara odaklanılacaktır.

POP'A ELEŞTİRİLER

Postmodernizmin İki Yüzü

Postmodernizmin, her kavramı yapı söküme uğratarak farklı bağlamlarda okunmasına olanak tanırken kendisini de buna açmış ve çok farklı bağlamlarda yorumlamalarını mümkün kılmıştır. Postmodernizmin sanata dair temel söylemini modernizmin sorunsallaştırılması üzerine oturtmuş, modernizmin çöküşünü, kapitalizminin şirketlerinin ve bürokratik devletin resmi estetiği haline gelmesi ile ilişkilendirilmiştir. Ancak öte yandan kendi sanat tanımını popüler kültürle bir bütünleşme olarak tanımlamıştır. Kavramların tanımları o kadar iç içe geçmiş durumdadır ki kavramların farklı okumaları zemini iyice oynaklaştırmıştır (Harvey, 1997: 79-80).

Bu ekseninde Huyssen, (1986: 188) 1960'ların postmodernizmi ile 1970'lerin ve 1980'lerin postmodernizmi arasında tarihsel bir ayrım önermiştir. 1960'ların postmodernizmi, önceki on yılların kodlanmış yüksek modernizmine karşı, Avrupa avangardının mirasını canlandırmaya ve ona kısaca Duchamp-Cage-Warhol eksenini diyebileceğimiz bir Amerikan biçimi vermeye çalışmıştır. 1970'lere gelindiğinde, 1960'ların bu avangard postmodernizmi, yeni on yılda da devam etmesine rağmen, potansiyelini tüketmiş, her türlü eleştiri, ihlal veya olumsuzlama iddiasını terk etmiş, büyük ölçüde olumsuzlayıcı bir postmodernizme dönüşmüştür. Ancak diğer yandan direniş, eleştiri ve reddetme anlamında statükonun, modernist ve avangardist olmayan olumsuzlamasını, çağdaş kültürdeki siyasi gelişmelere eski modernizm teorilerinden daha etkili bir şekilde uyan terimlerle yeniden tanımlamıştır. Huyssen bu açıdan alternatif bir postmodernizm tanımı ortaya koymuştur.

Bell (1978: 20) ise postmodern dönemi, gerilimin yok olduğu, yaratıcı dürtülerin gevşediği boş bir kap olarak tanımlamıştır. Kültür üreticileri olarak tanımlanan gruba izleyicileri de ekleyerek bu alanda üreten ve tüketen milyonlarca kişiden oluşan kültürel kitlenin, avangardların isyan karakterini kurumsallaştırarak, medyanın reklamlarının deneysel diline dönüştürmüştür. Modernizmin, Dadaizm ile başlayan ve Pop resimlerinin fosforlu parodilerinde ve kavramsal sanatın akılsız minimalizminde sonlandığını, modern manifestoların her cümlesini bitiren ünlem işaretlerinin yerini, sonsuz tekrarın sıkıcılığında kaybolan dört noktanın aldığını belirtmiştir.

Adorno (2005:152-153) kültür endüstrisi olarak adlandırdığı, 1960 sonrası sanatın zeminini, insanlık ile kültür arasındaki ezelden beri var olan ayrışmanın sistematik bir şekilde sömürülmesi olarak tanımlamıştır. Bu ayrışma

zamanla her şeyin metalaşmasına ve insanlığın da makineleşmelerine sebep olarak modern çağın yabancılaşmasının mantığını tanımlamıştır. Ki bu yabancılaşma bir süre sonra insanlara tam tersi anlamda bir yakınlaşma serabı olarak görünmektedir. Adorno büyük sanat yapıtlarını ve felsefi kurguları bu yabancılaşmanın ya da yakınlaşma serabının en uzağında bir yerde konumlandırmıştır ki bunların anlaşılmasına nedenlerini de tam olarak bu uzaklıklarına bağlamıştır. Kentleşmiş uygarlıkların kaçınılmaz olarak saplandıkları bu yanlısalar da nihayetinde kültür endüstrisinin eğlence ile bütünleşerek sabitlenmiş klişeler anlamında kitsch ile sonuçlanmasını getirmiştir. Uygarlığın getirdiği baskı mekanizmaları ile kültür artık kendi karakterini kaybetmiş ve kitsch ile kaçınılmaz bir ilişki kurmuştur. Uygarlığın hem özgürleştirici ama aynı zamanda baskı mekanizmaları oluşturması anlamında ikili karakterinden dolayı, yüksek kültür olarak kitsch'in yasaklanması, hiçbir zaman kitsch'in kültürün peşinden gidişine engel olamamış ve nihayetinde de kültür endüstrisi ile onu kendi denetimine alarak, kendi ürettiği kitle kültürüne sunmuştur.

Adorno (2011: 40) güncel sanatçıların, postmodernizmin estetik tasviyesinden hareketle üretimlerini, artık kendi sanatsal alanlarının ve bu alana ait malzemelerin mantığından hareket etmeyi tamamen terk ettiklerinin altını çizmiştir. Bu anlamda modernizmi, bir sanatsal üretim modeli olan bir proje olarak tanımlamıştır. Postmodernizm ise modernizmin olumsuzlanmasına dayandığı için rastlantısal olarak geçmişin tüm biçimlerinden kendine kaynaklar aktarmış ve tam bu nedenle de belli bir sanatsal üretim mantığı ve temel bir yapısı yoktur.

“İnsanlar, onları meşakkate mihlayacak şeyin bir parçasını kendi içlerinden üretmeyi ve korktukları şeyi kendileri yaratarak uyarlanma zorunluluğunu simgesel olarak kırmayı sonunda başarmışlardır... Doğadan özgürleşme kutlanmaktadır ama bu özgürlük yine de mit'in kapanına yakalanmıştır. İnsanlar geçmişte onları korkudan titreten şeyi şimdi kendi hizmetlerine koşuyorlardır. Büyük tablolarla kartpostal resimlerinin ortak yanı, tarihten bile eski imgeleri dokunabileceğimiz kadar yakınımıza getirmeleridir.” (Adorno, 2005: 233).

Adorno (2005: 235) burada kitsch'in mantığı ortaya koymaktadır. Sanatın temel karakterini aldanışa dayandırmaktadır. İki farklı yaratıştan bahsetmektedir: İlki sanat eseridir, bu yaratış yapma anlamındadır ve bu amaç doğrultusundadır. İkincisi doğanın yaratışdır, bu yaratış yönetme anlamında tanımlanmıştır ve mutlak, amaçsız ve kendi içinde varolan bir karakterdedir. Teknik olarak sunulan imgeler bir açıdan belli bir hakikat kılıfına girerek var olurken kitsch bu kılıfa bile girmeden bunu tüm açıklığı ile yapmaktadır. Dağılan büyüden sonra imgenin de tüm sırrını ve sanatın aldanış ögesini açığa çıkarmaktadır.

Pop, kitsch ile kötü beğeniyi, burjuva şövale resminin seçkinci özerkliğine ve onun dil-ötesi tartışmalarına yıkıcı eleştiri olarak kullanmıştır. Buchloh, (2000: 348-363) ise yüksek kültür ile kitle kültürü arasındaki siyasi çatışmanın estetikleştirilmesinin nihayetinde alçaltıcı zevkler ürettiğinin ileri sürmüştür ve bir kodun tek başına üslup terimleriyle manipülasyonun asla kodun ihlaline yol açmayacağını savunmuştur. Çünkü estetik dilin ve onun uzlaşımının simgesel düzenine başarıyla giren bir üslup anında tanınmakta, metalaştırılmakta ve taklit edilmektedir. Buchloh her temellük eylemini bir dönüşüm vaadi, her edinme eylemini de, varsayılan dönüştürmeyi öngören bir karakterde tanımlamıştır. Ancak vaat edilen bu dönüştürme yerine, şeyleşme üretilmekte ve sürdürülmektedir. Her temellük eylemi, kaçınılmaz olarak, yüksek kültürü düşük kültürden, değişim değerini kullanım değerinden, bireyi toplumsaldan ayıran ikili bir konum inşa ederek çeşitli kültürel pratiklerin ayrılmasını sürdürmekte ve bireysel üreticilerin içinde faaliyet gösterdikleri toplumun kolektif çıkarlarından yalıtılmasını yeniden onaylamaktadır. Kapatmak için koyduğu boşluğu genişletmekte; ortadan kaldırmak için yola çıktığı metayı kendi suretinde yaratmaktadır. Politik olarak kararlı üreticileri tekilleştirerek sanatçıları, ifadeye dönük bireysel yönelimli sanatçılar ve karşıtları siyasi sanatçılar olarak sınıflandırmakta ve böylece kendini, depolitize edilmiş tüketim ve tüketicileştirilmiş siyasetin çıkmazında tanımlayan çağdaş birey, aynasını Yeni Avangard sanatçı modelinde bulmaktadır.

Buchloh, (2000: 356-7) Pop sanatçıların, Yeni Avangard sanatçıları ile aynı tarihsel ikileme karşı karşıya olduklarının altını çizmiştir. Yüzleşmeleri gereken sorunları, ilk avangardın gündeme getirdiği, kitle kültürü ile yüksek kültür arasındaki bariz çelişkiler üzerinedir. Teknik yeniden üretim süreçlerinin biricik eser kavramı üzerindeki etkisi, yüksek sanat üretiminin yalıtılmış, seçkinci pratiklerinin kitlesel izleyiciler tarafından okunabilirliğinin sağlanmasındaki güçsüzlük gibi sorunlar yanında Yeni Avangard sanatçıları reklamcılık, fotoğraf, sinema ve televizyonun gelişmesiyle birlikte görsel manipülasyondaki olağanüstü artış ile de baş etmek durumunda olmuşlardır. Bu nedenle, 1960'ların başlarından ortalarına kadar, Lichtenstein ve Warhol gibi sanatçıların, mekanik olarak yeniden üretilmiş yüksek sanat eserlerinin fetiş imgelerini yaptıkları kadar, reklamcılık ve düşük meta kültüründen nesnelere ikonik temsillerini birbirinin yerine kullanmış olmaları tesadüf değildir.

Harvey ise (1997: 76-81) alt ve üst kültürler arasındaki yakınlaşmayı, modern hayatın gelip geçici özelliğinin öne çıkarılarak yüceltilmesine, bunu da kültür üreticilerinin yeni teknolojileri, medyayı ve multimedyaı araştırıp kullanmalarına bağlamaktadır. Medya ve multimedya araçlarının kapitalist mekanizmanın eline geçmesinden dolayı,

1960 sonrası bu yakınlaşmayı daha önceki alt ve üst kültür yakınlaşması olarak Dada gibi avangard hareketlerden ayırmıştır. Bu nedenle Harvey Dada'yı, sanatın halka taşınma çabası olarak modernist projenin ayrılmaz bir parçası anlamında devrimci bir tarz olarak tanımlamıştır. 1960 sonrası alt ve üst kültürün yakınlaşmasını yine yeni iletişim teknolojilerine bağlamakta ancak bu süreci bir devrimci hareket olarak avangard bir karakterde tanımlamamıştır. Postmodernizmi avangarda karşı bir konuma yerleştirerek salt popüler imgelerin kullanılması anlamında karakterize etmiştir. 1960'larda kültürel beğeni üzerindeki üst düzey otoritenin yozlaşması ve onun yerini Pop sanat, pop kültürü, geçici moda ve kitle beğenisinin alması, kapitalist tüketimciliğin akılsız hedonizminin bir işareti olarak görülmüştür.

Sanat dünyası olarak küratörlerin, koleksiyoncuların, eleştirmenlerin ve tabii ki sanatçıların moda olan söylemleri benimseme ve onun dışındaki diğer her şeyi geleneksel olarak tanımlayıp sistemli bir şekilde bir kenara bırakma yönündeki ortak eğilimlerinin arkasında sanatın sürekli yeni olana, ilerlemeye devam ettiği inancı yatmaktadır. Eğer yolun sonuna gerçekten ulaşıldığı inancı yerleşirse de, her yeni avangard, geriye dönüp yolculuğu tekrarlamasının yalnızca başka bir yolunu temsil etmektedir (Jarrel, R. 1942'den akt. Rosenberg, 1973: 216). Rosenberg bu durumu, vanguardizm (öncüçülük) kavramı ile açıklamaktadır. Bu açıdan bakıldığında vanguardlar, Birinci Dünya Savaşı'ndan bu yana her on yılda bir ortaya çıkarak kendi avangardlarını tekrarlamışlardır.

Buradan hareketle Rosenberg (1973: 217-218) vanguardizmi ortadan kaldırmak için siyasi ve sosyal sistem olarak liberal kapitalizmde radikal bir dönüşümün olması gerektiğinin altını çizmiştir. Bu nedenle de Amerika Birleşik Devletleri'ndeki çoğunluk kültürünü, niteliksel değerleri yok eden ve sanatçıyı pazar için üretmeye ya da bir parazit olarak var olmaya zorlayarak baskı altına alan kitle iletişim araçlarının kültürü olarak tanımlamıştır. Sanatçı ve toplum arasındaki düşmanlığın temel nedenleri göz önüne alındığında, vanguard ancak medeniyetimiz tüm entelektüel azınlıkları yasaklayan ve yalnızca kitle iletişim araçlarının çalışmasına izin veren totaliter bir düzene dönüştürülürse ortadan kalkabilecektir. Bununla birlikte, Pop'un kapitalizmin ekonomik dayatmalarına teslim olduğunu ve bu nedenle de avangardın bu ya da başka herhangi bir geçerli sistemi yıktığı yönündeki yorumları, birbirini dışlayan çelişkili eylemler olarak değerlendirmiştir.

1960'ta tüm demokratikleşme adımlarından sonra 1980 sonrasında sanat, , kapitalizmin büyük şirketleri tarafından yönlendirilmiş ve bunların çıkarları doğrultusunda yol almaya başlamıştır. Kapitalist şirketler aynı anda sanatın hamileri olmuşlar, koleksiyonlar düzenlemişler, müze sergilerini finanse etmişler, müzayedeler düzenleyerek sanata borç teminatı olarak yeni bir değer atfedilmiştir. Modernizmin geleneksel resim ve heykel üretimini meta üretmekle eşitleyen postmodernizm 1980 sonrasında sanatı hiçbir sanatsal değer tartışılmadığı, salt bir meta haline getirmiştir (Crimp, 1987: 85'ten akt. Harvey, 1997: 80). Pop'un genel görsel iletişim alanı içindeki özgürlüğünün temsilini, semboller tarafından tanımlanan bir toplumda hareket etmekte özgür olan seyirci tüketicinin deneyimi ile eşleşmiştir. Bu görsel alan heterojen olduğu ölçüde, çeşitli izleyicilerinin farklı ilgi alanlarının, tüketici özgürlüğünün bir ifadesi olarak tanımlanmıştır (Harrison, 2001: 18).

Sanatın kapitalizm ile girdiği tüketimci ilişkiyi Bauman (1992: 223), sembolik malların üretimi, dağıtımı, arzulanması, elde edilmesi ve kullanılması anlamında ortaya koymuştur. Burada sembolik malların altını özellikle çizerek tüketimi, yalnızca maddi bir meselesi olarak değil, sembollerin her türlü amaç için manipüle edilmesi meselesi olarak da tanımlamıştır. Harrison, (2001: 18) Bauman ve Alloway'den hareketle savaş sonrası toplumu kitle iletişimi ve kapitalist tüketimcilik, Pop'u da, genel görsel iletişim alanı sembollerle tanımlanan bir toplumda hareket etmekte özgür olan seyirci-tüketici deneyiminin temsili olarak tanımlamıştır. Bu görsel alan ne kadar farklı yapının bir arada olduğu, heterojen bir karakterde tanımlanırsa, o kadar çeşitli izleyicilerinin farklı ilgi alanlarının bir ifadesi olarak belirebilecektir.

Kapitalizmin Klişesinin Pop İle Aura Kazanması

Postmodern kültüre en sarsıcı eleştiriyi yapan Kuspit, (1976: 32-35) Pop'u güzel sanatlar ve popüler kültürün, birbirlerini taklit etmekte ve hatta birbirlerinden doğrudan ödünç almakta özgür olduklarının keşfine dayandırmıştır. Etkinlikleri benzer olduğu için niteliksel olarak ayırt edilmeleri imkânsızdır. Bu doğrultuda Pop ve popüler kültüre kapitalizmle yaptığı örtük anlaşmadan hareketle bir dizi tanım getirmiştir: Her ikisi de aynı bilgi içeriğine sahiptir ve aynı psiko-sosyal kontrol idealinin hizmetindedirler. Amerika'ya özgü şeylerin mükemmelliğine dair ideolojinin kültürel sunumları olarak var olmuşlar, kaynaklandıkları dünyanın gerçek işleyişini gizleyip aynı zamanda da ona bağlılıklar üreten üst yapılar olarak belirmişlerdir. Verili toplumsal düzene ilişkin bireysel eleştirel anlayış duygusunu memnun etmek ve aynı zamanda ona sadakati teşvik etmek için tasarlanmış gerçekliğin sahte işlerini sunmuşlardır. Kuspit Pop'un dolaylandırılmamış gerçeklik algısını, medyanın klişe imajı ile ilişkilendirerek bu ikisi arasındaki bağlantıyı, medyanın kendi klişe imajını Pop eser aracılığıyla gerçekliğin taklidi olarak göstererek bu imajı ve Pop'un karakterini olumlamaya çalışması olarak okumuştur. Pop, medyadaki klişe imajı bir tür rüyanın gerçekleşmesi veya gerçek olarak, verili dünya hakkında kendi kendini gerçekleştiren kehanet olarak görmeye teşvik ederek bu amaca hizmet etmiştir. Böylece Pop tarafından sahneye alınan medyanın klişesi, kapitalizmin istikrarını

garantileyen aşkın bir aura kazanarak idealize edilmiştir. Kuspit klişeyi bu nedenle Pop'un halesi olarak tanımlamıştır. Tam burada Pop'un sürece karşı sabit görüntüler olarak tasarlanmasının mantığı ortaya koymuştur: Pop tarafından klişe o kadar idealize edilmiştir ki, aşkın bir biçimde anlamlı ve güzel olabilmesi ve aynı kalabilmesi için sanat olarak Pop, süreç olasılığını inkâr ederek klişe imajında donup kalmıştır. Kuspit Pop'un sanat aracılığı ile sabitlediği dünyayı bitmiş bir ürün olarak kristalize ederek, bu dünyanın daha derinden anlaşılmasına engel olduğunu, toplumun anlam arayışının önceden belirlenmiş yollarla sınırlandırılarak, herhangi bir eleştirel kavrayışa sahip olunmasını engellediğini ileri sürerek onun gerici karakterini de buna bağlamıştır. Pop ile popüler kültür ve kapitalizm ilişkisini reklamın karakteri üzerinde ortaya koymuş, reklam şeyleri kendi göstergelerine dönüştürerek bu işaretleri ideal olarak önerirken, Pop bu işaretleri daha da mutlak bir şekilde yansıtarak, onlara sanatın aşkınlığını ve kutsallığını aktarmış, kalıcı nesnelere haline getirmiştir. Kuspit burada Pop'u kilise ile özdeşleştirerek, Pop'un, reklamın göstergelerini sanat halesiyle mutlak bir nesneye bağlayarak onların tanrısalıklarını onayladığını savunmuştur. Aynen kilisenin, tasarlanmış gerçekliğin geçerliliğini doğrulaması gibi. Pop, reklamın göstergesini onaylamış, kapitalizm de Pop'un meta değerini onaylamıştır. Reklam, Pop ve kapitalizm arasında kurulan bu ilişki, Pop'un mutlak başarısının merkezinde yer almıştır. Adorno (2017: 207) bu noktada kültür endüstrisinin kendini müşterilerin talepleri doğrultusunda dönüştürmekten çok, onları kurnaz bir şekilde üretmesinden bahsetmektedir. Kendini toplumun içinden biriymiş gibi göstererek müşterilerinin taleplerini ve tavırlarını kendi karakteri doğrultusunda değiştirmektedir. Genel olarak yöntem şudur: tüketici ya da müşteri olarak izleyicinin kendisini taklit edişini öngörerek, yaratmak istediği anlaşmayı zaten varmış gibi göstermektedir.

Kuspit (1976: 36-37) Pop sanat eserlerini bütün metaların ve aynı zamanda dinsel olarak tasarlanmış tüm ürünlerin bu genel karakteristiği ile tanımlarken onun fetişist yapısını da gözler önüne sermiştir. Fetiş, kutsal bir güce sahip olduğuna inanılan, ayrıcalıklı bir sosyal konuma sahip olduğu ve özel saygıyla muamele edilen bir nesne olarak tanımlamıştır. Pop, sıradan olgulara kendi dolayısıyla verilen itibardan yararlanarak, kitle iletişim araçlarının ayrıcalıklı, saygı duyulan, fetişleştirilmiş olgularını kendine mal ederek sanat ortamının saygınlığını artırmıştır. Böylece Pop, kapitalist toplumda tanıtımın metalarla bir tüketim ilişkisi yaratmaya çalıştığı ve her gerçekliği bir meta olarak görme eğiliminde olduğu gerçeğini yansıtmıştır. Dolayısıyla kişinin yalnızca kamusal gerçeklik tarafından tüketilmesi değil, fetişizmin yarattığı abartılı nesnellikle onu katı bir şekilde nesnel olarak deneyimlemesini gerektirmiştir. "Sanat yapıtları, iyi de olsa kötü de olsa fetişlerden doğduğuna göre, yapıtlarına karşı tavırları hafifçe fetişistik diye ayıplayabilir miyiz sanatçıları"? (Adorno, 2005: 230).

Adorno, (2011: 52) kültür endüstrisinin zenginlik görüntüsü altında estetiği yoksullaştırdığını televizyon örneği ile örneklendirmiştir. Radyo ve sinemanın sentezini temsil eden televizyon kültür endüstrisinin tekelinde artık ne sinemadır ne de radyo, bambaşka bir şeydir. Kültür endüstrisinin işaret ettiği zenginlik, bütün sanatların bir arada olduğu ve böylece sözün, imgenin ve müziğin birbiriyle uyum içinde olduğu yeni bir üretim tarzıdır. Adorno bu üretimi stratejik bir hamle olarak, gerçekliğe dair tüm duyusal unsurların üretildiği bir süreç anlamında, tek amaç olarak tanımlamıştır. Bu tek amaç temel ilke olarak kabul edilmiş diğer her şey bu birliğe hizmet etmek olarak vardır. Her renk, nota ve söz bütüne hizmet eder bir uyum içinde olmalıdır. Sinema örneğinden hareket edersek bu nihayetinde teknik detayların, efektlerin sanat eserinin önüne geçmesini getirmiştir. Kültür endüstrisinin ürettiği Hollywood sineması bu gerçekliğin en iyi örneği olarak belirlemiştir. Adorno bu üretim mantığı ile sanatın bir idea ifadesi oluşunun sonunun geldiğini iddia etmiştir. Bu ideayı da bütüne hizmet etmenin tam tersi yönde tanımlayarak, tek bir notanın ya da rengin eserin bütünselliğinin bozgunu olarak tanımlamıştır. İzleyici ya da dinleyici sürekli haklı çıkarılarak hareket eden kültür endüstrisinin üretiminin tersine bu idea kendini belli bir formül ile tanımlanmaya teslim etmiştir. Yoksullaşma işte tam burada başlamaktadır.

Kuspit (1976: 31) Pop'un nihai karakterini ortaya koyarken gerçekçilik tanımına başvurmuş, gerçekçiliği devrimci bir karakterde tanımlayarak hiçbir algının metafizik bir dinlenme yeri olamayacağını ileri sürmüş, verili olanın daimi bir aşılması olarak tanımlamıştır. Modern gerçekçiliği ise, görünüşlerin anlamının durmaksızın bir arayışı olarak görüneni sadece kurnaz ve tarafsız bir şekilde yansıtmaktan ziyade, önemli sosyal ve kişisel gerçekleri ifşa eden fizyonomiler olarak tanımlamıştır. Gerçekliği, yalnızca taklit etme edimi, bu gerçeğin doğrudan bastırılması anlamına gelmeseyse bile, onunla ilgili gerçeğe direnç göstermektedir. Pop, görsel klişeler olarak medya imgelerini, onları ortaya çıkaran, onları yaratan dünyadan zihinsel bağımsızlığın sağlanması bağlamında eleştirel bir kopuşu gösteren bir şekilde dönüştürememiştir. Buradan hareketle de Pop'un gerçekçi olduğu ölçüde gerici olduğunu ve sosyal sorumluluktan kaçtığı ileri sürmüştür.

SONUÇ

Pop her şeyden önce yayılcı bir estetiğin parçası, sanatı çevreyle ilişkilendirmenin bir yolu olarak tanımlanmıştır. Tanımlamaya ve yüksek sanatı düşük sanattan ayırmaya kilitlenen hiyerarşik bir estetik yerine, kalıcı ve harcanabilir, kişisel ve kolektif, imzalı ve anonim tüm sanat türlerini barındırabilecek bir süreklilik önerilmiş ve sanat estetikten arındırılarak antropolojikleştirilmiştir Alloway (1969: 17-21). 1960'ların başlarından ortalarına kadar, Lichtenstein

ve Warhol gibi sanatçılar, mekanik olarak yeniden üretilmiş yüksek sanat eserlerinin fetiş imgelerini yaptıkları kadar, reklamcılık ve düşük meta kültüründen nesnelerin ikonik temsillerini birbirinin yerine kullanmış sanatı hayatın, doğal yapayın ve yüksek kültürü alt kültürün içinde eritmişlerdir. Sanat dünyasındaki bu geniş çaplı demokratikleşme hareketi büyük yankılar uyandırıp sanatı büyük dönüşümlere zorlarken, beraberinde çıkardığı güürlü çapında promlemleri de beraberinde getirmiştir. Pop sanatçılarının, yüzleşmeleri gereken sorunlar, ilk avangardın gündeme getirdiği, kitle kültürü ile yüksek kültür arasındaki bariz çelişkiler üzerine yerleşmiştir. Teknik yeniden üretim süreçlerinin biricik eser kavramı üzerindeki etkisi, yüksek sanat üretiminin yalıtılmış, seçkinci pratiklerinin kitlesel izleyiciler tarafından okunabilirliğinin sağlanmasındaki güçlük gibi sorunların yanında, Pop sanatçılarını reklamcılık, fotoğraf, sinema ve televizyonun gelişmesiyle birlikte görsel manipülasyondaki olağanüstü artış ile de baş etmek durumunda olmuşlardır (Buchloh, 2000: 356-7).

1960'larda en parlak dönemini yaşayan, sanat karşıtı bir hareket olarak başlayan Pop, sonunda müze küratörleri, koleksiyoncular ve birçok eleştirmen ile büyük bir başarıya dönüşmüş ve on yılın sonunda, önde gelen temsilcilerinin eserleri için muazzam paralar ödenmiştir. Avangard bir hareket olarak çıktıkların yolda kurumsallaşmaktan kurtulamamış, 1980'lerde enerjisinde kayda değer bir azalma olmuştur. Başlangıçta tam da sıradan olduğu için devrimci görünen Pop imgesi, ironik bir şekilde, kendisi de sıradan hale gelmiştir. Düşük kültürden ödünç alınan görüntülerin yüksek sanatta kullanımı, Amerika ve Büyük Britanya'daki sanat okullarında öğrenci çalışmalarının temelini oluşturan sanatta neredeyse bir gelenek haline gelmiştir. Sanat Dada'da da olduğu gibi yine müze ve galerilerdeki kaidesine geri dönmüştür (James, 1996: 23-26).

KAYNAKÇA

- Alloway, L. (1974). *American Pop Art*, Macmillian Publishing, New York.
- Alloway, L. (2006a). *Art And The Expanding Audience*. R. Kalina (Ed.), *Imagining The Present Context, Content, And The Role Of The Critic* içinde (S. 137-145). Routlegde, London.
- Alloway, L. (2006b) "Personal Statement", R. Kalina (Ed.), *Imagining the Present Context, Content, and the Role of the Critic* içinde (S. 51-53), Routlegde, London.
- Alloway, L. (2006c) "Pop Art: The Words", R. Kalina (Ed.), *Imagining the Present Context, Content, and the Role of the Critic* içinde (S. 147-150), Routlegde, London.
- Alloway, L. (2006d) "The Arts And The Mass Media", R. Kalina (Ed.), *Imagining the Present Context, Content, and the Role of the Critic* içinde (S. 55-59), Routlegde, London.
- Alloway, L. (2006e) "The Spectrum Of Monochrome", R. Kalina (Ed.), *Imagining the Present Context, Content, and the Role of the Critic* içinde (S. 151-155), Routlegde, London.
- Alloway, L. (2006f) "Pop Art Since 1949", R. Kalina (Ed.), *Imagining the Present Context, Content, and the Role of the Critic* içinde (S. 81-97), Routlegde, London.
- Adorno, T. W. (2005). *Minima Moralia Sakatlanmış Yaşamdan Yansımalar*, Çev. Orhan Koçak Ahmet Doğukan, Metin Yayınları, İstanbul.
- Adorno, T. W. (2011). *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi, İletişim Yayınları*, İstanbul.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş Söylenler*, Çev: Tahsin Yücel, Metis Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (1992). *Intimations of Postmodernity*, Routledge, New York.
- Bauman, Z. (2011). *Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup*, Çev: Pelin Sıral, Habitus Yayıncılık, İstanbul.
- Bell, D. (1978). *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Basic Books, New York.
- Bourdon, D (2004). "Unpublished Manuscript From The Andy Warhol Archives", K. Goldsmith (Ed.), *I'll Be Your Mirror The Selected Andy Warhol Interviews 1962–1987* içinde (S. 41-49), Carroll & Graf Publishers, New York.
- Buchloh, B. H. D. (2000). *Neo-Avantgarde And Culture Industry: Essays on European and American Art from 1955 to 1975*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Chambers, I. (1986). *Popular Culture: The Metropolitan Experience*. London.
- Crow, T. (1996). *Modern Art in The Common Culture*, Yale Univercity Press, London.
- Giorno, J. (2004) "Andy Warhol Interviewed by a Poet", K. Goldsmith (Ed.), *I'll Be Your Mirror The Selected Andy Warhol Interviews 1962–1987* içinde (S. 56-61), Carroll & Graf Publishers, New York.

- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin Durumu*, Çev: Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul.
- Hopkins, D. (2000). *After Modern Art 1945-2000*, Oxford University Press, Oxford
- James, J. (1996). *Pop Art*, Phaidon Press, New York
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*, Çev: Nuri Plümer, Abdülkadir Gölcü, Nirengi Kitap, Ankara.
- Harrison, S. (2001) *Pop Art And The Origins Of Post-Modernism* Cambridge University Press, Cambridge.
- Huysen, A. (1986). *After The Great Divide Modernism, Mass Culture, Postmodernism*, The Macmillan Press, London.
- Iser, W. (1978). *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*, The Johns Hopkins University Press, London.
- Kierkegaard, S. (1978). *Present Age*. H. V. Hong ve E. H. Hong (Ed.), *Two Ages: The Age Of Revolution And The Present Age A Literary Review* içinde (s. 68-112). Princeton University Press.
- Kuspit, D. (1976). *Pop art: a reactionary realism*. *Art Journal*, 36(1), "31-38". <https://doi.org/10.2307/776112>
- Rosenberg, H. (1973). *The De-Definition of Art* Horizon Press, New York.
- Sontag, S. (1966). *Against Interpretation and Other Essays*, Picador, New York.
- Sontag, S. (2016). *Yoruma Karşı*, Çev: Osman Akinhay, Agora Kitaplığı, İstanbul.
- Steinberg, L. (1972). *Other Criteria, Confrontations with Twentieth-Century Art*, Oxford University Press, New York
- Swenson, G. R. (2004) "What Is Pop Art? Answers from 8 Painters, Part I", K. Goldsmith (Ed.), *I'll Be Your Mirror The Selected Andy Warhol Interviews 1962–1987* içinde (S. 50-55), Carroll & Graf Publishers, New York.

Görseller Listesi

Görsel 1. John McHale, 1956, *Machine-Made America II*, kolaj.

<https://designobserver.com/feature/john-mchale-and-the-expendable-ikon/32898> Erişim Tarihi: 15.10.2022

Görsel 2. Richard Smith, 1966, *A Whole Year a half a day VIII*, tuval üzerine alüminyum ve akrilik, 152.4 x 152.4 x 30 cm

<https://www.flowersgallery.com/artists/170-richard-smith/works/159880-richard-smith-a-whole-year-a-half-a-day-viii-1966/> Erişim Tarihi: 17.10.2022

Görsel 3. Peter Phillips, 1965, *Custom Print*, Folyo kaplı kağıt üzerine serigrafi, 61 × 50.8 cm.

<https://www.artsy.net/artwork/peter-phillips-custom-print-i-from-11-pop-artist-volume-i> Erişim Tarihi: 25.10.2022

Görsel 4. Alex Hay, 1968, *Paper Airplane*, Kağıt üzerine fiberglas, epoksi, sprey lak ve şablon, 233 x 100.3 x 24.1 cm

<https://brooklynrail.org/2021/05/art/Alex-Hay-with-Amanda-Gluibizzi> Erişim Tarihi: 08.10.2022

Görsel 5. Claes Oldenburg, 1962, *Floor Burger*, Köpük kauçukla doldurulmuş kanvas ve akrilikle boyanmış karton kutular.

<https://www.moma.org/audio/playlist/270/3504> Erişim Tarihi: 13.10.2022

Görsel 6. Eduardo Paolozzi, 1971, *Sack-o-sauce*, kolaj, 35 × 26 cm.

<https://www.tate.org.uk/art/artworks/paolozzi-sack-o-sauce-t01466> Erişim Tarihi: 15.10.2022

Görsel 7. Richard Hamilton, 1956, *Just What is It That Makes Today's Homes So Different, so Appealing?* kolaj, 26 cm × 24.8 cm

<https://smarthistory.org/richard-hamilton-just-what-is-it/> Erişim Tarihi: 18.10.2022

Görsel 8. Roy Lichtenstein, 1965, *Sweet Dreams, Baby!*

<https://www.moma.org/collection/works/65792> Erişim Tarihi: 21.10.2022

Görsel 9. Jasper Johns, 1961, *Map*.

<https://www.moma.org/collection/works/79372> Erişim Tarihi: 21.10.2022

Görsel 10. Andy Warhol, 1966, Self-Portrait

<https://www.moma.org/collection/works/79889> Erişim Tarihi: 23.10.2022

Görsel 11. Andy Warhol, 1962, Campbell's Soup Cans, Otuz iki tuval üzerine sentetik polimer boya, Her tuval 50,8 x 40,6 cm.

https://www.moma.org/learn/moma_learning/andy-warhol-campbells-soup-cans-1962/ Erişim Tarihi: 25.10.2022