

ÇAĞDAŞ SANATTA NESNELERİN TİCARİLEŞTİRİLMESİ SORUNSALI: JEFF KOONS ÖRNEĞİ

Özlem GÜRPINAR¹

¹Araştırma Görevlisi, Ardahan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü, ozlemgurpinar(at)ardahan.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-1771-2509

Gürpınar, Özlem. “Çağdaş Sanatta Nesnelere Ticarileştirilmesi Sorunsalı: Jeff Koons Örneği”.
ulakbilge, 38 (2019 Temmuz): s. 489–496. doi: 10.7816/ulakbilge-07-38-03

Öz

Sanat, dönemsel gelişmelerle aynı doğrultuda ilerlemekte ve değişmektedir. Sanatçılar, sanat eserlerinde endüstriyel-teknolojik ve gündelik üretim malzemelerini kullanarak meta ve kitsch gibi kavramları sanatın alanına almışlardır. Bununla birlikte sanatın maddi açıdan kullanılmasının yolu da açılmıştır. Kübizmle kolajın ve gündelik malzemelerin yavaş yavaş sanata girişi, Dada ile hazır nesnenin kullanımı, Fütürizmle makine ve hızın varlığının vurgulanması, ilerleyen dönemlerde sanat yapıtının tuvalden uzaklaşacağına belirtisidir. Özellikle avangard bir akım olan Dada, sanatın özerkliğini ve sanat eserinin varlığını ticari anlamda sorgulamaya itmiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra sanayinin gelişmesi ile ortaya çıkan Pop Art’ın, seri üretim objelerini sanat yapıtı olarak sunması ve teknolojiyle birlikte gelişen Kinetik Art, Pop Art gibi akımların teknolojiyi kullanması sanatın kapsamını genişletmiştir. Çağdaş sanat içerisinde sanat yapıtının bariz şekilde ticarileştirilmesi, sanat toplumu içerisinde tartışmalara sebep olmuştur. Yukarıda bahsedilen gelişmeler çağdaş sanatta ifade alanının özgürleşmesine sebep olurken, Jeff Koons gibi sanatçılar da yaptığı işlerdeki sanat simsarlığı nedeniyle eleştirel noktada yerini almaktadır. Araştırmanın amacı, Koons’un sanat pratiklerini nasıl ticari bir araca dönüştürdüğünü incelemektir. Makalede; sanat yapıtı olarak sunulan bayağı nesnelere yani, tüketim objelerinin kullanılması ve sanatçıların bunları kullanarak maddi bir kâr elde etmesi irdelenmiştir. Tüketim faktörü ve seri üretim sanat yapıtına aşılınmış ve estetik algı arka plana itilerek sanat-meta ilişkisi ön plana çıkarılmıştır. Bu sorunsallar, sanatçılar üzerinden ifade edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: tüketim, çağdaş sanat, seri üretim, Kitsch, sanat-meta ilişkisi

Makale Bilgisi
Geliş: 11 Mart 2019

Düzeltilme: 5 Nisan 2019

Kabul: 7 Mayıs 2019

Giriş

1970'li yıllarda postmodernist sanat anlayışıyla birlikte seri üretim, popüler kültür ve kapitalist yaklaşımlar göze çarpmaktadır. Çağdaş Sanatta bu kavramların örnekleri açıkça görülmektedir. Sanatta ihracat yapılı gibi üretilen tüketim ürünleri, markalaşmış sanatçılar tarafından yerli popüler kültürle birleştirilerek evrensel kültür haline gelmektedir. Sanatta herkesçe bilinen nesnelerin kullanımı, kitsch ve bayağı kavramlarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Kitsch kavramı, zevksiz, ticarileşmiş nesnelere için kullanılır. Greenberg'e göre, "kitsch'in Batı endüstriyalizminin başka bir kitlesel ürünü olarak bir sömürgeci turlayıp yerli kültürleri kovacağını ve böylece dünyanın ilk evrensel kültürü haline geleceğini öngörür" (Artun, 2015:31). Artık üretim nesnelere kendi benliğinden soyutlanarak sanatın hem objesi hem de içeriği haline gelmektedir. Sanayinin güçlenmesi, basın yayın organlarının yaygınlaşması ve hayatın güçlü bir döneme geçmesiyle yaşam pratikleri değişmiştir. Bu yeni yaşam pratikleri popüler kültürü ortaya çıkarmıştır. Özellikle Amerika ve Avrupa bu kültürün iki merkezidir. Teknolojik imkânların ve endüstriyel çağın gelişimi kullan-at popüler kültür nesnelere ve kitsch kavramının aynı bağlam içerisinde gelişmesine katkı sağlayıp, alt ve üst kültürün keskin çizgisini yumuşatmıştır. Bir zamanlar anti-estetik duruşları nedeniyle eleştirilen ticari ürünler, şimdi sanatçılar tarafından övgülerle karşılanmıştır. Klasik dönemde sanatta kullanılan kültürel kodlar reddedilirken sanatın bu yeni popüler anti-estetik biçimlerin temsili objesi, popüler ikonların ticari değerleri konusunda bir geçiş basamağı sağlamıştır. Artık bu ticari nesnelere toplumsal ikonlardır. O yüzden bu makalede Koons'un, sanatı nasıl ticari bir metafora dönüştürdüğü incelenmektedir. Drucker'in bakışıyla, "bugün son derece gelişmiş bir sembolik etkinlik olarak güzel sanatlar, tüketimin ve gösterişin güdümündeki kitle kültürüne daha güçlü bir destek sağlar" (Artun, 2015: 41). Tüketim kültürü ve sanat birbirine eklenmiştir ve bu iki kavram birbirlerini beslemektedir. Ticari objeler; statü, imge, ikon ve beklenti anlamı içermektedir. Böylece tüketim, kültürel bir olaydır. Sanat mecrası, tüketim piyasasının değerine hizmet eden bir araca dönüşerek afiş veya reklamdaki farkı kalmamaktadır. Şöyle ki bazı sanatçılar, kendi reklamlarını veya eserlerinin reklamını yapmaktan öteye gidememektedir.

Koons'un Ticarileşmiş Sanatı

Sanatın tüketim ve kültür piyasasındaki aktif rolü incelenecek olursa; toplumdaki tüketim çılgınlığını sanata taşıyan Koons, tüketim estetiğinin sanat bağlamı içerisinde nasıl statüleştiğini gösteren başlıca sanatçılardandır. Popüler kültürün ve tüketim kültürünün özellikle 1980'lerden sonra hızlı bir şekilde yaşam şartlarını değiştirmesi ve bununla birlikte sanatın metalaşması, sanatın tüketim nesnesi haline dönüşmesi, teknolojik ve kapitalist gelişmelerle yarışması sanatın hem betimsel yapısını hem de içeriğini değiştirmektedir. Sanatta bu durum Andy Warhol'la başlar. Örneğin; çorba tenekeleriyle yaptığı seriler, üretim sürecinin sanattaki avangardıdır.

Warhol eleştirmenlerinden pek çoğu, çorba konservelerinin sanatçının çağdaş sanata en önemli katkısı olduğunu, konserve konsepti bir kez raftan galeri duvarına çıkınca, "Bir reklamın bir daha asla aynı şekilde görülemeyeceği"ni öne sürmüşlerdir. Çorba konserveleri, metalaştırma denen sanatsal kavramın başlangıcını oluşturmuştur (Thompson, 2012:118).

Warhol, Amerikan kültürünü markalaştırmış biri olarak tanınırken aynı zamanda bu süreçte kendisi de markalaşmıştır. Koons ise bu kültür kodlarını çevirerek hem biçimsel yapı hem de düşünce yapısı olarak hızlı bir şekilde sanatı ticaret aracına dönüştürmüştür. Duchamp gibi o da hazır nesnelere kullanmıştır ancak aralarında ciddi farklılıklar gözlenmektedir. Koons da Duchamp gibi anti-estetik sanat formları üretme peşindedir. Duchamp Pisuar eserine imza atarak imzasının nesneden daha değerli olduğunu göstermiştir. Koons'un ise hiçbir eserinde imzası yoktur. Toplum için fayda içeren tüketim ürünü olan elektrik süpürgesi, pleksiglasla oluşturulmuş kutunun içerisine konulmuştur. Yanlarına da floresan ışığı yerleştirilmiştir. (Resim 1.) Bu ürünlerde parmak izi dahi yoktur ve sanatçı kimliğini yansıtmaktan kaçınmıştır. Kutsanmış bir toplum ikonu kadar titizdir. Balon Köpek, Pembe Panter gibi tüm işleri, Andy Warhol ve Duchamp'tan alınan mantığın sentezlenmiş halidir. Koons'un ticari kültürü işlerine taşıması, bu nesnelere daha popüler noktaya getirmiştir (Fineberg, 2014:458).



Resim 1. Jeff Koons, Yeni Hoover Convertible'lar, Yeni Shelton Wet/Dry'lar, 1981-7, 5 Galonluk iki katlı vitrin, akrilik, floresan ışıklar, 251.5x137.2x71.1 cm



Resim 2. Marcel Duchamp, Pisuar, 1917, 61 cm x 36 cm x 48 cm

Koons, özellikle seri üretim içerisinde olan nesnelere kullanarak eşsiz sanat eseri fikri yerine heykel fikrini ortaya koymaktadır. Süslü, dikkat çeken ve sanatta kitsch olarak nitelendirilen objeler, birer sanat eserine ve aynı zamanda sanatsal meta durumuna evrilmektedir. Orta alt beğeni sınıfından tasnif edilebilecek veya anti-estetik

olarak nitelenebilecek bu formlar, sanat ortamından öte ticari bir değer olarak sunulmaktadırlar.

“Koons, çalışmalarını, burjuvayı eğitmek amacıyla gerçekleştirdiğini ifade eder. Sanatçıya göre bu grup gelecekteki aristokrasiyi oluşturacaktır” (Şahiner, 2013:103). Koons’un sanat alımlayıcılarının tamamını burjuva oluşturur. Estetik taleplerine karşılık vermek yerine anti-estetik yapıya sahip eserleri burjuvaya kabul ettirmeyi başarmıştır. Borsacı kimliği neyin nasıl pazarlanacağı konusunda bütün incelikleri ona sağlamaktadır.

Yine sanatçı genel olarak doğallıktan uzak, yapmacık gibi kavramları göstermek için formlarda yoğun olarak süslemeye giderek Rokoko’ya gönderme de bulunmuştur. Rokoko’ya atıfta bulunmasının nedeni soğuk, duygusuz bir içeriğe sahip olmasının yanı sıra altın varaklı sütunların bulunduğu, pahalı eşyaların kullanıldığı şaşaalı bir dönem olmasıdır. Bayağı nesnelere kullanması tüketim olgusuna ne kadar bağlı olduğunu göstermektedir.



Resim 3. Jeff Koons, Balon Köpek, 1994-2000, Palazzo Garassi, Venedik, transparan boya kaplama yüksek oranda krom içeren paslanmaz çelik, 3.07x3.63x1.14m

Koons’un yaptığı işler kitsch ürünler olarak nitelendirilmektedir. Ancak çağdaş sanatta bazı sanat toplulukları içerisinde kitsch, kötü sanat olarak algılanmamaya başlamaktadır. “Şunu itiraf etmek zorundayız, basketbol topları ve elektrikli süpürgeler bize kitsch olumsuzlanması gibi görünmüyor. Sanat yapıtı olarak da görünmüyor” (Kulka, 2014:164).



Resim 4. Jeff Koons, Jeff-Ilona, 1991

Amerikalı Koons’un, çalışmaları Barok’tan Rokoko’ya ve Andy Warhol’a kadar birçok sanatçıdan ve dönemden izler taşır. Sanatçıyı bu kadar günümüzde pahalı yapan sanatsal değeri midir yoksa dili midir? Koons, işlerini ve tüketim piyasasını Jean Baudrillard’ın “simulakr” kavramı içerisinde ilişkilendirir. Baudrillard’a göre: “Her şey ağırlığını yitirdi, artık devasa bir simulakr’dan başka bir şey yok... Bu, artık göndermesi ya da referansı olmayan ve gerçekteki varlık alanına asla götürülemeyecek olan gerçek-dışı bir simulakr’dan başka bir şey değildir” (Şahiner, 2013:105). Gerçekten de sanat bakımından hiçbir geleneğin anlamı kalmamıştır.



Resim 5. Jeff Koons, Pempe Panter, 1988

Koons’un simülasyonlarla oluşturmuş olduğu düzenekleri, eserlerinin sanat ve meta etkisi altında yapıldığını açıkça seyirciye hissettirmektedir. Seri üretim nesnelerinin sanat olup olmadığı düşüncesi ve nesnenin konumu sanata dair sanatsal yargıları nasıl etkiler? sorularını sormaya mecbur kılmaktadır. Kapitalist ürünlerin sergilenmesi ve müze bağlamı içerisinde değer kazanması, kullanım değerinin yine kapitalist sistem içerisinde sanata entegre edilmesi tüketim sorunsalını bir kez daha ortaya çıkarmaktadır. Koons, seri üretim nesnelerini sil baştan şekillendirmektedir ve sıradan olana fazladan değer kazandırması sanatçının piyasa değeriyle paralel doğrultuda ilerlediğini göstermektedir. Aslında biçilen değer esere değil, sanatçıya biçilmektedir. “Koons uzun süre önce Benjamin’in de ön gördüğü şeyi yapar: Kültürel olanın sanatın kaybolan aurasını meta ve starların “düzmece büyüsüyle” kapatması gerekir” (Foster, 2017:155). Seri metaları kendi sanatına mal etmesi, yüksek sanatın ve meta kültürünün aurasını temsil etmektedir. Sanatın nasıl sanat piyasasına dönüştürdüğünü Warhol şu şekilde özetliyor:

Piyasa sanatı, Sanat’ın ardından gelen aşamadır. Ben bu işe ticari sanatçı olarak başladım ve piyasa sanatçısı olarak bitirmek istiyorum. Adına ister “sanat” densin ister başka bir şey, bu işi yaptıktan sonra piyasa sanatına yöneldim. Sanatçı İşadamı ya da İşadamı Sanatçı olmak istedim. Piyasada iyi iş yapmak sanatın en büyüleyici yönü. Hippi döneminde insanlar piyasa düşüncesinden uzaklaşmışlar, “Para kötüdür” ve “Çalışmak kötüdür” gibi şeyler söylemeye başlamışlardı. Oysaki para kazanmak sanattır, piyasada iyi iş yapmaksa en iyi sanattır (Kuspit, 2014:161).

Koons da Warhol gibi sanata ticari bir sanatçı olarak başlamıştır. Koons’un popüler olmasının nedeni: Kitsch ve komik nesnelere basit ifade şekillerini kullanarak herkese fikrini aktarabilmesidir. Bunlara yönelme sebebi sanatçının yaşam tarzıdır. Koons 1991’de porno yıldızı La Cicciolina ile evlenmiş ve sonrasında da boşanmıştır. Mesela, Made in Heaven adlı eseri La Cicciolina ve kendisiyle alakalıdır. Boşanma sonrasında çocuğun velayeti

annesine verilmesinden dolayı Koons büyük üzüntü yaşar. Sanatçının bu üzüntüsü ise sanat eserlerine yansımış ve bundan ötürü obje olarak çocuğunun eşyalarını kullanmıştır. Sanatçının tüketim ürünlerini eserlerinde kullanması tıpkı Pop Art da olduğu gibi burada da Amerikan kültürünü yansıtmaktadır. Dolayısıyla sanat aracılığıyla popüler olmak, para kazanmak gibi düşünceler öne çıkmaktadır. Çağdaş sanatta piyasa ürünlerinin pazara sunulması, sunulan şeyin ilk ortaya çıkışından daha önemli bir hale gelmektedir. Çağdaş sanat dönemindeki eserlerin yüksek fiyatlara satılmasında yapılan işin özelliği ve fikri önemli değildir; önemli olan sanatçının ünü ve geçmişteki statüsüdür. Tabii izleyici Koons'un işlerini kendine göre yorumlaması, kendi yaşantısıyla ilişkilendirip anlamlandırması, sanatçının sanat yapıtını oluştururken düşüncesini değiştirmemektir. Koons'un yapmış olduğu işlerin küçük versiyonu olsa evimizde bir rafa koyup aksesuar olarak sergileyecek kadar işlerin kitsch bir yapıya sahip olması, kapitalist ürünlere ne kadar bağlı olduğunu göstermektedir. Koons sanat yapıtına dönüştürdüğü bayağı işlerini kapitalist yaklaşıma tepki olarak sunmamış ve eserlerine düşünce fikri işlememiştir. Koons için kendisinin ve eserlerinin sanat pazarında yer alması yeterlidir. Eserlerdeki ticari düşünce mantığı, sanat eserlerinin sanatsal amacından uzaklaştırmaktadır. Çünkü araya maddiyat girince sanatın seyri değişmektedir. Çağdaş sanatta eserin pazar piyasasında önemli bir noktaya gelmesi ve sanat toplumu içerisinde tanınması önemli bir konumdur. Şöyle ki, Koons eserlerini yüksek fiyata satabiliyorsa bu onun dâhiliğini göstermektedir; bunu inkâr etmemek lazım. Buradaki sorun, sunulan eserin yüksek fiyatlara satılması değil, kitsch nesnelerin sanat yapıtı olarak kullanıldığında hiçbir düşünceye yerleştirilmemesi ve sadece sanat tacirlerine sunulup, yüksek miktarlara alıcı bulmasıdır. Böylece çağdaş sanatta, sanat yapıtlarının değerini içerik ve biçim değil, yapıtın yüksek fiyata satılması belirlemiştir.

Sonuç

Piyasa sanatı içerisinde sanatçı ve sanat yapıtının anlayışı tamamen farklı bir şekilde konumlanmıştır. Kapital anlayış, sanatı artık bayağılaştırıp yönünü alım-satım ilişkisine çevirmiştir. Teknoloji-endüstri çağının oluşturduğu kapital dünyada; sanat ile sanatçı arasındaki değer yok olmuş, artık sanat, sanat tacirlerinin aktif rol oynadığı pazarda yerini almıştır. Sanatta sanatçının el yeteneğinden ziyade girişimci ruhu, fikri ön plana çıkmaktadır. Çünkü çağdaş sanatta yapıtın el yeteneği ile yapılması değil, sanatçının popüler olması ve eserin piyasada ne kadar satıldığı önemlidir.

Dahi, girişimci ruha sahip olan Koons'un kapitalist sanat dünya görüşü anlatılarak sanat yapıtlarında sanat ruhunun nasıl sömürüldüğü ve kitsch objelerle ruhsuz bir forma nasıl dönüştürüldüğü gösterilmiştir. Hem modern sanatta hem de çağdaş sanatta bazı vazgeçilmez kavramlar vardır: öz, biriciklik, sahiplik ve özgünlük. Bu kavramları sanat yapıtından ayırmamak gerekmektedir. Ayrılsa sanat yapıtı tehlike içerisine girerek tartışma ortamı yaratır. Koons bunları es geçerek sanat dünyasında ikileme yol açmaktadır.

Kapital dünya, sanatçının malzeme ve özgürlüğünü genişletmesine rağmen sanatın niyetini değiştirmektedir. Kapital piyasada, üretim için üretim, pahalı sanat sanattır anlayışı ön plandadır. Artık sanatın içeriği ve biçimi kapital anlayışla kaplanmış, sanatçılarda kendilerini pazarlayarak birbirleriyle yarış içerisine girmişlerdir. Artık her şey sanattı, sanat olmayan; ön plana çıkamamış, popüler kültürün içinde yer edinemeyen şeylerdir. Kültürel toplum ve sanat toplumu kapital ürünlerden, anlayışlardan kopamaz bir hale gelmiştir. Kapitalizm tüm alanlarda kendine hizmet eden bir kavramdır. Sanatta da sanatın, sanat olarak gelişmesine imkân vermez. Kapital mantık, sanat ve sanatçı piyasasının sermaye açısından gelişmesi için yönlendirir. Bir bakıma parasal fon desteği görevi görür. Kapitalizmin olduğu bir yerde sanatsal bir durumun yaşanması söz konusu olmamaktadır. Sonuç olarak; sanat ve sanatçı kapitalizme boyun eğmiş ve kapitalizm, sanatı araç olarak kullanarak sermayesini elde etmiştir. Koons gibi bu durum içerisinde olan sanatçılar, sanat yapıtlarını metalaştırırken kendilerini de metalaştırırlar. Artık bir sanat yapıtının kendisi zihinlerde kalmamakta ne kadar yüksek fiyatlara satıldığı zihinlerde kalmaktadır. Bu yüzden, sanat yapıtının iyi veya kötü olması hiçbir anlam ifade etmemektedir.

Kaynaklar

- Artun, Ali. Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi. İstanbul: İletişim Yayınları.2015.
- Fineberg, Jonathan. 1940'tan Günümüze Sanat. Çev: Atay S.-Eskier. İzmir: Karakalem Kitabevi Yayınları.2014.
- Fischer, Ernst. Sanatın Gerekliliği.Çev: Cevat Çapan. İstanbul, Sözcükler Yayınları.2017.
- Foster, Hal. Gerçeğin Geri dönüşü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.2017.
- Kulka, Thomas. Kitch ve Sanat. İstanbul:Altıkırkbeş Yayın.2014.
- Kuspit, Donald. Sanatın Sonu. İstanbul: Metis Yayıncılık.2014.
- Thompson , Don. Sanat Mezat. İstanbul: İletişim Yayınları.2012.
- Şahiner, Rıfat. Sanatta Postmodern Kırılmalar. Ankara: Ütopya Yayınevi.2013.

Görsel Kaynaklar

Resim1-<http://www.jeffkoons.com/artwork/the-new/new-hoover-convertibles-new-shelton-wetdrys-5-gallon-doubledecker>, 18 Aralık 2018.

Resim 2- <https://www.tate.org.uk/art/artists/marcel-duchamp-1036> , 24 Ağustos 2019.

Resim 3- <https://tr.pinterest.com/pin/507429082984657895/>, 10 Ocak 2019.

Resim 4- <https://www.wikiart.org/en/jeff-koons/bourgeois-bust-jeff-and-ilona>, 10 Ocak 2019.

Resim 5- <http://aydanizlenimler.blogspot.com/2012/09/jeff-koons-painter-sculptor.html>, 15 Ocak 2019.

PROBLEMATIC COMMERCIALIZATION OF OBJECTS IN CONTEMPORARY ART: JEFF KOONS EXAMPLE

Özlem GÜRPINAR

Abstract

Art progresses and changes in line with the periodical developments. Therefore, art constitutes the logic according to the political, cultural and economic characteristics of the era. The artists took the concepts of meta and kitsch into the field of art by using industrial-technological and daily production materials in their works of art. However, the way of using art from a financial point of view was also opened. The gradual introduction of cubism and collage and everyday materials into art, the use of ready-made objects with Dada, the emphasis on the existence of machinery and speed with futurism is an indication that the artwork will move away from the canvas. Dada, which is an avant-garde movement in particular, has pushed the autonomy of art and the existence of the artwork to question the commercial sense. Pop Art, which emerged with the development of industry after the second half of the 20th century, presented the mass production objects as artwork and the use of technology such as Kinetic Art and Pop Art, which developed with technology, expanded the scope of art. The apparent commercialization of the work of art in contemporary art has caused controversy within the art community. While the aforementioned developments lead to the freedom of expression in contemporary art, artists such as Jeff Koons are at the critical point due to the art representation in their works. The aim of the research is to examine how Koons has transformed art practices into a commercial tool. In the article; the use of the objects of consumption, the objects of consumption, which are presented as works of art, and the artists making a profit by using them are examined. Consumption factor and mass production were imbued in the artwork and aesthetic perception was pushed to the background and the relationship between art and commodity was brought to the fore. These problems are tried to be expressed through artists.

Keywords: Consumption, Contemporary Art, Mass Production, Kitsch, Art-Meta Relation