

# 21.YÜZYILDA SANAT NE KADAR ÇAĞDAŞ OLABİLİR?

Serenay Şahin

Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, srnyshn(at)gmail.com

ÖZ

**Anahtar kelimeler:**  
iyimserlik, iletişim,  
sanat, çağdaş, ebedi  
şimdi

Küresel kültür politikaları, tüketim toplumunun iyimser olmasını ister. Çünkü ancak bu yolla kendi varlığını sürdürebilir. Sürdürülebilir olması için her türlü aygıtı kullanır. Bu aygıtlar arasında başat rolü iletişim ve sanat üstlenir. Bu makale, 21. yüzyıl teknolojileri sayesinde iletişim yüzyılının iyimserlik kampanyasına nasıl katkı sağladığına ve sanatın da, küresel kültür politikalarının aynı araçları kullanarak sanatı nasıl etkilediğine ve nasıl bu katkıyı pekiştirdiğine odaklanır. Mevcut durumun devamını sağlamak ve şimdinin ebedileştirilmesi küresel kültür politikalarının atar damarıdır. Bu damarların sürekli kan pompalamasına yardım eden sanat, bizce eleştirel pozisyonunu kaybetmiştir. Bu nedenle bu makale sanatın günümüzde çağdaş olup, olamayacağını sorgular.

## HOW ART CAN BE THE CONTEMPORARY IN THE 21 CENTURY?

ABSTRACT

**Keywords:**  
optimism,  
communication,  
art, contemporary,  
eternal present

The Global Culture Politics want consumer society to be optimistic, because only then it can be able to continue its own existence. For being sustainable, it uses every kind of instrument, every apparatus. Communication and art are the dominant elements in these apparatus. This article is focusing on how communication century contributes to optimism campaign with the help of the 21. century technologies; with the using of the same tools by the global culture politics how art is influenced and how art reinforces this contribution. Prosecution of the present state and an eternal present are the artery of the global culture politics. For us, art, who helps the artery to pump blood constantly, has lost its critical position, and therefore, this article raise the question whether art can be contemporary anymore.

## 21.YÜZYILDA SANAT NE KADAR ÇAĞDAŞ OLABİLİR?

### 1. GİRİŞ

“Tüketim toplumu iyimserlik ister”

Paul Virilio (2005a:24)

Küresel dünyanın kültür politikaları gereği, tüketim toplumunun refahı ve sürdürülebilir olması için tüketim toplumu herhangi bir çatışma düşüncesi ya da ortamı içinde olmamalıdır. Çünkü böylesi bir ortam ya da düşünce içine yerleşirse eğer, halihazırda mevcut olanın dışında bir durum, olay ya da düşüncenin yerşermesi mümkün hale gelecek ve böylece tüketici kişi mevcut olanın ötesini, görünür olmayı sorgulamaya başlayacaktır. Ancak böylesi bir sorgulama ve kafa karışıklığı küresel kültür politikaları çıkarlarına ters düşecektir. Bu nedenle en ufak bir çatışma düşüncesine, en ufak bir çatışma ortamına mahal verilmemelidir.

Her koşulda tüketim toplumu pozitif olmalıdır, iyimser olmalıdır. İyimserlik her bir bireye için hale getirilmelidir ki kişi, küresel kültür politikalarına ters düşecek herhangi bir durum, olay ya da düşünce karşısında oto-sansür mekanizmasını çalıştırabilsin ve tüketim toplumunun refahı sürdürülebilir olsun. Çünkü ancak bu yolla ‘iyimser olma hali’ tüketim toplumu geneline yerleşir ve durum stabil hale getirilebilir.

Durumun sürekliliğini sağlamak amacıyla küresel dünya iktidarı, her türlü aygıtını kullanır. İyimserlik kampanyasının dünya toplumu geneline yayılması için tüm aygıtlar el ele verir.

### 2. 21. YÜZYIL: İLETİŞİM ÇAĞI

Kampanyanın tam gaz yürütülmesini sağlayacak önemli aygıtlardan biri ‘iletişim’ aygıtıdır. 20. yüzyılın sonlarında Virilio’nun yapmış olduğu saptamayı bir kez daha hatırlayalım: “ 20. yüzyılda tahrik edici arzu için bir endüstri haline gelmeden önce, 19. yüzyılda bir ürünün basitçe tanıtımı olan reklamcılık, 21. yüzyılda saf iletişim haline gelmek için hazırlanıyor.” (Virilio, 2005b: 17). İçinde bulunduğumuz çağda reklamcılık, iletişim haline gelmiştir. Hatta durum daha da ötesine taşınarak çağımız iletişim yüzyılı halini almıştır. YouTube’lar, selfie çekimler ve bu çekimlerin sosyal medya platformlarında paylaşımı, instegram’ın “history” özelliği vs. teknolojinin bize sunduğu “yeni” iletişim biçimleri ki bu yeni iletişim biçimleri, yüz yüze geleneksel iletişimin ötesinde, daha çok “ben”in varlığının altını kalın çizgilerle çizen ve küresel dünyaya küresel bir

‘ben’ armağan eden bir iletişim biçimi. Küresel dünyada kendisinin de küreselleşmesi talebi aslında “ben”in “reklamı”nın yapılma biçimi. Belki de o yüzden dijital platformlarda sergilediğimiz, sunduğumuz şeylerin niteliğinden çok, kaç beğeni aldığımız kaç takipçimiz olduğu önemli. Çünkü ancak bu yolla kendimizin ne kadar küreselleşebildiğini görebiliyor ve “ben”in reklamını yapabiliyoruz.

Bu durum aslında diğer bir yandan şuna da işaret etmekte: İletişim yüzyılı zaman-mekan-gerçeklik kavramlarını ters-yüz ediyor. Küresel dünyanın gereği olarak her şey faaliyet mekanlarını yerkürenin sınırlarına taşımaya talep etmekte ve taşımaktadır. Bu elbette 21.yüzyılın teknolojileriyle mümkün hale gelmiştir: yerkürenin her bir köşesinden dilediğimiz zaman haberdar olabileceğimiz internet üzerinden ve televizyon aracılığıyla yapılan canlı yayınlar – hatta koltuğumuzdan kalkmadan salonumuzda tanık olduğumuz canlı yayın savaşlar- ; rüya alemlerinin içine yerleşebileceğimiz ya da içinde olmamız mümkün bile olmayan uzamlara bizleri yerleştiren sanal gerçeklik gözlükleri ve bu deneyimleri ‘sahici’ kılacak sanal gerçeklik eldivenleri; yerkürenin tüm sokaklarını karış karış gezebileceğimiz google maps uygulamaları; bizim dışımızda, ‘ötek’ini, dünyanın geri kalanını gözlemleyebileceğimiz-gözetleyebileceğimiz dronlar - ki görüş makinesinin (machine vision) , güdümlü nükleer füze için geliştirildiğini aklımızın bir kenarında tutmak faydalı olacaktır.

Çağımızın tüm bu teknolojileri stratejik olarak bir şeyi gerçekleştirmektedir: dislokasyon. Bu dislokasyon, Virilio’nun da belirttiği gibi, odaklanma yetersizliği oluşturur. 21. yüzyıl insanına çağın teknolojilerinin armağanıdır bu odak yitimi. Bizler, en geniş anlamıyla perspektifimizi yitirdik. İnsanoğlu olarak geldiğimiz noktada yaşadığımız şey perspektife dair bir karartmadır ve dolayısıyla duyuların çökmesidir söz konusu olan... Virilio son derece net bir durum tespiti yapar: “Kişinin anlam duyusunu, yön duyusunu kaybetmesinin sağlamanın en kolay yolu onun yönünü kaybettirmektir.” (Virilio vd., 2005a: 83). Yön kaybı sayesinde “ben”, sadece küreselleşmesiyle ilgilenmekte, canlı yayın savaşlar bir aksiyon filmi seyredir gibi izlenmekte, “sahici” kılınan deneyimlerin fantazmasında kişi kendisini kaybetmektedir.

Stratejik olarak gerçekleştirilen dislokasyon küreselleşme sayesinde ve onun aygıtlarını kullanarak mümkün kılınmıştır. Küreselleşme dünyanın, ‘hız’ aracılığıyla kendi üzerine kapanmasıdır ve aslında bir sonu da işaretler. (Virilio vd., 2005a: 77). Ancak bu son

negatif olarak algılanmamalıdır, çünkü bir 'yeni'nin habercisidir de aynı zamanda, aktüel ve virtüel ikiliklerin olduğu bir yeni. Öte yandan küreselleşme dünyanın küçülmesidir, küçücük hale gelmesidir ve bu anlamıyla bir sonu işaretler. Bu küçülme, bu kendi üzerine kapanma yüzünden bizler yaşamsal bakış açılarına sahip değiliz artık, bir dünya görüşümüz yok. Odak yönümüz olmayan bir küreselleşmeye sahibiz sadece. Bu durum karşısında bizler fiziksel gerçekliğimizde yavaşlıyor, bunu stabil hale getiriyoruz ve elbette ki bu stabilize edilmiş yavaşlama 'iyimserlik'e hizmet ediyor.

Odak yönümüzün olmadığı bu küreselleşme içinde, bitler ve pikseller üzerinden duyularımızın bile yeniden yapılandırıldığı, 'sürekli iyimserlik' halinde ki bu iletişim yüzyılında aktüel zaman-mekanın karşısına virtüel zaman-mekan konmuştur. Tıpkı, gerçekliğin aktüel ve virtüel gerçeklikler olarak ikiye ayrılması gibi zaman ve mekan da ikiye ayrılmıştır.

Virilio, 21. yüzyılda aktüel ve virtüel olmak üzere iki gerçeklik olduğunu ve tıpkı bas ile tizi birbirinden ayıran stereofoni ya da sağ ile solu birbirinden ayıran stereoskopi gibi, bir stereo-gerçeklik geliştirerek ilksel gerçeklikteki ayrıma etki etme gerekliliğini savunur. O'na göre stereo-gerçeklik bir taraftan doğrudan görünümünün aktüel gerçekliğinden, diğer taraftan da medyatik öte-görünümlerin virtüel gerçekliğinden oluşur. (Virilio, 2005b: 15) Gerçeklik, simetrik hale getirilmiştir ve bu nedenle, O'na göre, doğru terim simulasyon değil, yerine geçme'dir. Virtüel, aktüelden çok daha güçlü olduğunda, aktüelin yerine virtüel geçecektir.

Teknolojinin ürettiği imajların<sup>1</sup> sürekliliğinin -ki buna işitsel imajlar da dahil- dereceli olarak ulusların teritoryal komşuluğunu devraldığı yer kürede mesafeler, zamanın sıkışması nedeniyle aşırı biçimde indirgenmiştir. (Virilio, 2005b: 13). Görsel makineler yaşamlarımızın her alanında, genele yayılmıştır. Tüm bunlar küreselleşmenin yüzleridir ve tüketim toplumunun 'iyimser' olmasını sağlayan etkenlerdir. Küreselleşme zamanın sıkışması, mesafelerin indirgenmesi, odak ve perspektif yitimi, duyuların çökmesi, görsel makinelerin genele yayılması, imajların sürekliliği gibi etkenler sayesinde her şeyi aynı kılar. Aslen kültür politikalarının yürüttüğü bir kampanya olmasıyla birlikte iyimserlik, kişinin 'herşeyin aynıdalığı'na katlanması için kendisine söylediği tatlı yalandır da aynı zamanda.

Bir kez daha Guy Debord'u bu noktada anımsamakta fayda var: "Gösteri, imaja dönüşene kadar yoğunlaşmış sermayedir." (Debord, 1995: 24). Günümüz dünyasında, 21.yüzyıl teknolojilerinin de yardımıyla,

gösteri artık tam anlamıyla imaj'dır. Debord, sonrasında gösterinin bütün gerçekliğe işlemiş olduğunu da söyleyecektir ki günümüzde gerçekliğe işlemiş olan 'imaj'ın ta kendisidir. Ayrıca O, gösterinin beş temel özelliğini sıralarken bizce en önemlisini en sona bırakmıştır: ebedi şimdi. (Debord, 1990: 12) Şimdiki zamanın ebedileştirildiği bir dönemde yaşıyoruz, tarihsel bilginin silindiği, geleceğe inanılmayan bir dönem. Sadece şimdi var, ebedi bir şimdi.

Henüz daha 20.yy'ın sonunda Debord bunu saptamıştı: "Şimdinin üretimine (...) enformasyonun aralıksız döngüsellığı tarafından erişilmiştir. Bu sırada gerçekten önemli olan, fiilen değişen haberler nadiren gelir(...)" (Debord, 1990: 13)

21.yüzyılın iletişim yüzyılı olduğunu tekrar hatırlayarak ve gösterinin ve enformasyonun imajlara dönüştüğünü ve hatta imajlar içine enformasyonun gizlendiğini aklımızda tutarak diyebiliriz ki: şimdi'ye imajların sürekli dolaşımı tarafından erişilmiştir, imajlar tarafından şimdi ele geçirilmiştir. O nedenle sadece şimdi vardır ve o nedenle şimdi ebedidir ve bu sayede her şey aynıdır. Şimdinin ebediliğini korumak ve sürekli kılmak için çatışmasızlığa, her şeyin aynılığına, bireylerin yavaş oluşuna ve iyimserliğe ihtiyaç vardır. Çünkü ebedi şimdi buralardan beslenir ve küresel kültür politikaları da ebedi şimdi'den. Romalı şair Horatius'un "Carpe diem quam minimum credula postero" (günü yakala, yarın ne olacağını bilmiyorsun) dizesi yüzyılımızın mottosu haline gelmiştir. Neredeyse tüm markaların "anı yaşa" sloganını pompalayan reklamlar yapması hiç de şaşırtıcı değildir. Tüm iletişim araçlarının stratejik olarak yönlendirmesiyle birlikte bizler, 'anı yaşa' için büyük bir çaba sarfediyoruz. 'Ben'i küreselleştirmemizin önemli etkenlerinden biri ve belki de sonucudur anı yaşamak.

Şimdinin ebedileştirilmesi elbette küresel kültür politikaları gereğidir. Sonsuz bir şimdide yaşamak, tatile çıktığınızda kumsalda çekilmiş bir çift ayak fotoğrafı gibidir, ya da masa üstünde duran 'bir fincan kahve ve yanında ki kitap', ya da asansörde ki yalnız 'ben'in fotoğrafları gibidir. Şimdinin ebedileştirilmesi, satın aldığımız bir su matarasının aynısını dünyanın öbür ucuna gittiğimizde yolda yürürken bir başkasının elinde görmek, vazgeçemeyeceğimiz renk çeşidinin canlı renkler olmasına rağmen, 'no gender stili'ni kararırmasına benimsemek ve tutkuyla takip etmek, tüm dünyada 'best-seller'olan kitabı okumak gibidir...

Şimdinin ebedileştirilmesi ve sürekli ebedi kılınması iyimserlik için hayati önem taşır. Çünkü böylesi bir durumda geçmiş ya da gelecek önemini yitirir ve mevcut olanın ötesini görme, görünmeyeni görme çabası ortadan kalkar. Çatışmasızlık sağlanır.

### 3. SANAT VE İYİMSERLİK

“İyimser olma”yı besleyecek en önemli aygıtlardan bir diğeri, “Sanat”tır. İyimserliğin yaygın hale getirilmesi, ebedi şimdinin sürekli kılınması için, içinde bulunduğumuz yüzyılda sanat canla-başla çalışmaktadır. Küresel dünyada sanat artık sadece iyimserlik aşılamaştır. Tarihinde gördüğümüz ‘çatışma yaratma’ yerini sanatta artık, ‘çatışma çözme’ye bırakmıştır.

Küresel kültür politikaları gereği, yaratıcı bireylere –dolayısıyla sanatçıya ya da daha doğru bir söylemlerle sanatçıyı sunacak küresel sanat aktörlerine- özellikle ihtiyaç duyulur çünkü şimdinin ebedileştirilmesi ya da iyimserliğin aşılması yolu yaratıcı fikirlerden geçer. Ancak sanatın burada ki yaratıcılığı geleneksel anlamda ki bir yaratıcılıktan farklı olarak, küresel kültür politikalarının yayılımında kullanılacak ‘zekice tasarlanmış’ hamleler türünde bir yaratıcılıktır. Virilio’nun terimiyle söylersek eğer; geleneklere, iletişim biçimlerine, mesafelere vs. müdahale eden küreselleşme, sanata da müdahale etmektedir (Virilio vd., 2005a: 87), sanatın da –belirli bir azınlık dışında- bu müdahaleden mutsuz olduğu pek söylenemez. Yerküre, hız yüzünden kendi üzerine kapandığından beridir ki sanat da, diğer her şey gibi, tüm gezegeni kaplamış ve her an her yeredir, bu nedendir ki yüzyılımızda sanat ortamı büzüşmüştür. Amerika, İspanya, İtalya’nın yanı sıra Birleşik Arap Emirlikleri’nde açılan Guggenheim Müzeleri, 2018 yılı boyunca yenilenecek alanını daha da genişletecek olan MoMA, Louis Vuitton gibi moda yön veren ünlü markaların peş peşe kurmaya başladıkları yeni müzeler (örnekleri çoğaltmak mümkün) sayesinde oluşan müze enflasyonu ve bu enflasyonu daha da görünür kılacak, yaygınlaştıracak, örneğin 2017 yılında Louis Vuitton Vakfı Müzesi’nde açılan “MoMA Paris’te” sergisi gibi etkinlikler ve benzer bir yayılım biçimi gösteren bienaller furyasıyla sanatın yayılması, her an her yerde olması sağlanıyor ve işte bu zekice tasarlanmış hamlelerden sadece biri. Ancak ne var ki bu durum sanat için bir çıkmaz da yaratıyor: her an her yerde olan aynı sanat. Sanat genişliyor evet ama kendisinden vererek genişliyor. Bu durum, yazı boyunca bahsettiğimiz, diğer her alanda olan-biten herşeyden farksız. Bir kez daha Virilio’nun terimleriyle konuşacak olursak, tam anlamıyla yaşam boyutunun kirliliğidir söz konusu olan.

Müzelerin konservatif duruşuna karşı ortaya çıkan bienaller, acaba günümüzde kendi konservatifliğini oluşturmadı mı ve bu yeni konservatizme müzeler de ayak uyduruyor mu? Bienallerin dönemsel ve etkinliğe dayalı doğası artık, günümüz sanatının düşünce biçimlerini, pratiklerini şekillendiriyor ve sadece şekillendirmekle de kalmıyor bir otorite şeklinde işlev görüyor –karşınızda tasarlanmış hamlelerden bir diğeri. Giderek kurumlaşmış bir yapıya sahip olmasıyla beraber bienaller, dönemsel çalışma sistemi sayesinde, sanat ortamının aktörleri ile sürekli temastadır. Örneğin bir müze ya da galerinin direktörü ya da küratörü o yılki bir bienalin küratörlüğünü de üstlenebilir, ya da tam tersi. Büzüşen sanat ortamı düşünüldüğünde, aktörlerin de büzüşmesi doğal sonuçtur elbette, sanatın aktörleri de tıpkı sanatın kendisi gibi her an her yeredirler. Dolayısıyla otorite işlevi gören bienallerin sundukları herhangi bir yeni, küresel sanat ortamının ne üzerinde çalışması, neyi sunması, kimlerle çalışması gerektiğine dair bir ultimatoma niteliği taşımaktadır. Ultimatoma uymayanlar oyun dışı kalır.

Sanat artık moda kavramlar yaratıyor ve biliyoruz ki modanın taklit ile son derece sıkı bağları var. İşte tasarlanmış hamlenin gizlendiği yer: “taklit, bireyi seçim yapmanın açısından kurtarır.” (Simmel, 2009: 105) Simmel’in moda tanımını hatırlamanın tam yeri:

Moda verili bir örüntünün taklididir, bu nedenle de toplumsal uyarlanma yönündeki ihtiyacı karşılar; bireyi, herkesin yürüdüğü yolda ilerlemeye sevk eder; her ferdin davranışını salt örnek haline getiren genel durum ortaya koyar. Aynı zamanda, ayırt edilme ihtiyacını, farklılaşma, değişim ve bireysel aykırılık eğilimini de aynı ölçüde tatmin eder. (Simmel, 2009:: 106)

Otoriteler tarafından üretilen moda kavramlarla, sanatın aktörleri o dönem neyin üzerinde çalışacaklarını bilirler ve mevcudun ötesine bakmak yerine moda olanın peşinden giderler, -bu nedenle Prada, Louis Vuitton gibi dev markaların mağaza ve vitrinlerinde ürünlerinin yanı sıra ‘sanat eserlerinin’ de sergilenmesine şaşmamalı. Elbette ki bu durum her şeyin aynıdalığına neden olurken, şimdinin ebedileştirilmesine katkı sağlar.

Müzeler de duruma ayak uyduruyor ve koleksiyon sergilerinin yanı sıra ‘temalı’ süreli sergiler düzenlemekten kendilerini alıkoyamıyorlar. Hatta , 15. İstanbul Bienali’nde tanık olduğumuz üzere, bienal mekanları arasında yer alıyorlar. Elde edilen başarı ise, artık sergilenen yapıtlar üzerinden değil, istatistik, ziyaretçi sayısı, sosyal medyada kaç beğeni, takip, paylaşım yapıldığı, ne kadar ‘hashtag’ açıldığı üzerinden ölçülüyor.

yor. Elbette ki bu durum bir tek şeyi işaret ediyor: sanatın küreselleşmesi. Ancak ne var ki bu yeni biçimin odak noktası sanat yapıtından çok etkinliğin ne kadar görünür olduğuyula ilgili. Ne var ki, odak noktasını kaybetmiş bir yüzyıl için bu durum pek de şaşırtıcı olmasa gerek. İlki 2014 yılında gerçekleştirilen ve bu yıl Pera Müzesi'nin de kutlamaya katıldığı #MuseumSelfieDay etkinliği, içinde bulunduğumuz durumu kanıtlar nite-likte ki son örneklerden.

#### 4. SONUÇ

Yazı boyunca ortaya koymaya çalıştığımız, küre-sel kültür politikaları gereği gerçekleştirilen tüm strate-jik hamlelerin benzerleri sanatta da gerçekleştirilmekte ve sanatsal düşünce biçimleri, sanat pratikleri aynılaş-maktadır. Çünkü genel anlamda sanat, nicedir sadece mevcut olan durumu yansıtmakla ilgilenmektedir. Belki de bunun dışında başka bir çaresi yoktur: dislokasyon, odak yitimi, anlam duyusunun felce uğraması belki sanatı da felce uğratmıştır ve belki de bu nedenle giz-lenmiş olana, görünmeyen ötesine bakamaz duruma gelmiştir. Ve bu nedenledir ki günümüzde mevcudun yansıtılmasıdır sanat. Ebedi şimdinin ebedileştirilme-si... 10. İstanbul Bieanlı'nın temasının "İmkansız değil, üstelik gerekli: Küresel savaş çağında iyimserlik" oldu-ğunu bir kez daha hatırlamakta fayda olabilir.

Bu durumda diyebiliriz ki, belki de sanat, Nietz-che'ci bağlamda çağdaş tanımını yitirmiştir. Roland Barthes'ın Nietzche'nin düşüncesini özetlediği şekliye: çağdaş olan vakitsiz olandır. Çağın karınlıkta gizlen-miş bölümlerini, gösterilenin ötesini görebilen kişidir çağdaş. Giorgio Agamben Nietzche'nin, kendi 'güncel-lik'ini, şimdiki zamanla 'çağdaşlığını' bir irtibatsızlığa ve uyumsuzluğa yerleştirdiğini söyler.

Kendi çağıyla tam anlamıyla çakışmayan ama bir o kadar da çağına ait olan, çağın taleplerini yerine getirmeyen, getirilerini kabullenmeyen kişi, aslında tam da bu nedenlerle kendi çağına aittir, çağdaştır. Çünkü tümünü görebilmek için çok yukarılara yükselebilmek ve çağına yukarıdan bakabilme yeteneğine sahiptir. Bu görüş kabiliyeti onun gösterilenin ardında kalanları görmesini sağlar. Bu nedenle eleştirel bakabilir, salt verilenle yetinmez. Bu durumda çağıyla her noktada buluşabilen, onunla birebir örtüşen kişinin çağdaş olamayacağı açıktır.

Ancak şimdinin ebedileştirildiği günümüzde sa-nat, bu ebedileştirilmenin sürekliliğinin sağlanmasında ve iyimserliğin pompalanmasında önemli bir rol oynu-yorsa; sanatın güncel olanın dışına çıktığı, çağın taleple-

rine uymadığı, kendi zamanıyla çakıştığı, verili olanın ötesini, karanlıkta bırakılanları görebildiği, bir perspek-tife sahip olduğu savunulabilir mi?

Günümüzde sanatın çağdaş olduğu savunulabi-lir mi?

(Endnotes)

1 Virilio, "imaj" (image) kelimesi yerine "görsel" (visual) kelimesini kullanmayı tercih eder. İmaj kelime-sinin içine istenilen her türlü şeyin eklendiğini söyle-yerek bu durumu eleştirir ve bu nedenle "görsel" keli-mesinin belirli bir yönden daha iyi olduğunu savunur. Keza "optik" kavramını da buradan hareketle geliştirir ve "optik bir uygarlık içinde yaşadığımızı" söyler. (Bkz: Virilio, *The Accident of Art*) Ancak biz en geniş anla-mıyla "imaj" terimini kullanmayı yeğliyoruz, çünkü terimin Spinozist anlamda 'duygulanış ideası'nı da barındırdığını düşünüyoruz.

#### KAYNAKLAR

Giorgio Agamben, "Çağdaş Nedir?", Ed. Ali Artun ve Nursu Örgü, *Çağdaş Sanat Nedir ?* içinde, İstanbul: İletişim Yayınları, 2013

Guy Debord, *Comments On The Society Of The Spectacle*, çeviri: Malcom Imrie, Londra : Verso, 1990

Guy Debord, *Society of The Spectacle*, çeviri: Donald Nicholson Smith, New York: Zone Books, 1995

Georg Simmel, *Modern Kültürde Çatışma*, İs-tanbul: İletişim Yayınları, 2009

Paul Virilio ve Sylvère Lotringer, *Accident of Art, Semiotext(e)*, Cambridge, 2005a

Paul Virilio, *The Information Bomb*, çeviri: Ch-ris Turner, Verso, Londra, 2005b