

# PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Open Access Refereed e-Journal & Indexed  
International Refereed Journal

2017 Aralık / December  
Cilt / Vol: 1  
Sayı / Issue: 1



ISSN  
2687-5640

## PREMIUM SOSYAL BİLİMLER E-DERGİSİ

Açık Erişim ve Dizinli e-Dergi  
Uluslararası Hakemli Dergi

Bilim dünyasının değerli insanları,

(PEJOSS) Dergisi, 2017 yılında yayın hayatına başlamış uluslararası, hakemli e-dergidir. Ayrıca akademik yazı ve düşünce ile meşgul olan herkesin söz söyleyebileceği bir sosyal bilim platformudur. Sizlerin özverili çalışmaları ve desteği ile PEJOSS Dergisi'nin ilk sayısı ile huzurlarınızdayız. Göstermiş olduğunuz ilgi, değerli katılım ve katkılarınızdan dolayı minnettarız.

Akademik hayata bir nebze katkı sunmak üzere çıkmış olduğumuz bu yolculukta, PEJOSS ailesi olarak sizinle birlikte çalışmanın gurunu yaşamaktayız. Bu bağlamda bilim dünyasının siz değerli insanlarını yayın kurulu, danışma kurulu, hakem kurulu ve yazar olarak yanımızda görmek; ayrıca görüş ve önerilerinizle bizleri en mükemmelere ulaştırma noktasında yönlendirmeniz bizlere daha da güç katmaktadır. Bu bağlamda;

Kuruluş aşamasından bu yana PEJOSS ailesi mensubu olarak emek veren dergi yönetim kurulundaki değerli hocalarımıza,

Gerek yurt içi, gerekse yurtdışından bizleri kırmayarak, danışma, yayın ve hakem kurulunda yer alan ve uzmanlık alanları ile bizlere katkı sağlayan kıymetli hocalarımıza, talep ve önerileri ile sosyal bilimlerin farklı disiplinlerde görev yapan akademik camia mensubu tüm mesai arkadaşlarıma en içten teşekkürlerimi bir borç bilirim.

PEJOSS Dergisi olarak vereceğiniz her türlü destekten dolayı teşekkür eder, saygılar sunarım.

**Doç. Dr. İhsan KALENEROĞLU**  
*Editör*

## ***JENERİK / GENERIC PAGE***

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (PEJOSS) uluslararası hakemli bir dergi olup yılda 1 kez yayınlanır.

PEJOSS Dergisi, sosyal bilimlerin her alanından yazı yayınlayan bir dergidir. Bu çerçevede özgün bilimsel makaleler, çeviriler, çeviri-yazılar, röportajlar, kitap, makale, sempozyum, panel ve bilimsel etkinlik tanıtma çalışmaları ile nekroloji metinleri yayınlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla sempozyum bildirileri de yayınlanabilir. Ancak bu yayının etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanması için PEJOSS Dergisi'ne gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

PEJOSS Dergisi, yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayınlatabilir. PEJOSS Dergisi'ne gönderilmiş yazılardan kaynaklanması muhtemel herhangi bir yasal, hukuksal, ekonomik ve etik sorumluluk, söz konusu yazı yayınlanmış olsa bile yazarlarına aittir. Dergi herhangi bir yükümlülük kabul etmez.

PEJOSS Dergisi'nin yayım dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce, Almanca, Fransızca, Arapça, Farsça vb. dillerden gelen yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğü takdirde yayınlanır.

## ***DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD***

Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA	Gazi Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi / TÜRKİYE

## ***YAYIN KURULU / PUBLICATION BOARD***

Prof. Dr. Adnan ÇELİK	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Haluk DUMAN	Aksaray Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mustafa TASLIYAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Morsheda HASSAN	Grambling State University / USA
Doç. Dr. Mücahit KAĞAN	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE

## ***İNDEKSLER / INDEXED & IN LISTED***



Received / Makale Geliş: 10.05.2017  
Published /Yayınlanma: 15.12.2017

Araştırma Makalesi / Research Article

**Citation:** Karakız, Ç. (2017). Popüler sanat ve yansımaları. *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)*, 1(1),59-63.

Çağlar KARAKIZ

Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim A.B.D, Konya / TÜRKİYE

## POPÜLER SANAT VE YANSIMALARI

### ÖZET

Sanatın ifade biçimi her dönemde farklı şekiller almış ve belirli akımlarla desteklenerek sanatçının tarzını yansıtmasına olanak sağlanmıştır. Günümüzde sanat tarihçilerinin belirli ölçüt ve eleştirilerle, akademik düzeyde sundukları bu akımlar ve sanatı ileri taşıma, yönlendirme anlamında öğretilerini incelediğimizde aslında çok ironik ve sanata sahip çıkma anlamında teslimiyetçi görünüyor. Araştırmada; popüler sanatın çıkışıyla beraber kendine yer edinen tüketim kültürüne; Pop-art, Avangart ve kavramsal sanatın “kiç” denilen metalaşmayla nasıl bir paradoks oluşturduğu incelenmeye çalışılmıştır. Ayrıca araştırmada, çağdaş sanatın vaat ettiğini ne kadar sunabildiğini ve 20. Yüzyıl sanatının bu teslimiyetçi tavrı altında yatan nedenlerin aydınlatılması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Pop-art, Kiç, 20. Yüzyıl Sanatı, Avangart

## POPULAR ART AND REFLECTIONS

### ABSTRACT

Expression of art has taken different forms in every period and supported with certain movements to reflect the style of the artist. Nowadays, when we examine the art historians' teachings in terms of moving forward and directing art with certain criteria and criticisms and presenting them at academic level, it seems very ironic and surrendering in the sense of claiming art. In the study; the consumption culture that has established itself with the emergence of popular art; Pop-art, Avant-garde and conceptual art "Kiç" is tried to examine how a paradox with commodification. In addition, the research aims to clarify the extent to which contemporary art can offer what it promises and the reasons underlying this submission of 20th century art.

**Keywords:** Pop-art, Kiç, 20th Century Art, Avant-garde

### 1. GİRİŞ

20. Yüzyıl'ın dönüşümünden sonra sanat da kendini yenilemeye gitmiş ve “sanat önderlerinin” çağdaş söylemleriyle sanatta modernizmin adımları atılmaya başlanmıştır. Dada'nın o başkaldırısı, döneminde ses getirmesine rağmen amacına ulaşmamış görünse de nesnenin kendi görevini yapma düşüncesi ve sanat eserlerinin nesneleşmesi postmodernizmle kendini tamamlamış gibi görünüyor. Sanatçının kendini ifadesi ve estetiğin yorumlanarak sunulması olan sanat; ‘artık bir meta olarak karşımıza çıkmış, günümüz sanatçıların da eser oluştururken bile görülmeyen pazarlama heyecanı ile evrimini mükemmel bir şekilde gerçekleştirmiştir (İlbeyi Demir, 2009). Hala çağdaş sanat kisvesi altında yapılan ve özellikle popüler kültüründe dikte ettiği, yeni kavramsalılık olarak adlandırılan eserlerle sanatın evrimi sadece bir sermaye ürünü olarak devam etmektedir. ‘Hala sanat denebilir mi?’ sorusuna da cevap bulmaya çalışacağız.

Yenilikçi tutum olarak adlandırılan ve tüketime, hızlı bir üretim olarak oluşturulan bu sanat anlayışı, bienal ve festivallerin endüstriyel anlamda en önemli ayağı oldu (www.sharecom.ca, 2013). ‘Kiç’

denilen ve Greenberg'in çok ses getiren 'Avangarde Attitudes' makalesinde de yoğun bir eleştiriye maruz kalan bu anlayış sanatçıyı da birer işçi statüsüne çekmeyi şuan başarmış görünüyor. Özellikle kendilerini 'sanatın sahibi(!)' konumunda gören akademisyenlerinde bu metalaşmaya sessiz kalmaları ve hatta birer parçası haline gelmeleri, sanat galerilerinin kokteyl alanına dönüşmesine pekte şaşırılmamız gerektiğini gösteriyor.

Stuart Hall (Akt.; İlbeyi Demir, 2009: 46)'a göre, 'popüler' olan ve 'sınıf', derin bir biçimde ilişki içindedirler, ama kesinlikle yer değiştirebilir kavramlar değildirler... Açıkça ayrı ve değişik sınıfsal-kültürel biçimler olmasına rağmen, tarihsel bir sabitlik içinde belirli sınıflara paradigmatik olarak bağlı tamamıyla ayrı 'kültürler' yoktur. Sınıf kültürleri aynı mücadele alanında örtüşüp, kesişme eğilimindedirler. Popüler terimi, kültürün sınıflara nazaran bir şekilde yeniden kalmış ilişkisine işaret eder. Daha doğrusu popüler sınıfları meydana getiren sınıfların ve güçlerin ittifakına işaret eder: Baskı altında olan, dışlanan sınıfların kültürü.

Hall'ın bu yorumuna bakarsak popüler kültür aslında avamla burjuvazi arasında düzeyli bir sanat anlayışı ilişkisini oluşturmaktadır. Bu da akıllara şu soruyu getiriyor; "*Sanat sanat için mi yoksa toplum için midir?*" Entelektüellerin, sıkça tartıştığı bu konuda aslında kendi beğenilerini de gözden geçirmeleri, şuan ki dünya düzenindeki sanat anlayışını algılama konusunda çok faydalı olacaktır. Çünkü sanat sevicileri olarak adlandırdığımız bir kesim koleksiyonlarında pekte estetik değerler barındırmayan ve tamamen popülerite için meydana getirilmiş, pazarlamaya uygun ürünleri bulundurmaktadırlar.

Pop Art, 2. Dünya Savaşı sonrası gelişen ekonominin etkisiyle tüketim kültürü ve zihniyetini gözler önüne seren ve bu anlamda son derece "Amerikalı" bir içeriğe sahiptir (Antmen, 2012:161). İzleyicinin gündelik hayatının parçası olan nesnelere iki boyutlu yüzeylere aktarılmışlardır. 1970'lerde etkisi giderek azalmış fakat 1990'larda Neo-Pop adı altında J. Koons ile yeniden canlanmıştır.

## 2. AVANGART, POP SANAT VE KİÇ ALGISI

Richard Hamilton (Akt.; Antmen, 2012:159)'ın 1957'de 'Smithson'lara Mektup' da yazdığı; "Pop Sanat: popülerdir (kitleler için tasarlanmıştır), geçicidir (kısa vadeli bir çözümdür), harcanabilir (hemen unutulur), ucuzdur, seri üretilmiştir, gençtir (hedef kitlesi gençliktir), esprilidir, seksidir, numaracıdır, gösterişlidir, ticaretin büyüğüdür." açıklamasında aslında kitlesel kültür üzerine yapılan sanatı kısaca tanımlamış ve 20. Yüzyılda sanatçının da kendisinin zanaat yapmayı kanıksadığını açık bir dille ifade etmiştir. İngiliz sanatçı Richard Hamilton (Akt.; Antmen, 2012:159)'a göre, "Pop Sanat toplumun değişen değerlerine yönelik sanatsal bir inancı yansıtmaktadır: 20. Yüzyılda kent yaşamını soluyan sanatçının kitle kültürünün tüketicisi olması ne kadar kaçınılmazsa, o kültüre katkıda bulunması da o kadar kaçınılmazdır." Hamilton'ın bu yaklaşımı aslında sanatçıyı kısırlaştırmak ve avam görmekten öteye geçmemektedir. Çağdaş toplum olgusunu değerlendirdiğimizde, adeta sanatçıyı sadece ütöpik bir noktaya koyarak insan yaşamından uzakta, tamamen soyut bir yaşam tarzıyla üreten ve hayal gücü oluşan bir olağanüstülüğe yerleştirmektedir. Oysa sanatçının üretebilme ve harcanmadan kalıcılık sağlayabilme olanağı bir köy ya da kasabadan ibaret olmayıp kentsel yaşam içerisinde gereksinimlerini karşılama anlamında tüketirken tüketilmemelidir. Modernizmle beraber popülerite ve sanat algısı, insanlarda tam da bu şekilde oluşmuştur. Reklam ve sinema sektörünün de etkisiyle sanatçı toplumdan uzak ama o derece de duyguyu sömüren bir sermaye unsuru olarak yansıtılmaktadır. Özellikle subliminal mesajların ayyuka çıktığı Hollywood film sektöründe sanatçılar, toplumdan uzak, dingin bir hayatın ortasında klasik müziği ve içkisiyle haşır neşir bir şekilde doğanın o uhrevi havasında pek muhteşem eserler çıkaran insanlar olarak yansıtılırken, toplumun içinde birer vitrin mankeni havasında bırakılmıştır. Burjuvazinin bu acımasız ve bir o kadar

çirkef ticaret politikasına alet olan sanat camiası ise o uhrevi dünyanın havasını ararken, kodaman tezgâhında sermaye olmaktan kendini kurtaramamış; ‘Çağdaş Sanat’ hemen hemen her dalda, sosyete kokteyllerinde hobi resimlerine güzel eleştiri getirsin diyerek pohpohlanan sanatçılara bırakılmıştır.

“İkinci Dünya Savaşı sonrasında gelişen ekonominin etkisiyle varlığını hissettirmeye başlayan tüketim kültürü ve zihniyetini gözler önüne seren ve bu anlamda son derece “Amerikalı” bir içeriğe sahip olan Pop Sanat, uluslar arası sanat ortamında Amerikan varlığını ilk kez güçlü bir biçimde hissettiren Amerikan Soyut Dışavurumculuk akımının egemen konumuyla yarışmak zorunda kalmıştır. Pop akımının ‘tutmasını’ kolay anlaşılabilirliğine bağlayan Amerikalı eleştirmen Harold Rosenberg, Soyut Dışavurumculuk geleneğini yerle bir eden bu yeni sanat anlayışının sanat olmadığını söyleyecek kadar ileri gitmiş, Pop’u bir tür ‘reklam estetiği’ olarak nitelendirmiştir” (Antmen, 2012:161). Aslında Rosenberg’in bu eleştirisi, Hamilton’ın ‘Popüler kültür güzel sanatların mit yaratma potansiyelini elinden almıştır’ yorumunu destekler niteliktedir. Akademik olarak baktığımızda da, okullu olarak yetişen sanatçı adayları zaman içinde bu tüketim kültürüne adapte olabilmeye ya da olamama çelişkisi içerisinde, kendi özgünlüğünü bulma adına, geçmişte ve şimdi çıkarılan eserler arasında sıkışarak körelmenin buhranını yaşamakta ve tecrübe etmektedirler. Diğer taraftan baktığımızda ise alaylı dediğimiz, özellikle ‘piyasada’ kendini gösteren ‘sanatçılarımız(!)’ artık sanatı bir zanaat olarak yansıtmakta gayet başarılı olmuşlardır. Geçmiş dönemde Fatih Balcı’nın 10. İstanbul Bienaliyle eş zamanlı olarak gazetelere verdiği ‘Bienal ve Festivallere uygun sanatsal malzeme üretilir’ ilanı belki muzip ama sanatı bu denli çöpe çeviren zihniyete kara mizah bir eylemdi.

“Güzel sanatların beğeni oluşturmaktaki geleneksel işlevinin zaten ‘reklamcı’ figürü tarafından ele geçirildiğine inanan Pop sanatçıları için Rosenberg’in eleştirisinin pek bir anlamı yoktur; Pop, tüketim kültürü ve reklamı adeta yüceltir, imgeleri yüksek/alt kültür ayrımı yapmaksızın ele alır. Amerikan sanat ortamında eleştirmenlerin kolay kolay geçit vermediği Pop akımı, yine de çok kısa sürede galerilerin, sanat piyasasının ve müzelerin onayını almış; yalnızca ABD’de değil çeşitli Avrupa ülkelerinde de 1960’lara damgasını vuran başlıca akım haline gelmiştir” (Antmen, 2012:161-162).

Pop Sanatın bu hızlı ve pekte şaşkırtıcı olmayan yükselişi, Greenberg’in 1968 tarihli “Avangarde Attitudes” adlı denemesinde (www.sharecom.ca); “Yaygın görüş, modern sanat bir şaşkınlık halindedir. Resim ve heykel her zamankinden daha hızlı değişim ve evrim göstermektedir. Yenilikler bir sonrakini hızla takip etmekte, çünkü yok oluşları varoluşları kadar hızlı olmamakta, karmakarışık bir sürü eksantrik tarzlar, trendler, eğilimler ve ekoller üst üste yığılmaktadır. Her şey bir şaşkınlık hali ile gizli bir anlaşma yapmış gibi görünmektedir. Farklı ortamlar ortaya çıkmaktadır: resim heykele dönmekte, heykel mimariye, mühendisliğe, tiyatroya, çevreciliğe... ‘ortaklık’. Sadece farklı sanat dalları arasındaki sınırlar değil, sanat ile sanat olmayan her şey arasındaki sınırlar silinmiştir. Aynı zamanda bilimsel teknoloji görsel sanatları ele geçirmiş ve birini başka bir şeye dönüştürür gibi dönüştürmüşlerdir. Ve karmaşayı artırmak için yüksek sanat popüler sanat yolundadır veyahut tam tersidir.” İfadeleriyle yorumlamış ve bu iç içe geçerek kendi kendini tüketen sanatsal karmaşanın oluşturduğu buhranı açıkça ifade etmiştir. Aslında sanatsal değerinin üstünkörü ortaya çıkarılan ‘eserlerle’ alaşağı edilmesi, topluma ekol olarak sunulan tarzların henüz kanıksanmadan kendini tüketerek çoğalması, biçimsiz bir estetik ve güzel anlayışını da ortaya çıkarmıştır. Güzel, göreceli olduğu kadar estetik bakışa göre kalıplarını belirlemiş ve sanat değerinin temaları olarak derecelendirilmiştir. Ancak bu çarpık sanat anlayışı, tüm sınırları birbirine geçirmekle kalmamış, algısal olarak da beğeni denilen psikolojik etkileşimi körelterek kabullenilmişliği empoze etmiştir. Bugün insanların trendlerin peşinde koşarak yeni ekoller aramasının altında yatan ana sebepte budur.

editor.jshsr@gmail.com

<http://www.jshsr.org/>

Medya dünyasının hakimiyet kurduğu bu yeni düzende, tüketimi bu kadar dayatan ve sanatçının hareket alanını daraltan, ‘tarz oluşturma’ ya da ‘kendi tarzını yaratma’ sloganıyla entelektüelliği sıradanlaştıran anlayışla beraber markaların imaj yoluyla görsel beğeniyi yönlendirerek tekeline almasının önüne geçilememiştir. Bu yaklaşım insanlara daha cazip gelmiştir ki kendi beklentileri düzeyinde ürünler ortaya çıkmaktadır. Bu aslında onların zevkine göredir ve beğenilerini tercih etme şansı onlara verilmiştir. Tıpkı Jeff Koons’un ifade ettiği gibi her anlayışa uygun eser ortaya koymakta ve algılama sorunu oluşturmamaktadır. Koons’ta yaptığı çalışmalarda tatmin olabilmeyi, kullanılabilirlik ya da ‘göze hitap etme’ olgusunu vurgulamıştır.

Bütün bu yorumlarla birlikte eleştirileri de göz önünde bulundurduğumuzda, popüler sanatın aslında kültürel yozlaşmayla birlikte kolaycılığı ve aşırı tüketimi cazibeli bir şekilde sunduğunu ifade edebiliriz. Bu konuda özellikle ‘kiç’i detaylı bir şekilde araştıran İlbeyi Demir (2009:47)’in tanımı oldukça yerindedir:

*“Popüler kültür, bir başka açıdan da insanlara ‘her şeyi’bir yüzeysellik içinde sunduğundan, yaşananlar da ve dolayısıyla duygular da aynı yüzeysellikten yeterince nasibini almaktadır. Çaba gösterilecek, üzülecek, illaki istenecek ‘hiç bir şey’ yoktur aslında, ‘her şeyin’ yerine konulacak ‘hep başka şeyler’ mevcuttur. Bu sürekli değişimin olabilme koşulu ise sıklıkla bıkmaktır, ‘her şeyden’ ve ‘herkesten’. Biktırma koşulunu oluşturmak ise popüler kültürün birincil görevlerindedir ve ancak bu koşul sağlanırsa sürekli üretebilme durumu ve piyasa koşulları oluşturulabilir. Bu sürekli yenilerini, birazcık değişikliklerini üreterek aynı sıklıkla her geçen gün daha da kiçleşen ‘şeyler’ de gerçeklerini yaşamdan uzaklaştırıp çıkararak yerlerine ‘gibi’lerini ve hatta daha ‘albenililerini’ koymaktadır.”*

### 3. SONUÇ

Avangardın hızlı yükselişinden sonra sanatı geleneksellikten kurtarma adına yapılan eserlerin aslında güzel sanatlar ve estetik değer adına pek sığ kaldığını birçok çıkarımda görüyoruz. Pop Art kültürünün hızlı yayılışı ve fabrikasyon bir şekilde üretimle beraber tüketim çöplüğüne dönüştürdüğü sanat, ne yazık ki günümüz sanatçıları harcanmaya mahkûm bırakmıştır. Kendini tamamlayamadan bir başkasını yerini aldığı bir ‘ürün’ zaten kalıcı olma iddiasında bulunamaz. Ki bu ‘kiç’ ortamında ne yazık ki kalıcılık sağlayacak değerleri de istemsiz ya da görmezden gelen bir tavırla öğütmekteyiz.

Böyle bir pazarlama ortamında ‘piyasanın beğenisi’ yada ‘piyasada giden işler’ kaygısıyla üretilen hangi eser/ürün sanatçıyı, onun iç dünyasını veya gerçekte eserine yansıtmak istediği duyguyu bizlere aktarabilir. Artık sanatçıların eser ortaya koymaktan çok ürün pazarlar bir hale geldiğini ve aslında Andy Warhol (Akt.; Antmen, 2012:166)’un “... para kazanmakta çalışmakta sanattır ve iyi pazarlama, en iyi sanattır” bakış açısının arkasından nasıl gittiklerini çok iyi görebiliyoruz. Elbette ki sanatçı da kazanmalı, hayatını idame ettirebilmeli, en azından eserlerini oluşturabilme anlamında giderlerini karşılayabilmelidir ancak aslolan önce eseriyle anılmak ve kalitesiyle beraber değer kazanarak, Warhol’un deyimiyse eserini pazarlamalıdır. Oysa Popüler olan, önce pazarlayıp sonra üretmeyi koşullandırmış ve hayal gücünü programlayarak çalıştırmayı dikte etmiştir.

## KAYNAKÇA

DEMİR, İ & GONCA, F. (2009). *Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine* (1. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.

ANTMEN, A. (2012), *20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar* (4. Baskı). İstanbul: Sel Yayıncılık.

GREENBERG, C. (1968), *Avangarde Attitudes*. Web: <http://www.sharecom.ca/greenberg/avantgarde.html> adresinden 7 Nisan 2013'te alınmıştır.