

AMERİKAN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ POP SANATINDAKİ ETKİSİ

Bayram DEDE

Dr.Öğrt Üyesi, Adıyaman Üniversitesi, bdede(at)adyu.edu.tr

ÖZ

Anahtar kelimeler:
*Endüstri, Kültür,
Reklam*

Pop-Art 1950 sonrasında Amerika’da vücut bulmuş ve kendini Amerikan yaşamına uyarlamıştır. Özellikle II. Dünya savaşıdan sonra eski alışkanlıkların deformasyonu sanatı da etkilemiş sanat da bu yıkıcılığın yanında yer almıştır. Pop-Art Amerikan sanayisinin hızlı geliştiği ve teknoloji sistemlerinin sürekli ivme kazandığı bir döneme ayna tutmuştur. Bu ayna sanayinin yarattığı yeni üretim biçimi, yeni ihtiyaçlar ve yeni insan tipini oluşturmuyordu. Pop-Art sanatçısı geleneksel sanatın dışında, toplumun içine karışarak toplumun hayran olduğu televizyon yıldızları ve gündelik hayatta kullanılan Amerikan toplumlarının kimlikleri haline gelen tüketim maddeleri ve endüstri ürünlerini (endüstri atıklarını) kullanarak sanatın boyutlarını genişletmiştir. Sıradan, ucuz olan endüstri ürünlerini sanatın büyüğü dünyasına sokarak onlara anlam katmış ve onların değerini arttırmıştır. Pop-Art sanatı olarak ortaya çıkarken yapılan ürünler pazarlama olanaklarına sahip bir özellik kazanır. Amerika’da kitle iletişim araçlarının Pop sanatında nasıl bir etki yarattığı çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları Pop-Art sanatının ana kaynağını oluşturmaktadır. Pop-Art sanatçısının seçtiği tüm konular kitle iletişim araçları televizyon, radyo, dergi ve gazetelerdeki imgelerdir. Bu imgeleri yorumlayarak ve tekrar üretirek onlara estetik özellik kazandırdılar. Pop-Art sanatı kitle iletişim teknolojilerinden faydalanarak sanatın güncellenmesini ve toplumsallaşmasını da sağlamıştır.

THE IMPACT OF AMERICAN MASS COMMUNICATION TOOLS IN POP ART

ABSTRACT

Keywords:
*Industry, Culture,
Advertisement*

Pop-Art came into being in America after 1950 and adapted itself to American life. Especially after the World War II, the deformation of old habits also affected art and the art took place beside this destruction. Pop-Art has kept a turning mirror in which the American industry has developed rapidly and the technology systems are constantly gaining momentum. This mirror constituted the new mode of production created by the industry, the new needs and the new human type. The pop-art artist has expanded dimensions of the art by using consumer goods and industrial products (industrial wastes), which have become the identities of television stars and everyday American societies that have been admired by the society, as well as traditional art. By introducing ordinary, inexpensive industrial products into the magical world of art, they have added meaning and increased their value. While pop art is emerging as art, the products made have marketing possibilities. It is the purpose of this study how mass media influences pop art in America. Mass media is the main source of pop art. All the subjects chosen by the pop-art artist are images in the mass media, television, radio, magazines and newspapers. By interpreting and producing these images, they have given them aesthetic qualities. Pop Art has also enabled art to be updated and socialized by utilizing mass communication technology.

GİRİŞ

II. Dünya Savaşı sonrasında sanatın başkenti misyonunu Amerika üstlenmişti. Avrupa'da sanat faaliyetlerini ve sanat piyasasını, Amerika'ya kaptırmıştı. 1950 sonrası Amerika'da endüstri çok hızlı gelişirken savaştan dolayı Avrupa'dan göç eden sanatçılarla, bilim adamlarıyla daha da güçlenen renklileşen ülkede her sanatçı kendisini rahatça ifade etme olanağına sahip olmuştur. Pop-Art, önceki dönemleri hatırlamamak için hafızlardan kazırken sanatının sınırlarını da zorlayarak yeni bir sanat anlayışına da damga vuruyordu. Pop-Art sanatçısı toplumun içinde yer alarak toplumun gündelik hayatta her gün tükettikleri ve Amerikan toplumunun kimliği haline gelen hamburger, konserve, dondurma, pasta ya da televizyon yıldızları reklam afişlerinin yanında basit endüstri ürünlerini de sanata yansıtmış ve bu imgelerin daha da değer kazanmasını sağlamıştı. Pop-Art'ın Amerika'da uyandırdığı soğuk düş etkisi geleneksel sanat anlayışına sahip olan insanlarda büyük bir tepki uyandırmıştı. Amerikan yaşam tarzının imgelerini eserlerinde yansıtan Pop-Art sanatçıları bununla birlikte çok basit nesneleri sanatın dünyasına sokarak estetikleştirilmesi veya çirkinleştirilmesinin yanında, üretilen eserin imgesinden daha fazla değer kazanmasını sağlamıştır. Warhol'la başlayan süreç alışıldık sanat kalıplarını veya anlayışını ortadan kaldırarak geçmişe ait ne varsa hepsini ortadan kaldırmıştır. Pop-Art sanatı, endüstri ürünlerini sanatta kullanarak ve yeni bir konseptte imza atarak yeni sanatın sınırlarını daha da genişletmişti. Pop-Art sanat eserinin izleyicide bir şok etkisi yaratmış olduğu görülmüştür. Eserlerin değerlendirilmesinde kullanılan geleneksel ölçütler artık işe yaramaz hale gelmiştir. İzleyicinin sanat eserini değerlendirirken sahip olduğu entelektüel birikimlerin artık hiçbir öneminin kalmadığı görüldü. İzleyici tüm analogik çıkarımlardan da yoksun kalarak sergilenen eserin tam bir eksene oturtulamamasının gerginliğini yaşamış, bunun yanında Pop-Art yapıtının anlaşılmasında bu misyon seyirciye devredilmişti. Pop-Art'ın anlaşılması daha da güçleşmiş. Böylece Pop-Art sanatçısı Amerikan sanatında yeni bir anlayışın öncüsü olmuştur.

Amerikan Pop Sanatı

Pop-Art tüketim ve kitle iletişim araçlarının kullanıldıkları imgelerin sanattaki yansımasıdır. Pop-Art toplumun yaşamıyla ve sanayiyle sıkı bir bağlantı içindedir.

“Pop - Art terimi, modern olan, sanayiye ve toplum bilimine ilişkin özellikler gösteren ve Kentsel nitelikler taşıyan doğaya özgü yeni bir anlamın keşfiyle ortaya çıkmış Çağdaş gerçeklik alanının tümünü kucaklar” (Restany, 2015: 408)

Amerikan pop sanatı kendi toplumunun dinamiklerinden faydalanmış yoğun endüstrileşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Pop sanatının Amerika'da ortaya çıkması tesadüf değildir. “Amerikan popu, popüler kültürün (halk kültürünün) imgelerini tarafsız olarak ele alır ve tabloyu her türlü kişiselikten arındırmaya özen göstererek bunları örnek aldığı modellerin anonim niteliğine daha da yakınlaştırmaya çalışır” (Germaner, 1997: 13). Böylece Amerika'da toplumsal koşulların bir zorunluluğu olan yeni bir sanat ve sanat kültürü ortaya çıkıyordu. Sanat ve teknoloji böylece Amerikan sanat anlayışını oluşturuyordu.

Pop sanatıyla sanat tekrar topluma yöneliyordu. Sanatçı toplumun kullandığı, alışık olduğu imgeleri dile getiriyordu. Bu yüzden sanatçı imgelerin anonim yapısına uygun biçimde dile getirmenin olanaklarını aramaya başladı. Pop sanatçıları olan Andy Warhol, James Rosengusit, Claes Oldenburg gibi sanatçılar pop sanatına uygun ve her biri farklı alanda çalışmalar yapmıştır. Hepsinde de toplumsal imgeler ve etiket kazanan imgeler, sanatçı ruhuyla sanatın imgesini bütünleştirmişti. Bu şekilde sanatın içine düştüğü kriz aşımaya çalışılmıştır. Kitle iletişim araçları ve sanayi ürünleri sanatçılara yeni olanaklar sunarken konu alanını da genişletmişti. Hepsinin ortak özelliği endüstrileşme sonucu ortaya çıkan imgeler olmalarıdır. “Warhol reklam panoları, Lichtenstein moda desinatörlüğü, Oldenburg gazete illüstrasyonları yapmış, Wesellman çizgi film, Rosenquist'de afişçilik uğraşmıştır” (Germaner, 1997: 13). Pop sanatçıları istedikleri alanlarda çalışmalar yapmışlardır. Böylece her sanatçı pop sanatının zenginleşmesine katkıda bulunmuş ve yeni anlayışların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Hiçbir sanat akımı Amerikan yaşam tarzını bu denli güçlü bir şekilde yansıtamamıştır. Pop kültürü bir zorunluluktan doğmuş ve gelişmiştir. Pop kültürünün endüstrileşmemiş bir ülkede doğmasına imkan yoktur. Bu yüzden pop sanatının kullanıldığı imgeler tamamen teknik olanakların olduğu bir ülkede oluşmuştur. Sanat uzun yıllardan beri ilk defa toplumun alışık olduğu imgeleri tekrar ele alıp sanatın potasında eritiyordu. Pop sanatçısı “Andy Warhol mekanik olarak üretilen kitsch çağrıştıran resimleriyle, makineleşen yaşam biçimini, teknolojik gelişimin sıradan kültür yaşamını acımasızca eleştiriyor, böylece estetik yozlaşmayı düşündürmeyi amaçlıyordu” (Türker, 1988: 194). Sanatçı teknolojinin acımasız kök salan hegemonyasına bir tepki gösterirken iç çelişkilerin getirdiği isyanı da dile getiriyordu. Dış gözlemin kendisinde yattığı huzursuzluğu yeni bir anlayışla ifade ediyordu.

Pop sanatçıları teknolojiden faydalanarak toplumun beğendiği imgelere çalışmalarına yer verirken onların aslında ne kadar basit, anlamsız, güzellikten yoksun olduklarını ifade ediyordu. Eserlerinde aslında

sert bir eleştiri vardı. Aşırı tüketime bağlı olarak ortaya çıkan reklamcılık olgusu dalga dalga Amerikan hayatını tamamen yeniden dizayn ediyordu. Sanatçı böylece hem topluma yönelirken hem de onların kutsadıkları imgelerle alay ediyordu. Pop sanatçıları geleneksel sanat anlayışlarını bir kenara atarken kendi sanat anlayışının yaygınlaşmasına da katkıda bulundu. Pop sanatçıları kendilerinden önceki sanat akımlarını eleştirmekle kalmayıp bunların yerine yeni biçimlerin oluşmasına da önayak oldular. Aslında bu tepkileri eski sanat alışkanlıklarına olduğu kadar siyasi bir tepkiyi de kapsar.

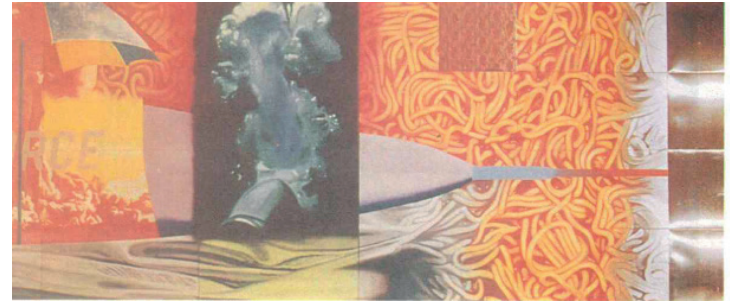
“Genel çoğunluğun kültürünü tanımlayan popüler kültür bir anlamda egemen yapıya bir başkaldırı niteliği de taşır. Diğer bir deyişle, çoğunluğa ait bir yeni kültür alanı oluşmuştur” (Gonca, Demir, 2009: 43). Pop sanatı popüler kültür ürünlerinin toplumsal bir pazar niteliği taşımasından faydalanmıştır. “Cazip görünmek ön koşuldur şiddet, seks, gözyaşı, erk gibi içeriklerle gerçek olmayan ve asla gerçekleşmeyecek olanı, başka bir biçimde sunarak inandırma, meşgul etme, kendi gibi hissetme, yerine koyma gerekliliği, popüler kültür endüstrisinin birinci hedefidir” (Gonca, Demir, 2009: 44). Sanatçılarda bu imgeleri çok iyi kullanarak “bir pop sanatçı ile bağdaştırılan da en sıradan nesnelerin bile moda-ya uygun sanat haline alabileceği bir kez daha göstermiş başarılı deneyim pazarlamasının en müthiş örneği olmuştur (Kuspit, 2010: 90).

Pop-Art Sanatında Kullanılan İmgeler



Resim 1: Andy Warhol: Marylin Monroe, 1962. Tual üzerine ipek baskı emaye ve akrilik. 208 x 140 cm. Stockholm, Modern Müze.

Pop sanatının günümüzde en çok bilineni hemen hemen herkesin aşına olduğu imgelerdir. Bu imgeler, “o yılların Amerikan halk kültürünün en belirgin simgeleri olan Campbell marka çorba kutuları ve Marylin Monroe serileri ile tanınmıştır” (Germaner, 1997: 15). Bu seriler artık sanat olarak kullanılmaya başlanacaktır. Bu markalar Amerikan toplumu tarafından kabul görmüş ve kanıksanmıştı. “Warhol’un kendisi de ürünlerini temsil ettiği markalar yani Campbell çorbaları ve Coca Cola gibi bir marka olmuştur” (Kuspit, 2010: 90). Tüketim toplumlarında markalaşmanın önemi çok büyüktür. Markalaşma, reklam sektörünün temel amacıdır. Warhol’da bu yüzden bir “Birillo ve Campbell kutuları, Coca Cola şişeleri gibi gündelik yaşamı ve tüketim toplumunu yansıtan konulara yöneldiği ve bunları seri röprodüksiyonlar halinde gerçekleştirdiği izlenmektedir” (Germaner, 1997: 15). İmgelerin kabul gördüğü, önemsendiği, göklere çıkarıldığı toplumda yaptığı röprodüksiyonların kabul edileceğini de düşünerek reklamcılıkta uygulanan yöntemleri kullanır. Böylece Warhol alışılmış sanat kalıplarını bir bir kırarak yeni bir biçim ve anlayış getiriyordu. Pop sanatçıları ticari ve teknolojik ürünlerin yanında en basit ya da sıradan düşüncelerini bile sanatta kullanarak önem kazandırmıştır. Andy Warhol sanatı alışıldık yörüngesinden saptırarak, ona yeni bir yön belirlemiştir. Bu yön artık sanatçının el becerilerinin önemini yitirdiğini, sanatta mesajın ortadan kalktığı veya güzellik anlayışının tasfiyesiyle gerçekleşen bir anlayıştır.



Resim 2: James Rosenquist: F-III (detay). 1965. Taul üzerine yağlı boya ve alüminyum: 305 x 2590 cm. boyutundaki dört panodan biri. New York özel koleksiyon.

“Pop - Art sanatında en çok kullanılan imgelerden olan reklam imgeleri çok yoğun biçimde Pop - Art’ta kullanılmıştır” (Berger, 1995: 153). Çünkü reklamın toplum üzerinde çok büyük etkisi vardır. Reklam imgeleri toplumun her bireyine ulaşır. O toplumda hemen herkes reklam imgelerini tanır. Bu da kitle iletişimi araçlarını toplumu ve sanatı nasıl etkilediğinin kanıtıdır. Pop-Art hem reklam imgelerini kullanırken hem de tüketim sonrasında atık hale gelen metallerden faydalanmıştır. Pop sanatçıları artık malzemeleri sanatın dünyasına sokarak sanatlaştırdılar (Türker, 1988: 194). Bununla birlikte Pop-Art daima bilimsel verileri kullanan deneysel nitelikteki öncü ve yenilikçi, sanatı kolay anlaşılır formlara sokarak kullandılar (Ulusoy, 2005: 163).

Pop-Art sanatçılarından Claes Oldenburg, James Rosenquist'in yapıtları tüm pop sanatçıların da olduğu gibi reklamcılıkla da ilgilenmişlerdir. Çoğu artık halk tarafından bilinen imgelerin tekrar tekrar üretimini sağlamıştır. James Rosenquist "tablolarında çağdaş kent yaşamından alınmış görüntülere siyer veren Rosenquist, çok büyük boyutlarda resimler gerçekleştirmiş ve endüstri boyalarından yararlanmış" (Germaner, 1997: 16-17). Endüstrinin getirdiği teknik olanaklar büyük boyutlarda resim yapmaya yöneltmiştir.

Pop sanatçıları büyük boyutlarda tablolar yapmışlardır. Reklamcılık endüstri toplumlarının olmazsa olmaz bir özelliğidir. Pop sanatçısı geleneksel sanat anlayışlarının tersine günlük hayatın içine tamamen girmiştir. Sanat artık çok uzaklarda değildir, hiç sanat eğitimi almamış kitlelere de hitap eder, onları şaşırtır. Bu sanatçılardan biri de Claes Oldenburg'dur. Claes Oldenburg Pop-Art'ta üç boyutlu çalışmalar yaparak, Amerikan halkının günlük yaşamında tükettiği dondurma, hamburger, pasta ve bunların yanında endüstri maddeleri olan hazır maddeler; klozet kapağı, ruj, mandal, araba sileceği, yazı makinesi, elektrik düğmesine kadar her türlü endüstri ürünlerini de konu alan Oldenburg, endüstri maddelerinin sertlik ve yumuşaklık özelliklerini de değiştirerek ve onları farklı ortamlarda sergileyerek seyircinin dikkatini ve ilgisini üzerine çekmiştir (Germaner, 1997: 17).

Sanat artık topluma öyle karışır ki toplumun kendisini ifade eden bir araç konumuna gelir. Pop-Art halk sanatıyla teknolojinin getirdiği ve yaygınlaştırdığı imgeleri kullanarak ekletik bir yapı oluşturur. "Pop-Art bir tür simülasyon sanatı olarak görülür. Soylu sanata karşı alaylı tavrından dolayı Pop - Art sanatçısı toplumla uyum içindedir. Bildik görüntüleri yeniden sunarak izleyicinin kendi beğeni yargılarıyla yüzleşmesini sağlar" (İnce, 2004: 258).

Pop sanatı kendinden önceki sanatlardan tamamen farklıydı. Birçok farklılıkları vardı. Bu farklılıklardan biri de seyircide uyandırdığı etkidir. Claes Oldenburg dev dondurma külahı ve yatak kadar büyük bir hamburger altında bir eleştiri duygusunun da olduğu eserlerde normalden daha büyük değersiz gereçler, örneğin sigara izmaritleri gibi kullanarak çalışmalar yapmıştır (Lynton, 1991: 304). Claes Oldenburg, hamburger ve günlük hayatta en fazla tüketilen maddeleri sanatına yansıtarak sanatçının konu seçiminde bile daha önceki sanat akımlarına bağlı olan sanatçıların hiç aklından bile geçmeyecek belki de burun kıvracakları konulardır.

Tom Wesselman "1960'tan başlayarak çıplak kadın figürünü kesin çizgilerle çevrelenmiş düz ve canlı renklerle boyanmış iç mekanlarda çok nesnel bir yakla-

şım ile ele almıştı (Germaner, 1997: 16).



Resim 3: Tom Wesselmann: Büyük Amerikan Çıplağı. No. 99.ç Tual üzerine yağlı boya, 152 x 206 cm. New York Sidney Janis Galerisi, izniyle

Pop sanatçıları artık halkın içindedirler, onların yaşam biçimlerini, anlayışlarını, dünyaya bakış açılarını, aralarındaki ilişkileri, beğendikleri filmleri, reklamları, film yıldızlarını günlük hayatta kullandıkları mekanları ustalıkla eserlerine yansıtmışlardır. Bu imgeler sanatın büyümlü havasına girdiğinde daha da önem kazanmıştır. Basit nesneler bile sanatın içinde paha biçilmez mücevherlere döner. Pop sanatçısı toplumun dünyasına dalarak orada bulduğu imgeleri kendi dünyasına taşıyarak anlamlandırır, yeniden üretir. Ona değer kazandırır ya da çok daha da değerli kılar.



Resim 4: Claes Oldenburg: Dev Dondurma Külahı. Tual köpük, kauçuk ve karton parçalarıyla doldurulmuş liquitex ve latex'le boyanmıştır. Uzunluğu 305 cm, çapı 91 cm'dir. New York, özel koleksiyon.

Pop-Art sanatının konularıyla ilgi çekici sanatçısı olan Claes Oldenburg'da diğer pop sanatçılarındaki olduğu gibi sıradan, değersiz görünen birçok endüstri

ürününü tekrar ele alıp üretir. Üretimlerde sanatçı pop tavrına uygun eserler yapmıştır. Sanayi üretim maddeleri sanatın dünyasında kendine özgü bir yer edinir. Cleas Oldenburg “1956 yılından sonra vitrinlerin, duvar yazılarının ve çöp yığınlarının heykel için önemli olabileceği düşüncesinden hareket ile heykele yöneldi” (Şişman, 2011: 172).

Böylece sanatçı artık elindeki her türlü malzeme ile sanat yapabileceği, her türlü malzemeden faydalanabileceğini “1961’de düzenlediği dükkanda, yiyecek, takı, giysi ve diğer parçaların alçıdan kopyalarını yaparak boyadı ve bunları kiraladığı bir dükkanda sergiledi” (Şişman, 2011: 172). Pop sanatçısı elindeki tüm olanakları kullanarak hem sanatın sınırlarını genişletti hem de günlük hayatta kullanılan endüstri malzemelerini ve yiyecekleri de kullandı. Bunlar “hamburger, dondurma ve pasta gibi popüler yiyecek maddelerinden klozet kapağı, elektrik düğmesi, ruj, mandal, araba sileceği, yazı makinesiydi (Germaner 1997: 17). Bu yiyecekleri ve nesneleri seyircinin alışık olduğundan farklı göstererek onu yeniden üretmiştir. Oldenburg bu nesneleri ve yiyecekleri konu edinirken onların seyircide uyandırdığı etkiyi göz önüne alarak sunmuştur.

“Roy Lichtenstein, 1956 yılında yabancılaştırdığı bir dolarlık kağıt paranın litografisiyle Pop-Art’ın ilk örnekleri sayılacak çalışmaya imza atar” (Şişman, 2011: 172). Tüm pop sanatçıların da bu var olan anlayış Roy Lichtenstein de devam ettirir. Kullanılan, tanınan alışkanlık haline gelen imgelerin sanattaki yansımaları gerçekleştirilmiştir. “Çizgi romanlardan seçtiği bir kesiti alarak onu büyüten Lichtenstein güncel ve popüler konu, olay ve kahramanları büyük bir yalınlık içinde sunar” (Germaner, 1997: 16)

Roy Lichtenstein bu resimleri kendine özgü yorumlarla yeniden oluşturur. Çizgi roman kahramanlarının bazen bir kesitini alarak popüler kültüre ait bir biçimde sunar. “Duchamp ve Warhol ise ucuz, sıradan, popüler ürünlere isimlerini verdiler. Bu ürünlerin arasında Hollywood aktrisleri bile vardı” (Kuspit, 2010: 94). Pop sanatçıları bile bir süre sonra bir marka olarak görülmeye başlanmış. Çoğu zaman sergiledikleri ürünler ancak pop sanatçısı kimliği ile anlam kazanmış, beğenilmiştir. Pop sanatçısı kendi toplumunda tanınınca, anlamlandırdığı nesnelerde de bir o kadar önem kazanmıştır. Pop sanatçısı içinde yaşadığı toplumu iyi analiz ederek onun herkes tarafından kabul edilmiş ve o toplumu yansıtan imgeleri, markaları tekrar ele alarak bunu sunmaya çalışmıştır.

“Pop Sanatı nesneyi tüm çıplaklığıyla ortaya sererken, bazen de onu aşırı kertede abartarak çirkinliğe varan bir estetik anlayış içerisinde seyircisine sunmak-

tadır (Gonca, Demir, 2009: 45). Ama şurası da gerçektir ki pop sanatı bazı imgeleri, basit endüstri maddelerini sanat dünyasına sokarak ona estetik bir özellik katmıştır. Aslında pop sanatçısının amacı herhangi bir güzellik anlayışı geliştirmek değildir. Amaç pop sanatçısının kendine özgü bir biçim dili ve estetik anlayış oluşturmaya çalışmasıdır. Bir başka pop sanatçısı olan Tom Wesselmann’ın kullandığı imgeler batılı toplumunun gözünde değerli olan ve ulaşmak istediği, hayalini kurduğu imgelerdir. Pop-Art ürünleri Amerikan toplumunun yaşam felsefesini yansıtır. Yemek yemeye, radyo dinlemeye, sevişmeye ya da modern yaşamın getirisi olan benzer konuları da ele almıştır. Bu konular bir nevi Amerikan toplumunun bir aynası olmuştur (Lynton, 1991: 307).



Resim 5: Roy Lichtenstein: Sanat. 1962. Tual üzerine yağlı boya, 90 x 170 cm. Minneapolis, Locksley Shea Galerisi

Lichtenstein’in yaptığı bir çalışma gayet ilgi çekicidir. Bu çalışma ART (Sanat) sözcüğünün olduğu üç harften oluşan bir resimdi. Dikkat çekici bir özelliğe sahiptir, iri, gölgeli harflerle yazılan bu sözcük, sanatın nasıl yeni bir biçim oluşturduğunun bir kanıtıdır. Bu resim dükkân vitrininde sergilenebilecek özelliktedir (Lynton, 1991: 308). Pop sanatçısı artık istediğini yapmaktaydı Özgür oldukları için her türlü imgeyi yaratıcılıkla kullanmalarını sağladı. Nihayet sanatçı sanattaki güzel imgesiyle hesaplaşmıştı. Lichtenstein ART kavramını kullanarak bu özgürlüğün de sınırsızlığına giden yolu açıyordu. Sanatçı pohpohlanma beklentisinden vazgeçmişti. ART kavramı diğer imgeler gibi herkesin kullandığı bir kavramdır. Onun herkes tarafından aynı şekilde algılanabilecek bir anlamı vardır. Bu yüzden Lichtenstein bu kavramı bir tür resim olarak ele almış ve ifade etmiştir.

SONUÇ

Dünya özellikle I. ve II. Dünya savaşıdan sonra yeni bir döneme giriyordu. Savaşlar daha önce görülmedik yıkımlara neden oldu. Bu yıkımlar toplumsal yaşamın temel dayanaklarını yerle bir ederken özellikle Amerika’da savaş sonrası yeni bir çağ başlıyordu. Amerika bu tarihten itibaren hızlı bir sanayileşme sürecine

girmiş. Bu süreç birçok alanı etkileyebildiği gibi sanatı da derinden etkilemiştir. Sanat artık topluma inmiş ve konularını toplumda bulmuştur. Pop-Art özellikle kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, aşırı tüketim, markalaşma ve reklam imgelerini ele alarak onları sanatlarına yansıtmaya olanağı bulmuştur. Pop sanatçıları sanatsal etkinliklerinde çok geniş bir yelpazede eserler üretmiştir. Hepsinde konular Amerikan halkının kimliği haline gelen film yıldızlarını yansıtmalarının yanında sanayi ürünlerini de sanatta yansıtmışlardır. Artık sanatta sanatçının olağanüstü bir yeteneğinin olmasının hiçbir önemi yoktur. Ama imgeleri bir kompozisyon haline getirecek, kurgu oluşturacak bir zekaya sahip olmak yeterliydi. Bu yolla ürünlere estetik özellikler katarak onları daha da önemli hale getirdiler. Bazen de basit nesneler yanında gündelik hayatta tüketilen dondurma, hamburger gibi yiyecekleri de sanatında yansıtarak ve konularını halkın içine girerek keşfettiler. Pop-Art sanatçısı sanatı galerilerin tutsağı olmaktan çıkartarak onu daha fazla izleyiciye ulaştırmak amacıyla sokaklara inmiş. Böylece sanat galerisi geleneği etkinliğini azaltmıştı. Artık sanat her yerdedi. Pop-Art kitle iletişim teknolojilerinden faydalanarak sanat ile toplum arasındaki engelleri bir bir ortadan kaldırarak sanatın topluma açılmasını da sağlamıştı. Böylece sanatçı bin yıllar boyunca elde ettiği ayrıcalığı yitirmeye başlamış, sanatın boyutları genişlemiş, halkla sanat buluşmuştu.

KAYNAKLAR

Berger, John, Görme Biçimleri, Yurdanur Salman (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları Altıncı Basım, 1995.

Germaner, Semra, 1960 Sonrasında Sanat (Akımlar, Eğilimler, Gruplar, Sanatçılar), İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 1997.

İlbeyi Demir, F. Gonca. Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2009.

İnce, Bekir, XX. Yüzyıl Sanat Hareketleri Perspektifinde Sanat Eğitiminde Teknolojiye Bağlı Değişimler Üzerinde Bir Deneme. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Sanat Eğitimi Sempozyumu, Ankara: Gündüz Yayıncılık, 2004.

Kuspit, Donald. Sanatın Sonu, Yasemin Tezgiden (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 2010.

Lynton, Norbert, Modern Sanatın Öyküsü. (Çev. Cevat Çapan, Sadi Öziş), İstanbul: Remzi Kitabevi, 1991.

Restany, P. "Pop - Art" Modernizmin Serüveni, Bir Temel Metinler Seçkisi 1840 - 1990, İstanbul: Sel Yayıncılık, İkinci Baskı, 2015.

Şişman, Ahmet, Sanata ve Sanat Kavramlarına Giriş, İs-

tanbul: Literatür Yayınları, 1. Baskı, 2011.

Türker, S. Umur. "Yeni Uygulama ve Anlatım Biçimleri Açısından Çağdaş Teknolojinin Resim Sanatına Etkileri" Çağdaş Teknoloji ve Sanat, Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, 1988.

Ulusoy, M. Demet, Sanatın Sosyal Sınırları, Ankara: Ütopya Yayınevi, 1. Baskı, 2005.