

# Sosyal Medyanın Görsel Sanatlara Baskısı: Takipçi İnşa Etmek

## The Effect Of Socialmedia On Visual Arts: Building Viewer

**Reference:** Yedikardeş, C. (2020). "Sosyal Medyanın Görsel Sanatlara Baskısı: Takipçi İnşa Etmek", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 6(27): 1-9.

**Caner YEDİKARDEŞ<sup>1</sup>**

1. Dr. Öğr. Üyesi. Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi / Entitüsü, Seramik Bölümü, Erzurum/Türkiye  
ORCID: 0000-0002-6597-2023

### ÖZET

Sanat ve özellikle görsel sanatlar internetin önemli içeriklerinden biridir. İmaj kültürünün egemen olduğu bir medya, televizyon ile yaşam alanımıza girmiştir. Televizyon dünyasında, şöhret odaklı sanat ve sanatçı tasarımının gerçekleştirilmesi öncelikle seyirci inşası ile başlamıştır. Aynı düzenek son yıllarda sosyal ağların yaygınlaşması ve sosyal medya kullanımının artması ile yer değiştirmiştir. Öyle ki, içinde bulunduğumuz zaman diliminde çağın bir gereği olarak nitelendirdiğimiz internet ve ona bağlı aygıtlar, uygulamalar bir yanıyla da görsel sanat içeriklerinin seyirci tarafından belirlenmesi ve beğeni algısına göre kabul görmesine yol açmaktadır. Tam da bu noktada bu çalışmasının amacının, seyircinin/takipçinin inşasıyla imaj mühendisliği üzerine bir analitik değerlendirme yapmaktır. Sorun olarak görünen, internet ve sosyal medya kullanımı aracılığıyla oluşan imaj kültürünün görsel sanatlara yansıyan etkileri üzerinden oluşan nitelik kaybının irdelenmesidir.

İmajların egemenliği altında sosyal medya üzerinden yaygınlaştırılan bir tür yaşamsal gerek -bağımlılık değil- haline dönüştürülen seyirci ya da takipçi inşası, onun beraberinde imajla varlık sahasına girme, varlığını sürdürme hali görsel iletişim düzeneğinin bayağılaştırılmasına ve görsel sanatlar alanına sanal gerçeklik ile ket vurmasına süregelen bir durum kazandırmıştır. Bu nedenle, imaj, imge, dijital ve sanal görüntülü düzenlemeler ve görsel sanat yapıtlarının internet görselleriyle iç içe geçerek olağanlaşmış, sıradanlaşmış ve bir tür tüketim malzemesine dönüşmüştür.

Gösteri dünyamızdan sonra sosyal ağlar, aygıtlar aracılığıyla "sosyal" olarak adlandırılan medya biçimiyle seyirci/takipçi inşası yerine sanat-sanatçı-alımlayıcı üçgeninin oluşturduğu nitelikli, dezenformasyona mesafeli sanat alanını inşa etmek olanaklı mıdır? Bu çalışma, yalnız akademik boyutta değil, görsel sanatlara ya da plastik sanatlara ait yapıtların estetik kaygı ve sanatsal eleştiri öğretileriyle sürdürülmesi - "hiç"lik temelinde olsa bile- değersizleştirilmemesi adına "imaj her şeydir" kıskacından nasıl çıkılabilir? sorusuna ilişkin bir tartışmayı ele almaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Görsel Sanatlar, Plastik Sanatlar, İnternet, Sosyal Medya, Takipçi.

### ABSTRACT

Art and especially visual arts are one of the important contents of the internet. A media dominated by the image culture has entered our living space with television. In the television world, the realization of the fame-focused art and artist design began with the construction of the audience. The same mechanism has been replaced in recent years with the expansion of social networks and increased use of social media. In fact, the Internet and its connected devices, which we describe as a requirement of the era in our time period, cause the visual content of the art to be determined by the audience and accepted according to the perception of appreciation. At this point, the purpose of this work is to build an audience and to carry out an analytical evaluation of image engineering on the construction of the audience. The new generation risks related to the effects of the consumption of image-consuming culture through the use of Internet and Social Media on the effects of the visual arts and the transformation of art works into consumption materials are discussed.

The construction of spectators or followers, who are transformed into a kind of vital need - not of dependence, which is popularized through social media under the domination of images, enters the field of existence with the image, and the continuation of its existence gives a continuous condition to the illusion of the visual communication mechanism and its interruption to the visual arts field with virtual reality. For this reason, the images of image, image, digital and virtual images and the visual images of visual art works have been intertwined and become an ordinary, consumed consumption material.

Is it possible to construct the art space that is distant to disinformation, which is formed by art-artist-receiver triangle instead of audience / follower construction by means of social networks and devices which are called in social de by means of social networks and devices? This study, not only in the academic dimension, but the visual arts or plastic arts of the works of aesthetics and artistic criticism to continue with the teachings - even if it is on the basis of nothingness - to be discredited "image is everything" how to get out of the clamp? It discusses a discussion of the question.

**Key words:** Visual Arts, Plastic Arts, Internet, Social Media, Viewer.

## 1. GİRİŞ

Sosyal medyanın görsel sanatlar alanına da takipçi inşa etme gücü ve sürecini öncelikle "medya tüketimi" kavramı üzerinden açıklık getirmek gerekir. Medya tüketimini ele alırken internetin gücüne karşın hala medyatik güç bağlamında etkileyici, belirleyici bir araç/unsur olarak televizyondan başlayabiliriz. Televizyon ekranıyla insan ilişkisi, sosyal medya ekranlarıyla olan insan ilişkisini açklamak adına bir deneyimleme sürecidir. Bu nedenle televizyon bu noktada göz ardı edilemez:

Yemek programları ve yarışmalarıyla ne yiyip ne içeceğimize, popüler dizi film ve eğlence programlarıyla nasıl yaşanması gerektiğine, nasıl eğlenileceğine hatta evlenme programlarıyla kimle nasıl evlenileceğine televizyon karar vermektedir ya da belirlemektedir. İnsanın her davranışının, kendi kişilik yapısından ve özünden kaynaklanan nedenleri olsa da televizyonun insanlar üzerindeki dışsal etkenliğinin yeri yadsınamaz. Dolayısıyla televizyon bir ekran alanının gerçekliği ise sosyal medyada ekran boyutunda aynı güce ve etkiye sahiptir denilebilir. Dahası televizyon izleyiciye/takipçiye pasif bir rol tayin ederken, internet ve/veya sosyal medya ise izleyende/takip edende aktif-pasif bir rol yükleyerek interaktif konum oluşturmaktadır. Bu interaktif konum insanın gündelik yaşamındaki belirleyiciliğiyle birlikte görsel sanatlar ve plastik sanatlar uğraşındaki insanlar açısından da dikkate değer bir belirleyiciliğe sahiptir. Yalnız belirleyicilik iki temelde ele alınabilir: Birincisi sanat uğraşında bulunan bireyin ne tür bir çalışma yapabileceği, ikincisi de takipçinin ne istediğini özellikle beğeni butonlarıyla belirlemesidir. Esasında bu iki temelli durum dönüşümlü bir etkileşim ağının kuruluyor olmasıdır. Böylece bu çalışma ortaya çıkararak söz konusu medyatik etkileşimin dijital ekrana izdüşümsel olarak aktarılması, safi sanat eyleminden görsel/plastik sanatlar bağlamında gerçekleştirilen güncel sanat uygulamalarına varan süreçte güncel sanat yapma/izleme/takip etme eyleminde bulunan bireylerin paradigma değişiminin nedenleri ve sonuçlarıyla irdelenmesidir. Bu çalışma doğrultusunda medya tüketimi özelinde sosyal medya unsurlarının oluşturduğu takipçi baskısı ile sanatın ontolojik bağlantıları olan sanat-sanatçı-alımlayıcı üçgeni üzerine nitelik değerlerindeki farklılıklar düzleminde düşünsel bir sorgulamayı hedeflemekte gündelik yaşamın olağan anlarında dijital ürünlerle ve imajlarla olan insan ilişkisinin başka bir bakışla değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

## 2. SOSYAL MEDYA, İMAJ MÜHENDİSLİĞİ VE GÖRSEL SANATLAR

Sosyal medya, teknolojik bir ürün olarak internet ortamının sağladığı görsel iletişim ve etkileşimin yoğun yaşandığı dijital bir mekân olarak tanımlanabilir ancak yalnızca internet ortamının sunduğu bir mecra olarak tanımlamak da doğru değildir. Çünkü kentsel/kırsal cadde ve sokaklarda bulunan görsel ilan panoları da (billboardları da) –doğrudan göz temasının yaşandığı bu medyatik unsurlarda- sosyal bir ortamda yerini almaktadır. Etkileşime açıklığı ve görünmezlik özelliğinin kapalı olduğu çevre yaşamının içerisinde insanların görmeye maruz bırakılması sosyal medya tanımı çerçevesinde değerlendirilebilir. Dolayısıyla görsel sanatlara baskının bu denli ciddi bir etki alanından bağımsız tutulması olası değildir. Sosyal medyanın kendine özgü farklı dayanakları olmasının yanı sıra görsellik düzleminde çok yönlü olarak ele alınmasının şüphe götürmeyeceği söylenebilir. Bir antrparantez olarak belirtmek gerekir ki imge ya da imaj, Prof. Dr. İhsan Turgut'un Sanat Felsefesi kitabında: "İmge sanatta gerçeğin yansımalarının özgünlüğüdür, onu kavramsal düşünceden ayırt eden şeydir. Bu bakımdan imge gerçekliğin sanatsal çağrışımıdır, diyebiliriz. Sanatçının bilincinde tespit edilmiş haliyle nesnel dünyanın düşünsel ya da ideal bir tablosudur. Bu nedenle okuyucu, izleyici tarafından algılanabilir." olarak değerlendirmektedir. Kuşkusuz ki bu değerlendirme öze/içerikle ilintili, dolayısıyla bu bakış imge felsefesi üzerine düşünülebilir.

Sosyal medya, imaj mühendisliği ve görsel sanatlar üçgeninde değinilmek istenen ise dejenere edilen teknolojik/dijital gelişmelerin ve bu yolla imaj tüketimiyle medyatikleşmenin yeri ve etkileri üzerinedir.

### 2.1. Sanal Gerçeklik İle Dekore Edilen İmaj Algısının Görsel Sanatlara Etkisi

Sanal gerçeklik olarak isimlendirilen "virtual reality (vr)", ciddi, entelektüel yazılar da dâhil olmak üzere, konuyla ilgili çoğu değerlendirmede teknolojik devrimin bir sonucu olan kültürel bir yenilik olarak sunulmaktadır. *İmaj* isimli kitabında Kevin Robins, Arturo Escobar'ın yeni teknolojileri "modern toplumun ve kültürün yapısındaki ve anlamındaki temel dönüşüme" bağlamakta olduğunu ve şimdi yeni bir "siber-kültür antropolojisi" gerektiği yönünde yapmış olduğu tespitleri aktarmaktadır. Ayrıca "SG\* teknolojileri insanlığın ifadesinde tamamen farklı bir ufuk yarattığına göre" der, "bilim de dünya üzerinde hâkimiyet kurma aracı değil, büyüünün hizmetkârı olarak görüldüğü için, SG insanları enformasyon ve iletişim makineleriyle birleştirme inancının gerçekleşmesi için mükemmel bir araç, siborglar ise yeniçağa uygun yeni bir bilinç biçimi sunabilirler".<sup>1</sup>

Robins'e göre bu tür ifadelerle SG teknolojik değişimin kültürel yenilenmenin dinamik bir faktörü olduğu ileri sürülür, bunun için de teknolojik yanılısamanın sürmesine hizmet eder. Kendi kendimizi bu

<sup>1</sup> Kevin Robins, "İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası," Ayrıntı Yayınları, 2013, s.43.

yanılsamadan kurtarmanın bir yolu olması gerektiğini söyleyerek teknolojik biçimlere yüklediğimiz ruhsal beklentilerimizi anlamak üzere yola çıktığı imaj isimli kitabında Robins,

“Benzetim teknolojileri ve sanal teknolojiler, ruhumuzda olup bitenlerin tanımlanmasına dikkatimizi çekmek için çok güzel bir fırsat teşkil ediyor. Aslında bu durum, hâkimiyet stratejilerinden başka bir şey olmayan “büyü” ve “birleşme” olaylarına karşılık gelmektedir. Rasyonel aşkınlık idealiyle en gelecek ve güçlü özdeşleşme biçiminin aslında olumsuz motivasyonlarla yani, asıl güncel varoluşla özdeşleşmenin olamayışıyla ilgili olduğunu düşünüyorum. Güncelliğin ürkütücü ve korkutucu özelliklerini yaşamak, özdeşleşmeyi engeller. Burada söz konusu olan, dünyevi bağlantılardan kopma ve uzaklaşma çabasındaki savunmacı ve koruyucu içgüdülerdir. Bu bağlamda özellikle görüntünün teması (dokunmayı) önlemek üzere nasıl çalıştırıldığı konusuyla ilgileniyorum. Aslında yürürlükte olan mantığın yeniliğin mantığı değil, daha çok ataletin hatta eski hale dönüşün mantığı olduğunu görüyorum. Teknolojik değişime ruhsal ve kültürel dönüşümün yönünü değiştirmek üzere kucak açılıyor, kabul gösteriliyor.”

Bu noktada Robins psikoanalitik bir bakış açısından özellikle metapsikolojiden ödünç alınan bazı fikirlerden yararlanmak gerektiğini belirtir, özet halinde ve işaret edici nitelikte Cornelius Castoriadis’in “İnsan varlığı kaosuyla birleşmeden doğmuştur; insanların “Kaosu kabul etmemeleri, kaos olarak kabul edememeleri, ayakta dik durup uçurumla yüzleşmemeleri ikileminden doğmuştur.” sözlerine atıfta bulunur.<sup>2</sup> Bu kaos kavramının birey özüyle psikolojik bağdaştırılmasıyla birlikte sanal yaşamın reel yaşamın önüne bilinçli düzeyde geçirilmesi, hatta bu bağlamda ikame edilmesi ve ona bağlı/bağımlı bir yaşamsal alan oluşturulması oldukça kayda değerdir. Ancak görsel sanatlar çerçevesinden bakıldığında sanatsal üretim ve izlenim yoluyla tüketim bağlamında psikolojik bağdaşıklıklarla dolaylı ilinti göstermesine değinilecek olursa, oluşturulan sanatsal yapıtların/çalışmaların –netart, videoart, mediaart dışında- dijital ortamda iz bırakmadan bir parmak hareketiyle tüketilmesi –değersizleştirilmesi- ne yazık ki reel yaşam düzleminde bir gerçekliktir. Dolayısıyla sanat yapma eylemi bir ayna tutma görevi üstlenir çoğu kez ve bu eylemsel nitelikte tüketim yönelimiyle ilgilenir/etkilenir gibi görünmekle birlikte izleyici/takipçi medya tüketimi kısılacında tutulan aynayı etkisiz hale getirmektedir. Ne var ki, Pop Art akımı ile tüketim araçlarının sanatsal nesnelere dönüştürme girişimleri popüler kültürde önemli bir gedik açmıştır. Akımın öncülerinden Andy Warhol başta olmak üzere birçok sanatçı bu akımla sanat yapma eyleminde bulunmuştur. İçinde eleştirel öğelere yer verilse de tüketim çığnlığının sanatsal üretimle taçlandırılması sıradanlaştırılması kaçınılmaz olmuştur (Görsel 1). Dahası Warhol’un dediği gibi uçta yaşanan tüketim toplumsallığının beraberinde sosyal izolasyonu yaratmasıyla ve potansiyel bireyselleştirme özelliğiyle “Herkes bir gün on beş dakikalığına şöhret olacaktır.” noktasına da gelmiştir. Görsel Sanatlara yansımaları popüler olanın yeniden üretilebilir olduğu ve insanlarla görsel iletişim kurma yolunun bayağılıkla şekillendiğini söylemek olanaklıdır.



**Görsel 1.** Bir Firmaya Ait Billboard Reklamı, Ankara, 2015,  
**Kaynak:** Caner Yedikardeş Fotoğraf Arşivi

<sup>2</sup> Bazılarının dine duyulan gereksinim olarak adlandırdığı şey aslında, mutlak başkalığın tanınmasının insanlar tarafından reddedilmesi, kurulu anlamlandırmanın sınırlılığına, insanın girebileceği her yerde oluşturulmuş girilemez alt alanlara, her yaşamın içinde mesken tutmuş ölüme, her duyunun içine sinmiş duyusuz çerçevelere karşılık gelmektedir. Cornelius Castoriadis, “Institution of Society and Religion,” Thesis Eleven, 35, 1993, s.12.

## 2.2. Sosyal Medya Aracılığıyla Alımlayıcı Yerine Takipçi İnşa Etmek

Görsel/Plastik Sanatlar çerçevesinde sanat nesnesi ya da estetik obje olarak tanımlanabilen sanat yapma eylemi sonucunda ortaya çıkan çalışmalar öncelikle doğrudan göze hitap etmesiyle görsel bir nitelik değeri kapsamaktadır. Görsel nitelik değeri plastik değer kıstaslarıyla örtüştüğünde kategorik olarak görsel/plastik sanatlar açısından ele alınmaktadır. Görsellik ana/temel unsur olmakla birlikte görselliğin medyatikliği açısından plastiklik değerine ket vurma riskini barındırması sanat nesnesi olması noktasında bir handicap içermektedir. Söz konusu handicap, günümüz medya kültürünün internet yoluyla dijitalleşme ve sosyal medya tüketimindeki sınırsızlıkla belirmektedir. Bunun sonucunda sanat nesnesinin sosyal medya ağlarındaki takip, beğeni, paylaşım bileşkesinde şekillenmesi –ki bu bir şekillendirme sistemidir-, sanatsal olmayan dolaylı yol hem sanatçıyı ve onun var ettiği sanat nesnesini hem de alımlayıcıyı al aşağı edebilir nitelikte riskler taşımaktadır. Özellikle sanat alımlayıcısı ya da alıcısı sanatsal nesneyi belirleyen aracı olması nedeniyle çok daha önemli bir pozisyonda yer almaktadır.

Sıtkı M. Erinç “Resmin Eleştirisi Üzerine” adlı kitabındaki “Sanat Eseri Sorunu” bölümünde bu paradoksal durumu ele alarak “bir yapıtın sanat eseri sıfatını kazanmasını birçok nedene bağlanabilirse de bunları, yani ‘sanat eseri’ diye adlandırma etkinliğini iki odakta toplamak çok hatalı olmaz gibi görünmektedir”, ifadesiyle iki ana gruba ayırarak açıklık getirmektedir.

Bunlardan ilki “Sanatsal Yol” ya da “Dolaysız Yol” diye adlandırılabilir ve üç alt gruptan oluşur:

- 1) Bir yapıtın sanat tarihi açısından değer taşıması,
- 2) Bir yapıtın antika kavramına uygun bir değer taşıması,
- 3) Bir yapıtın, çağdaş ve çağcıl sanat kuramları açısından değer taşıması.

Herhangi bir yapıtta bu üç değerden biri varsa ona sanat eseri denir. Kimi eserlerde bu değerlerden ikisi, hatta üçü bir arada da olabilir şüphesiz.

Sanatsal Olmayan Yol;

- 1) Ekonomik nedenlerle bir yapıtta bir değer yakıştırılması,
- 2) Politik nedenlerle bir yapıtta bir değer yakıştırılması,
- 3) İdeolojik nedenlerle bir yapıtta bir değer yakıştırılması,
- 4) Medya aracılığı ile bir yapıtta bir değer yakıştırılması.

Sanatsal kabul edilmeyen bu dört yolla da bir yapıt, en azından belli bir zaman dilimi için sanat eseri olarak adlandırılabilir. Doğal olarak, buradaki değer bir yakıştırma değerdir ve yapıtın kendi özgün değeri olarak kabul edilemez. Fakat bu dört yolun her birinin ya da birkaçının birlikte oluşturduğu etki öylesine güçlü olabilir ki biz, alıcılar, o yapıtın değerinin bir yakıştırma olduğunun farkına bile varmayabiliriz (Erinç, 2009, s.38).

Bir sanat nesnesini ya da yapıtını sanatsal olmayan yollardan özellikle dördüncü yol, “Medya aracılığıyla ile bir yapıtta bir değer yakıştırması” ya da medya yoluyla değerlendirilmesi dahası sosyal medya mecrasında imajlaştırmanın gücüyle değer atfedilmesi/değersizleştirilmesi günümüzde oldukça yaygınlık göstermektedir. Sanat nesnesini alımlama belli bir felsefi, kuramsal birikim düzeyini gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla bugün tüketimle hızlandırılmış bir çağda yaşıyor olmak nedeniyle alımlayıcı olmak, sanat alımlayıcısı olmak zor bir iştir. İmajlaştırmanın getirdiği sıradanlaştırmayla izleyicilik ya da “takipçi”lik düzeyinde varsıllaştığı ve büyüdüğü düşünülen sanat olgusu, günbegün yalnızca şöhretleştirmeyle değerini yitirmektedir. Şöhret ya da ün kimliksizleşen, estetiksiz ve etiksiz bir sözcüğe dönüşmüştür: Yapıtta değil göze hitap eden ün sanata estetiğe bakışı köreltmıştır. Hem bireysel hem toplumsal bazda estetik zevk düzeyi düşüşe uğramış, her alanda kitsch<sup>3</sup> sayılabilecek nesnelere/görseller

<sup>3</sup> Almanca kökenli olan *kitsch* (*kiç diye okunur.*) sözcüğü, çirkin ve zevksiz anlamına gelir. Sanatsal anlamda ise *Kitsch* sözcüğü, sanat değeri olmayan şeylere verilen sanatsal değer anlamında kullanılır. Bu sözcüğün ortaya çıkmasına neden olan tarihsel süreç şöyle özetlenebilir: Aristokrasi ve kilisenin sanattaki rolünün Modernleşme ve Fransız Devrimi gibi tarihsel süreçlerden sonra azalmış ve bu kesimin elinde bulunan sanat eserleri ulusal müzelerde gösterilmeye başlanmıştır. Ayrıca yine bu dönemde ortaya çıkan yeni orta sınıf burjuva, kültürel ihtiyacını karşılama gereksinimi içindedir. Bu gelişmeler, kültürel tüketime de [smartofjournal.com](http://smartofjournal.com) / [editorsmartjournal@gmail.com](mailto:editorsmartjournal@gmail.com) / Open Access Refereed / E-Journal / Refereed / Indexed



yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu düzlemde değer yitimine uğrayan görsel/plastik sanatlar salt teknolojik ürünlerin kullanımıyla değil sanat eğitimi ve entelektüel öğrenimle anlaşılabilir, büyüme gösterebilir.

### 3. GÖRSEL VE PLASTİK SANATLARIN SOSYAL MEDYA İLE OLAN İLİŞKİSİ

Artık günümüzde internet ortamı dâhilinde bir sanat uğraşında bulunmak olanaklıdır. Sosyal medya ve internet 1960 yılı sonrası görülen tüketim olgusu ve düzeneklerini daha da güçlendirmiştir. Algoritmik yazılımlar, kod oluşturma çalışmaları ile teknolojinin sanatçıya sağladığı olanaklar sayesinde doğrudan görsel sanatlar kategorisinde değerlendirilebilecek Net Art'ın doğuşuna zemin hazırlamıştır. Net Art'ın öncüsü olan Slovenyalı sanatçı Vuk Cosic yaptığı çalışmaları internette yayınlamış ve izleyici ile etkileşime girmiştir. Cosic sanatının artık güncel sanatın bir parçası haline getirmiş, yenilikçi ve deneyimlere açık bir perspektife oturtmuştur. Çalışmalarını belli film karelerinden alınan görüntülerden oluşturmaktadır (Görsel 2). Böyle olmasına karşın, bir monitörden gördüğümüz çalışmalar ne kadar etkileşime açık olsa da sanat içindeki estetik kaygı anlayışını yeniden gündeme getirmektedir. Ama tüm bunların ışığında sanat anlamında medya sanatının başladığı bir döneme girilmektedir. Teknolojinin ilerlemesi, sanal bedenlenme ve *second life*<sup>4</sup> (ikinci hayat), siber kültürün yaygınlaşması medya sanatını da etkilemektedir.



**Görsel 2.** Vuk Cosic, Hitchcock's Psycho

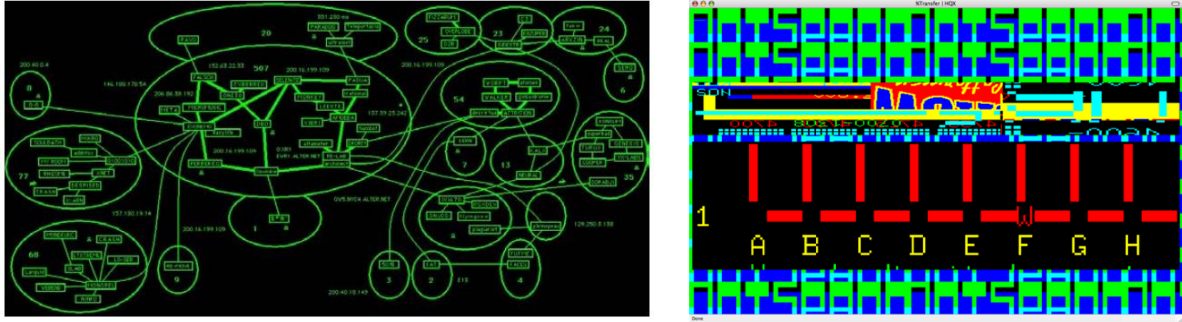
**Kaynak:** Erişim: 21.04.2018 <https://bit.ly/2rdV8Lx>

Joan Heemskerk ve Dirk Paesmans isimlerindeki sanatçılar ise jodi.org sitesini kurarak dijital medya sanatı açısından önemli örnekler vermişlerdir: İlk çalışmaları “HTML” de farklı ve kompleks tasarım çalışmalarını içeren web siteleridir. Heemskerk ve Paesmans mevcut *browser* sistemini eleştirmektedir. Sitelerine giriş yapıldığında ekranda karmaşık bir web sayfası görüntüsü çıkar ve kullanıcı her tıkladığında farklı görüntülerle karşılaşmaktadır (Görsel 3-4).

bir demokratikleşme getirmiş; güzel sanatlar ve kültür herkesin erişebileceği bir ortamda yer almaya başlamıştır. Ayrıca fabrika üretimi sayesinde var olan her eserin baskı veya mekanik üretme yöntemiyle kopyalanarak çoğaltılabilmesi, eserlerin tekilliğini kaldırmış ve bu eserleri herkes için ulaşılabilir kılmıştır. Bu süreç sonucunda, Turistik seyahatlere gidemeyenler için o yerlerin kartpostalları basılmış, Venedik'e gitmeye gidenler gidemeyen komşularına gondol bibloları hediye etmeye başlamış, müzelerdeki heykellerin küçük boyutta reproduksiyonları yapılarak, var olan kültürel eserler kopyalanarak çoğaltılmış ve herkesin evine girebilir hale gelmiştir. Doğrudan doğruya göze hitap ederek çabuk, kısa ve geçici duygular oluşturan bu eserler, kendinden sonra başka sanatsal oluşumlara olanak sağlamamaktadır. Genel olarak sosyal ve ekonomik hareketliliğin olduğu toplumlarda görülen kitsch eserler, daha çok yeni zenginlerin ve alt sosyal grupların zevkine hitap etmektedir. Erişim: 19.12.2019 <https://tarihbilgi.org/kitsch-nedir/>

<sup>4</sup> “İnternetin bugüne kadar mümkün hale getirdiği felsefi olarak en etkileyici olgu Second Life (İkinci Hayat) denilen sanal dünyadır.” Sanal Bedenlenme ve “Second Life” konusu için daha ayrıntılı bilgi edinmek isteyenlere Dreyfus'un Kaynakça'da belirtilen kitabı önerilebilir.

[smartofjournal.com](http://smartofjournal.com) / [editorsmartjournal@gmail.com](mailto:editorsmartjournal@gmail.com) / Open Access Refereed / E-Journal / Refereed / Indexed



**Görsel 3, 4.** Joan Heemskerck ve Dirk Paesmans, Jodi'nin İnternet Haritaları  
**Kaynak:** Erişim: 21.04.2018 <https://bit.ly/2Koj0V9> ve <https://bit.ly/2HBtAXf>

Net Art ve/veya Dijital medya sanatı çerçevesinde bariz örneklerin yanı sıra başkaca örnekler vermekte mümkündür. Ancak bu çalışmada, reel mekân ölçeğinde yer alan sanat nesnelere kapsamında değerlendirme yapmak, yani sanal gerçeklik ya da dijital görüntüler ile reel boşlukta yer alan sanat nesnelere arasındaki paradoksal verileri ortaya koymak açısından daha anlamlı olacağı düşünülmektedir.

Medyanın ve medya gücünün aynı zamanda Micheal Foucault'un "psikiyatrik iktidar"<sup>5</sup> kuramı üzerinden incelemek ve değerlendirmeye dâhil etmek kaçınılmazdır. Gözetime ve gözetlemeciliğe vurgu yapan Foucault, günümüzün sosyal medya kurgusuyla uyarlandığında "izleyici/takipçi inşa etmek" konusuna da ciddi anlamda kaynaklık etmektedir.

Akdemir'in "Bir Biçimlenme Sistemi Olarak Sosyal Medya: Seramik Eserlerde Kişisel Uygulamalar" başlıklı Yüksek Lisans Sanat Çalışmasında verdiği sanatçı örneklerine ek olarak aslında bahsettiği şey, bugün sosyal medya kullanıcıların sosyal medyada sürekli aktif olduklarını ve sosyal platformlarda fotoğraf, video gibi içerikleri devamlı kullandığı görülmektedir. Aslında değinilmek istenen konu bunları gerçekleştiren kameraların olmasıdır. Devamlı olarak takip eden ve edilen olunmasıdır. Bu edilgen pozisyon kişiler arasında olmasının yanında sürekli takip eden şehir içindeki kamera sistemlerinin de varlığı olmaktadır. Burçak Bingöl; "Günebakan" çalışmalarında kamusal alanlarda kameraların izleyen ve izlenen ilişkisini ele almıştır. Sanatçı, "Günebakan" isimli sergisinde yoğun şehir hayatının bilindik imgeleri arasında yer alan kameraları Beyoğlu bölgesinde topladığı bitki desenlerini seramik yüzeylerde kullanarak çağımız gözetleme kültürüne eleştirel bir yorum getirmiştir (Görsel 5). Bingöl, ürettiği seramik kameraları şehrin çeşitli bölgelerinde sergileyerek birer sanat nesnesi haline getirmiştir.



**Görsel 5.** Burçak Bingöl, Günebakan III, 2011, Seramik, metal, 33 x 34 x 38 cm  
**Kaynak:** Erişim: 18.12.2019 <https://www.unlimiteddrag.com/single-post/nemitosneutopya>

<sup>5</sup> "Psikiyatrik İktidar" konusu için daha ayrıntılı bilgi edinmek isteyenlere Foucault'un Kaynakça'da belirtilen kitabı önerilebilir. Ayrıca Foucault'nun "gözetim sistemi" konusuyla ilgili metaforik değerlendirmelerine de bu önerilen kitaptan ulaşılabilir.

Sosyal medyanın görsel ve plastik sanatlardaki yansımalarına diğer bir örnek ise Bahar Arı Dellenbach'ın "Komşu Komşu adlı çalışması, sanatçı çalışmasına sanal gerçeklik, popülerleşme ve iletişim kurma isteği üzerinden açıklık getirmektedir.

İnanılmaz olanaklar sunan internetin keşfi sonrası insan hayatında yepyeni bir sayfa açılmıştır. İstenilen her tür ürün, arabaya park yeri aramadan, trafikte beklemeyen, ağır yükleri taşımadan kredi kartı ya da sanal kart numarasıyla kapıya kadar getirilebilmekte, ev kirası, su faturası anında yatırılabilir. Sanal marketler içinse depolama ve işçilik masrafları azalmakta, insan çalıştırmanın zahmetleri de ortadan kalkmaktadır. İnsanlar sanal ortamda yapabilecekleri işlere ve mesleklere yönelmektedirler. Artık TV ve bilgisayarlardaki sanal akvaryumlarda balıkların yüzdüğü, CD'den doğa seslerinin dinlendiği bir dönemde yaşanmaktadır. Çocuklar kelebeği ilk defa TV'de görmekte, arkadaşlarla sohbetler internette yapılmaktadır. Bu teknolojik eylemler günlük hayatımızın rutini haline gelmiştir. Fakat tüm bu eylemler aynı zamanda farklı bir gerçeklik yaratmakta, çevremizle olan ilişki şeklimizi değiştirmekte, bizleri birebir ilişkinin gerçekliğinden koparmaktadır.

Popüler sanal arkadaşlık sitelerinden birinden alınan dört kişiye ait görüntülerin üzerinde, seramik malzemeden üretilmiş birer ev ve bahçe çitleri yer almaktadır. Sanal görüntüler, çitlerle çevrelenmiş, iki yaşam şekli ve dönem üst üste çakıştırılmış, tüm bu teknolojik "oyuncakların" popülerleşmesinin, temelde insanın iletişim kurma isteğinden kaynaklandığı vurgulanmaya çalışılmıştır (Görsel 6, 7, 8, 9.) (Arı, Dellenbach, 2009, s. 95)



**Görsel 6, 7, 8, 9.** Bahar Arı Dellenbach, Komşu Komşu, 2009, Seramik ve Fotoblok, 110x110 cm, **Kaynak:** Erişim: 19.12.2019 file:///C:/Users/gsf1/Desktop/258378.pdf

Özü itibariyle medya ve ona bağlı tüm aygıtların insanlar için yaşamsal birer araca dönüşmeleri yeme-içme gereksinimlerinden farksız hale gelmeleri -teknolojik ürünlere adaptasyondaki zorlanmama bir insan ürünü olmasının sonucu olsa da- düş, düşün, düşünce dünyamızda köktenci psikolojik değişimlere ve de dönüşümlere neden olmaktadır. Bu durumu plastik sanatlar kategorisinde ele alınmış, kamusal bir alan olan kütüphane ortamında insanlar ile medya arasındaki ilişkiyi sorgulatan çalışmalardan biri de "Medyatik Kafalar" adlı seramik çalışmadır (Görsel 10, 11, 12).

Öznel ve toplumsal sorgulamaların sonucunda "Medyatik Kafalar" adlı çalışmayı ortaya çıkaran Caner Yedikardeş, insan ile medya arasındaki ilişkiyi ve sonuçlarını sorgulamaktadır. Medyayı; "bireyi yoksullaştıran-yalnızlaştıran, toplumu yığınlaştıran ama çok hareketli olduğu için tanımı, tarifi yapılamayan ve beyinleri uyuşturan, kitleyerek kitleleştiren güçlü bir ideoloji" olarak değerlendirir. Bu seramiklerde model olarak kendisi ile birlikte dört arkadaşından yararlanır. Anlatımcı tarzda



oluşturduğu beyni olmayan kafaların üst kısmında tornada çekilmiş çanaklar vardır ve bunların iç yüzeyine medyatik sembollerin çıkartmaları yerleştirilerek pişirilmiştir. Bu semboller; çeşitli elektronik aletler ve medyatik objelerdir (Seramik Türkiye Dergisi, 2012, s. 22).



Görsel 10, 11, 12. Caner Yedikardeş, Medyatik Kafalar, 2010, Seramik, 120x25x25 cm,  
Kaynak: Ersin Türk Fotoğraf Arşivi.

#### 4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Her şeyin, gözün gözle olan ilişkisi sonucunda imaja dönüşme/ımaşlaşma sorunu ve bireylerin seyirci/takipçi inşa etme kaygısı konusu, esasında temelde sosyal izolasyonla yaşanan problemleri ve bedenden arınmış sanal yaşamları ele almasının yanı sıra, “her şey”in içerisinde nitelikli ve alımlayıcılığa hitap eden sanat görsellerinin/nesnelerinin de imajlaşarak sıradanlaşmasını ve bayağılaşmasını odak almaktadır.



Görsel 6. Bir Reklam Firmasına Ait “Buraya Bakarlar” Poster Çalışması, Ankara Metroğu,

Kaynak: <https://eksiup.com/p/e0578150682> Erişim: 18.12.2019



Sanatçı-Yazar Ahmet Şafak'ın belirttiği gibi, "Göz, gözün nesnesi olmuştur". Göz, iyi/kötü ayrımsızlığıyla her şeyi yutan, yutarak büyüyen/büyüten bir organik aygıt haline dönüşmüştür. Hatta birçok yönüyle nitel olanı nicelleştirme yoluyla baskılama ve denge-denetimsiz eşitleme her şeyin imajlaşarak tüketilebilmesiyle doğrudan ilintilidir. Bu doğrultuda imgenin konuşturulabilme gücü elbette yadsınamaz. Bu gücü kontrollü kullanabilme ve nicelikte yarattığı değeri nitel olana da yansıtılabilmesi önemli bir ölçüt olabilir. Seyirci/takipçi inşası ve yoğunlaştırılmış beğeni kaygısından düzleminden uzaklaşılabilmesinde sahici görsel sanat yapıtlarının nitelik değerinin korunması ve yaşatılması olanaklıdır: Seyirci/takipçi inşası yerine sanat-sanatçı-alımlayıcı üçgeninin oluşturduğu sanata alanını inşa etmektir. Yalnız akademik boyutta değil, görsel sanatlara ya da plastik sanatlarla ait yapıtların estetik kaygı ve sanatsal eleştiri öğretileriyle sürdürülmesi – "hiç"lik temelinde olsa bile-değersizleştirilmemesi adına "imaj her şeydir" kısılcısından çıkıldığında çözümsel anlamda önemli bir yol kat edilebilir.

Sanatsal düşünme, estetik algı ve felsefi eğitim politikasının okul öncesi eğitiminden itibaren belirlenmesi ve buna yönelik programlar geliştirilmesi ve uygulanması kaçınılmaz bir duruma dönüşmüştür. Analitik bakışa katkı sağlayacak dijital uygulamaların sayıları arttırmak, imaj tüketimlerini sınırlamak eğitim sahasında radikal bilinçlendirme faaliyetleriyle olanaklı hale gelebilir.

### KAYNAKÇA

- Arı, Dellenbach, B. (2009) Sanatsal Yaratımda Popüler Kültürün İzleri Kişisel Yorum ve Uygulamalar. Ankara, Hacettepe Üniversitesi: Sanatta Yeterlik Eseri Çalışması Raporu.
- Akdemir, G., (2018). Bir Biçimlenme Sistemi Olarak Sosyal Medya: Seramik Eserlerde Kişisel Uygulamalar. Ankara, Hacettepe Üniversitesi: Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu.
- Dreyfus, L. H., (2016). İnternet Üzerine. V. Metin Demir (Çev.) İstanbul: Küre Yayınları.
- Erinç, S., (2009). Resmin Eleştirisi Üzerine. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Foucault, M., (2015). Hapishanenin Doğuşu. Mehmet Ali Kılıçbay (Çev.) İstanbul: İmge Kitapevi.
- Gülgün, B., A., (2005) Görsel İletişim. İstanbul : Ya-Pa Yayınları.
- Robins, K., (2013). İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası. Nurçay Türkoğlu (Çev.). İstanbul: AyrıntıYayınları.
- Şafak, A, (2009) Şöhret Sanatı Öldürdü Cinayeti Ben Gördüm. İstanbul: Avrupa Yakası Yayınları.
- Tarihi Bilgi Web Sayfası. Erişim: 19.12.2019 <https://tarihibilgi.org/kitsch-nedir/>
- Turgut, İ. (1990). Sanat Felsefesi. İzmir: Karınca Matbaacılık.
- Türkiye Seramik Federasyonu Dergisi Web Sayfası. Erişim: 18.12.2019, [https://serfed.com/upload/dergiler/Seramik%20T%C3%BCrkiye%20-%20Sekt%C3%B6rel%20\(39\).pdf](https://serfed.com/upload/dergiler/Seramik%20T%C3%BCrkiye%20-%20Sekt%C3%B6rel%20(39).pdf)