

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM TASARIMI VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
ANABİLİM DALI
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE REKLAMCILIK
BİLİM DALI**

**DİJİTAL DÜNYADA YENİ SANAT İLETİŞİMİ VE TÜKETİM
KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA PİYASA ANLAYIŞLARI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Semiha YILDIRIM

KOCAELİ 2021

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM TASARIMI VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
ANABİLİM DALI
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE REKLAMCILIK
BİLİM DALI**

**DİJİTAL DÜNYADA YENİ SANAT İLETİŞİMİ VE TÜKETİM
KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA PİYASA ANLAYIŞLARI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Semiha YILDIRIM

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf BUDAK

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 07.07.2021/16

KOCAELİ 2021

ÖNSÖZ

Yüksek lisans öğrenimim ve tez çalışmam süresince desteklerini ve yol göstericiliğini benden esirgemeyen, birlikte ders işlemekten büyük keyif aldığım, bilgisi ve yol göstericiliği ile değerli danışmanım, Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Budak'a teşekkürü borç bilirim.

Öncelikle hayat yolculuğumda bana yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim. Özellikle her zaman yanımda olan desteğini hiç esirgemeyen anneme minnet duyarak teşekkür ediyorum. Sonrasında yanımda olan hayatıma katılan verdiği manevi destekleri için arkadaşlarıma ve manevi olarak desteğini esirgemeyen bütün tanıdıklarına teşekkür ederim.

Son olarak çalışmam için mail attığımda geri dönüş yaparak engin bilgileri, yüksek görüşleri ile çalışmaya katkı sağlayan Tefik Fikret Uçar, Gürbüz Doğan Ekşioğlu, Yücel Doğan ve Refik Anadol ve ekibine ve İnci Aksoy'a teşekkürlerimi sunarım.

Semiha YILDIRIM

2021

ÖNSÖZ.....	I
İÇİNDEKİLER.....	II
ÖZET.....	IV
ABSTRACT.....	V
KISALTMALAR	VI
ŞEKİL LİSTESİ	VII
TABLO LİSTESİ	IX
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1.TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA SANAT, SANATIN YERİ VE PİYASASI

1.1. KÜLTÜR, SANATIN TÜKETİM KÜLTÜRÜNDEKİ YERİ.....	3
1.1.1. Kültür Nedir?.....	3
1.1.2. Tüketim Kültürü.....	4
1.1.3. Kültürlenme İhtiyacı, Yüksek Kültür.....	7
1.2. SANAT KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	8
1.2.1. Sanatın İlk Ortaya Çıkışı.....	11
1.2.2. Ortaçağ Avrupa Sanatı ve Rönesans.....	15
1.2.3. Modernizm, 19.Yüzyıl Sanat Akımları.....	19
1.2.4. 20. Yüzyıl Sanat Akımları Postmodernizm ve Çağdaş Sanat Piyasası	26
1.2.5. Çağdaş Sanat Piyasasının Aktörleri.....	41
1.3. SANATIN METALAŞMASI.....	43
1.3.1. Sanat ve Para İlişkisi	43
1.3.2. Sanatın Tüketim Kültüründeki Yeri.....	45
1.3.3. Sanatın Metalaşması.....	47

İKİNCİ BÖLÜM

2. DİJİTALLEŞME VE DİJİTAL MEDYA

2.1.DİJİTALLEŞME.....	49
2.1.1. Medyanın Dijitalleşmesi.....	52
2.1.2. Dijital Ekonomi.....	55
2.2.YENİ MEDYA VE DİJİTAL SANAT	57
2.2.1. Yeni Medya İle Oluşan Sanat İletişimi.....	59
2.3.DİJİTAL SANAT.....	65
2.4. DİJİTAL SANATIN EKONOMİSİ.....	69
2.4.1. Çevrim İçi Sanat Piyasası Sanatın E-Ticareti.....	69
2.4.2. Çevrimiçi Sanat Satışlarını Etkileyen NFT Nedir?.....	87

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DİJİTALLEŞEN DÜNYADA SANATÇI VE SANAT DANIŞMANLARI İLE SANAT İLETİŞİMİ VE SANATIN PİYASASI ÜZERİNE

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	93
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	93
3.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	94
3.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ.....	94
3.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	94
3.6. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI.....	95
3.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	95
SONUÇ.....	103
KAYNAKÇA.....	106
EKLER.....	115
ÖZGEÇMİŞ.....	140

ÖZET

Dünyanın ilk oluştuğu günlerden beri sanatın varlığından söz edebiliriz. Sanat dünyanın ve insanların doğal gelişim sürecinde sürekli değişerek, gelişerek günümüze gelmiştir. Günümüz teknoloji çağında insanların yaşamlarındaki değişmeye paralel olarak sanat ta hızlı bir değişim yaşamış ve teknoloji çağına ayak uydurmuştur. Teknolojik ürünlerin verdiği imkanlar ile sanat üretilir olmuş, Dijital Sanat oluşmuştur. Dijital ürünlerin yaygınlaşması ve ulaşılabilir olması insanları dijital dünyaya yöneltmiştir. Sadece Dijital Sanat üretilmemiş aynı zamanda sanat dijital platformlara taşınmış, galeriler, müzeler dijital hizmet vermeye başlamış sanat pazarları da dijital satış yapmaya başlamıştır. Özellikle Covit_19 dönemi ile oluşan dünya çapında toplu izolasyonlarla dijital hizmetler yeni satış platformları oluşmuştur. Bu çalışmada sürekli gelişen değişen teknolojinin getirisi olarak oluşan yeni medya sanatı(dijital Sanat), tarihsel gelişimi, piyasa süreçleri ve gelişen ortamlarla birlikte nasıl değiştiği ve değişime nasıl öncülük ettiği araştırılmıştır. Sanatın dijitalleşmesi ve dijital satışlar ile ilgili pazar verileri sunularak bu alandaki yeni oluşum ve gelecek tahmini irdelenecektir.

Bu çalışmada sürekli gelişen değişen teknolojinin getirisi oluşan yeni medya sanatını ve onunla bağlantılı olarak dijital sanat ve bunların yarattığı piyasa süreçleri araştırılmıştır. Bu bağlamda sanatçılar ve sanat danışmanı ile yapılan röportajlar ile bu alanın getirileri ve geleceği hakkında bilgi edinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Sanat, İletişim, Sanat Pazarı

ABSTRACT

We can talk about the existence of art since the first days of the world. Art has come to this day by constantly changing and developing in the natural development process of the world and people. In today's technology age, in parallel with the change in people's lives, art has experienced a rapid change and has adapted to the age of technology. With the possibilities provided by technological products, art has been produced and Digital Art has been formed. The widespread use and availability of digital products has led people to the digital world. Not only Digital Art was produced, but also art moved to digital platforms, galleries and museums started to provide digital services and art markets started to sell digitally. Especially with the worldwide collective isolation that occurred with the Covit_19 period, digital services increased, and new sales platforms were created with the transfer of art to digital. In this study, new media (digital art) art and market processes, which are formed as a result of constantly evolving technology, change with historical development and changing environments and how they lead to change is investigated. In this study, the digitalization of art and market data on digital sales will be presented and the new formation and future forecast in this field will be examined.

In this study, new media art resulting from constantly evolving technology and digital art and the market processes created by them are investigated. In this context, information was obtained about the returns and future of this field through interviews with artists and curators.

Key Words: Digital Art, Communication, Digitalization, Art Market

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

COVİT-19: Koronavirüs/Yıl: 2019

DOC: Document

GIF: Graphics Interchange Format

HTML: HyperText Markup Language

PDF: Portable Document Format

MS. Milattan Sonra

NFT: Non-Fungible Token

TDK: Türk Dil Kurumu

TRT: Türkiye Radyo Televizyon

VD: Ve Diğerleri

VS: Ve Saire

WWW: World Wide Web

ŞEKİL LİSTESİ

ŞEKİL 1: Maslov'un ihtiyaç hiyerarşisi,2020.....	4
ŞEKİL 2: Güney Fransa'daki Laxcaus Mağarası,2021.....	12
ŞEKİL 3: Duvar parçası; yaklaşık MÖ 1976–1794; boyalı taş; yükseklik: 30 cm, 2020.....	13
ŞEKİL 4: Claude Monet, Impression, soleil levant (İzlenim, Gün Doğumu), 1872, tuval üzeri yağlı boya, Musée Marmottan Monet, Paris. Louis Leroy, 2021.....	25
ŞEKİL 5: Selvili Buğday Tarlası, 1889. Metropolitan Museum of Art, New York,2021.....	25
ŞEKİL 6: Marcel Duchamp, <i>Çeşme 1917</i> , 2018.....	33
ŞEKİL 7: Tuval üzerine yağlı boya, 349 cm × 776 cm (137 in × 306 in), Reina Sofía Müzesi, Madrid, 2021.....	35
ŞEKİL 8: Bu yılın küresel çevrimiçi tahmini, halka açık satış rakamlarına dayanmaktadır, ana çevrimiçi sanat ve tahsil edilebilir satışlarla ilgili bir anketten toplanan satış tahminlerinin yanı sıra bu raporun ekinde bahsedilen platformlar. Bu çevrimiçi sanat ve tahsil edilebilir satış işletmelerinin tüm popülasyonunu temsil etmemesi nedeni ile tahminlerimiz muhtemelen minimum düzeyde olacaktır.2021.....	80
ŞEKİL 9: 2015-2019 yılları arası online satış grafiği, 2021.....	80
ŞEKİL 10: grafiğin dağılımı sırayla Güzel Sanatlar %32, Diğer koleksiyonlar %25, Mücevher ve saatler %23, Dekoratif Sanatlar %12, Mobilya %8 ile gösterilmiştir. 2021.....	81
ŞEKİL 11: Covi19 salgınının başladığı Mart ayı.....	82
ŞEKİL 12: Covi19 salgınının başladığı Mayıs ayı.....	82

ŞEKİL 13: Son 12 ayda internetten sanat satın alan sanat alıcıları (%).....	82
ŞEKİL 14: Alıcılar çevrimiçi satın alınan resim başına ortalama fiyata göre(%),2021.....	83
ŞEKİL 15: Son 12 ayda çevrimiçi sanat satın alan yeni sanat alıcıları (üç yıldan daha az koleksiyon yapan) (%), 2021.....	83
ŞEKİL 16: COVID-19 salgını sırasında sanat satın alırken önemli motivasyonlar (%), 2021.....	84
ŞEKİL 17: COVID-19 salgını sırasında sanat satın alırken önemli motivasyonlar (%), 2021.....	84
ŞEKİL 18: COVID-19 salgını sırasında sanat satın aldıysanız, ne tür bir ortam satın aldınız? 2021.....	85
ŞEKİL 19: COVID-19 salgını sırasında internetten satın alınan bir resmin ortalama fiyatı nedir? 2021.....	85
ŞEKİL 20: Çevrimiçi Platform Anket Bulguları Örnek yapısı Bulgular, 2021...85	85
ŞEKİL 21: Sanata ve koleksiyon ürünlerine yılda ne kadar harcıyorsun? (%), 2021.....	86
ŞEKİL 22: Ne zamandır topluyorsun? (%), 2021.....	86
ŞEKİL 23: "Everydays: The First 5000 Days" 2021.....	91
ŞEKİL 24: Tarık TOLUNAY "Fractal İstanbul - Pandemi", 2021.....	92

TABLO LİSTESİ

TABLO 1: 2018 Yılı Küresel Sanat Pazarına Ait Bazı Bulgular. Kaynak: Arts Economics (2019) uyarlanmıştır...	71
--	-----------



GİRİŞ

Gelişen teknoloji ile birlikte değişen kültür ve insan davranışları, gelişen telekomünikasyon ağları ile iletişim teknolojilerinin ilerlemesi sanatı da birlikte değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Özellikle dijital teknolojinin gelişmesi ile birlikte yeni medya sanatı olarak da adlandırılan dijital sanat doğmuş ve sanatın perspektifini oldukça geliştirmiştir.

Dijitalleşme yeni akımların ve yeni oluşumların gelişmesini sağlamakla birlikte piyasa anlayışlarını da değiştirmiş. Reel de görmeden. Dokunmadan, hissetmeden alabileceğimiz yeni dijital sanat Pazar ortamları yaratmıştır. Yeni dijital sanat pazarları da sadece dijital olarak izleyebileceğimiz sanal objelerin satıldığı, sanal pazarlarda, sanal paralarla satış yapabilmeyi mümkün kılmıştır.

Her sanat bulunduğu dönemde bulunduğu kültür içerisinde doğmuş ve gelişmiştir. Bulduğu kültür ve dönemin özelliklerini aktarırken aynı zamanda o döneme ve kültüre karşı çıkararak sürekli bir yenileşme, farklılaşma ve geleceği yakalama çabasıyla kendini yeniden üretmiştir. Pazar ve sanat alanı da bulunduğu koşullardan etkilenmiş ve her ne kadar farklı olsalar da aynı paralel de ilerlemiş birbirlerini geliştirmiş ve karşılıklı bağlar içerisinde hareket etmişlerdir. Özellikle dijitalin gelişmesi ile birlikte sanat dijitale taşınırken ayrılmaz bütünü sanat pazarlaması da dijitale taşınmış ve oradan sanat alıcısına hitap eder olmuştur. Döneminde ticaret le sanatı birleştiren sanatçılardan Andy Warhol bunu şu şekilde açıklamıştır.

“Sanattan sonra gelen adım ticaret sanatıdır. Reklam sanatçısı olarak başladım, ticaret sanatçısı olarak bitirmek istiyorum. ‘Sanat’ denen şeyi, ya da ne deniyorsa işte onu, yaptıktan sonra ticaret sanatına girdim. Sanat Tüccarı (Art Businessman) veya Ticaret Sanatçısı (Business Artist) olmak istedim. Hippi döneminde herkes, ticaretle uğraşma fikrini aşağıladı; ‘para kötüdür’, ‘çalışmak kötüdür’ filan demeye başladı. Oysa, para kazanmak sanattır, çalışmak sanattır; en müthiş sanat ticarettir” Andy Warhol’dan aktaran (Baudrillard, 2010: 58).

Burada öncelikle sanatın tarihi gelişiminde nasıl geliştiği ve sanat pazarı ile birlikte günümüze hangi aşamalardan geçerek taşındığını literatür taramaları ile irdedeceğiz. Sanat ve tüketim kültürü ortaklığını anlamaya çalışacağız. Sonrasında sanatın nasıl oluştuğu ve tarihsel gelişimini irdedeceğiz. Sanatın tarihsel süreçte hangi aşamalardan geçtiği ve dijital sanata kadar olan süreçte, hangi değişim ve yeniliklere uğrayarak bugünkü sürecine geldiğini anlamaya çalışacağız. Sonrasında bugün içinde bulunduğumuz post modern dijital çağda sanatın bu kültüre ne kadar dahil olduğunu ve tüketim kültürünün öğelerinden biri olup olmadığını araştıracağız.

Bu günkü dijital dünyada, Dijitalleşme ile birlikte oluşan dijital sanatın oluşumu, inceleyerek gelişimi ve dijitalleşmenin bir getirisi olarak dijitalleşen sanat pazarının gelişimini, farklı yılların karşılaştırmaları ile birlikte yapılan anket bulguları da kapsayacak şekilde gelişimini inceleyip geleceği hakkında fikirler edinerek sanat ve pazarın ayrılmaz bütünlüğünü ortaya koymaya çalışacağız.

Çalışmanın son bölümünde ise dijital teknolojiler kullanılarak üretilen sanat olgusu, gelişimi, geleceği ve dijitalleşen dünyanın getirisi olarak dijitalleşen sanat piyasasını bunun sanata yansımalarını, dijitalleşmenin sanat algısını değiştirip değiştiremeyeceğini, insanların dijitalleşen sanata bakış açılarını ve dijitalleşen sanatın geleceğinin nasıl olabileceği sanatçı deneyimlerine başvurularak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda nitel görüşme (qualitative interview) yöntemi kullanılarak; Türkiye ve dünyada tanınmış değerli sanatçılar; Tevfik Fikret Uçar, Gürbüz Doğan Ekşioğlu, Refik Anadol, Yücel Doğan ile görüşülmüştür. Sanatçılara dijital sanatın tanımı, üretimi, bilinirliği, sergilenmesi, saklanması, satılması ve piyasası hakkında sorular yönelterek alınan cevaplar doğrultusunda argumentative çözümler yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA SANAT, SANATIN YERİ VE PİYASASI

1.1.KÜLTÜR, SANATIN TÜKETİM KÜLTÜRÜNDEKİ YERİ

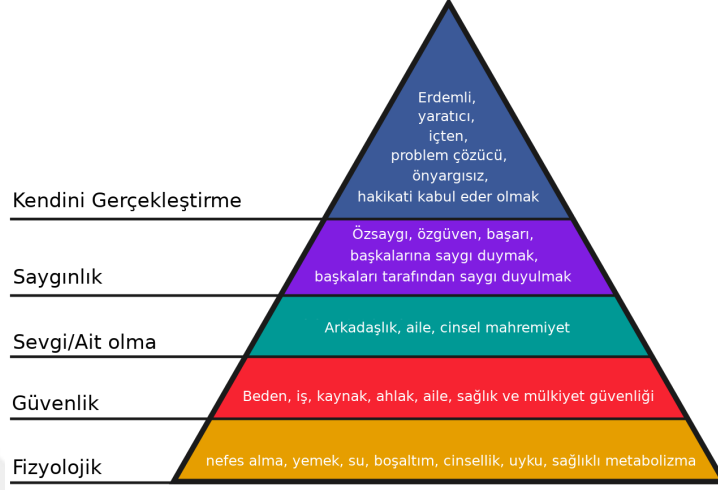
1.1.1.Kültür Nedir?

Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü(tdk,2020)

Doğan'ın aktarması ile; 'Tüm insanların estetik kaygıları olduğu; arzularının ve korkularının simgesel anlatımlarına duyarlılıklarının bulunduğu; toplumlarına ilişkin hem bilgilenmek hem arzularını gerçekleştirmek ve varsa, boş zamanlarını geçiştirirken alışlagelmiş günlük işlerinden kendilerini uzaklaştırmak isteyecekleri varsayımından yola çıkmıştır. Onun için her toplumun, üyeleri için sanat, eğlence ve bilgilenme sağlanması gerekmektedir. İnsanların kendileri yaratıcı olabilirler, geçici olarak yaratıcı tutabilirler ya da modern toplumda görüldüğü gibi, yaratıcı olarak yetiştirilmiş birinden medet umabilirler'(Gans, 2012: s. 10).

Maslow, bireyin kendini tamamlaması için pek çok ihtiyaca gereksinim duyduğunu belirtir. Ve sonrasında bunları kümeler halinde sıralayarak piramit şeklinde sunar. 1954 yılında 5 kademeli hiyerarşi gözeterek oluşturulan piramitte bireyin ihtiyaçlarını sıralar. (Eroğlu, 2010: s. 62). Kültürlenme insanın toplum içerisinde bireyin kendini gerçekleştirme ihtiyacıdır. Yaşamsal ihtiyaçlarını karşılayan insan toplum içerisinde varlığını daha çok göstermek için Maslow'un ihtiyaç hiyerarşisinden de yola çıkarak ihtiyacının en tepe noktası olan kültürlenme ihtiyacını

gerçekleştirmek ister. Kültürlenme ihtiyacını gerçekleştirirken yaşadığı dönem sosyal ve ekonomik durumu en büyük belirleyicileridir.



Şekil 1 Maslov'un ihtiyaç hiyerarşisi, 2020

https://tr.wikipedia.org/wiki/Maslow_teorisi

1.1.2. Tüketim Kültürü

Tüketim teriminin en yaygın kullanımı; tahrip etmek, harcamak, bitirmek ve israf etmek gibi anlamlar taşımaktadır. Tüketim kavramının en yaygın tanımı ise, üretilen mal ve hizmetlerin istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda kullanılmasıdır. Ancak tüketim kavramı günümüzde ideolojik bir formasyona bürünerek temel ihtiyaçların karşılanmasının da ötesine geçerek kimlik, statü ve haz elde etmenin bir aracı haline gelmiştir. (Kurşun, 2018)

Aydoğan'a göre; '19.yy'ın ortalarında yaşanan ekonomik gelişmelerle yaşanan siyasal, toplumsal, gelişmelerle tüketime dayalı kapitalist iş bölümünün oluşması, fabrikalarda örgütlenmelerin oluşması kitlesel üretimler, nüfusun kentlerde birikmesi iletişim teknolojisindeki gelişmeler, işçi kesiminin de oy verme hakkına sahip olması sonucunda, toplumsal yapıdaki ilişkilerin yapısı çözülmüş, egemen sınıf tahakkümünü

eşitlik, maddi refah, demokrasi gibi ideallerle meşrulaştırmış, toplumsal ilişkileri de buna uygun şekilde yönlendirmiştir' (Aydoğan, 2000: s. 82).

İkinci dünya savaşından sonra ihtiyaçların ve üretimin artması ile kapitalizm güç kazanmış ve dünyada oluşan ekonomik yapı ekonomiyi, siyaseti, kültürel yapıyı, yaşam tarzlarını etkilemeye başlamıştır. Tüketim olgusu dünyadaki yeniden yapılanma sürecinde tamamen kapitalizmin etkisinde kalarak değişime uğramıştır. Kapitalizm üretim süreçlerini güçlendirirken, tüketim alanlarını hedef almıştır. Üretimden arta kalan boş zamanların tüketim için kullanılmasını sağlamak amacıyla yeni ideolojiler, kanaatler, değer yargıları oluşturur. Hegemonik bir iktidara dönüşen kapitalizm, tüketim olgusunu çeşitli kültür araçları, medya araçlarını kullanarak toplumlara benimsetmeye çalışır (Aytaç, 2004: s. 116).

Kültür varlığı içerisinde üretici olmak tüketici olmaktan daha üstün görülen bir durum iken; *“Postmodernizm ile birlikte tüketim ekonomik bir problem olma niteliğini bütünüyle yitirmiş ve kültürel boyutuyla ön plana çıkmış (Featherstone, 2008) ve tüketilen şey, yalnızca nesnelere değil, göstergeler ve imajlar olmuş, hayaller, imajlar ve hazlar tüketim unsuru olarak önem kazanmıştır” (Bocock, 2009: S. 13).*

Senemoğlu'nun aktarması ile Douglas ve Isherwood'a göre tüketim fikrinin kendisi toplumsal sürecin içine yerleştirilmektedir. Tüketim sadece çalışmak ve bu çalışmanın sonucunda vardığımız nokta değil bir yaşam biçimi olmuştur. Başka insanlarla olan ilişkilerimizi düzenleyen ve ilişkilerimiz kurabilmemiz için bize sağladığı meteryallere sahip olmanın verdiği bir döngüde işleyen toplumsal sistemin önemli bir parçasıdır. Douglas ve Isherwood'a tüketimin, çalışmanın ve bütün kullanım dahilinde ki malzemenin toplumsal bütünden soyutlanamayacak kadar önemli bir yerde olduğunu soyutlanması dahilinde hayatımızın belirli bir kısmını anlama ihtimalimizin olmadığından bahsederler (Senemoğlu, 2017: s. 66-86).

Kapitalist sistem tüketimi arttırmak için çeşitli yöntemlerle insanın arzu ve ihtiyaçlarına odaklanır. Daha fazla tüketim için arzu yaratılır ve arzuların sürekli beslenmesi için sınırsız ihtiyaçlar yaratılır. Ve bu düzenin sosyo-ekonomik düzenin devamı için ve ilerleme için gerekli, olduğu savunulur. Tüketimin arttıkça büyümenin sağlanacağı farklılaşan ihtiyaçlar çoğaldıkça talebi karşılamaya yönelik üretimin artacağı ekonomiye katkı sağlanacağı anlayışı vardır. Ekonominin itici lokomotif

olarak tüketici görülür. *Bauman'ın dile getirdiği gibi, günümüzde "normatif düzenlemenin yerini yaratılan ihtiyaçlar, ideolojik aşılamanın yerini reklâmculuk almakta, yönlendirme ve baskının yerine ise ayartma kullanılmaktadır"* (Bauman, 2005: s. 89).

"Marx'ın savına göre, ihtiyaçlar aynı zamanda soyut bir hale gelmiştir: İhtiyaçların ortaya çıkması ve doyuma ulaştırılması metalara erişime bağlı oldukları için "tek gerçek ihtiyaç" aslında zenginliğin soyut formuna, paraya duyulan ihtiyaçtır. Kapitalist piyasa ilişkileri söz konusu olduğunda, paraya duyulan ihtiyacın giderilmesi ise, her şeyden önce bu ihtiyaç için döngüsel olarak bir teşvik unsurunun kaynağını oluşturacağı varsayılan yeni insan ihtiyaçlarının yaratılması ile mümkündür"(Marx, 2000: s.125). yeni ihtiyaçlar piyasa talebinin sağlanması ve kapitalist sistemde daha fazla karı oluşması için olmazsa olmazlardandır. Nesnelere nicelikleri arttıkça insan ihtiyaçlarının gerekliliği de artmakta, her yeni ürün yeni bir potansiyel yaratmakta böylece paraya olan ihtiyaç artmaktadır. Parasının gücü arttıkça yeni gereksinimler açığa çıkar ve daha fazla harcama yaparak daha fazla paraya ihtiyaç duyar. Modern sistem paraya ihtiyacı ve bunun sonunda tüketime ihtiyacı arttırmıştır. Modern sistem insanı değil sadece parayı ölçüt olarak insanı kendi varoluşundan uzaklaştırmıştır. (Marx, 2000: s.125- 6). Marx'ın önerdiği bir diğer nokta ise şudur: Kapitalist sistem tarafından ortaya konulan yeni ihtiyaçların hiçbir zaman doyuma ulaştırılmaması gerçeği aslında yabancılaşma sürecinin bir görünümüdür. Sistem insanlara boş vakit yaratmaz ne kadar çok çalışırsan o kadar fazla harcarsın mantığıyla hareket eder. Daha çok metaya sahip olmak için daha çok kazanmaları gerektiği hususunu insanlara empoze eder.

Tüketim denen olgu günümüzde kullanılan haliyle hiçbir zaman doyuma ulaşmayacak, sonu olmayacak bir şeye dönüşmüştür. Artık günümüzde tüketim ihtiyaç karşılayan bir nesne olmaktan çıkmış tamamen bir arzu nesnesi haline dönüşmüştür. Arzu ise sonsuz sayıda tahrike uğramaya müsait ve çeşitlenebilir yapıda olduğu için tüketim olgusu da sonsuz yapıda çeşitlenebilmekte sona ermeyecek bir eylem gibi insanları içine çekebilmektedir.

Tüketim bu haliyle hiç bir zaman doyuma ulaşmayacak, sonu olmayacak bir şeydir. Çünkü tüketim bir ihtiyaca denk gelmekten ziyade bir arzuya tekabül

etmektedir. Arzu ise sonsuz sayıda tahrike uğramaya müsait ve çeşitlenebilir olduğu için tüketim de çeşitlenebilmekte veya sona ermeyecek bir eylemiş gibi görünmektedir. Ayrıca 'Baudrillard'a göre tüketim hiç sona ermeyecek bir enerjiye sahip görünmesinin kökeninde, nesnenin, içinde dolaylı bir şekilde yer aldığı bu arzular evreninin insanı hep düş kırıklığına uğratması vardır. Çünkü nesneleşmiş bir göstergeye benzeyen arzu, kendini var eden dinamik süreci tüketim gösterge/nesnelere sistimli ve sınır tanımayan sahiplenme sürecine taşımaktadır' (Baudrillard: 2008: s.47).

Tüketim denen şey sınır tanımayan yok edici bir arzu nesnesi haline dönüşmüştür. Arzuladığımız nesnelere elde ettikçe daha büyük açlıklar ortaya çıkmış ve hep alma elde etme arzusu ile yeni açlıklar oluşturan bir döngüye girmiştir. Özgürlüğün ve özgünlüğün tüketimle sloganlaştırılmış ve 'tüketebildiğin kadar varsın' 'tüketebildiğin kadar tüket' 'kullan at' 'tüketebildiğin kadar özgürsün' anlayışı topluma empoze edilmiştir. Bu da insanı kendi maneviyatından ruhundan uzaklaştıran sadece meta olarak arzularını beslediği sürece kendini var edebildiğini düşünen kapitalist sistemde kaybolmuş toplumlar haline dönüşmüştür. Arzunun sürekli arzulanması sona ermeyecek bir tüketim çılgınlığına dönüşmüştür.

1.1.3.Kültürlenme İhtiyacı, Yüksek Kültür

"Kitle kültürü kapitalizm ile oluşmuş bir ürün olarak sanayileşme kentleşme ve modernleşme ile ortaya çıkmıştır. Kitle içerisindeki insan yerellikten çıkarak farklılıklarını kaybederek özgünlüklerini ve aynı koşullar içerisinde hareket etmek zorunluluğu ile özgürlüklerini kaybederek daha çok aynılaştırmış birbirlerine benzemeye başlamışlardır. Kitlelerin okuryazarlık oranları yükselse de sıradan veya düşük düzeyli ve seçici olmayan beğenilere sahip olurlar. Sanayileşme ile birlikte kapitalizmin tüketim kültürü yoluyla sunduğu imkanlar genişlemiş ve eğitim düzeyinin de artması ile alım değeri artmış ve insanlar daha önce yüksek kültür mensuplarının eriştiği imkanlara daha kolay erişebilir hale gelmiştir. İmkanların yaygınlaşması demokratikleşmeyi getirmiş ve buda toplumun zenginleşmesini sağlamıştır"(Özkul, 2008: s. 37).

Toplumun seçkin olmayan kesimi sınıflar ve katmanlar olarak ayrılır. Toplumun var eden kitle içerisinde yüksek beğeni kültürüne sahip bir gurup oluşmuştur. Yüksek beğeni kültürü estetik beğeni düzeyi gelişmiş aynı zamanda Maslow'un ihtiyaç hiyerarşisinde ki kendini gerçekleştirmesini yaşamış toplum içerisinde kendini bir yere koymuş ve kendini sınıflandırmış bir kesimi oluşturur. Estetik kavramını sadece 'güzel olanı aramak' olarak değil sadece algı ve duyum çerçevesi içinde değil aynı zamanda insanların kendilerini içerisinde ifade ettikleri kültürün, içeriğini seçtikleri zamanlarını geçirme biçimleri, ruhlarını ve entelektüel hislerini besledikleri pek çok şeyi içeren bir değerler dizini oluyor (Gans, 2012: s. 23). Kültür arasında yüksek ya da aşağı olarak ayırım olmaz sadece estetik olarak birbirlerinden farklıdırlar. Beğeni kültürüne egemen olan kesim yüksek kültürün patronları olarak gördüğümüz yüksek kesimdir. Alt ve orta kesim kültürü hayatın içinde eritip yaşarken, üst sınıf insanı beğeni kültürü kavramıyla kendini kültürü uygulayan insanlardan ayırır. Varlığını soyutlamak için kendi kültürünü var edip sunmaktadır. Gans'a göre; *"Bu soyutlama yalnızca çözümleme amacıyla haklı çıkartılabilir çünkü kültür, belki gidilip görülmeyen müzeler dışında hiçbir yerde, onu yaratan ve kullanan insanlar dışında var olmaz"* (Gans, 2012: s. 23).

Böylece toplum içerisinde oluşan kültür yaşayış şekli farklılaşarak bu da toplumsal bir sınıflamayı getirmektedir. Bu da alt, orta, üst düzey kültür gibi bir sınıflandırma oluşturmaktadır. Üst düzey kültür se tüketim toplumu içerisinde daha çok şeye ulaşabilen alt ve orta düzey kültürden kendisini yüksek estetik beğenisi ve sanat beğenisi ile ortaya koymaktadır. *Bu kullanım şekli günümüzde sınıf ile kültür arasında bir bağ kurarak ilişkilendirilmektedir. Örnek vermek gerekirse Amerika Birleşik Devletleri'nde yoksul ve orta gelirli insanların operaya gitme gücünün yetmediğini, girişi parasız olsa bile, daha varlıklı kimseler için tasarlanmış olan kültürel kurumlarda ki beğenileri huzursuzluktur"* (Gans, 2012: s. 24).

1.2. SANAT KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Sanat kelimesi Arapça "Sana'a" fiilinden türemiş bir kelimedir ve "üretmek-yapmak" anlamlarını taşır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde sanat "güzellik karşısında duyulan heyecan ve hayranlığı uyandırmak için insanın kullandığı yaratıcılık" olarak

tanımlanmıştır (TDK, 1969: 637). Sanatın doğuşu insanlığın doğuşu ile başlar. Genel olarak ise herhangi bir etkinliğin ya da işin yapılmasıyla ilgili yöntem, bilgi ve kuralların tümüne birden sanat denir(Sadık, 2018).

Ören'in aktarımı ile; Canlı cansız bütün canlılar için iletişim evrensel bir gerekliliktir. İnsan yaşam içerisinde topluluğa ihtiyaç duyan bir varlıktır zaman içerisinde iletişim süreci içinde olduğu diğer insanlar ve canlıları gözlemleyip deneyimleyerek el becerisi, dil kullanımı vs. gibi bir takım becerileri geliştirmiştir. Geliştirdiği becerileri ile doğa ile uyumu, iletişimi artmıştır. Etkileşimi artan insan bunu diğer bireylerle paylaşmıştır. İletişimi artan insan temel ihtiyaçlarını çözmeye başlamıştır, kendini ifade edebilmenin zenginliğini yakalamış ve böylece sanat alanında birtakım şeyler yapmaya başlamıştır. Gördüğü, yaptığı, yaşadığı şeyleri başka insanlara aktarmak, başka insanlarla paylaşmak istemiştir(Bilim Teknik, 2014: s.18).

İletişimi gelişen insan toplu halde yaşamaya başlar ve böylece yeni şeylere gereksinim duyar. İnsanın zorunlu ihtiyacını karşılaması için eşya yapmaya başlamasıyla sanat başlar. İnsanı diğer türlerden ayıran en önemli özelliklerden biri eşya sahibi olmasıdır. Giysiler, barınabileceği alanlar, taştan yapılmış pişirme kapları, av malzemeleri bunlardan bazılarıdır. İlk eşyaların yapılması iki buçuk milyon yıl öncesine kadar uzanır(Bilim Teknik, 2014: s.18).

Zorlu doğa koşullarında yaşayan insan duygularını vurgulamak için öncelikle dansı ve müziği keşfeder. Bu dans ve çıkarılan çeşitli sesler giderek ezgilere ve dinsel ritüellere dönüşür. Öte yandan avlanma ve kullanım araç gereci yapan insanların el becerisi giderek gelişmeye başlar. Yaptıkları bu eşyaları doğada gördükleri uyum ve ahengi taklit ederek daha estetik hale dönüştürmeye başlarlar. Mamut ve fildişinden süs eşyaları ve heykeller yaparlar. Bunlar sanatın ilk oluşumlarıdır. Kayaları kazarak, oyma yoluyla duygularını veya yaşadıkları şeyleri çizmeye başlarlar. Bunlar sonucunda renk kullanımını keşfederler. Daha sonraları yerleşik hayata geçen insan yaptığı eşyalarla yetinmeyerek o eşyalara renklerle, şekil ve çizgilerle ahenk katmış süs eşyaları olarak kullanmaya başlamıştır. Böylece sanat insanla birlikte gelişimini sürdürmüştür(Sivri, 2008: s. 15).

Sanat nedir sorusuna farklı cevaplar vardır. Halen günümüzde sanatın tanımı tek değildir. Herkese göre değişen yönleri olmuştur. Sadık'ın aktarmasıyla, Sanat nedir

sorusuna cevap verenlerden biri Clive Bell'dir. "Sanat eseri tamamen estetik beğeni oluşturan, çizgi, şekil ve renk unsurlarının ilişkileridir" demiştir. Collingwood'a göre ise "Sanat duyguların dışavurumudur." Ancak bu duygu sanat eseri oluştuğunda anlaşılır. Bir diğer önemli görüş ise Neo-Wittgenstein'ci Görüştür. Buna göre ; "Sanat açık bir kavram değildir ve tanımlanamaz. Sadece üzerine yapılan akıl yürütme ve düşünceler ile sanat eseri olup olmadığını anlayabiliriz." Aristoteles'e göre sanat "Doğru bir akıl yürütmeye dayanan ve insanın bir yaratış ortaya koymasını sağlayabilen yetenektir" Ancak tek bir "Kuramsal Görüş" vardır. Bu da George Dickie'nin "Sanat eseri bilinçli olarak insan eliyle yapılmış, belirli bir sosyal kurum olan Sanat Dünyası adına hareket eden, kişi ya da kişiler tarafından, bazı özellikleri hakkında fikir birliğine varılmış, özgün nitelikler taşıyan, beğeni kazanmaya aday objedir" görüşüdür(Sadık, 2018).

Sanat amacıyla veya estetik bir kaygıyla üretilmemiş olmasada, insanlık tarihinin ilk sanat eserleri kabul ettiğimiz heykeller, mağara ve kaya resimleri günümüzden 40.000 yıldan, uygarlıkların ve şehirlerin doğumundan öncesine dayanır. Günlük yaşamlarını, gördükleri, yaptıkları şeyleri kayalar üzerine çizerek tarihe not düşmüşlerdir(Dickerson, 2019: s. 37).

Sanat kelimesi çok zengin olmasına rağmen oldukça da karmaşık bir kelimedir. Bunun içinde; güzel sanatlar, süslemecilik, müzik, mimarlık, dans, hattatlık, heykeltçilik, üslup, eser, dekor, nakkaşlık, resim gibi pek çok kavram vardır.

Çünkü sanat eseri, sanatçısının ellerinde doğduktan sonra tamamen ondan ayrılır ve artık kendi başınadır. Kişilik kazanır, sembol haline gelir, bir hayat yaşar, duygu ve düşünceleri taşır veya yansıtır. Bir sanat eseri her zaman 'unique' yani eşsiz olmalıdır. Tabii kopya edilebilir ancak tekrarlanamaz(Sadık, 2018).

Sanatı ilerleten ve geliştiren de yeni çizim teknikleri değildir. Sanat insanla bir bütün olduğundan, insanın ilerlemesi gerektiğinde ilk adımı genelde sanat atmıştır. Dönemin tabularına, değerlerine ve sınırlarına başkaldırı olan sanatı ilerleten, içindeki yenilenme ateşidir ve sanat bu ateş sayesinde sürekli yenilik ve değişim halindedir. Başkaldırı, sanatın tablosunu saran göz alıcı çerçevesidir adeta ve sağladığı bu inkılâpçı tutum insanlığı da ileriye taşıyan en büyük araçlardan biri olmuştur(Ören, 2015: s. 211).

Bilimden uzak ilk insanlar yeni ürünler oluştururken zanaatten yaralanmışlardır. Bilimin ilerlemesiyle ilerleyen teknoloji sanattan yararlanarak yıllarca süregelen birikimlerini sanal ürünler elde etmekte kullanmaya başlamıştır. Günümüzde insanlık bilimi kullanarak doğayı anlamaya çalışırken bir taraftan da çevresiyle olan iletişimde teknolojiyi kullanarak duygu ve düşüncelerini daha etkili anlatmaya çalışmaktadır(Ören, 2015: s. 211).

Sanat kavramında ‘İnsan ve İnsan elinden çıkma’ gibi ifadelerinin altı mutlaka çizilmelidir. Gombrich’in ‘*Sanat diye bir şey yoktur aslında, yalnızca sanatçılar vardır*’ sözü önem kazanmaktadır. Çünkü insan olmazsa orada sanat diye bir şey yoktur(Gombrich, 2007: s.15) Dickerson ise ‘Sanat Dünyası’ diye bir ifade kullanıyor. Bu Dünya sanatçıları, sanat eleştirmenlerini ve sanatseverleri kapsıyor. Tüm bu sanat dünyasının ‘insan elinden çıkma’ bir eser hakkında ortak fikir birliğine sahip olmaları gerekiyor(Dickerson, 2019: s. 14).

“Eğer insan aynı duyguları diğer insanlara da yansıtabiliyor, onlarla paylaşabiliyorsa üstün bir sanat yapmış demektir. İnsanın içinde kaynayan duyguların satırlar, renkler ve ilişkilerle ortaya konmasına sanat etkinliği adı verilebilir. Sanat insandan kaynaklanan bir etkinlik olarak algılandığında insanın deneyimlerinin tepkilerle dışarı vurulduğu görülebilir”(Tolstoy, 1996: 92-93-94).

Burada diğer bir altı çizilecek kelime ise ‘Özgün’. Her sanatçının kendi stili-üslubu, izleyicinin aradığı ve önem verdiği bir şeydir. Özgün üslubu Sanatçıyı sevmemizi ya da sevmememize neden olan en önemli özelliklerinden biridir. Aynı dönemden ya da aynı sanat üslubundan olan sanatçılar kendi tarzlarını belli ederek diğer sanatçılardan farklı olmaya çalışmaktadırlar.

1.2.1.Sanatın İlk Ortaya Çıkışı

Peki sanat tam olarak nasıl ve ne zaman ortaya çıktı? Bunu söylemek maalesef neredeyse imkansız. ‘İnsan nasıl ve ne zaman konuşmaya başladı?’ sorusu kadar karmaşık, eski ve bilinmez bir sorudur(Dickerson, 2019: s. 15).

Sanat insanlığın var oluşundan beri var olduğunu biliyoruz. İlk çizimlerin mağara duvarlarına taşlara yapılmasıyla başlatılan sanat serüveni her çağın gereklerine göre şekil almış ve gelişerek günümüze evrilmiştir. İlk sanat milattan önce antik dönemlerde primitif toplumlarda paleolitik (Antik Taş, insanların henüz taş çağında mağaralarda yaşadığı o uzun ve gelişimin çok yavaş olduğu dönemlerdir.) ortaya çıkmıştır. (Sadık, 2018) Bu çağda henüz insanlar avcılık ve toplayıcılıkla geçinirler ateş vardır. Fakat mağaralarda yaşarlar ve mağara duvarlarına resimler yaparlar.

İlk çağlarda yaşayan insanlar mağara duvarlarına avlanmalarını, korkularını, heyecanlarını, mutluluklarını çizmişlerdir. Mağaraların duvarlarına yapılan resimlerle sonrasında zamanla bu çizimlerin artık bir inanç sistemine dönüştüğünü 4-5 metre yüksekliğinde yaralı hayvanlar çizip, çizimlerin üzerlerinde kendi el izlerini bıraktıklarını görüyoruz. Bunların anlamı şuydu, o dönem insanı hayaline sahip olabildiği şeyin kendisine de sahip olabileceğine inanmaya başlamıştı. Sonraları doğurganlığı temsil eden kadınları ve süs eşyalarını üretmeye başlayacak insan geliştikçe sanatı da geliştirecekti. Sanat bir ihtiyaçtan, bir ritüelden, veya bir büyü ayininden doğarak uzun yıllar boyunca nesnelere süsleme aracı olarak kullanılır.(Gönülal, 2009)

Tıpkı Güney Fransa'daki Laxcaus mağarası gibi yaklaşık MÖ 15.000 de yapıldığı düşünülen bu mağara resimlerinde 600 ün üzerinde resim keşfedilmiş ve gerçeğine çok benzer 1500 kadar at, sinek, boğa, geyik resimleri resmedilmiştir(Dickerson,2019:36).



Şekil 2: Güney Fransa'daki Laxcaus Mağarası,2021.

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Lascaux>

Neolitik (Yeni Taş Devri). MÖ 6000'den MÖ 2000'e kadar uzanır. Bu dönemde insanlar yerleşik hayata geçmişlerdir bitki ve hayvanları evcilleştirmişlerdir. Duvar resimleri ve petroglifler ile devam etmiştir. İlkçağ uygarlıkları sanatı dinsel etkilerle ya da günlük yaşayış tarzlarını yansıtmak amaçlı kullanmışlardır. İlkçağ sanatında Mısır, Mezopotamya, Uzakdoğu, Yunan ve Roma etkilidir. Antik doğu sanatı da MÖ. Antik doğu mısır sanatı ile devam etmiştir. Mısır uygarlıkları tapınaklar ve mezar mimarileri inşa etmişlerdir. Mısır sanatında perspektif yoktur. Yan duran figürlerde göz cepheden resmedilir. Resimler 2 boyutludur(Kemal, 2020).



Şekil 3: Duvar parçası; yaklaşık MÖ 1976–1794; boyalı taş; yükseklik: 30 cm, 2020. https://tr.wikipedia.org/wiki/Antik_M%C4%B1s%C4%B1r%27da_sanat

Antik doğu sanatında öne çıkan uygarlıklar Sümer, Babil, Asur, Urartu, erken İran sanatı, Stella Hammurabi Hitit Sanatı öne çıkar. Daha çok mimari ve Tapınak sanatları gelişmiştir. Sümer dönemi sanatı. Gudea heykeli. Yeni Asur krallığı sanatı. Sargon II, Ashshurnatserpala sarayları, asma bahçeleri, Marduk-Etemenanka zigguratları dikkat çeker. Urartu sanatı. MÖ. 6 -5 yy. Yeni Babil krallığı. Kapı İhtar gibi sanat figürlerine rastlarız(Kemal, 2020).

Antik ege de felsefe oldukça gelişmiş ve buda sanata yansımıştır. İlk kez Antik Yunan düşünürlerinin sanat kuramında Mimesis kavramı sanatı, bir kültür belirleyicisi

olarak kategorileştirip sorgulamaya, değerinin ne olduğuna dair sorular sormaya başlayarak sanatı felsefi bir boyuta taşımaya başlarlar(Dickercon, 2019: s. 67).

Yunan sanatı batı sanatının temellerini oluşturduğu düşünülen sanatı ve mimariyi oluşturmuştur. Yunan sanatı birkaç döneme ayrılarak incelenir. Bunlar Geometrik, Arkaik, Klasik ve Helenistik dönemler. Antik ege sanatları resim sanatının önemli bir kısmını oluşturur. İlk eserler Girit Adası bölgesinde bulunur. Saray motiflerinde figürlü freskler görülür. Girit Miken sanatı, Yunan Arkaik. Korint Apollon Tapınağı, Yunan klasikleri. Atina Akropolisi, Helenistik Yunanistan sanatının izlerini görürüz. MÖ. 1-4 yüzyıl Roma İmparatorluğu'nun sanatında yunan sanat gelenekleri devam etmiştir. Pompeii duvar resimleri. Augustus, Sezar, Kolezyum, Roma hamamları, Maxentius Bazilikası heykelleri. Dikkat çeker. En çok mimari alanda eserler vermişlerdir(Kemal, 2020).

Uzak Doğu sanatında yoğun bir simgecilik görülür. Çin Seddi ve İmparator Qin'in pişmiş topraktan yapılmış ordusu dikkati çeken yapılarıdır. Budizm manastırı ve dini görüşün etkilemesiyle gelişen kaligrafi, şiir, manzara resmi, antik törensel bronz kaplar görülür(Dickerson, 2019: s. 36).

İslam sanatına baktığımızda daha çok mimarinin geliştiğini görürüz. İslam dininde puta tapmak yasaklandığı için daha çok mimari, süsleme sanatları ve yazı sanatı gelişme göstermiştir. İslam sanatında eserin güzel olabilmesi için simetrik bütünlüklü ve dengeli olması gerekir. İlave bir özellik olarak hayret verici olması, incelikli ve ayrıntılı olmasına dikkat edilir. Medreseler, çeşmeler, hanlar, hamamlar İslam mimarisidir. Tasvir ve figürün din içinde yasak olmasından dolayı duvar halıları, metal işler, hat sanatı, tezhip, minyatür, çinicilik, gibi figüratif sanatlar gelişmiştir (Dickerson,2019: s. 92).

İsa'nın doğumundan 312 yılına kadar geçen döneme, Erken dönem Yahudi ve Hristiyan Dönemi denir. İsa'nın doğumuyla Hristiyanlık Roma imparatorluğunda yayılmaya başlar. 4.yüzyılda Hristiyanlık, Büyük Konstantin tarafından devletin resmi dini olarak kabul edilir" (Şişman, 2011: s. 111). Hristiyanlığın gizli gizli yayılmaya başladığı MS I. yüzyıl ile çeşitli ülkelerce resmî din olarak kabul edildiği MS 4. yüzyıla kadar geçen süre içinde ortaya çıkan sanata Erken Hristiyan sanatı denir. Erken

Hristiyan sanatı, Roma sanatı ile ilişkilidir ve Romalıların egemen oldukları topraklarda (Anadolu, Yunanistan, Mısır, İtalya gibi) ortaya çıkmıştır.

Erken Hristiyan dönemde Hristiyan inancının anlatım biçimleri ve eski Roma betimlemeleri bir arada kullanılmıştır. Catacomb boyama – Santa Constanta Türbesi, Roma, Santa Maria Maggiore Bazilikası mozaik, Rivne Vaftizhane erken Hristiyan dönemi eserleridir.

Ms. 313 yılında Milano Fermanı ile Hristiyanlara ellerinden alınan tüm hakların Roma İmparatoru Konstantin tarafından verilmesiyle birlikte Bizans sanatında önemli gelişmeler olmuştur. Bu tarihten sonra ortaya çıkan sanat Bizans sanatıdır. Bizans dönemi eserlerindeyse hem doğudan hem de batı sanatından etkilenildiğini görürüz. Zengin süslemelerle bezeli parlak renkler, tezhipler, ikona resimler ve anıtsal mimari eserler yer alır. Justinian dönemi Antik Yunan ve Roma'nın etkisini görürüz. Fakat bu dönemde öne çıkan kendine özgü bir sanat oluşur "İkon" sanatı. Kilisenin hizmetinde olan Bizans Sanatı, bir imparatorluk sanatıdır. Bezemelere önem veren dekoratif bir sanattır. Eserlerin din amaçlı yapılmasından dolayı, sanatçıların eserlerine imza atmadığı, isimsiz sanatçıların olduğu dönemdir(Dickerson,2019: s. 88).

Farklı coğrafyalarda gelişen sanat bizlerin sanatın gelişimini görebileceğimiz pek çok yapı bırakmıştır. Genellikle dinin etkisiyle gelişen sanat ortaçağa gelindiğinde Rönesans'ın etkisiyle dinin boyunduruğundan çıkmaya başlamıştır.

1.2.2.Ortaçağ Avrupa Sanatı Ve Rönesans

Ortaçağa gelindiğinde toplulukların çoğu tek tanrılı dinleri benimsemeye başlamıştır. Bunun sonucunda da dinler toplumların yaşayışına yön veren en önemli düşünce olmuştur. Sanatta bu durumdan nasibini alır. Dinin gölgesinde gelişmeye başlar. Bu dönemlerde Roma ve Antik Yunan sanatı ön plana çıkar, klasik diyebileceğimiz bu sanat tarzı batı sanatını yüzyıllarca etkilemiştir.

IV. yüzyılda Doğudan batıya doğru yer değiştiren büyük topluluklar devletlerin yıkılmasına ve büyük göçlere neden olmuşlardır. Kavimler Göçü denen bu olay

Avrupa'nın siyasi, sosyal ve kültürel yapısında önemli değişikliklere neden olmuştur. Roma imparatorluğu sona ermiş, Germen ve Hristiyan unsurlar kaynaşmış, batıda feodalite ve skolastik düşünce etkili olmaya başlamış ortaçağ uygarlıklarının temeli atılmıştır. Kiliseler siyasi ve toplumsal açıdan baskın olmaya başlamıştır. Bu dönemde skolastik düşünce tarzı oluşmuştur. Skolastik düşünce; Kilisenin tek doğrunun İncil'deki bilgiler olduğunu savunarak özgür düşünce ortamına izin vermemesidir. Avrupa'da yaklaşık 100 yıl süren bu dönemde kilise dini kendi çıkarları için kullanmıştır. Her yerde etkinliğini sürdürdüğü gibi kilise bu dönemde sanat üzerinde de büyük bir güçtür. Feodalite ve skolastik düşünce çerçevesinde sanat yapılmış eserlere sanatçılar imza atamamışlardır. Pek çok kilise ve manastır inşa edilmiştir(İbrahimgil 2015: s. 94)

Roma sanatı on bir on ikinci yüzyıllarda ön plana çıkan sanat olmuştur. **Roman Sanatı**'nın doğuşunu hazırlayan etken, kiliseyle devletin bir sanat yarışına girmeleri olmuştur. Savaşlar ve saldırıların çokça yaşandığı bu dönemde insanlar korunmak amaçlı küçük pencereleri olan süslemesi yok denecek kadar az nitelikte büyük yeryüzü kiliseleri yaparlar. Dinin çok güçlü olduğu bu dönemde sanatçılar kiliselerin hesabına çalışır. Kiliseler sanatın koruyuculuğunu yapar. Dinin etkisiyle dini mimari yapılar görülür bu yapılar eski dönem bazilika planına göre uygulanır. Roman sanatında heykel ve mimari bir aradadır. Manastır, Şapel ve katedraller ön plana çıkar. Tamamen Skolastik düşünce hakimdir(İbrahimgil 2015: s. 89)

XII. yüzyılın ortalarında Fransa'da büyük bir Avrupai bir üslup olarak **Gotik Sanatı** ortaya çıkmıştır. Ortaçağın baskıcı tutumundan birazda olsa uzaklaşmaya çalışılmış, varlıklı ve güçlü yeni kişilerin ortaya çıkması ile yeni bir sosyal sınıf oluşmuş ve bu da sanatta etkilerini göstermiştir. Avrupa da görülen Gotik mimari Sivri kemerler kullanılmış devasa yüksekliklere ulaşılmış, ince duvarlarla örülmüş, devasa vitraylar kullanılmış, gerçekliğe yakın heykellerle süslenmiş devasa yapılardır. Gotik mimari 15. Yüzyıl sonlarına hatta 16 yüzyıla kadar etkinliğini sürdürmüştür. Resimlerde ise gerçeklik algısı ön plandadır daha önce görüşmemiş bir derinlikle işlenir(İbrahimgil 2015: s. 92)

Avrupa'da baskıdan bunalan halkın farklı arayışlara yönelmesi kentlerin gelişimi, kalkınan Avrupa ekonomisi, zengin hamilerin sanatçılara güçlü destek

sunması, sanat edebiyat ve bilimde büyük gelişmeler yaşanması ile 15 ve 16. Yy ilk yarısında gerçekleşen gelişmelere **Rönesans** denir. Kelime anlamı olarak “yeniden doğuş” anlamına gelir. İlk olarak İtalya’nın Floransa şehrinde görülmüştür. Daha sonra bütün Avrupa kıtasına yayılmıştır(Sadık, 2017).

Ortaçağın skolastik düşüncesinin katılığı toplumda ve özellikle bilim adamı ve sanatçılarda tepkilere neden olmaya başladı. Büyük baskı altında olan sanatçılar kiliselerden bağımsız daha özgür çalışma isteği duyuyorlardı. Bu gibi nedenlerle ortaya çıkan Rönesans sonrası sanatta büyük gelişmeler oldu. Sanatçılar kendi yapıtlarına daha önceleri imza atamıyorken artık imza atmaya başladılar. Tabiata ait desenleri çalışmalarına yansıtmaya başladılar(Winegard, 2019: s. 10)

Rönesans resim sanatında aslına uygun gerçekçi resimler yapmak için ressamlar uğraşmışlar ve bunun sonucunda perspektifi keşfetmişlerdir. Heykel de anatomi incelemeleri yapılmış ve daha gerçekçi oranlara sahip çalışmalar ortaya konmaya başlanmıştır. Rönesans’la birlikte altın oran kullanılmaya başlanmıştır. Rönesans sanatçıları, altın oranı tablolarında ve heykellerinde denge ve güzelliği elde etmek amacıyla sıklıkla kullanmışlardır(İbrahimgil, 2017:s. 101)

Bilimsel bilginin gelişmesiyle doğanın kontrol edilebileceği fikri doğmuş ve böylece doğaya hükmedilebileceği düşüncesi gelişmiştir. Bilimsel bilgi gelişmiş böylece teknoloji gelişmiş ve sanayileşmeye doğru yol açılmıştır. Dünyadaki bu gelişmeler insanların dini öğretilerden sıyrılarak bu dünyaya daha çok odaklanmalarına neden olmuştur(winegard, 2019: s. 12).

Rönesans sanatçılarının özgürleşmesi ile birlikte farklı sanat tarzları oluşmaya başladı ve bununla birlikte sanat piyasasının oluşumu da hızlandı. Sanatçılar artık yaptıkları çalışmalarını satabiliyorlardı. Bunun yanı sıra sanatçılar dinden özgürleşmeler de sanat çevresini uzun bir süre aristokratlar belirlemeye devam ettiler. Bu gelişmelerle birlikte sanat akımları çeşitlenmeye başladı. Maniyerizm (Aşırı Üslupçuluk), Barok, Rokoko gibi akımlar oluştu.

Rönesans tan sonra güçlü etkileri olan barok dönemini görürüz fakat ikisi arasında geçiş dönemi olarak kabul edilen **Maniyerizm (Aşırı Üslupçuluk)** da 1520_1580 yılları arasında Avrupa da etkisini göstermiştir. Klasik kurallara karşı

çıkılmış yeni arayışlara yönelmiş bir akımdır. . Rönesans ta görülen uyumlu oranlara sahip ölçülü eserlerin yerini bozuk, havada uçuyor hissi veren orantısız şekilsiz eserler alır. Yapmacılıktan, gariplikten, ikilemlerden faydalanırlar, aşırılıkları yansıtırlar. Kalıplardan sıyrılma eskiden farklılaşmak adına kişisel yorumları, serbest kendine özgü yenilik arayışları vardır ve bilinçli deformasyon en önemli özellikleridir(Arkhe, 2021).

16. Ve 18. Yüzyıllarda Avrupa da önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Çok sayıda bilimsel keşif yapılmıştır. Bu gibi gelişmeler **Barok** sanatını şekillendirmiştir. Barok kelimesi “kusursuz inci” anlamına gelen “barocco” kelimesinden gelir. Rönesans’ta var olan mükemmellik ve dengeden yoksundur(Dickerson, 2019: s. 177).

Barok resimlerini Rönesans resimlerinden ayıran etki genel dramatik etkidir. Barok resimleri genellikle hatları belirgin köşegenler, açık ve koyu renk tonları arasında yoğun kontrastlar ve süslü dekorasyonlarla işlenir. İtalya da doğmuş ve gelişerek bütün Avrupa’ya yayılmıştır. Barok sanatında abartı, ihtişam, gösteriş ve heyecan ön plandadır. Bunun sonucunda abartılı, ihtişamlı, büyük mimari yapılar ortaya çıkmıştır. Resimlerde duygular çok vurucudur. Resim sanatında gölgeler çok önemli bir yer tutmuştur(Dickerson, 2019: s. 196).

Barok sanatında heykeller adeta uçar gibi hareketli yansıtılmıştır. Durağan figürlere yer verilmez. Natürmort resimler işlenir.

Mimari yapılarda abartı, ihtişam büyüklük ön plandadır. Mimari yapıların düzensiz çizgiler, girinti çıkıntılar, deforme yapılar oluşturulmuştur. Dinamik ve hareketli görünüm mimari yapılarda da görülür. Barok sanatının çok belirgin ayırt edici bir yanı vardır(İbrahimgil, 2015: s. 107).

Yüksek ölçüde süslü, dekoratif tarzıdır. Kıvrımlı formlar, pastel renkler, fantezi veya heves unsurlarıyla nitelendirilen sanat dalına **Rokoko** adı verilmiştir. 18. Yüzyılda Avrupa’da yaygınlaşmış, resim, mimari, edebiyat, müzik ve diğer sanat dallarında kullanılan kendine özgü bir tarzıdır. Rokoko kelimesi deniz kabuğu ve çakıl süslemelerini betimlemekte kullanılan “Rocaille” kelimesinden gelir(Dickerson, 2019: s. 177). Rokoko öncelikle birleşik bir tarz olarak Paris’te gelişmiş ve üst-orta sınıfın yükselişiyle ilişkilendirilir. Özellikle mobilya, porselen ve gümüş süslemelerde

estetik bir şekilde kendini gösteren bu tarz da renkler pastel tonlardadır. Çoğunlukla kıvrımlı hatların kullanıldığı genelde iç mekan üslubu olarak kullanılır. Aynalar en belirgin objeleridir(İbrahimgil, 2015: s. 107)

18. yüzyılda yeniden klasik dönemin canlanması yaşanır bu döneme Neoklasisizm, denir. Barok ve Rokoko tarzlarının yapaylığına bir tepki ve Antik Çağ sanatına karşı yeni bir hayranlık başlamıştır. Bunda Roma harabelerini görmek için İtalya'ya giden sanatçı ve aristokratların etkisi olduğu gibi Yunanistan'da yapılan Pompei kazılarının da etkisi vardır. Bunlar sonucunda çıkan klasiğe geri dönüş yani Neoklasisizm kısa sürede heykel, resim ve mimarlık sanatlarını etkisi altına almış, klasik sanat anlayışı yeniden canlanmış, klasik sanat formları yeniden yorumlanmıştır(Dickerson, 2019: s. 204). Klasik heykeller Rokokonun süslü stilinden oldukça uzak yalın, heybetli duruşları olan heykellerdir. Genelde miteolojik öykü kahramanları, dönemin tarihine yön veren önemli kişiler ve tarihî olaylar işlenmiştir. Neoklasisizm sadece sanatsal etkisiyle kalmamış felsefi düşünce ve siyasi değişimleri de etkilemiştir(İbrahimgil, 2015: s. 113)

Rönesans'la başlayan sanatta özgürleşme ve farklı olanı arama çalışmaları sanatı zenginleştirmiş ve günümüz sanatının temellerinin oluşmasını sağlamıştır.

1.2.3. Modernizm, 19.Yüzyıl Sanat Akımları

19. sanayinin gelişmesi ile birlikte buharlı makinelerin gelişmesi, ticareti etkilemiştir. Yaygınlaşan ticaret ağı, sanayinin gelişimi, sanayinin gelişimi ile birlikte şehirlerin gelişimi, şehirlerin gelişimi ile kırsaldan insanların şehirlere göç etmesi, sanayide çalışan hayatlarının belirli zamanlarını tamamen çalışarak geçiren bir sınıfın oluşması. Sanayinin gelişmesi ile birlikte üretilen malların pazarlanma ihtiyacının artması ve bu nedenle de vitrinlerin, dükkanların çoğalması ve çoğalan dükkanlarla birlikte orta sınıfın zenginleşmesi birbirine bağlı böyle pek çok zincir nedeni ile farklı bir kültürün ve yaşam şeklinin ortaya çıkması sanatı da farklılaştırmıştır(Winegard, 2019: s. 15-18)

19. yüzyılda şehirlerde yaşayıp çalışan insan topluluklarının kendi iş akışına göre değil hayatlarını çalıştıkları işlerin akışına göre belirler olmuşlardır. Hayatlarının belirli günlerini iş dışında geçiren kesim seyahat etmek, alveriş yapmak ihtiyacı duyar. Tam da burada üretilen ürünlerin insanlara pazarlanması ihtiyacı ortaya çıkar. Daha çok üretim daha çok tüketimi doğurmuş bunun sonucunda da daha büyük fabrikalar, pasajlar, daha çok vitrin alanına ihtiyaç duyulmuştur. Şehirlerde aynılaşan insan yaşamları kendini diğer insanlara gösterme farklılaşma çabasıyla tüketime itmiştir. Bu durum sanat pazarını da etkilemiş sanat ürünleri kendini göstermek isteyen orta sınıfın bir meta haline dönüşmüştür. Sanayi ve ticaretle zenginleşen orta sınıf estetik beğeniyi belirler hale gelmiş ve bunun sonucunda sanat sarayların ve burjuvazinin dışına çıkmış evlere girmiştir(Winegard, 2019: s. 15-18).

1791 yılında Fransız devriminin etkileri ile birlikte bireysel özgürlüğünü kazanmış sanatçılar ifade özgürlüğünü sanata yansıtabilmişlerdir. Endüstriyel alanda yaşanan hızlı gelişim ile oluşan yeni modern anlayış kavramı ile yüksek sanat değerleri arasında çatışma oluşmuş ve devrimci ve yenilikçi yeni sanat akımlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Özellikle 19. Yüzyılın ikinci yarısından sonra pek çok yeni buluş gerçekleşmiştir. Teknolojide ve bilimde büyük gelişmeler olmuş bunun sonucunda sanayi çok gelişmiştir ve bu döneme endüstri çağı denmiştir. Teknolojik gelişmelerin büyük bir hızla oluşması toplum düzenini sarsmış, alışık olmadığı bir düzene sürüklemiş ve buda toplumu bunalıma itmiştir.

“Arnold Hauser bu konuda şunları söylemiştir: Çünkü teknolojinin hızla gelişmesi, moda ve alışkanlıkların daha çabuk değişmesine neden olduğu gibi estetik beğeni değerlerinde de hızlı değişimlere yol açar. Bu hız, genellikle, yenilik için anlamsız, verimsiz ve delice bir istek duymaya ve sırf yenilik olsun diye durmadan yeni olanı isteyip huzursuz bir yaşam sürmeye neden olur”(Hauser, 1984: s. 351).

19. yüzyılda yaşanan hızlı değişimler teknolojinin ve sanayinin artışı kapitalist sistemi doğurmuş ve böylece insan yaşamı değişmeye başlamıştır. Kapitalist sistem insan yaşamını aynılaştırmış standartlaştırmaya yöneltmiştir. Teknolojinin çok gelişmesi insan yaşamını etkilemiş ve toplum içerisindeki rolünü değiştirmeye

başlamıştır. Bütün bu yenilikler sanat ve kültür alanını da etkilemiş ve bu alanda hızlı değişimler yaşanmıştır. Sürekli yeni düşünceler üretilmeye başlamış “*Böylece felsefeye ve sanatsal olana yönelik değerlendirmelerin değişim hızı da değişen modanın hızına ayak uydurmak zorunda kalır*” (Hauser, 1984: s. 351). İletişim araçlarının gelişmesi, aynı zamanda baskı tekniklerinin de gelişmesiyle gazete ve dergilerin seri şekilde üretilmesine aynı zamanda reklam sektörünün de gelişmesini sağlamıştır. Dünyada oluşan bu hızlı değişim yeni fikirlerin ve yeni sanat akımlarının ard arda çıkmasına neden olmuştur (Ataseven, 2018: s. 1021-1030).

19. yüzyılda sanayi devriminin getirdiği buhranla birlikte pek çok büyük çaplı toplumsal isyanlar oluşmuş ve güçlü düşünürler tarafından bu isyanlar desteklenmiş yeni düşünceler oluşmuş ve bu düşünce oluşumlar sanatı etkilemiştir. 19. Yüzyılda gazetenin de yaygınlaşması ile birlikte sanat eleştirmenleri oluşmuş ve sanat üzerinde çok da etkileri olmaya başlamıştır. Rönesans ta sanat hamilerinin yerlerini müze ve sanat galerileri almaya başlamıştır. Müze ve sanat galerileri kamusal ticarethaneye dönüşerek Rönesans taki patronaj sisteminin yerini aldılar (Dickerson, 2019: s. 220).

“ (...) Fransız Devrimi moderliğe karakteristik biçim ve bilincini -akla dayalı devrim kazandırdıysa, Sanayi Devrimi de maddi tözünü sağlamıştır (...) Tarih, ilerleme, hakikat ve özgürlük, akıl ve devrim, bilim ve sanayicilik, modernliğin büyük anlatılarının ana terimleridir (...) Modernist eğilimler ise kendilerini yalnızca sanat alanında değil, felsefe, psikoloji, toplumsal ve politik düşüncede de ortaya koymuşlar, moderniteye ait akılcılık, pozitivizm ve yararçılık çizgilerine saldırmışlardır” (Kumar, 1999, 103-106).

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte fotoğraf ve baskı makinaları geliştirilmiştir. Fotoğraf makinası ile birlikte sanata farklı bir alan katmış ve farklı bakış açıları kazandırmıştır. Baskı makinalarının gelişmesi ile de sanat objeleri çoğaltılabilir olmuştur. Çoğaltılabilir olması ile sanat sıradanlaşmış ve meta haline dönüşmüştür. Sanat artık biricikliğini kaybetmiş bir meta nesnesi olarak büyük bir Pazar payına sahip olmuştur.

Sanatın yaşadığı hızlı değişim aynı zamanda sanatın ne için, kim için yapıldığı gibi tartışmalara neden oldu. Bu tartışmaya ilk kez Fransız düşünür Victor Cousins katıldı ve “*sanat sanat içindir*” tabirini kullandı. Bu tanımla sanata estetiğin

“sanatın güzellikten başka gayesi yoktur” görüşüyle yaklaşmış oldu. Bir kısım bu tanımı benimsemiş olsa da karşı çıkanlar da oldu. Karl Marx sanatın toplumdaki yerinin büyük olduğunu, insanlara ve böylece topluma etki edebilme gücü olduğunu, toplumsal sınıfın bir yansıması olduğunu ve siyasi açıdan büyük kitleleri etkileyebileceğini değişimlere yol açabileceğini savunanlardandı.(Winegard, 2019: s. 18-20)

Plekhanov, maddi yaşamın gereksinimlerinden dolayı, sanatın ekonomi ile bağlantısını savunmuştur ( ndin, 2009: s. 75). Sanatı biçimlendiren toplumdaki egemen sınıftır. On sekizinci yüzyılda aristokrat beğenisi hakimken, sanayileşmeyle burjuvazinin egemen sınıf haline gelmesi beğeniye değişirmiştir. (Winegard, 2019: s. 20)

“Modern dünya ve hayat üç alanda akılcılaştırılmıştır: Nesnel bilim, evrensel ahlak ve hukuk; özerk sanat. Neyin doğru, neyin iyi ve neyin güzel olduğu, bu alanlar arasındaki toplumsal ve entelektüel işbölümü çerçevesinde tanımlanır. Ancak, aynı akılcı bilgi şeması bağlamında sanat akılcılıktan muaf tutulur veya başka deyişle „akıldışı“ sanata havale edilir. Hatta giderek Romantizmin yükselmesi ve 19. yüzyılın sonlarında modernizmin belirmesiyle birlikte, sanata tanınan bu özerklik akla karşı bir örgütlenmeye dönüşür” (Artun, 2006: s. 168-170).

Bu yaşanan hızlı değişimler yeni akımlar oluşturmuş sanatçı kavramını değişirmiştir. Bu ağda aydınlanmanın yarattığı akılcı düşünce yapısına tepki olarak **Romantizm** gelişmiştir. Akılcılığın yerine duygu ve öznelliği vurgulayan düşünsel, kültürel ve sanatsal bir hareket olarak ortaya çıkmıştır. 18. İnci yüzyılın ortalarında doğup 19. Uncu yüzyılın ortalarına kadar ilgi gören bir akım olmuştur(Dickerson, 2019: s. 219).

Romantizm”de doğaüstü, düşsel, esrarengiz ve egzotik olanın  ne çıkarıldığı aktarılmaktadır. Romantizm”de, kendi çağını yeni bir başlangıç ve sınırsız olanaklar zamanı olarak gören ütopyacı bir anlayış yer almaktadır(Claudon, 1988: s. 9-24). Romantizm akımında insan ve insanın idealleri, düşleri ön plana alınmış ve bunlar cesurca sergilenmiştir. Bu yönüyle 19. Yüzyılda oluşan “Avangard” akımına öncülük etmiştir.

Romantik dönem Neoklasisizmle aynı zamana denk gelir bu dönemde geçmiş akımlara yeniden bir ilgi de başlar bunlardan biri özellikle İngiltere yerli mimarisinde etkili olan “Gotik Uyanışa” ilham veren ortaçağ edebiyatı, sanatı ve mimarisine yeni bir ilgi başlar. Yeniden popülerleşen bu ortaçağ sanatı, edebiyat ve şiiri giderek popülerleşir. 18. Ve 19. Uncu yüzyıl mimari hareketlerinden olan gotik uyanış da düzensiz, akıp giden çizgiler, bitmemişliği anlatan bir üslup, esrarengiz ve romantik bir anlatımla buluşmuştur. Romantizm sadece görsel sanatlarda ve mimari de değil aynı zamanda müzik ve edebiyatta da etkisini göstermiştir(Dickerson, 2019: s. 220).

19. yüzyılın ortalarına doğru Romantizm akımı etkisini yitirmeye başlar. Romantizm etkisini yitirirken realizm etki etmeye başlar bir süre etkisini gösteren realizmden sonra yüzyılın sonlarına gelindiğinde psikolojinin de etkisinin görüldüğü emprosyonizm ve post-emprosyonizmi görürüz(Dickerson, 2019: s. 220).

19. yüzyılın ortalarında **Realizm(Gerçekçilik)** akımı doğmuştur. 19. Yüzyılda teknolojinin ve bilimin gelişimi ile birlikte akılcılık, bilimsel düşünme önem kazanmıştır. Aynı zamanda Fransız devriminin yarattığı özgür ortam Realizmin doğmasında önemli rol oynamıştır. Realizmin en önemli özelliklerinden biri insanları ve hayatı olduğu gibi bütün gerçekliği ile ortaya koymasıdır. Gerçeklik akımı 19. Yüzyılın etkilerini yansıtan bir sanat akımı olmuştur. Sosyal, ekonomik, kültürel ortam ve yaşanan bilimsel teknolojik üretimin insanların yaşam tarzını değiştirmesi, şehir yaşamında fabrikalarda çalışmaya başlayan toplumda oluşan sıkıntılar realizmin konularından olmuştur. Fransız ihtilali sonrasında demokrasi, hürriyet, insan hakları, orta sınıfın güçlenmesi sonucu güç dengelerinin bozulması aynı zamanda mezhep kavgalarının oluşması halen kralcı, cumhuriyetçi çekişmeleri devam ederken bilimin hızla ilerliyor olması bilimselliğin ışığında realizm güçlenmiştir(İbrahimgil, 2015: s. 118).

Realizm romantizmin olağanüstülüklerini, tesadüflerini ve mucizelerini reddeder. Bu akımda hayali şeyler değil daha geçim derdinde, modern dönemde birbirine yabancılaşmış insanları dikkat çeker. Daha önce klasisizm ve romantizmde işlenmeyen eşitsizlikler, sınıfsal uçurumlar, modern dünyada insanın yalnızlaşması tüm netliği ile işlenmeye başlar. Görünen ne ise olduğu gibi aktarılmaya çalışılmıştır. Küreselleşmenin de etkisiyle sanat orta sınıf için ticari bir durum haline gelmiştir.

Realizmle sanatın ticari yapısı daha çok ortaya çıkmıştır. Uzun süre etkisini sürdüren bir akım olmuştur

Atölyelerde kapalı alanlarda resim yapmaktan sıkılan sanatçılar açık alanda doğada, doğayı izleyerek, anlık değişimlerini takip ederek ve bu değişimlere göre anlık fırça izleri, sert fırça darbeleri ile ışığı yakalamaya çalışarak resimlerini yapmaya çalışırlar ve bunun adına **Empresyonizm(İzlenimcilik)** akımı denir. 19. Yüzyılın ikinci yarısında Fransa'da gelişmiştir. Resimler biraz yarım bırakılmış havası kattığı için izlenimcilik adını alır. Sanatçılar sadece doğayı değil günlük yaşamı da resmederler. O dönemlerde bu tarz sanat otoriteleri tarafından küçümsenir ve sergilere dahil edilmez(İbrahimgil, 2015: s. 120).

“O dönemlerde yaşanan bilimsel gelişmeler alışkanlıkları da değiştirir ve bunu sonucunda estetik beğeniler de değişir. Kapitalizmin tüketim kültürüne yatırımının sonuçları görülmeye başlar. Eski eşyalar değişen beğeni duygusuyla sürekli yenileri ile değiştirilmeye başlar. Bu durum fikirlerinde değişmesini tetikler. Böylece teknoloji yaşam içerisinde farklı dinamikler oluşturur. Bu dinamikler değişim duygusudur. İzlenimcilik de değişimin kendisini ve hızını yansıtmak ister”(Hauser, 1995: s. 351)

Empresyonistler dönemin ünlü ‘Salon’ sergilerine alınmazlar. Bun üzerine bir karşı hareket oluşturarak 30 kadar sanatçı ‘Adsız Sanatçılar Birliği’ adı altında toplanır ve kendi sergilerini açarlar 1874 yılında ve böylece empresyonizm modern sanat üzerinde büyük bir etki bırakır. Dönemin en ünlü isimleri Claude Monet, Edouard Manet, Auguste Renoir, Edgar Degas’tır(İbrahimgil, 2015: s. 118).



Şekil 4: Claude Monet, Impression, soleil levant (İzlenim, Gün Doğumu), 1872, tuval üzeri yağlı boya, Musée Marmottan Monet, Paris. Louis Leroy, 2021. <https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0zlenimcilik>

Sanatçıların çoğu izlenimci olarak başlasa da bir süre sonra renkleri ve çizgileri kullanışlarıyla ayrılırlar bunlara **Art-İzlenimci** denir. Sözlük anlamı Post-Empresyonizm dir. İzlenimciliğin doğaçlamasını reddeden ve canlı renkler ve belirgin fırça darbeleriyle nitelenen, geç 19. Yüzyıl resmini tanımlamak için kullanılır. Art-İzlenimciler olarak anılan sanatçılar ise Jan Paul Cézanne, Paul Gauguin, Vincent Van Gogh tur. İzlenimcilik halen insanları müzelere çeken önemli bir akımdır (İbrahimgil, 2015: s. 123).



Şekil 5: Selvili Buğday Tarlası, 1889. Metropolitan Museum of Art, New York, 2021. https://tr.wikipedia.org/wiki/Vincent_van_Gogh

Endüstrinin olağanüstü gelişimi, şehirleşme insanlara sıkışmışlık hissi uyandırır. Ve endüstrinin bu gelişimine bir karşı tavır gelişir. Bu dönemde Endüstriye tepki olarak ortaya **Art Nouveau“Yeni Sanat”** akımı ortaya çıkar. Art Nouveau Endüstri ile birlikte sanatın yaşamda daha az yer aldığı, yaşam alanlarında binalarda daha çok demir kullanılarak sanata yer verilmediği, seri üretimlerle sanatın yok edildiği düşünülerek ortaya çıkan endüstriye karşı bir akım olmuştur. Grafik sanatlar, mimariye, heykele tasarıma yansımışsa da çoğunlukla dekoratif sanatlarla ilişkilendirilmiştir. 1890’lar da başlayıp 20. Yüzyılın başlarına kadar etkinliğini baskın bir şekilde sürdürmüştür. Bu akıma ilgi duyan sanatçıların eserleri çizgisel, yumuşatılmış hatlara sahip ve organikdir. Bu akımın sanatçıları sembolizmden, Kelt ve Japon sanatlarından etkilenmişlerdir. Sanatı sokağa, yaşama, hayatın içine dahil etmek istiyorlar güzel sanatlar ve uygulamalı sanatları birleştirip bütünleştirmeye çalışmışlardır(İbrahimgil, 2015: s. 125).

1.2.4. 20. Yüzyıl Sanat Akımları Postmodernizm ve Çağdaş Sanat Piyasası

20. yüzyılda modern sanat ve çağdaş sanat terimleri iç içe geçmiş durumdadır. Akımları birbirinden ayıran bir keskinlik yoktur. 20. yüzyılın başlarında birinci dünya savaşı çıkar ve ekonomik ve kültürel dengelerin tamamen bozulmasına neden olur. Büyük çapta yıkımlarla karşılaşan ülkeler yeni ekonomik atılımlar için mücadeleye girerler ve ikinci dünya savaşı başlar ikinci dünya savaşı sonrası tamamen değişen dengeler insanların yaşamını çok etkiler büyük çapta yer değişimleri olur. Şehirleşme inanılmaz bir hızla artar. Yaşadıkları bildikleri yerleri terk eden insanlarda kendilerine yabancılaşma kültüre yabancılaşma başlar. Sanayinin gelişmesi ile inanılmaz bir hızda yeni teknolojiler gelişir. Hareket hız kavramları gelişir. Kapitalizmin büyük çapta kendini göstermesi postmodernizmin oluşmasını sağlar. Postmodernizm kelime anlamı olarak “modernizm sonrası” anlamını ifade eder(Dickerson, 2019: s. 319). Modernizm ile aydınlanma yaşayan sanat dünyası insanlığı bilgisizlikten kurtararak eski geri kalmış düşüncelerden sıyrıp yenilikçi geleceğe yönelik bir güç olarak ortaya çıkmıştır. Modernizm anlayışının parçalanması ile birlikte yeni anlayışlar belirir ve bütün bu yeni anlayışlar postmodernizmin içinde eritilir.

“Modernizme bir tepki olarak ortaya çıkıp 1950'lerden itibaren kendinden söz ettirmeye başlayan postmodernizm 1980'lerin başlarında yaygın olarak kullanılan bir kavram olmuştur. Ancak, Arnold Toynbee Bir Tarih İncelemesi (1933) adlı eserinde modern dönemin I. Dünya Savaşı'yla sona erdiğini bundan sonraki dönemin postmodern dönem olduğunu öne sürerek ilk kez postmodern terimini kullanmıştır”(Kale, 1999: s. 34).

"Sanayi Devrimi ve mekanizasyonun gelişimiyle birlikte meydana gelen teknik gelişmeler, 1830'larda fotoğrafın bulunmasıyla yeniden-üretim ve kitle iletişiminin olanaklı duruma gelmesi geleneksel yöntemlerle üretilen eserleri daha geniş kitlelere ulaştırmıştır" (Türkmenoğlu, 2014: s. 91). Fotoğrafın icadı ilk başlarda bir grup tarafından tepkiyle karşılanırsa da günümüzde resim sanatı ile çok yakın ilişkide kalmıştır. Fotoğraf sanatının diğer sanatlarla birlikte bütünleşmesi aynı zamanda dijital sanatın en önemli öğelerinden biri olmasına neden olmuştur.

Endüstri toplumunun oluşması iş gücü ihtiyacının artması ile birlikte ile birlikte büyüyen şehirlerde sıkışık alanlarda birlikte yaşamak zorunda kalan insanlar ve bunlar sonucunda yeni yaşam şekilleri oluşmuştur. Kapitalist sistem güçlenmiş ve daha fazla kar peşinde olan devletler arasında çatışma yaşanmıştır. Ve böylece 20.yüzyılın ilk yarısında birinci dünya savaşı yaşanmıştır. Birinci dünya savaşının yarattığı büyük yıkım ve insanlar üzerindeki psikolojik etkileri pek çok ideolojik oluşumlar çıkmıştır. Bu oluşumlar toplum üzerinde çok etkili olmuş ve köklü değişikliklere neden olmuştur(Kahraman, 2007: s. 11). Bütün bu oluşumlar sanatı da etkilemiş yeni arayışlar oluşmuştur. Sanatın anlamı sorgulanmaya başlanmış, estetik ölçüleri ve biçimsel oluşumu sorgulanmaya başlanmış yeni arayışlar sanatta da hızla devam etmiştir.

"Toplumsal alanda postmodernizm ortaya çıkışı ile sanayi toplumundan sanayi ötesi tüketim toplumuna geçiş bir arada gerçekleşmiştir. Bu süreçte, sanat, tüketimi artırma işlevini üstlenmiş ve bu nedenle de yüksek sanat postmodernistlerce popüler kültürle karıştırılarak tüketilir hale gelmiştir" (Şahin, 2012: s. 96).

Postmodernizm ile birlikte kültür öğeleri standartlaşmaya başlamış Popüler kültürü oluşturan radyo, televizyon, kitap, magazin ve gazeteleri, müziği meydana getiren tüm faaliyet ve düzenlemeler, kültürel organizasyonları postmodern kültür potasında erimiş ve standartlaşma ile birlikte çabuk tüketilir hale gelmiştir. Postmodernizmin, endüstrilerin amacına hizmet ederek kültür kapitalizmini bir kültür olarak sunması ile insanların kapitalizmi benimsemesini ve kapitalizmin birer ögesi olmasını desteklediği savunulur. estetik formlar asgari müşteriye indirilmiş ve böylece kültür ürünleri standardize edilerek tek bir amaca hizmet etmesi amacı ile üretilir hale gelmiştir(Özkoç, 2008: s. 38). İnsan yaşamında gerekli yada gerekli olmayan boş zamanları kapsayan pek çok alet, malzeme sanat olarak sınıflandırılacak ürün kültür kapsamına girmektedir. Bugün kabul gören pek çok alet gereksinimmiş gibi algılanmakta olup biçimleri malzemeleri, tarzları kültür konusudur(Gans, 2012: s. 21).

Postmodern sanat içinde bulunduğu kapitalist sistemin bir enstrümanı olarak tüketim toplumunun devamını ve işleyişini garanti altına almak görevini üstlenmiştir. Sanat için sanat anlayışı postmodern zamanda geçerliliğini yitirir. Postmodernizm yüksek sanatı popülist kültür içerisinde eritir ve iç içe geçmesini sağlar. Postmodern zamanda yüksek kültür ürünü ile popüler kültür arasındaki ayırım yok olur. Değer üretmekten çok, üretilen değerler ile alay ederek yeni üretimlerde bulunur. Postmodernizm, Modernizmin sürekli ilerleme düşüncesinin aksine geçmiş ve şimdiki birleştirerek sunar. Postmodernizm ile birlikte sanayi toplumundan tüketim toplumuna hızlı bir geçiş olmuştur. Bu süreçte sanat tüketimin bir ürünü haline gelmiş ve tüketimi artırma görevi üstlenmiştir(Atiker, 1998: s. 66).

“Modern insanlar modernleşmenin nesnelere oldukları kadar öznelidir de. Onlar, modern dünyada sıkıca tutunabilecekleri bir yer bulmak ve kendilerini bu dünyada evde hissetmek için çabalarlar”(Berman, 1994: s. 11).

“Modern dünya ve hayat üç alanda akılcılaştırılmıştır: Nesnel bilim, evrensel ahlak ve hukuk; özerk sanat. Neyin doğru, neyin iyi ve neyin güzel olduğu, bu alanlar arasındaki toplumsal ve entelektüel işbölümü çerçevesinde tanımlanır. Ancak, aynı akılcı bilgi şeması bağlamında sanat akılcılıktan muaf tutulur veya başka deyişle „akıldışı“ sanata havale edilir. Hatta giderek Romantizmin yükselmesi ve 19. yüzyılın

sonlarında modernizmin belirmesiyle birlikte, sanata tanınan bu özerklik akla karşı bir örgütlenmeye dönüşür” (Artun, 2006a, 168-170). Böylece bir pisuar dahi bir sanat nesnesi olarak sergilenmiş, sanat ürünleri tüketim ürünleri olarak algılanmaya başlanmıştır. Sanat eserleri kapitalizmin devamını sağlamak için kullanılan bir argüman olarak kullanılır ve kapitalist sitem sanat eserlerini kendi düşüncesine göre yönlendirerek sanat eserlerini tüketilebilir birer ürün haline getirmiştir.

Modern sanat değişen dünya düzeni, değişen kitleler, yönetimler, ekonomik yapıların değişmesi ile oluşan yeni sanat inşa etme tarihsel ya da akademik şekil ve olguları yeniden inşa etmeye ve çeşitli akımları, kuramları ve tarzları içinde barındırma gayreti içerisinde. 1890’larda Avrupa’da ard arda çıkan akımlar modern sanatın alt yapısını oluşturmuştur. 1900-1910 tarihleri arasında büyük değişimler yaşanmıştır. Bu akım ve üsluplardan bazıları şöyledir. İzlenimcilik, Fovizm, Kübizm, Soyut resim, Fütürizm, Eksprsyonizm, Süprematizm, Kostrüktivizm, Dadacılık, Sürrealizm, Popart vb. birçok üslup gelişmiştir. Bu üslup ve akımların hepsi birden şuan ki sanat ortamını hazırlamıştır. Birbirlerinden farklı tavırları ve anlatım biçimleri olmasına karşın çağdaş sanatların hepsinin ortak noktası, 20. yüzyıl yaşamının değişen koşullarına karşı duyulan duygusal tepkiyi dile getirme isteği olmuştur (Şahiner, 2013: s. 41).

“Postmodernizmin önde gelen kuramcılarında Jameson, kendi kültürel sınıflandırmasıyla, Ernest Mandel’in insanlığı son gelişmeler ışığında yaşanan üç teknolojik devrime göre sınıflandırması arasında bir paralellik kurarak, bu dönemleri şöyle açıklar: 19.yüzyılın ortasında bulunan ‘Buhar Makinesi’ ile ‘Realizm’; 19.yüzyılın sonuna doğru ‘Elektrik Enerjisi’ ile ‘Modernizm’ ve 1940’lardan bu yana ‘Elektronik ve Nükleer Enerji’ ile ‘Postmodernizm’” (Şahiner, 2013: s. 41).

Birinci dünya savaşının bıraktığı büyük yıkımlar ve siyasi etkileri sürerken devletlerin yeniden daha büyük güç yarışına girmesi ile ikinci dünya savaşı çıkar. İkinci dünya savaşında verilen büyük kayıplar sonrası devletler teknolojik ürünlere yönelirler. Bu yöneliş sonrası hızla yeni teknolojik ürünler ortaya çıkar ve yeni teknolojiler insanların yaşam şekillerini değiştirir. Gelenekselden uzaklaşılır, teknolojinin hakim olduğu yeni ve modern bir çağa doğru yol alınır (Ergüven, 1992: s. 109).

Rönesansla başlayan sanatın modernleşmesi hareketi 19. Yüzyılda yaşadığı etkilerle sanayinin gelişmesi iletişimin, gelişmesi teknolojinin gelişmesi gibi pek çok gelişmeyle birlikte 20. Yüzyıl sanatı inanılmaz bir hızla gelişir değişime uğrar. Daha önce ulaşılamaz ve erişilemez olan sanat dadanın da etkisiyle halka inmeye başlar.

Çeber'in aktarımıyla; Yirminci yüzyıla kadar sanat için ulaşılamaz ve erişilemez izleyicisinden yukarda duran sanat sadece sanatçısı ve ürününden ibaret bir yapıdadır. Bu anlamda izleyicinin varlığından söz edilmez. Modernist sanat, sanatı göz hizasından yukarda ulaşılamaz bir yerde tanımlar. Heykel kaidenin üzerinde ve yüksektir, Aşağıya doğru bakar. Bu sanatın dokunulamaz kendine ait bir özerkliği vardır. Yukarıda ve ulaşılamaz bir yapıda olması sanat ile hayat arasında bir çizgi oluşturur. Sanat yapıtının yüksek bir zevk ürünü olduğu düşüncesi yapıtı hayattan uzaklaştırarak izleyici ile arasına mesafe koyar(Krauss, 2002: s. 105). Bu düşünceye göre sanat yapıtının üzerinde ulaşılamaz bir hale vardır. İzleyiciden yukarıda ve ulaşılamaz olarak tanımlanan sanat pek çok evre geçirir ve sanatın bu ulaşılamazlığı tartışma konusu olur. *Fried için modernist resim ve heykel, izleyicisi için var olmamalıdır, böylece "sürekli ve sonsuz bir varlık" olabilir (Fried, 2004: s. 282-283).* fakat bu anlayış 20. Yüzyıl sanatında özellikle dadanın etkisiyle değişir. *"Walter Benjamin sanatın geçirdiği bu değişimi aura'nın kaybolması olarak dillendirir. göre Aura; "yaklaşılmazlık" şeklinde tercüme edilebilir: 'Ne denli yakın olsa da, benzersiz bir uzaklık görünümü"dür. Aura'nın kaybolması sanat yapıtı ile izleyici arasındaki mesafeyi yok eder. Aura'nın kaybını ise Dada sanatçılarının bilinçli bir şekilde yaptığını vurgular."*(Benjamin, 2012: s. 74).

Birinci dünya savaşının ardından sosyo, ekonomik, toplumsal çok fazla değişim yaşanmış büyük çaplı bir yıkım ve tamir süreci başlamış ve bu arada pek çok yeni teknolojik silahlar üretilmeye başlanmış atom ve elektronun gücü keşfedilmiştir.

20. yüzyılın ilk yarısı görülen bu akımlar büyük ses getirirler. Sanat camiasını derinden etkilerler. Aynı zamanda açılan **Bauhaus** okulu tasarımın yayılmasını sağlar. Endüstrinin gelişmesiyle birlikte tasarıma ihtiyaç duyulmuş ve zanaatla sanatı birleştirerek yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Çıkan seri üretim ürünleri estetikle buluşturmayı hedeflemiştir(Antment, 2010: s. 104)

Bu dönemde gelişen baskı teknikleri sayesinde sanat üretimi çoğaltımı sağlanmış ve bunu sonucunda yeni ihtiyaçlar ortaya çıkmıştır. *Bu mekanik seyirci ve üretim sürecinde tasarım önem kazanmış ve tasarımdan anlayan deneyimli işçi talebi ihtiyacı doğmuştur. Gerek Britanya, gerek başka yerlerde, işçilere nasıl sanat öğretileceği tartışılır olmuştur. Bunun üzerine Bauhaus, Devlet Tasarım okulu gibi sanat ve zanaatı birleştiren okullar kurulmuştur*(Shiner, 2010: s. 317 - 320).

“...güzelliğin bir yaşam pratiği olan işlevsellik ile bütünleşmesidir. Yüzyıllar boyu bir Çin duvarı ile ayrılmış olan bu iki değerın bütünleşmesi, sanatın artık galeri ve müzelerin kapalı mekanından yaşama, yaşam mekanına, caddelere, sokaklara, evlerin içine, gündelik kullanılan eşya mekanına götürülmesi, sanatın, modernitenin düşünsel, soyut mekanından real mekana, 28 yaşam mekanına götürülmesi demektir. Böylece dünya, sanatlaşır ve estetik bir dünya olur”(Tunalı, 2010: s. 239).

Güzel ve faydalıyı kendi içinde bütünleştiren bu akım; sanat anlayışıyla oluşan bireysel üretimi seri üretim endüstrisine aktararak ‘Endüstri, Makine ve İnsan’ uzlaşım modelini geniş yığınlara ulaştırmak ister. Makine üretimine geçilmesi ile beraber, artık “ ‘Güzel’, sanattan tasarıma devrolmuştur” (Artun, 2011: s. 93).

Sanayileşme ile birlikte sanat eserleri sanayi üretimine girmiş ve estetik kaygı ortadan kalkmaya başlamış ve aynılaştan eserler sonucunda eserler metalaşmış ve seri üretime geçmiştir. Seri üretimse sanatın sanat algısından çıkarak tamamen parasal bir değere dönüşmesine sebep olmuştur. Kapitalist sistemde tüketim kültürüne alışmış insanlara yönelik tüketime yönelik işler yapılmaya başlanmıştır.

Teknolojinin hızla gelişmesi sürekli yeni ürünlerin çıkması moda ve alışkanlıkların da hızlı bir şekilde değişmesine neden olur. Bu hızlı değişim her yeni ürün çıktığında geride kalmışlık hissi uyandırarak insanı durmadan yeni olanı isteyip huzursuz bir yaşamın kucağına bırakır (Hauser, 1984: s. 351). Değişimin çok hızlı olmasını sağlayan etkenlerden biride iletişim araçlarının hızlı bir şekilde gelişmesi ve yayılması olmuştur. Baskı tekniklerindeki, gelişmeler gazete ve dergilerin seri şekilde basılmasına neden olmuş reklam sektörü gelişmiştir. Bütün bu gelişmeler sanat akımlarını da etkilemiş bunlardan biri 20. Yüzyılın başında çıkan hız ve değişim

duygusunu ifade eden empresyonizm sanat akımıdır. (Serullaz, 1991, s. 7). Gördüğünü görüldüğü gibi çizmek ve doğalcılık terkedilmiş hatta bir tepki oluşmuştur.

İkinci dünya savaşının getirdiği ekonomik yıkım, kültürel karmaşa ortamı savaş sonrasında düzen ve güvenlik arayışında olan insanlık sanatçılara malzeme yaratmış ve farklı akımların denemelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

1960'larda artık sanat o yukarda ve uzak halinden iyice sıyrılmış yavaş yavaş yaşamın içine girmeye başlamıştır. Çeber'in aktarımıyla *“Dada'nın düşüncelerinden beslenen sanat akımları olan enstalasyon, performans, kavramsal sanat, arazi sanatı, süreç sanatı gibi genellikle sanat piyasası açısından gelip geçici özelliklere sahip, bu anlamda kolay kolay metalaştırulamayan, tekil nesnenin etkisi yerine izleyicinin yapıyla ilişkisine yönelen ve daha önemlisi izleyiciden beklentisi izleyicinin sadece bir “Ruhun Gözü” olması olmayan, bunun yerine izleyici ile bedensel bir etkileşim gerçekleştiren üretimlerin hepsinin 1960'lı yıllarda ortaya çıkması rastlantı değildir. Bu durumun nedeni sanat ufğunun altmışlı yıllarda endüstri ve kitlesel tüketim üzerinde şekillenmiş olmasıdır. Bu dönüşüm, izleyicinin yapıyla karşılaşma koşullarını da değiştirmiş, “izleyici ile yapıt, yapıt ile mekan, mekan ile izleyici” arasındaki karşılıklı ilişkinin belirlediği İzleyiciyi İzlemek; Sanat Eseri, Sanatçı ve İzleyici İlişkisi Üzerine yeni bir izleme pratiği doğurmuştur. Julie H. Reiss'in vurguladığı gibi “bir yapıta dışardan bakmak yerine içine girebilmek önem kazanmıştır.” (Akt. Çeber 2017, Reiss, 2011: s. 8)*

1960'lardan sonra izleyicinin varlığını da sanat yapıtına dahil ederek değişen sanat paradigmasında artık yaratımın ilk ve son halkası sanatçı değildir. Bu yeni paradigmada sanat yapıtının tamamlanma süreci, izleyicinin varlığıyla mümkündür. Bu durum sanat, sanat yapıtı ve izleyici arasında güçlü bir ilişki estetiğin doğmasına neden olur. Bu estetik uyarınca sanatçı-yapıt-izleyici arasında bir dengenin oluşması sağlanır ve denge sayesinde birinin diğeri üzerinde otorite kurması engellenir. Bu üçlü estetik sayesinde izleyicilerin kendi aralarında da bir ilişki kurmasının yolu açılır. “Duchamp'a göre, sanat eserinin yaratım öyküsünün sonu sanatçı değildir (Çeber, 2017: s. 87-97)

“Aracın önemli olduğunu savunan McLuhan, 1960'lı yıllarda “ Aracın insan bedeninin uzantısı, hatta dönüştürücüsü olduğunu ileri sürüyordu. İşte

teknolojik belirleyicilik tezi tam da bunu ifade etmektedir. İnsanlık ve toplum yaşamının merkezinde teknolojinin yer aldığı, toplumsal değişim ve dönüşümün motor gücünü oluşturduğu”(McLuhan, 2001: s. 151-152) dur.

1960’larda yaşanan sanatın eski düşüncelerden koparak özgürleşmesi ve yenileşmesi hareketine imza atanlardan biri olan Marchel Duchmap 1971 yılında sanayi ürünü olan bir nesneyi sanat eseri olarak sergilemesiyle büyük olay yaratmış, sanatsal açıdan pek çok kalıbı yıkmış ve yepyeni bir dönem başlatmıştır. Bu sergiden sonra artık nesnelerin sanat eseri olabileceği düşüncesi doğmuş ve galerilerdeki sergilerin içeriği ve sunuş şekilleri değişmeye başlamıştır. Duchmap’ın bu hareketi bir devrim niteliğindedir. Bu sergiden sonra yaşanan sanatsal değişim günlük nesnelere ile sanat eserlerinin iç içe geçmesine de neden olmuştur.



ŞEKİL 6: Marcel Duchamp, *Çeşme 1917*, 2018.

<https://medium.com/t%C3%BCrkiye/inceleme-4135aac9ae16>

20.yüzyıl sanat akımları konu olarak hızlı endüstrileşme ile birlikte patlama yapan kentleşme ve kentte yaşayan bireyin sorunlarından beslenmiştir. 19. Yüzyılda başlayan keskin değişim rüzgarları 20. Yüzyılda hız kesmeden devam etmiştir. Paul Gauguin’in medeniyetten kaçışı, Van Gogh’un kendini köy yaşamına vermesi,

ekspresyonistlerin doğaya dönme arzusu fütüristlerin teknolojiye olan tutkusu sürrealistlerin bir çıkış yolu olarak bireyin iç dünyasına bakması, 19. Yüzyılda ivmesini artıran 20. Yüzyılda savaşlarla sonuçlanan bilimsel toplumsal ve siyasi gelişmelerin doğrudan sanata yansımalarıdır. Bu ortamlarda çıkış yapan akımlar sanat aracılığıyla dünyayı değiştirebileceklerine inanmışlardır. Bu dönemde sanatçılar yeni kavramların yanında farklı biçim ve teknik arayışlarını sürdürmüştür. Sanatçılar, “güzel” i aramak yerine mekan-sanat eseri-sanatçı-izleyici arasında algı ve görme biçimlerini değiştirme çabası içinde olmuşlardır.(Süzen, 2018: s. 3-27) artık sanat modernizmin ilerici görüşüyle değil postmodernizmin getirisi ilericiliği zamanda kalmaya dönuşmüş tüketim kültür parçası haline gelmiştir.

20. yüzyılın başlarında Kuzey Avrupa’da endüstrileşme ile oluşan yeni yapının insanlarda oluşturduğu duygu ile **Dışavurumculuk (Expresyonizm)** gelişmiştir. Empresyonizme tepki olarak gelişmiş sadece sanat akımı değil bir yaşam biçimi, olarak kabul edilmiştir. Bu akımın sanatçıları duygusal travmalarını, kendilerini sıkın bunaltılarını, korkularını, haksızlıklara duydukları öfkeyi yeni bir renk ve anlatım şekliyle ortaya koyarlar. Ekspresyonisler nasıl ifade edeceklerinde çok neyi ifade etmeleri gerektiğine odaklanmışlardır. Duyularını, heyecanlarını, ruhlarında gizli kalmış yanlarını ifade etmeye çalışmışlardır. Resme anlam ve ifade katmaya çalışlar bunun içinde yalnızca renklerin dilinden yararlanmamışlar, aynı zamanda biçimlere anıtsal bir anlam kazandırmışlardır. Sözcük anlamı olarak da ekspresyon, ifade demektir Önemli temsilcileri Edward Munch, Oscar Kokoschka(İbrahimgil, 2015: s. 126).

Teknolojinin ve hayatın karşı konulamaz gelişimi karşısında yenik düşen insanın saldırganlığını renkleri karıştırmadan tüpten çıktığı gibi kullanan **Yırtıcılık (Fovizm)** akımında görürüz. Fovizm, vahşi hayvan, yırtıcı kuş anlamına gelen fauve (fov) sözcüğünden türemiştir. Tüpten çıktığı gibi kullanılan parlak renkler adeta bir patlamayı andırır. Öncü ismi ise Henri Matisse dir. Düşünceleri inceleme, derinlemesine irdeleme, renkler konusunda özgürce hareket etme, kalıpları yıkmaları ile modern sanatın güçlü öncülerinden olmuşlardır(İbrahimgil, 2015: s. 126).

Cezenne’nin “Doğadaki her şey küreye, koniye ve silindire dayanır.” Sözünden hareket eden bir takım sanatçılar **Kübizm** akımını başlatırlar. Genel olarak akımlar bir

önceki ya da çağ akımlara tepki olarak doğar. Kübistler resme üçüncü boyutu getirmek istemişler bu nedenle de nesnelerin farklı alanlarını aynı resim içerisinde kullanmışlardır. Resmi kavramsal açıdan ele almışlardır. Kübistler sanatta adeta devrim yaratmışlar her türlü nesneyi kullanmışlardır. Sanatın tek bir noktadan bakılan bir şey olmadığını farklı bakış açıları olabileceğini farklı malzemeler kullanılabileceğini vurgulamışlardır(Dickerson, 2019: s. 256).

“Ataseven’in aktarımıyla; “Kübizmin etkinlik gösterdiği yıllarda İtalya’da Fütürizm sanat akımı ortaya çıkmıştır. Fütüristlerin 1909’da yayınladıkları manifestoların da çağdaş uygarlığın getirdiği tüm yenilikleri, teknik ve bilim alanında gerçekleşen bütün gelişmeleri tanıdıklarını açıklamışlardır. Etkinlik, devinim ve hız sanat görüşlerinin temelini oluşturmuştur. Manifestolaralarında natüralist sanatın olanaklarıyla 20 yüzyılın endüstriyel ve teknolojik alanda görülen yenilikleri yansıtmayacağı ve bu yenilikleri sanata yansıtabilecek yeni bir biçim diliyle uygulanabileceğini açıklamışlardır.”(İpşiroğlu, vd. 1991: s. 34).

20 yüzyıl sanatında biçimsel açıdan en büyük devrimi Kübizm yapmıştır. Rönesans’tan 19. yüzyılın sonlarına kadar sanat doğanın duyularla algılanan dış görünümünü yansıtmıştır. Kübizm duyulara güven olunmayacağını bu nedenle Natüralist sanatın bir aldatmaca olduğunu savunmuştur (İpşiroğlu vd. 1991: 26). Kübizm 1912’den sonra Natüralist resmin diğer bir ifade biçimi olan gölgeleme, bu tarihten sonra tamamen terkedilmiştir (İpşiroğlu vd. 1991:s. 30). En ünlü temsilcileri Pablo Picasso dur.



ŞEKİL 7: Tuval üzerine yağlı boya, 349 cm × 776 cm (137 in × 306 in), Reina Sofía Müzesi, Madrid, 2021. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Guernica_\(tablo\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Guernica_(tablo))

Fütüristler hareketi ve dinamizmi konu almışlardır. Hareketin bıraktığı etki değil de, hareket olurken nasıl ve ne şekilde oluştuğunu araştırmışlardır. Fütürist sanatçılar nesnelere sürekli bir hareket halinde düşündükleri için nesnelere nasıl hareket ettiği ya da nasıl görüldüğü değil hatırlananın onlara bıraktığı izlenimin resmini yaparlar. Onlara göre her şey hareket halindedir ve hareket ederken görüntü algılanıncaya kadar çoğalır ve titreşimleri değişir. Fütürist sanatçı bu değişen titreşimleri izleyerek sanatını oluşturur. Akım dış dünya ile ilgilenmemiş tamamen iç dünyaya yönelmiştir. Akımın en önemli temsilcisi Umberto Boccioni'dir (İbrahimgil, 2015: s. 126).

Soyut sanat; abstrak sanat, non figüratif (figürlü olmayan) sanat veya non objektif sanat gibi isimlerle anılan sanattır. Fransa'da ortaya çıkmıştır. Soyut sanat taklitten uzak, tamamen zihinlere yönelen bir sanattır. Bu akımın sanatçıları bazen kendi iç dünyalarını bazen de herhangi bir objeyi tuvale yansıtırlar. Kompozisyonlarını ışık ve rengi kullanarak oluştururlar. Sanatçıları Wassily Kandinsky, Robert Delaunay, Piet Mondrian, Jackson Pollock'dur (İbrahimgil, 2015: s. 127).

Alışılmış, bilindik kalıplara karşı çıkan sanatın tam bir özgürlük alanını savunan **Dadaizm** hareketi 1916 İsviçre'de bir grup sanatçı tarafından başlatılmıştır. Birinci dünya savaşının insanlar üzerinde yarattığı büyük psikolojik bunalım sonucunda ortaya çıkmıştır. Sanatın çocukça bir heyecanla ve saflıkla yapılması gerektiğini savunurlar. İsimleri de bebeklerin ilk sözcüklerinden gelir (Dickerson, 2019: s. 270). Savaşa, akılcılığa karşıdırlar bunu da resimlerini her türlü nesne ile yaparak ve bir mantık gütmeyen figürler ortaya çıkararak gösterirler. Çok etkili olmuş ses getirmiş bir akımdır. Kendinden sonra çıkacak akımlara ortam hazırlamıştır. Dada akımı özellikle 1960'lı yıllara damgasını vurmuş sanatın üstünlüğünü ve halesini yok etmişler sanatı halkla bütünleşmesini sağlamıştır. Sanatın başkalaşmasını ve sanatın içine nesnelere katmayı başarmışlardır (İbrahimgil, 2015: s. 129).

Yücel'in aktarımıyla; *Müze/galeri mekanlarının biçim ve içerikleri de 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren çeşitli sanat hareketleri tarafından sorgulanmaya başlanmış, özellikle Birinci Dünya Savaşı sırasında sanatçılar, sanatın elit estetik anlayışını yok etmek istemişlerdir. Bu sanatçıların içinde yer aldığı oluşum, sanatın temel kavramları ve kurumlarına açık bir başkaldırıyı içeren Dada hareketidir (Sanouillet, 1999, 303-316)*

“Fried’in yüksek Sanat eserinin konumunu koruması için izleyiciye mesafeli kalması gerekliliği düşüncesi 20. yüzyılın başında Dada akımıyla birlikte değişmeye başlar. Sanatın ve sanatçının yüce olmasına, sanat eserini yüceleştiren, onları alınıp satılan metalar haline getiren galeri ve müzelere ve sanat eserinin izleyiciyle, dolayısıyla hayatla olan mesafesine karşı olan Dada bu bakımdan sanatın alışlagelmiş tüm değerlerine karşı bir başkaldırı olarak okunabilir. Ahu Antmen’in “önemli olan, Dada’nun yeni bir ‘sıfır noktası’nın, ‘sanattaki yeni’nin ifadesi olmasıdır” dediği Dada için Tristan Tzara şunları söyler; Dada, “Bir protestodur; yıkıcı bir eylemdir. Mantığın yerle bir edilmesidir; işte Dada budur. Belleğin, arkeolojinin, geleceğin yıkımıdır. Dada özgürlüktür. Çarpışan renklerin, zıtların birliğinin, grotesk şeylerin, tutarsızlıkların ifadesi; kısaca yaşamın kendisidir...” (Antmen,2010: s. 122).

Etkisi uzun yıllar süren halen devam eden **Sürrealizm**. Sanata çok farklı açıdan bakmıştır. Bilinç ile görüneni değil bilinçaltını araştırmışlardır. Figürleri var olmayan düşsel ortamlarda hayali kurgular ile yansıtılır. Estetik kalıplar önemsenmez. Ahlaki ön yargılar yoktur. Eski kalıplara ve sanatın burjuva sanatı olarak algılanmasına da karşıdır. Sürrealistler için bilinçten süzölmüş bilinçaltının asıl önemli olan şey olduğunu düşünürler ve sürekli bunu yansıtmak için uğraşırlar(İbrahimgil, 2015: s. 131).

Sürrealizm de biçim yerine resmin konusuna önem verilmiştir. Freud’un bilinç altı, bilinç dışı kuramlarından çok etkilenen bu sanatçılar eserlerinde doğüstü güçler, büyü ve bilinçaltı bilinçten daha fazla önem kazanmıştır. Ataseven’in aktarımıyla; Fransız yazar Andre Breton, Freud ’un bilinçaltı dünyasıyla ilgili kurallarını açıklamış ve gerçekliği ulaşmanın aklın ve mantığın egemenliğinden kurtularak ulaşabileceğini savunmuştur. *“Sürrealistlerin amacı, insanın doğal dünyası olduğuna inandıkları fantezi, düş ve imgelemin üst gerçekliğini açarak, sanatı uygarlığın düzenli ve kısıtlı kurallarına karşı kullanmaktır”(Lynton, 1982: s. 172).* Sürrealizmin en önemli temsilcileri İspanyol Salvador Dali ile Joan Miro, Alman Max Ernst, Belçikalı Rene Magritte ve Meksikalı kadın ressam Frida Kahlo olarak bilinmektedir

20. Yüzyılın ortalarında özellikle Britanya ve ABD’de en etkili sanat akımlarından biri. 1950’li yıllarda ortaya çıkar. Sanayi endüstrisinin çok hızla gelişmesinden kaynaklı tüketim toplumu oluşur ve bu toplumda ürünler ve ambalajları

önem kazanır. Bu hızlı gelişimle birlikte çok tüketim pompalanmaya başlanır. Ürünler tüketmek için üretilir. Tüketimi sağlamak içinde sürekli reklam panoları, afişler, Resimli romanlar, dergiler, renkli fotoğraflarla desteklenir. Bu gelişmeler **Pop Art** sanatının ortaya çıkmasını sağlar. Kökeni, gerçekçiliğe dayanır. Endüstri toplumundan etkilenen sanatçılar günlük tüketim araçlarını resimli roman ya da reklamcılık tekniklerini kullanarak resmetmişlerdir. En göze çarpan sanatçılarından biri Andy Warhol'dur(Dickerson, 2019: s. 301).

1960'larda **Op Art** akımı ortaya çıkar. Op Art terimindeki "op" optik yanılısamaya gönderme yapar. Renk ve biçimle hesaplı ve göz alacak şekilde bir araya getirilir(İbrahimgil, 2015: s. 132) Op Art resimler parlak bir ışığa uzun süre bakıldığında veya bulanık bir aynaya bakıyormuşçasına bulanık bir görüntü oluşturur. Siyah beyaz ve bulanık eserle çoğunluklardır. Görme deneyiminin farklı bir keşfi gibidir(Dickerson, 2019: s. 306)

Modern hayatın verdiği karmaşa ve şehir yaşamının sıkışıklığı **Minimalizm** sanatının doğmasına neden olmuştur. 1960'larda ortaya çıkan Modern sanat ve müzikte sadelik ve nesnelliği ön plana çıkaran bir akımdır. Minimalist sanat, dışavurumculuğun biçime ve duyguya verdiği aşırı öneme karşı bir tepki olarak nesnenin nesne olma özelliğine dikkat çekmek ve sembolik anlamlarını minimuma indirmek amacıyla hareket etmiştir. Amacı, sanat eserinde biçimin ve rengin en yalın hâline ulaşmaktır(İbrahimgil, 2015: s. 133)

Kavramsal Sanat, 1960'lı 1970'li yıllarda büyük bir akım olarak Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Büyük ölçüde Dada ve Marcel Duchamp'ın sanatından etkilenmesiyle ortaya çıkmıştır. Sanatın düşünsel süreciyle ilgilenir. Amacı, sanat dünyasının dikkatini geleneksel kitle iletişim araçlarından alıp çoğunlukla şaşırtıcı ve haber değeri olan hareketlere çekmektir. Kavramsal sanatçılar, sanat dünyasının geleneksel âdetlerine ve yöntemlerine farklılık getirmişler ve sanat dünyasındaki bazı kalıpları esnetmişlerdir. Yazılı dokümanlardan fotoğraflara, videoya ve performansa varıncaya kadar her şey kavramsal sanatın içine dahil olabilir. Kavramsal sanat bize gündelik yaşamla ilgili soru sormayı öğretir(İbrahimgil, 2015: s. 133)

Andy warhol gibi sanatçılar video denemeleri yaparlar fakat **Video Art** Fluxus akımına bağlı sanatçı Nam June Paik tarafından Sony marka el kamerası ile New York

sakaklarını görüntüleyip onu bir kafede sergilemesiyle başlar. Wideo Art Klasik sanat araçlarından farklı olarak yepyeni bir araçla başka bir sanat ortaya çıkarmıştır. Video sanatı heykel, yerleştirme, performansla birlikte ve iç içe kullanılabilir. Dijital sanata geçişin de önemli basamaklarından(Dickerson, 2019: s. 323)

Her dönemde farklı yeniliklerle oluşan sanat özellikle Avangart akımlar (Avangart sanat; kültür, gerçeklik tanımları içindeki kabul edilmiş normları sarsıp sınırlarını değiştirmeyi amaç edinir. Bu normlar sosyal reformdan estetik deneyimlerin değişimine kadar çeşitlilik gösterebilir.) (tr.wikipedia, 2021) sayesinde sanatın içerisinde farklı objelerinde girebilmesiyle fotoğraf ve sinema da sanatın içerisine girebildi. Özellikle "Fütürizm" gibi temelinde hareket olan sanat akımları günümüz dijital sanatının oluşmasını büyük ölçekte tetikledi. Sonrasında Dada ile birlikte sanat anlayışının değişmesi sanata özgürlükçü bir anlayış kazandırması dijital sanatı besledi ve dijital sanata hız kazandı. Sonrasında Fluxus hareketinin oluşmasıyla "video art" vb. pek çok yeni sanat akımı kendini gösterdi ve günümüz sanat anlayışı ortaya çıktı. Mutlun'un aktarması ile; Teknolojinin sanatta kullanılması ile birlikte sanat üretiminde önemli gelişmeler oldu. Sanat üretimleri farklılaşarak hızlandı. Fotoğrafi sanata katılması ve çoğaltma teknolojisinin gelişmesi ile sanat üretimleri artmış bu da daha fazla kitleye ulaşabilmesini sağlamıştır. Özellikle 1960'lardan sonra kullanılan teknolojik gelişmelerle algılama ve optik teknolojilerinin de kullanılması ile birlikte seyircilerin sanat eserleri ile etkileşimleri artmıştır. (Toy, 2017: s. 111)

Sanat her yüzyılda bulunduğu dönem ve ortama göre şekillenmiş bulunduğu dönemin objelerini fikirlerini sanat ortamına katmıştır. 1990'larda gerçekleşen bilgisayar devrimi bütün dünyayı olduğu gibi sanatı da yoğun bir şekilde etkilemiş ve sanat yapıtı oluşturmada kullanılmakla kalmamış, yeni sanat akımları oluşturmuştur. Sağlamtimur'un belirttiği; gibi *Bilgisayarın devreye girmesiyle birlikte öncelikle gerçeğin anlamı, içeriği, konumu neredeyse tümünden değişmiştir. Sanallık artık her alanda ve düzeyde yerleşik gerçeğin yerini almış, sanatsal üretimde ön plana çıkmıştır* (Sağlamtimur, 2010: s. 215). Teknolojinin gelişmesi sanal sergi imkanlarını da geliştirmiş ve böylece eserlere ulaşımı kolaylaştırmıştır.

“Sanat alanındaki dönüşümlerde, 1960'larda refah ve özgürlük toplumu arayışları, 1970'lerde hem politik olanın yeniden dönüşü hem de

popüler kültürün kavramları, 1980'lerde ise teknolojideki gelişmeler ve iletişim araçlarının artan gücü etkili olmuştur. 1960-1980 yılları arasında post-modern söylemin sonuçlarına dönük olarak izlenen çağdaş sanat, 1980 ve 1990'larda postmodernizmi aşmış ve küreselleşmeden güç almaya başlamıştır. Küreselleşme ile birlikte etkin hale gelen seyahat, yolculuk, iletişim ağları ve teknoloji çağdaş sanatın yönünü belirlemiş dijital sanat, bilgisayar, sanal gerçeklik, aracı mekanlar, internet vb. sanatçıların yeni yaratı ortamları haline gelmiştir" (Yücel, 2012: s. 27).

Sanatı piyasadan ayırmak zorlaşmış, kolay ve ucuz zevkler sunan popüler kültür hakim olmaya başlamıştır. Artun'a göre *"Kısacası, makineler ve onların ürettiği popüler kültür, sanatı, zanaatı, rönesans hümanizmini, güzelliği, uygarlığı, hatta insanlığı yok etmiştir" (Artun, 2011: s. 92).*

Fotoğrafın bulunması sonrasında videonun yaygınlaşması ile sanata giren video art çalışmaları ve devamında sayısal sanat gelişir. "Dijital sanat ve yeni medya sanatı olarak adlandırılan güncel sanat oluşumları, doğası gereği geleneksel sanat eserlerinden oldukça farklıdır. *"Klasik ya da geleneksel anlamıyla sanat yüzyıllar boyunca resim, heykel ve mimariden ibaretti. Walter Benjamin'in makalesi, kendi deyimiyle "teknik olanaklarıyla yeniden üretilen sanat" olarak fotoğraf ve sinemaya odaklanır. Sanata hareket getiren alanlar olan fotoğraf ve sinema, üretim teknikleri gereği, teknolojinin imkanlarıyla geliştirilen cihazlar olan kamera ile üretilmeye ve gösterilmeye muhtaç eserlerdir. Ancak, artık sanatsal üretimde sadece fotoğraf veya sinema eserleri değil, modernist sonrası dönemle birlikte ve günümüz iletişim teknolojileriyle, sanat eserinin kendisi de teknik olanaklarıyla üretilmektedir" (Torun, 2015: s. 2).*

Bilgisayar teknolojisi sayesinde dönüşen resim fotoğraf, heykel, video, müzik formları dönüşerek dijital oluşumun içerisine dahil olmuştur. Fakat dijital teknolojinin verdiği imkanlar ile birlikte sanat kendi içerisinde yeni formlar üretmiştir. Bunlar internet sanatı, yazılım sanatı, piksel sanatı, dijital sergilemeler ve sanal gerçeklik gibi çalışmalar da sanatsal çalışmalar olarak kabul görmüştür (Çokokumuş, 2012: s. 51). Böylece sanat gelişerek ve değişerek çoğalmaya devam etmiştir.

Mağara resimlerinde kullanılan doğal boyalardan bugüne kadar çeşitli boyalarla ve tekniklerle organik bir bağ içinde olan sanatçılar, yaşadığımız çağda, değişen ve gelişen birçok modern teknoloji ile üretim biçimlerini değiştirme gereği duymaya başladı. Teknolojinin ilerlemesi ile doğru orantılı olarak hareket eden değişim, çağımızın kaçınılmaz gerçeklerinden biri olmuştur"(Bodur, 2010: s. 5).

1.2.5. Çağdaş Sanat Piyasasının Aktörleri

En temel anlamıyla, *çağdaş sanat* terimi bugün üretilen sanatı yani resim, heykel, fotoğraf, enstalasyon (yerleştirme sanatı), performans ve video sanatını ifade eder. Çağdaş sanatın tanımı ve doğuşu hakkında farklı görüşler mevcuttur. Bu nedenle türün tam başlangıç noktası hâlâ tartışılmaktadır ancak birçok sanat tarihçisi 1960'ların sonlarının veya 1970'lerin başlarının doğru bir tahmin olabileceğini düşünmektedir(sanatla-art, 2021)

Her çağın kendine özgü ekonomik yapısı, siyasi yapısı, sosyolojik yapısı sanatın gelişimini belirlemiştir. 19. Yüzyılda güçlenen modern sanat sanatın farklı arayışlarını güçlendirmiş sanat anlamında belirli kalıpları yıkmıştır 1917 Duşamp'ın çeşmesi gibi. "Erdoğan şöyle der; toplumsal ve ekonomik dönüşümler her zaman bir biçimde sanatta yansımalarını bulurlar. Ya da sanatsal dönüşümler toplumsal ve ekonomik yansımalar oluştururlar."(Erdoğan, 2015 s. 75-98) Birinci dünya savaşından sonra savaşın kötülüğüne duyarsızlığın ve barbarlığına karşıt olarak Dadaizm akımı, daha çok Almanya da kendini göstermiş olan modern sanata karşıt ekspresyonizm gibi akımlar doğar. 1960'lara kadar modern sanat kendi estetik varoluşunu, bakış açısını korumuştur. Modern sanatta daha çok farklılaşan formlar olmakla birlikte estetik bakış açısını korumuş ve o kuralın içerisinde 'modern form' olarak hareket etmiştir.

1945'lerden başlayarak sanatta modern form algısının dışına çıkılmaya başlanır. 1950'lerde standartlaşan modern sanat tek form özelliğindedir, soyut sanat dünya çapında kabul görmüş ve standartlaşmış, sıkışmıştır. Bu arada dünyada pek çok şey oluyordu fakat modern sanatta farkındalık, bugünün tartışılan ya da reddedilen konuları yeni bir bakış açısı, orijinallik ve yenilik gerektiriyordu. Bu etkenlerle

sanatçılar yeni bir alana yöneldiler. 1963 Vietnam savaşı ardından; 1970'lerde ABD ve Avrupa'da kapitalizm yüzünden açılan gelir farkı nedeniyle halk ve kapital güç arasında oluşan bunalımlar, enflasyon, petrol krizi, Neoliberalizm in doğuşu, postmodern zamanlar bu gibi etmenler çağdaş sanatın oluşmasına etken oldular. 1980'lerde çağdaş sanat etkili bir şekilde kendini göstermeye başlar. Tabii bu dönem de yine pek çok siyasi olaylar, krizler yaşanır. İran, Irak savaşı, Berlin duvarının yıkılması, Sovyetlerin dağılışı, Yugoslavya'da iç savaşın olması gibi nedenler çağdaş sanatın yükselişini hızlandırmıştır. Modern sanatın aksine çağdaş sanatta belirli bir tarz, belirli bir kalıp yoktur. Tamamen özgünlük ve özerklik vardır(Erdoğan, 2015 s. 75-98).

Küreselleşen dünya ile birlikte sorunlar da küreselleşir. Artık ülkelerdeki sorunların küresel çapta dünyayı etkilediği görüldü. Çevre sorunu, sağlık sorunu, tüketim, mülteci sorunu vb. pek çok sorun küresel boyutta dünyayı etkilemektedir. Sanatta bu ölçüde genişler. "Erdogan şöyle der; *Küreselleşme, bir yandan kendisine çağdaş dünyanın yarattığı olanaklarla mecra bulmaya çalışırken bir yandan da varlığını feodal bir kavram olarak "kolonileştirme" üzerinden yaşatmaya çalışmaktadır. Bu keskin çelişki, sanat için karşı koyamayacağı çekicilikte bir kontrast yaratmaktadır. Nitekim çağdaş sanat, yukarıda bazılarını sıraladığımız sorunları tema olarak kullanmakta ve; resim, heykel, fotoğraf, film, video, dijital medya, performans, enstalasyon, arazi sanatı ve gerektiğinde bunları karıştırarak her türlü formda üretim yapmaktadır.*"(Erdoğan, 2015 s. 75-98)

Kalıpları yıkan çağdaş sanat kendine yeni anlatım alanları ve nesnelere de bulmuştur. Artık sanat yapmak için belirli nesnelere bahsedilmez doğada bulunan, bulunmayan, her şey beden üzerinden, nesne üzerinden, görüntüler üzerinden anlatılmaya başlanır. Sanat bir dış vurum, protesto, karşı duruş alanı da olur aynı zamanda. Bu gibi etkilerle sanatın düşünsel ve kavramsal özerkliğine kavuştuğunu düşünsek de sanat tam olarak özerkliğini yakalayamamıştır. "Hacke, bir yazısında "Bir sanatçıya bahsedilen ifade özgürlüğünün sınırları nelerdir?" diye sorup yine kendi sözleriyle "Pratikte, ülkenin siyasi liderlerinin sınır çektiği yerdir." diye yanıtlamıştır. Buna sermayeyi de eklemeliyiz. Sanat her ne kadar üretim ve çeşit olarak genişlese de sermayenin ve siyasetin etkisinde kalmaktan kurtulamamıştır. Sanat büyük bienaller ve galeriler aracılığıyla sergilenen işler bir sanat pazarı haline getirilir(İlham, 2017)

Yeni pazarlar ve açılımlar teknoloji ile birlikte gittikçe gelişmektedir. En son örneklerinden biri dijital sanattır. Teknoloji geliştikçe sanatta içinde bulunduğu evrenle birlikte gelişmeye ve dönüşmeye devam eder buna uygun olarak artık teknolojik sanat oluşmaya başlar.

1.3. SANATIN METALAŞMASI

1.3.1. Sanat Ve Para İlişkisi

Sanatın maddi değerlerden arınmış, estetik ideallerle yapıldığını düşünsek de sanat tarih boyunca ilk doğduğu günden beri para ile çok yakın ilişki içerisinde süregelmiştir. MÖ 700 Lidya da ortaya çıkan sikkelerin üzerinde şarap kadehleri, üzümler ve çeşitli hayvan figürleri bulunur Roma da tanrı ve tasvirleri ile süslenmişlerdir.

Hatta öyle ki, eski zamanlarda hükümetler, paranın bileşimindeki değerli madenlerin oranını düşürdükleri zaman, bu yolsuzluklarını, paranın asıl değerinin onun sanatı olduğunu savunarak meşrulaştırdıklarından bahseder. (Artun, 2015)

Sanatın maddi değerlerden arınmış, estetik ideallerle yapıldığını düşünsek te sanat tarih boyunca ilk doğduğu günden beri para ile çok yakın ilişki içerisinde süregelmiştir Sanatın piyasalaşması MÖ. Birinci ve ikinci yüzyıllarda Anadolu'daki Antik Yunan eserlerinin yağmalanıp Roma'ya taşınması ile bu ürünleri para getiren servetler olarak görmeye başlayıp koleksiyonlar kurulmuş. Hatta hangi eserlerin daha değerli olduklarını hangilerinin taşınmaya değer eserler olduğunu tayin etmesi adına küratörleri yanlarına alarak sanat eserlerinin piyasalarını belirlemeye başladılar. (Artun, 2015)

Sanat eserinin nadir olma özelliğinden dolayı burjuva tarafından arzu nesnesi haline geldi. 17. yüzyılda burjuvazi sanat eserlerine sahip olmanın kendilerini sıradan insanlardan ayıran üstünlüklerini göstermelerine yarayan bir olgu olarak kullanmaya

başlarlar. İngiliz kraliyet ailesi onların yakın çevresi, varlıklı aileler sanat eseri toplamaya başlarlar.

17. yüzyılda burjuvazi sanat eserlerine sahip olmanın kendilerini sıradan insanlardan ayıran üstünlüklerini göstermelerine yarayan bir olgu olarak kullanmaya başlarlar. İngiliz kraliyet ailesi onların yakın çevresi, varlıklı aileler sanat eseri toplamaya başlarlar. Modernliğin kurulduğu kolonilerin ortaya çıktığı 18. ve 19. Yüzyıllarda Napolyon'un işgal ettiği toprakların sanat eserlerini küratörler eşliğinde yağmalaması gibi pek çok nedenlerle Avrupa da çok büyük müzeler kurulmaya başlanır. Bir anlamda yağmalar müzelere taşınır ve müzeler kendilerini sanat eserleri koruyucusu ve bilginin merkezleri olarak görmeye başlarlar. Roma'dan sonraki en gelişmiş sanat piyasası, 19. yüzyıl sonlarında Paris'te kurulur. Fakat modern anlamda galerilerin oluşması, 19. yüzyıl sonunu bulur. Galerilerin oluşması ile birlikte sanat piyasaları örgütlenmeye gitmiş, böylece sanat piyasası saray ve kilise himayesinden tamamen özgürleşerek sipariş sistemi ile zanaatçi mantığı ile üretmekten kurtulmuştur. Sanatın özerkleşmesinde daha bağımsız işler oluşmaya başlamasında önemli bir dönüm noktası olmuştur. (Artun, 2015)

Ali Artun'a göre: Sanat, klasizme ve akademizme karşı mücadelesini galerilerde yürütmüştür. Kapitalizme karşı direnişini de, ütopyalarını da galerilerde ifade etmiştir. Akademik tarih hâlâ klasizmle uğraşırken, çağdaş sanat tarihi ve eleştiri edebiyatı da galerilerde gelişir. Kişisel sergiler ve retrospektifler galerilerin icadıdır. Galeriler, o zamanlarda baskın olan müzayedelerin gücünü de kırar. Ayrıca, sanatçı, galerisi sayesinde paraya bulaşmaz, istemediği ilişkilere girmez. Aslında, Bourdieu'nün sözleriyle avangard galeriler "*pazara karşı olanı pazarlar, satmamayı satar*"(Artun, 2015)

Sanat eserleri artık kurumsal bir özerkliğe kavuşmuş yüksek kültür ürünleri arasında yerini almıştır. Sanat eserleri estetik anlamda da özgün, sahih, ve biricik olmaları ile diğer üretim ürünlerinden farklıdırlar. Sanat eserlerine biricikliklerini kazandıran modern sanat felsefesinin, modern sanat felsefesi ve tarihinin sanatı ayırt ettiği bu gibi niteliklerdir. Sanat eserlerinin olağanüstü düzeylere ulaşan piyasa değerinin, sanatçıların sanat tarihindeki yerleriyle meşrulaştırılması, müze ile piyasa arasındaki ilişkiler sorunsulaştıran bir diğer etkidir. Steve Edwards '20. Yüzyılın

büyük diliminde sanat tarihinin, sanatın piyasadaki rolü tarafından şekillendiğini' savunur. Ona göre, kataloglar, monograflar, kişisel sergiler kadar, sahilik (Rembrandt mı, kopyası mı?), tasvir (Rembrandt mı, çömez mi?), şecere (sahiplik tarihi) gibi sanat tarihinin temel kavramları da piyasaya ayarlıdır. Sanat tarihinin bu gibi prosedürleri, yüksek piyasaya değerinin dehaya ve bireysel yaratıcılığa dayandığı fikrinden kaynaklıdır. Dolayısıyla denebilir ki, burada asıl satılık olan, sanatsal kişiliğe ilişkin mistik düşüncedir, dehadır. Estetik bir hiyerarşinin inşa edildiği kanunun, sanat tarihinde bir kanun oluşturduğunda şüphe yoktur. Ancak bu kanunun ne ölçüde 'tarihin', ne ölçüde piyasanın iradesine bağlı olduğu tartışmalıdır. Benjamin'e kalırsa '*sanat piyasasının fetişisi usta ressamlardır*' (Artun,2006: s. 315).

Çoğu zaman salt estetik açıdan gördüğümüz sanat paradan ayrı ve bağımsızmış gibi görünse de aslında birbirini besleyen bütünler haline dönüşmüştür. Sanat paradan ayrı fakat parayla gelişen şekil alan hatta piyasa karşıtı eleştirel sanatın dahi sanat piyasasının içinde eridiği piyasayı beslediği bir metafor halini almıştır.

1.3.2. Sanatın Tüketim Kültüründeki Yeri

Sanat tarihsel süreç içerisinde anlamını ve etkililiğini temellendirmeye çalışırken zaman içerisinde birçok farklı alanlara, farklı açılımlara maruz kalmıştır. Kültür içinde yoğunlaşmış hem kültürün yaratıcısı, kültür nesnesi, hem de kültür aktarıcısı olmuştur.

Her şeyin tüketilmesi gerekliliğini sunan tüketim anlayışından sanat ta etkilenmişti. Özellikle endüstrileşme süreçleri ile yaşanan yoğunluğun, çeşitliliğin sosyo-kültürel yansımaları kültürel dinamik olarak sanatı da etkilemiştir. Eker ve Aslan'a Göre: Bir kültürel çalışma, yalnızca kültür içerikli bilgi ya da problem kapsamı ile zenginleştirilemez görünmektedir. Bir kültürel çalışmanın "öteki" şartlar ve alanlar ile bağlantılı bir problem kapsamı, inceleme doğrultusu ve yansıtma yöntemi tercihleriyle "kültürel" gibi kullanımları ön plana çıkardığı ya da çıkarması gerektiği söylenebilir(Eker & Aslan, 2011: s. 179-200)

Gelişen endüstriyle birlikte post modern kültür doğmuş ve bu kültür kendi çerçevelerini tanımlayacak, betimleyecek kültürel alanlar icat edip bu icadını geçerli ve geçekçi kılmanın meşru yollarını da ayrıca geliştirmiştir(Eker & Aslan, 2011: s. 179-200). Modernizmin; sonrası ve ötesi anlamında bir tanımlama olarak kullanılmaktadır. Modern düşünceye ve kültüre ait temel kavram ve perspektiflerin sorunsallaştırılmasıyla ve hatta bunların yadsınmasıyla birlikte yürütülmektedir. Postmodern kültürden bahsederken tüketimden de bahsetmek gerekir çünkü postmodern kültür ve postmodern sanatı eğitsel açıdan aynı bunalımlardan doğmuş bir problem olarak birleştirir(Fenomen, 2021)

Postmodernizm özellikle tüketim toplumunu geliştirmeyi ve devamını sağlamayı gerçekleştiren bir yapı olmuştur. Postmodernizmin ortaya çıkması ile sanayi ve sanayi ötesi tüketim toplumuna geçiş bir arada gerçekleşmiş ve bu dönemde sanat tüketimi artırma işlevi üstlenmiştir. Bunun sonucunda postmodernistlerce yüksek sanat unsurları popüler kültürle yoğurularak tüketilir hale gelmiştir(Atiker,1998: s. 66).

Popüler kültür her şeyin görünümüne yapılışına kullanılışına sirayet etmiş üretilen bir kültür haline dönüşmesi ile kültürün standardizasyonu nu sağlamıştır. Popüler kültürün kapitalizmin egemenliğini besleyip güçlendiren, kapitalizmin kabullenilmesini güçlendiren bir çark haline dönüştüğü ileri sürülmüştür.

Marcel Duchamp'ın sanayi üretimi bir pisuarı sanat nesnesi olarak sergilemesi ile sanat eserleri seri üretim nesnesi oldu ve böylece tüketim nesnesi de oldular. Böylece sadece sanat eseri tüketime katılmamış oldu aynı zamanda estetik beğeni de tüketime katılmış olur. Featherstone'a göre estetik kavramı günlük hayatın içine girmiştir ve şu üç şekilde ele alınır: Birincisi, 20. Yüzyılın ilk yarısında egemen olan "sanatsal alt-kültürlere", ikincisi; yine aynı dönem ve postmoderne geçiş sürecinde dikkat çeken "hayatı bir sanat eserine dönüştürme çabasına" ve üçüncüsü; "çağdaş toplumlardaki gündelik hayatın dokusunu dolduran göstergelerin ve imajların hızlı akışına gönderme yapar" (Featherstone, 2005: s. 116-119). Bunlardan ilk madde sanatsal kimlik ve savunuların tesiri ile yeterli olmaz. İkinci madde sanatın ve yaşamın ortak günlük müştereklere taşınmasında medya ciddi bir fikir pompalayıcı görev üstlenir. Üçüncüsünde ise gösterge ve imajların yoğunluğuna paralel olarak küresel teknolojik donanımla birlikte çok daha güçlü bir yayılım hızı kazandığı ve bir

endüstriyel bakış açısı ve kültür oluşturduğu için kaçınılmaz biçimde tüketim estetiğini ön plana çıkarmıştır.

Sanat eserleri tüketimin nesnelere haline gelmiş hatta merkezinde yer almaya başlamıştır. Tüketim kendi gelişimini ve devamını sağlamak için sanatı yanına alarak beslemiş ve gelişimini sağlayarak hatta yön vererek sanat nesnesini ürünleştirmiş olur.

1.3.3. Sanatın Metalaşması

Meta kelimesi TDK ya göre mal, ticaret malı, sermaye olarak tanımlanır. Marx'a göre *"Burjuva toplumunun zenginliği, ilk bakışta, temel birimi tekil meta olan muazzam bir meta birikimi gibi görünür. Ancak her meta iki veçhede kendini gösterir: "kullanım değeri ve mübadele değeri."* (Marx, 2019)

Meta, İngiliz ekonomistlerinin ifadesiyle, "yaşam için gerekli, yararlı veya tatmin edici olan herhangi bir şey", ihtiyaç duyulan bir nesne, varlıktır. Metanın varlığı kullanım değeri ile ölçülen kullanım değeri olarak varlığı, somut fiziksel varlığının uzantısıdır.

Sanat piyasası öncelikle 17. Yüzyılda Hollanda da yeşerir. Ticari açıdan güçlenen lale borsaları oluşturan kentli halkın yoğun olarak yaşadığı Hollanda tüccarları pazarın gücünü keşfederler. Artun'un aktarımı ile; *"Hegel, sanat piyasasının doğuşuna yol açan ve aristokrat olmayan yeni bir koleksiyoner sınıfın ortaya çıkmasını, Estetik: Güzel Sanatlar Üzerine Dersler kitabında şöyle açıklıyordu: "Karada dövüşen yiğit askerler, gözü pek denizciler dışında [Hollanda'da] yaşayan herkes kentliydi; ticaretle uğraşan, varlıklı ve rahat hayat tarzlarına rağmen gösteriş düşkünlü olmayan, sade, orta sınıf burgher'lerdi... Bu duyarlı ve doğuştan sanata yatkın olan insanlar güç sahibiydi; ... hayatları doyurucu ve rahattı, ve resimlerden, bu hayatın zevkine varmak için yararlanmak istediler."* (Artun, 2015). "Sanat Piyasası ve Sanatın Özerkliği" yazısında, sanatın kurumsallaşması sanat pazarının doğrudan oluşmasını piyasasının doğmasını sağlamıştır. 17. yüzyılda Hollanda'da ticaretin gelişmesi pazarın gücünü ortaya koyar. Bunu gören Avrupa piyasasının gücünün

himayenin gücünden daha etkili olduğunun ilk kez farkına varır. O güne kadar sanat himaye sisteminde ya da dini nedenlerle geliyorken sanat ticaretinin gelişmesi ile artık sanatçılar sadece himaye edenlere değil simsarlar aracılığıyla ya da oluşan sanat pazarlarında doğrudan satmak için ticari olarak üretmeye başlarlar ve bu da onlara özgürlük alanı sağlar.

Aristokratik himayeden sıyrılan sanatın tam olarak pazara açılması 19. Yüzyılın sonlarında gerçekleşir. Metalaşmanın entelektüel hayata tesir etmesi de o zamanları kapsar. İkinci dünya savaşının ardından yaşanan ekonomik gelişmeler sermaye fazlası oluşan burjuva sınıfı ortaya çıkar. Ticarete ve sanatta öne çıkan kentler olur bunlardan en öne çıkanı ise Londra'dır. Londra da bu anlamda büyük müzayedeler düzenlenir hatta bu müzayedeler için çeşitli seremoniler geliştirilir. Erkeklerin ve kadınlar en şık özel kıyafetleri ile müzayedelere alınırlar. Erkekler siyah kravat kadınlar ise tuvaletler le katılmaları şartı konulur. Müzayedeler için özel geceler hazırlanır. Ve 1958'de Londra da Sotheby's müzayede salonunda satışlar yapılır. Cezanne'in 'Le Garçon Au Gilet Rouge'u' isimli tablosu kıyasıya bir yarıştan sonra New Yorklu bir alıcıya 220 bin Sterline alıcı bulur. Bu satış o dönem sansasyon yaratır. Basında büyük ilgi görür. Bu satış sonrası müzayede salonlarının ciroları rekor fiyatlarla katlanır. Bu rekor satışın ardından pek çok kişi sanat eserlerini para kaynağı bir değerlendirme aracı olarak görmeye başlar. Koleksiyonerlerin ellerindeki eserler sanat dünyasının dışında da ilgi çekmeye başlar. Ve hatta bankalar saat eserlerini teminat olarak kabul etmeye başlarlar. (Artun, 2015)

Kapitalizm in getirisi ile insanlar attık ne, neyi anlatıyor gibi sorular yerine ne kadar, değeri nedir gibi sorulara yönelirler. Artık yapılan imgeler üzerinden yeni kimlikler aidiyetler oluşturulmakta yeni pazarlar üretilmekte ve hayat imge yığınları ve Pazar paylarıyla ölçülmektedir. Böylece sanatçılar birer marka ürünleri ise pazara, yatırım araçlarına dönüşür. Sanat eserlerinin kullanım sürelerinden bahsedilemeyeceği için kendi için kendi değişim bedelleriyle para ilişkisine girerler.

İKİNCİ BÖLÜM

2. DİJİTALLEŞME VE DİJİTAL MEDYA

2.1. DİJİTALLEŞME

“Dijitalleşme kavramı bilginin sayısallaştırması olarak bilinmektedir. Elde edilen verilerin sayısallaştırılarak çeşitli platformlarda yer edinme sürecidir. Sayısallaştırma ise, analog işlemlerin bilgisayar ortamında depolanması ile sayısallaşan bir formatta dönüştürülmesi olarak söylenebilir” (Karakaş vd, 2009).

Dünya zaman içerisinde pek çok değişime uğramıştır. Zaman içerisinde önce tarım toplumuyken, kölecilik ve ticaretle feodalite gelişmiş daha sonra sanayi devrimi yaşanmıştır. “Sanayi devrimi 18. Yüzyılın ikinci yarısında İngiltere’de başlayıp daha sonra Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri’ne yayılan; yeni buluşların üretime olan etkisi ile buhar gücüyle çalışan makinaların fabrika üretimini doğurmasına ve bu gelişmelerin de Avrupa'daki sermaye birikimini arttırmasına yol açan sürecin adıdır. İngiltere’de ortaya çıkan Sanayi Devrimi, insanlık tarihinde büyük bir dönüm noktası olurken, günlük yaşamı neredeyse her yönüyle etkilemiştir.” (Oxford, 290).bu süreçle birlikte işletmeler gittikçe büyür ve fabrikalar oluşur.

“1834’te Charles Babbage, bugünkü bilgisayarların hemen her yönünü önceleyen otomatik hesaplamalar için uygun, elle çalıştırılan, mekanik bir 47 makine olan Analitik Motor’u tasarladı. Hesaplama tarihiyle ilintili diğer gelişmeler, telgraf ile Mors alfabesinin (ilkel bir ikili sistemin habercisi) icadı, ilk klavyenin (ilk başta daktilo için) tasarlanması ve 1876’da Alexander Graham Bell’in telefonu icadıydı.” (Wands, 2006: s. 20).

Sanayi devriminden sonra gelişen hızlı teknoloji ikinci dünya savaşından sonra ivme kazanır. 1990’larda bilgisayarın ortaya çıkması pek çok yeni gelişmenin ilk adımı

olmuştur. Pensilvanya Üniversitesinde John Mauchly ile ENIAC (Elektronik sayısal Hesaplayıcı ve Doğrulayıcı) isimli sayısal elektronik bilgisayarı 1946 yılında tamamladı. Yapımında 18,000 adet elektronik tüp kullanılan ENIAC; 150 kwatt gücünde idi ve 50 ton ağırlığıyla 167 m2 yer kaplıyordu. (Bilgisayarın Tarihi, 2020) sadece hesaplama değil farklı özelliklerinin olduğu keşfedilmiş estetik amaçlarla da kullanılmıştır.

1930'lu yılların sonunda bilgi ve veri akışı sağlanabilmiştir. 1950'lerde televizyon yayıncılığı insanların hayatına girmiştir. Elektronik yüzey aktarımını sağlayan dışardan bir bakışın gördüğü, görüntünün yansıtıldığı yüzey "ekran"dır." (Altunay, 2013: s. 81).

İşlemler 0 ve 1 arasında 0 ve 1 in yansımalarının saniyede 300 000 km hızla hareket eden elektrik sayesinde bizlere ekranda oluşan milyonlarca piksellerin verilen komutlar ile imajın ekranda belirmesi, görüntü aktarımı ile oluşan bu sistem teknolojide yepyeni bir çağ açmıştır. (Uçar, 2004: s. 120) bu gelişmelerden sonra bilgisayarlar gün geçtikçe işlevi büyürken kendisi küçülmüş yaygın kullanıma açılmıştır.

Bilgisayarların kullanılmaya başlanması bilgisayarlar arasında veri aktarımı ihtiyacı doğurmuş ve böylece çalışmalar neticesinde 1968 yılında Amerika da ARPANET üzerinden ilk mesaj, Los Angeles'taki Kaliforniya Üniversitesi (UCLA)'daki Profesör Leonard Kleinrock'un laboratuvarından "LOGIN" mesajı, Stanford Araştırma Enstitüsü(ISR)'de bulunan bir bilgisayara gönderilmiştir.(Sırça, 2019)İngilizce'de örümcek ağları olarak da kullanılan World Wide Web (www), 1991 yılında geliştirilmiş 1998 yılında da evlere girmeye başlamıştır.(Cemalioğlu, 2020)

Abd Savunma bakanlığı tarafından askeri amaçlarla geliştirilen İnternet iletişim tarihini derinden etkilemiş, iletişim algısını değiştirmiştir. 1990'lı yıllarda internet ağı yaygınlaşmış evlere taşınmaya başlamıştır. İlk yıllarında tek yönlü, analog bir enformasyon iletiminin hâkim olduğu İnternet altyapısı, Web 2.0 teknolojilerinin kullanılmasıyla etkileşimli, canlı bir organizma hâline dönüşmüştür. (Değirmencioğlu, 2016: s. 592) İnternet ve bağlı olarak bilgisayar teknolojisi günden güne gelişmiştir.

“İletişim tarihinde, öncelikli olarak optik, sonraki yıllarda elektrikli telgrafın kullanılması, enformasyon iletiminde zamana ve mekâna olan bağımlılığı ortadan kaldırmıştır. Telgraf hatları üzerinden sağlanan iletişimin kıtalararası hâle dönüşmesi, okyanusun altına döşenen kablolar aracılığıyla mümkün olabilmiştir. Uzun mesafeli ve uluslararası iletişimin altyapısı ise “Soğuk Savaş” döneminde, ABD ve Sovyetler Birliği arasında 1950’li ve 1960’lı yıllarda uzay ve uydu teknolojisi alanında yaşanan gelişmelerin sonucunda sağlanmıştır. Kişisel bilgisayarların ilk örneklerinin 1970’li yıllarda ortaya çıkışı ve mikroişlemcilerin kullanılması, hem iletişim araçlarının boyutlarının küçülmesine neden olmuş hem de dijital enformasyonun depolanması ve aktarılmasını kolaylaştırmıştır. Bu bağlamda “yeni medya” ve “dijitalleşme” kavramlarının bir dizi teknolojik icat ve gelişmelerin sonucunda ortaya çıktığı görülmektedir” (Değirmencioğlu, 2016).

"Marshall McLuhan (1911-1980), bir iletişim teorisi filozofu teknolojik gelişmelerin ileride toplumsal hayatı ve iletişim biçimlerini çok değiştirip dönüştüreceğini ön görmüş 'Araç mesajdır' ve 'küresel köy' ifadelerini üretmiştir. geleceğe yönelik kullandığı bu terimlerle World Wide Web'in icat edilmesinden neredeyse otuz yıl önce iletişimin bu değişimini tahmin etmiştir"(Levinson, 1999). İnternet ağlarının yaygınlaşması ile birlikte sadece veri aktarımı ile kalmayıp sohbet etmek, alışveriş yapmak, video ve film izlemek, sosyalleşmek amaçlı pek çok yeni iletişim ağları kuruldu.

20. yüzyıl da elektrik ve petrolün de üretime katılması ile II. Sanayi devrimi başlamıştır. Bilgisayarın kullanılmaya başlanması ile 1970’lerden sonra otomasyon ve sayısallaşmanın da üretime katılması ile III. Sanayi dönemi başlamıştır. (Ersöz, 2020). *“Otomasyonun çoğalmasıyla üretim verimliliği yükselerek dijitalleşmeye başlayan dünyada bilginin ve ticaretin kapsamı ve sınırları ortadan kalkmıştır. İçinde bulunduğumuz dönem olan IV. Sanayi Devrimi, otomasyon üretimi ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin bir aracı haline gelmiştir. Siber fiziksel sistemler, Robotlar, Yapay zekâ teknolojisi, sensörler, Nesnelerin interneti (IoT), Endüstriyel sanayi, Bulut bilişim, Artırılmış gerçeklik gibi internet teknolojilerindeki devasa gelişmeler ve bütün bu teknolojilerin bulut bilişim ile birleşmesi neticesinde meydana gelen dijital ortamlar dünyayı oldukça farklı bir dönüşümün eşiğine taşımaktadır(Ersöz, 2020: s. 170-179).*

Yaşanan gelişmeler dünya çapında bütün faaliyetlerde dijitalleşmeyi getirmiştir. Dijitalleşmek artık bir gereklilik değil zorunluluk haline gelmiştir. Aynı şey sanatta da geçerli olmuş geleceğin sanatı olarak görülen dijital sanat ortaya çıkmış ve pek çok sanatçı dijitali eserlerinde olmasa dahi günlük hayatlarında sanatlarını tanıtmak için kullanmaya başlamışlardır.

2.1.1. Medyanın Dijitalleşmesi

“Dijitalleşme” (tdk, 2021)’da “sayısallaşma” olarak bilinen bu kavramı bilginin sayısallaşması olarak tanımlanır. “Shannon ve Weaver’ın 1948’de geliştirdikleri enformasyon kuramı, dijitalleşme sistemlerinin rakamlar (0 ve 1) kapsamında tanımlanmasına öncülük etmiştir. Bu sayede enformasyon kuramı iletişimi sayısallaştırarak, iletişimin bir bilim dalı olarak kabul edilmesine katkı sağlamıştır. (Uçan, 2013: s. 48).” Dijitalleşmenin hızla yaygınlaşması öncelikle medyayı etkilemiş ve insanların birbirleri ile internet teknolojileri aracılığı ile karşılıklı etkileşimde bulunmalarını sağlamıştır.

“Dijital teknoloji genel anlamıyla “veri, ses, müzik, metin, fotoğraf ve görüntü biçiminde her tür enformasyonun ‘bit’lere ya da bilgisayar diline, mikroişlemciler yardımıyla dönüştürülmesi” olarak tanımlanmaktadır. (Törenli, 2005: s. 9899) Bu teknolojiler ağ sistemlerini geliştirmiş yer altından kıtalar arası taşınan ağ sistemleri oluşturulmuş, enformasyonun yayılması için uydu sistemleri geliştirilmiş, mikro işlemcilerle enformasyonu saklama ve taşıma imkanı doğmuştur. Bu teknolojilerin gelişmesi ile birlikte bu formasyonların üretilmesi, saklanması, iletilmesi ve dağıtılması kolaylaşmış işlem yetenekleri gelişmiş hızları artmıştır. Bütün bu gelişmeler farklı iletişim araçlarında dolaşılmasını mümkün hale getirmiş yazılı, sesli, görüntülü ve karşılıklı etkileşimin sağlandığı iletişim ortamı doğmuştur. (Değirmencioğlu, 2016: s. 592-606)

İnternetin Paul Baran’ın çalışmalarıyla öncülük yaptığı ortaya çıkaran “paket anahtar iletişim teknolojisi” ağın bir merkezde kontrol edilmesinden bağımsız olarak kendi yolunu bulacak ve anlamlı bir mesaj birimi olarak ileti oluşturabilecekti.

Sonrasında teknolojik olarak daha ilerlemiş verilerin paketlenebilmesi ile birlikte kontrol merkezlerine gerek kalmadan iletilebilir olurlar. (Castells, 2005: s. 58)

Uzun yıllar enformasyonu iletme için analog yöntemler kullanılsa da 1990'lı yıllarda ses ve görüntünün analog yayınlardan dijital yayınlara geçmesi ile bu teknolojiler inanılmaz hızlanmış ve yayılmıştır. Bilgisayar teknolojisinin gelişmesi en yaygın sistemlerini de geliştirmiştir. Teknolojinin bilgi işlem süreçlerinde sağladığı esneklik, yüksek çözünürlük, kesinlik, netlik, düşük maliyet medya iletişim sektörünü büyük oranda etkilemiş ve çok büyüyen teknolojiler geliştirmelerini sağlamıştır. Bu teknolojilerde bilgisayar, telekomünikasyon, elektronik kitle iletişim sistemleri birleşmiş ve dijital enformasyonların olduğu tek bir aygıt halini almıştır. Hipermetinler ile birbirine bağlanan bilgilerin sürekli yer değiştirdiği istemcilerin talebine cevap verdiği bir çağa girilmiştir. Teknolojik donanımların gelişmesi bugünkü medya araçlarını bilgisayar tabanlı kurgu, grafik ve yayın sistemlerine bağlı hale getirmiştir. *“1990'lardan sonra, hareketli görüntülerle sesin bilgisayar teknolojisi ile kolayca işlenebileceği teknikler (video sıkıştırma, yüksek hızlı ve kapasiteli diskler ile işlemciler, gelişmiş video işleme programları gibi) yaygınlaşmıştır.”* (Baştan, 2004: s. 33).

Dijital sistemlerin gelişmesi telekomünikasyon sistemlerinin de gelişmesi gerekliliğini tetiklemiş ikisi birbirini geliştirmiştir. İkinci dünya savaşından sonra ülkeler arasında başlayan teknolojik rekabet uzaya iletişim uydularının fırlatılması ile hız kazanmış televizyon ve radyo yayınları uydudan direk izlenir, dinlenir hale gelmiştir. Teknolojinin gelişmesi veri sıkıştırma algoritmalarının gelişmesi sinema sektörünü de etkilemiş dijitalleştirmiş ve özellikle ABD de büyük yatırımlar yapılan ekonomik bir sektör oluşturmuştur.

“Yeni iletişim ortamlarının oluşmasında metalaşma, sayısallaşma, yakınsama, ticarileşme, ağ yapılanması sürükleyici etmenler olarak görülür. Diğer yandan enformasyon teknolojileri paradigması bağlamında enformasyonla iç içe geçen yeni ekonomik örgütlenme ulusal, bölgesel, küresel ekonomileri bütünleşmeye zorlarken kitle iletişim alt yapısı bu sürece hız kazandırmış; dağıtım kanallarının çeşitlenmesi ve uluslar arası düzenlemeler sürecin etkinliğini perçinlemiştir.” (Törenli 2005: s. 93-95)

Teknolojinin itici gücüyle şekillenen medya ilk baştaki kılıfından sıyrılarak

teknolojiyle birlikte evrimleşir. Tek taraflı yayıncılıktan teknolojik gelişmelerle birlikte etkileşimli yayıncılığa doğru geçmeye başlar ve yeni medya eskiden farklı olan anlamındaki yenilik için geçerli oluşum sürecinin temel dinamiklerini taşır.

Yeni iletişim teknolojileri daha önce kullanılan telgraf, telefon, radyo, televizyon, fotoğraf makinası, ses kayıt cihazları gibi analog pek çok aletin işlevi değişmiş enformasyonun içlerinde bulunan belleklerle bilgi saklanıp taşınırken yeni medya çağında sayısal aktarım sayısal işleme ve çoğaltma işlemi yapılabilmiş ve aynı zamanda belleklerin boyutu artarak bilgi saklama kapasiteleri büyümüştür. Cihazlar ise teknoloji ile birlikte gittikçe küçülmüş ve enformasyonun taşınabilirliği mümkün olmuştur. Dijitalleşme ile birlikte farklı formattaki veriler sayısal kodlamalara dönüştürülüp farklı iletişim kanalları üzerinden farklı birimlere hızlı bir şekilde aktarılmasını sağlamıştır. Sayısallaşma bir taraftan da iletişimi kablosuz hale getirmesi ile bireysel iletişim araçları yayılmıştır.(Törenli, 2005: 157158) bütün bu gelişmeler çoğalan, mobil hale gelen, bireyselleşen iletişim yeni medya alanlarını gittikçe çoğaltmış ve çok daha hızlı erişilebilir hale getirmiştir.

20. yüzyılda yaşanan bu hızlı değişim iletişimin şeklini değiştirmiş ve insanların iletişim alışkanlıklarını da büyük yönde etkilemiştir. Akıllı internet ağına sahip cihazların kullanılması ile hızlanmış ağ bağlantıları ile bütün dünya erişilebilir olmuştur. Bu da yeni medyanın doğmasını sağlamış ve çok hızlı gelişmesine sebep olmuştur. Artık medya tek elden değil pek çok insanın üretebildiği bir yapıya dönüşmüştür.

Medya kavramı teknoloji ile birlikte dönüşürken yeni özellikler göstermesi ile birlikte her yeni özelliğin kazandığı gibi medya da yeni özelliği kazanır geleneksel medyadan ayıran özelliklerini Altunay şöyle sıralar; Sayısallık, taşınabilirlik, eşzamanlılık, etkileşimlilik, kitlesizleştirme, kişiselleştirme, ve yöndeşme “bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan bireysel ve kitle iletişim ihtiyaçlarının çift yönlü ve anında gerçekleşmesine olanak tanıyan, kişi ya da kurumların zaman ve mekan sınırı olmadan farklı iletişim süreçlerini yönetebilmesi için çevrimiçi kalabilmelerini sağlayan sayısal çağdaş iletişim araç ve ortamlarının tümü” olarak açıklar. (Altunay, 2012: s. 14) böylece medya dijitalleşmiş enformasyon

mobil hale dönüşmüş. Enli video, blog yazıları, sosyal medya yayınlarında yerini almıştır.

2.1.2. Dijital Ekonomi

Teknolojinin hızla ilerlemesi pek çok yeni teknolojinin ve kavramın doğmasına neden olmuştur. İnternet, Yeni medya, sosyal medya, sosyal ağlar, sanal dünya, yapay zeka gibi pek çok kavram oluşurken bunlar aynı zaman da kendi ekonomilerini de oluşturmuşlardır.

İnternet ile analog ve ağır işleyen dünya bir dijital veriye dönüşmüştür. İnternet verileri depolayarak verilere istenen zamanda anında ulaşabilme kolaylığı ve verileri aktarma kolaylığı getirmiştir.

İnternetin yaygınlaşması ile birlikte özgürlük, anındalık, sınırsız alışveriş gibi kavramları oluşmuş aynı zamanda internet sayesinde televizyon yayıncılığı ile sadece izleyici konumunda olan topluluklar etken konumuna geçmiş. Önceleri sadece askeri olarak kullanılan sonra üniversitelerde kullanılan internet sonraki süreçlerde reklam ve finans alanları ile politik alana yayılmıştır. İnternetin ticaret ve reklam amaçlı kullanılması tüketicinin ve tüketici davranışlarının ölçülebildiği aynı zamanda kontrolün kitleselleştirildiği bir araca dönüşmüştür. (Maigret, 2011: s. 52)

“1990’lı yıllarda yaşanan önemli olaylardan biri de, Bilgi ve İletişim Teknolojilerinde (BİT) görülen hızlı gelişmelerdir. Özellikle Gelişmiş Ülkelerde (GÜ) BİT’ne yapılan yatırımların büyük oranlara ulaşması ve buna paralel olarak bu teknolojilerinin üretimden eğitime her alanda kullanılması, günlük yaşamı olduğu kadar ekonomik ilişkileri de etkilemiştir. Gelişmiş bilgisayarların daha düşük maliyetle üretilebilmeleri, firmalar arasında bilgisayar ağlarının yaygınlaşması, kişisel bilgisayarların TCP/IP ve WWW gibi geliştirilen yazılımlar ile ağların ağı olan internete bağlanması gibi ilerlemeler gelişmiş ekonomilere yeni bir dinamizm kazandırmıştır. Bu dinamizm birçok yazar tarafından Yeni Ekonomi olarak adlandırılmaktadır.” (Öztürk, 2002: s. 1-10).

Dijital teknolojilerin gelişmesi pek çok maliyeti düşürmüştür. Aynı zamanda hızı arttırmıştır. Bu gibi gelişmeler büyük şirketlerin doğmasına yol açmıştır. *“Dijital teknoloji, bilginin bit cinsinden ifade edilmesidir. Dijital teknoloji, verilerin aktarım, depolama ve hesaplama maliyetini azaltmıştır. Dijital ekonomik faaliyetlerle, beş farklı ekonomik maliyet düşürülebilir. Sırasıyla arama maliyetleri, çoğaltma maliyetleri, aktarım maliyetleri, izleme maliyetleri ve doğrulama maliyetleridir. Arama maliyetleri dijital ortamlarda daha düşük olması aramanın potansiyel kapsamını genişleterek kalitesini arttırmaktadır. Dijital mallar sıfır maliyetle çoğaltılabilir, bu da onların genellikle rekabet dışı olduklarını gösterir. Dijital teknolojiler, bireylerin davranışını izlemeyi kolaylaştırmaktadır. Ayrıca dijital doğrulama, bir şahıs, firma veya işletmenin itibarı ve güvenilirliğini doğrulamayı da kolaylaştırır.”* (Erbay, Tulgar, Özden, 2018: s. 351)

Tüketiciler istedikleri ürünleri arayarak milyonlarca ürüne aynı zamanda ulaşabilir olmuştur. Düşük arama maliyetleri nadir ürünleri bulmayı kolay hale getirerek pek çok şey daha ulaşılır hale gelmiştir. Baştan'ın aktarımıyla dijital elektronik sistemlerin gelişmesi bilgiyi işleme, saklama ve iletme işlevi telekomünikasyon ve bilimin birbirine yaklaşmasına hatta iç içe geçmesine neden olur. Taşınabilir dijital ürünlerin çeşitlenmesi ve çoğalması ile serbest pazar sistemlerinde ciddi bir rekabet doğar. Teknolojiyi ilk geliştiren pazara sunan öncülük eder. Yeni arayışlar, kullanıcıların talepleri yenilikçi ekonomi politikaları ve üretim stratejileri geliştirilmesine neden olur. Tüketici taleplerinin artışı endüstriyi etkiler endüstrinin artışı da teknolojik gelişmelerin sürekli yenilenmesini sağlar. Bilgisayarın ve enformasyon teknolojilerinin, telekomünikasyon alt yapısı gelişmesi iletişim alanında da ivme katmış. (Baştan, 2004: s. 31)

Bilgisayarın, internetin bulunması yaygınlaşması akıllı teknolojilerin yaygınlaşması iletişimi çok geliştirmiş ve dünya çapında haberleşme ağı oluşturarak sınırların ortadan kalkmasına neden olmuştur.

2.2. YENİ MEDYA VE DİJİTAL SANAT

Mağara resimlerinden güncel iletişim araçlarına gelinceye dek insanlığın mesaj iletme ve ardında bir şeyler bırakma çabası nesiller boyu aktarılan bir bilgi birikimini oluşturmuştur. Medya kelimesi Türkçe’ de “İletişim ortamı, İletişim araçları” anlamına gelir. (www.tdk.gov.tr) ortam olarak bilginin iletildiği ortam ifade edilir. İlk olarak telgraf sonrasında basılı yayınlar kitap, gazete, dergiler yaygın bir şekilde iletişimi sağlarken yeni teknolojik bulguların bir bir ortaya çıkması ile birlikte basılı yayını sesin kitlelere yayılmasına izin veren radyo yayını, sonrasında direk medya olarak adlandırdığımız hem sesin hem de görüntünün bir arada olduğu televizyon yayınları başlar. Teknolojide başlayan devrimsel nitelikteki buluşlarla birlikte “Yeni Medya” olarak adlandıracağımız bilgisayar teknolojileri ve internet yayını ortaya çıkar.

İnternetin ortaya çıkışı ilk başlarda özgürlük alanı olarak görülmüş, hızlı olmasıyla anımsalılık hissi ve kolay erişilebilir alışveriş potansiyeli yaratmış ve televizyonun aksine erişilebilirliği ve insanların birbirleri ile direk anın da bağ kurabilmeleri edilgenlikten etkenliğe taşımıştır. İlk başta bilgi ve sosyalleşme olarak kullanılmış reklam endüstrisi için ve siyaset probagandası olarak tüketimin ve kontrolü kitleleştirmeye yarayan bir araç haline dönüşmüştür(Başlar, 2013: s. 823).

Farklı yeni medya tanımı vardır. Bunlardan birini Thopson şöyle tanımlar. “Bilgi işlem teknolojisi aracılığıyla yetenekleri artmış, kullanımı kolaylaşmış veya olası genişletilebilirlik potansiyelini bünyesinde barındıran iletişim araçlarıdır” (Thompson, 1995: S. 132-139).

“Manovich’e göre; “Yeni medya kavramı da teknolojik gelişmelere bağlı olarak sürekli gelişmekte ve bundan dolayı kavramsal olarak tam olarak açıklanamaz veya kavram için kesin bir tanım yaratılamaz. Manovich’in bu söylemi, yeni medya kavramını her kişinin anladığı şekilde yorumlamasına, yanlış fakat genel geçer fikirlerin ve içeriklerin oluşmasına neden olmaktadır. Bu durum ise yeni medya kavramında kuramsal bir boşluk izlenimi yaratmakta ve yeni medyanın sunabileceği erdemlerin tam olarak anlaşılmasını engellemektedir. Yeni medya kavramındaki yenilik sadece teknolojik veya

araçsal bir yeniliği değil medyaların iletişim modellerindeki, felsefesindeki ve tüm sistemindeki teknik, hukuki, sosyolojik, psikolojik ve diğer birçok faktörün dönüşümünü ifade etmektedir.”(Manovich, 2001: s. 25)

Yeni medya iletişimde yeni bir çağ açmış ve geleneksel haberleşme düzenini kökten değiştirmiştir. Yeni medya ağ tabanlı, etkileşime açık, merkezi olmayan, yeni medya üretmek ve yapmak için hiçbir statüye gerek duymayan bir düzen olmuştur.

“Medya, olayların, haberlerin ve diğer bilgilerin oluşturduğu içeriğin kitlelere aktarılmasını sağlayan araçlara verilen isimdir. Görsel ve işitsel olabilen bu araçlar ya da kanallar, içerik oluşturan kişilerin hazırladıkları makaleleri, videoları, filmleri vb. malzemeleri aynı anda insan topluluklarına aktarmak amacıyla kullanılırlar.” Medyanın kapsamının genişlemesi ile iki tür medya oluştu geleneksel medya ve yeni medya olarak. *“Geleneksel medya ya da eski medya olarak isimlendirilen kanallar yazılı ve görsel basın araçları olan televizyon, radyo, (kağıda basılan) gazete ve dergi olarak gösterilebilir. Olaylar ve haberler bu kanallar kullanılarak insanlara, kitlelere ulaştırılır. Bu nedenle “kitle iletişim araçları” olarak da isimlendirilmişlerdir.”(Gökçel, 2021).*

“ “Medya” sözcüğü; İngilizcedeki “medium” sözcüğünün çoğulu olup, ülkemizdeki yazılı ve görsel yayınların çoğalmasıyla dilimize “medya” olarak yerleşen ve kökeni Latince olan bir sözcüktür. Medya kavramı günümüzde oldukça yoğun olarak kullanılmasına rağmen bu kavramın sınırları ve kapsamı tam olarak belli değildir. Kavram karmaşasını engellemek için medya kavramı yerine “kitle iletişim araçları” ifadesi de kullanılmaktadır. Bu bağlamda, iletişimin bazı tekniklerle belirli bir teknoloji uygulanarak çoğaltıp güçlendirilmesi ve çok sayıda kişiyi etkileyecek biçime getirilmesine kitle iletişimi, kullanılan araçlara da kitle iletişim araçları veya medya denilmektedir.”(Gökçe, 2021)

Medya kavramı değişirse de yeni medya geleneksel medyadan farklılaşmıştır. Geleneksel medyadan ayıran temel özellikler etkileşim, kitesizleştirme ve eşzamansızlıktır. Yeni medya kullanıcıları eski medyada olduğu gibi pasif kalmaz aktif bir şekilde katılırlar. Yeni medya kavramı gün geçtikçe büyümektedir. Her geçen gün yeni mecralar üretilmekte ve bu da yeni medya kavramını her seferinde

yenilemektedir. “Yeni medya kavramı, siberkültürün kapsamadığı tüm sayısal teknolojilerin ürettiği kültürel ve toplumsal dönüşümü inceler.” (Gökçe, 2021)

Yeni medya kavramı tam olarak sınırları belirlenemese de her geçen gün kendisini yenileyen araçlar teknolojinin gelişmesi ile birlikte yeni medya, yeni iletişim teknolojileri gibi adlarla anılıyor. Yeni medya gündelik yaşamda giderek yaygınlaşan, günlük yaşam pratiklerimizi etkileyen, alışkanlıklarımızı belirleyen bir duruma geldi. Yaşamımızın her alanına internet, telefon, bilgisayar, oyun konsolları, akıllı televizyonlar ve tabletle girebilen bir teknoloji oldu.

“Yeni Medya'nın dili, sayısal temsile ve bilgisayar tabanlı aktarıma dayanan tüm kültürel nesnelere bazı ortak nitelikler paylaştığı varsayımı üzerine kurulmuştur. Yeni medya var olan görsel kültürel gelenekler olan, farklı resmetme tekniklerini, görsel ve işitsel anlatım yöntemlerini nümerik sisteme dönüştürerek, geleneksel temsil sistemlerini veriler haline getirir. Bu anlamda, yeni medya verileri var olan görsel işitsel temsil geleneklerin nümerik hale getirilmiş halleridir. Yeni medya kavramı, siberkültürün kapsamadığı tüm sayısal teknolojilerin ürettiği kültürel ve toplumsal dönüşümü inceler.”(Gökçe, 2021)

Yeni medya çok geniş bir alanı kapsar teknoloji ile birlikte geliştiği gibi insanların o teknolojiyi kullanım şekillerine göre yön alır ve bu şekilde hem kendi gelişirken hem insanları dönüştürme yeteneği gelişir bir diğer etkisi ise teknolojinin gelişmesine de katkı sağlar. Toplumsal iletişimi değiştirdiği sanata ve kültüre de yön verir.

2.2.1. Yeni Medya İle Oluşan Sanat İletişimi

İletişim, gönderici ve alıcı olarak tanımlanan iki insan ya da insan grubu kitlesi arasında gerçekleşen bir duygu, düşünce, davranış ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir. İletişim doğumdan ölüme insan yaşamının her anında vardır. İletişim bir faaliyettir. İletişimin farklı çeşitleri vardır(Becer, 2018;11). Kişinin benliğiyle konuşması (iç iletişim) –yüz yüze iletişim- gövde dili- toplumsal ilişkiler (grup

iletişimi)- kitlesel iletişim- insanın dışındaki varlıklarla iletişimi- insan ötesi iletişim- teknolojik iletişim. İletişimin; ileti, iletiyi gönderen ve alan olmak üzere üç ana ögesi vardır. Ayrıca İletişimin var olması için şunların olması gerekir. Kaynak (source, sender, communicator, encoder) İleti (message) Hedef (audience, receiver, decoder, destination) Kanal (channel) Geri besleme (feedback) Gürültü (noise). Böylece iletişim gerçekleşmiş olur.

İletişim öğrenilen bir faaliyettir. İnsanın doğumuyla birlikte iletişim başlar ve büyüdükçe gelişir. Hayatımızı değiştiren, ideal toplumsal yapılar kurabilmemiz yolunda bize yol gösteren fikirlerin, düşüncelerin merkezi iletişimdir. Doğan'ın aktarımıyla; Bir toplumda iletişimin kimler arasında, nasıl ve hangi sonuçlarla nasıl gerçekleşeceği büyük ölçüde o toplumun kültürel özellikleri tarafından belirlenir. Öte yandan; üyesi olduğumuz grupların davranış kuralları, yetiştiğimiz çevre, eğitim ve öğretim düzeyimiz iletişim davranışlarımızı etkiler. İletişim, çift yönlü bir süreç olduğundan, iletişim süreci içinde karşılıklı olarak etkilenir ve değişime uğrarız. Bu nedenle iletişim, kendimizi ve çevremizi değiştirmekte kullandığımız bir araç olarak düşünülebilir. İletişimin en temel özeliği olan anlam yaratma süreci de, insanların iletişim mesajlarını algılamaya başlamasıyla birlikte başlamış olur. Bireyler her hangi bir mesajı aldıklarında, kendilerine özgü özellikleriyle ona farklı bir takım anlamlar yükler. Çoğu zaman bu durum iletişimin anlama ve anlaşma amacını gerçekleştirilmesine büyük bir engel oluşturur(Gürgen,2003:27-28)

İnsanlığın var oluşundan beri var olan iletişim platon, Aristoteles, sofistler, ortaçağ ve Rönesans'dan itibaren gelişmeye devam etmiş özellikle 19. Yüzyıl iletişim çağı olarak adlandırılmıştır. Özellikle 1850-1950'li yıllarda iletişim ağları bütün dünyaya yayılmıştır. İletişim ağlarının ve şehirleşmenin gelişimi insanları iş ve iş dışında sürekli iletişimde kalmaya itti(Karagöz 2010,46). Bilimsel gelişmelerin hızlıca yaşanması ile durmaksızın ilerleyen teknoloji ve iletişim kanalları ile iletişim ve teknolojinin kolayca ulaşılabilir olması ve günlük yaşamın bir parçası haline gelmesi ile önceleri 1970'lerde yeni medya bir kavram olarak ortaya atılmıştır. 1990'larda internetin gelişmesi ile yeni medya kavramı da gelişmiş ve farklı tanımlamalar yapılmıştır.

Aytekin'e göre; *“Yeni medyaya (yeni iletişim ortamları) ilişkin tanımların bir kısmı belli bir teknoloji grubuna yöneldiği üzerinde yoğunlaşırken, diğer bir kısmı da geleneksel medya çerçevesinde süreç olarak açıklanması gerektiği görüşünde birleşmektedir”*(Aytekin; 2013: s. 103). Yeni medya bir süreç olduğu kadar aynı zamanda teknolojik gelişmelerle birlikte sosyal yapının değişmesi, düşünsel anlayışın değişmesi doğrultusunda bütün bir yaşam şekline, kültür ögesine yansımış bir kavramdır.

Altunay'a göre yeni medya kavramı; *“bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan bireysel ve kitle iletişim ihtiyaçlarının çift yönlü ve anında gerçekleşmesine olanak tanıyan, kişi ya da kurumların zaman ve mekan sınırı olmadan farklı iletişim süreçlerini yönetebilmesi için çevrimiçi kalabilmelerini sağlayan sayısal çağdaş iletişim araç ve ortamlarının tümü”* olarak tanımlanmaktadır(Altunay, 2012: s. 14).

Tokdil'in aktarmasıyla; televizyon ekranlarında yaratılan görüntüler ile birlikte grafikler, renkler, sesler, metinler hepsi bilgisayar ortamına taşınması birer kod haline dönüşmesi ile zaman ve mekandan bağımsızlaşır her an internetin olduğu her ortamda görülebilir hale gelir. Ve böylece geleneksel medya yerini yeni medyaya bırakır. Verilerin zaman ve mekandan bağımsız olması onların kolaylıkla erişilebilir, çoğaltılabilir, kesme, parçalarına ayırma, ekleme yapılabilir hale gelmesi yeni yazılımlarla değiştirilebilmesi sayısız ortam ve yeni oluşumlar yapılabilmesine olanak sağlar ve böylece kişiler bu medya unsurlarına katılmış olurlar(Manovich; 200: s. 25).

Altunay'ın da ifade ettiği gibi yeni medya ve onun uzantıları olan internet tabanlı ekran biçimleri; *“her şeyi kesip kopyalayabilen ve gerektiğinde bütün işlemleri geri alabilen bir kuşağın kullanımı için geliştirilmiş bir kültürel biçimin temsil yüzeyidir”* (Altunay, 2013: s. 17).

Yeni medya sanatı insanların bireysel olarak müdahale edebildiği noktaya gelmesi ile birlikte sonsuz olasılıkları barındıran çok geniş bir alan olur. Yeni medya sanatını bilgisayarla tanımlamak bu sanatı kısırlaştırır. Bilgisayar pixelleri ve programlarıyla yapılabildiği gibi başka kaynaklardan taranmış görüntülerle de oluşturulabilir. Fakat bilgisayar dijital sanat için olmazsa olmazlardandır. İlk grafik düzenlemelerle birlikte fotoğraf, heykel, resim gibi sanat formlarının sınırlarının

aşılması kopyalanması, çoğaltılması, arşivlenmesi için kullanılan etkileşimli gerçek sanal ortamlar, yapay zeka projeleri gibi pek çok çalışma dijital sanat olarak tanımlanabilmektedir. Bu da dijital sanatla birlikte sanat alanının epey bir genişlediğini sonsuz olasılıklar üretebildiğini bize göstermektedir.

Sağlamtimur'un aktarması ile; Christiane Paul, dijital sanat örneklerinin ilk olarak "Bilgisayar Sanatı" olarak adlandırıldığını, daha sonra "çoklu medya (multimedya) sanatı" ismini kullandığını, bugün gelinen noktada ise tüm bu çalışmaların "Yeni Medya Sanatı" olarak bilindiğini belirtmektedir(Paul, 2008: s. 7).

Yeni medya zaman içerisinde çok hızlı gelişen bir alan olmuş ve bir kültür biçimi haline gelmiştir. İnsanlık ilk olarak ateşi bulmuş evlerde yemek yapmak için ve üretim için kullanmış tamamen insanın hizmetinde bir araç olarak kalmış, yine tekerleği bulup onu hizmetinde kullanması yıllarını almıştır. Bilgisayar özellikle de internetin yaygınlaşması ile insana hizmet eden değil ayrıca insanı kullanan bir yapı haline gelmiştir.

Bilgisayarla birlikte yeni medya insanlığın yaşamın merkezine dahil olmuş. Hem insanları hem kendini geliştiren bir alan haline almıştır. Bir kültür biçimi oluşturmuştur. Bu kültür biçimi tasarlanan bir alan değil teknolojiyle birlikte sosyal hayatın da değişmesinin getirisi olarak yeni bir kültür karşımıza çıkıyor. Teknoloji sürekli yenilenerek ve kendini güncelleyerek yepyeni teknolojik bir dil yaratmıştır. Sadece teknolojik yazılımsal dil değil aynı zamanda çıkan yeni medya ürünleri de kendi dillerini oluşturmuştur. Teknolojinin ve sanatın sürekli olarak değişen estetik yapısının varlığında olduğu gibi, medya alanında da yaşanan değişim ve dönüşüm ileriye doğru bir atılım olarak gelişimini sürdürecektir. Değişim ve dönüşümün bu denli hızlı yaşanıyor olması 21. Yüzyıl toplumlarında enformasyonalizmin yani değişime ayak uyduramayanların bu kaygan zeminde var olamayacağı gerçeği ile karşılaştılar. Dogan'a göre; *Bu yeni toplum yapısı içerisinde bireyin hayatta kalabilmesi, sürekli olarak yeni bilginin üretilmesine bağlıdır. Üretilen her yeni bilgi de yerini başka bir bilgiye bırakır ve dolayısıyla küresel toplum yapısı içerisinde piyasaya sunulan bilgi bilgisayar tabanlı teknolojiler yoluyla dünyanın erişimine açılır ve tam da bu nedenle ortaya atıldığı anda eski konumuna taşınır. Bu doğrultuda medyanın interaktif konuma taşınmasının yanında insan topluluklarının ve tek tek*

bireylerin de mobil bir konumda yer aldığı bir toplum yapısı söz konusudur. eski medya ile yeni medyanın karşılaştırmasını yapan bu yüzyılın interaktif durumunu inceleyen Altunay'a göre:); “yeni ekran kavramını kullanırken, buna karşılık gelecek teknik olanakların da değişimini ve dönüşümünü kabullenmek gerekir. (...) Yeni kavramı ancak eskiyene kadar varlığını sürdürebilir”(Altunay: 2013: s.19).

“Nietzsche'nin belirttiği gibi dünyayı bir “masal” haline dönüştüren medya “gerçeklik” duygusunu yok ederken sunduğu sonsuz sayıdaki söz ve görüntü ile, insanın konuşma ve düşünme yeteneğini de geriletir” (Akay, 1996: s. 282-284).

İletişimin bu denli hızlı yayılması bilgiye ulaşımı hızlandırmış arşivlemeyi kolaylaştırarak bilginin çabuk ulaşılabilir olmasını sağlamıştır. Bu nedenle 21. Yüzyıl toplumuna Bilgi Toplumu, Enformasyon Toplumu, Postendüstriyel Toplum, Bilişim Toplumu şeklinde kavram kargaşasına da yol açabilen, çeşitli tanımlamalar yapılmaktadır. İletişim ve dijital teknolojideki bu inanılmaz hız insanların yaşamlarında ve ilişki biçimlerinde değişimlere yol açmıştır.

İrge'nin aktarımı ile; Yeni teknolojilerin hızlandırıcı etkisinin eşliğinde hızlanan küreselleşmenin getirdiği yeni toplumsal yapıdaki değişimi McLuhan “küresel köy”, “iletişim ve enformasyon çağı”, “hizmet sınıfı” kavramlarıyla açıklar. (Lyotard, 1994: s. 16) Kitle iletişim araçlarının bu yapısı pek çok köklü değişikliğe neden olmuştur. İnsanlar arası iletişim şekli, ilişki tarzları değişmiş, insanların gereksinimleri farklılaşmış, sanat anlayışı eğlence anlayışı değişmiş ve hatta birey kavramı teknolojinin sağladığı bireysellikle toplum kavramının önüne geçmeye başlamıştır.

İrge bize şunları aktarmaktadır; Kitle iletişim araçlarının gereksinimleri doyuma ulaştırmak için kullanımı, toplumsal yapı ve iletişim teknolojisinin yapısı olmak üzere iki grupta ele alınmakta (McQuail, 2005: s. 421) olup, bilgi üretiminin ve sürekli bilgi akışının olması iletişim teknolojisiyle sağlanmaktadır. İletişim teknolojisi ve kitle iletişim araçlarına dayalı çağımızın toplumsal yapılanmasında çift yönlü iletişim ve etkileşim olanaklarının olması, bilgi paylaşımını da beraberinde taşımıştır. Böylece bilginin paylaşılabilir bir meta haline geldiği bu yeni toplumsal yapılanmada bilgi üretme kapasitesi, bireyin bilgiyi alma ve işleme kapasitesinin çok üstüne çıkmıştır. Bu durum fazla arza neden olduğu gibi, bazen de fazla yüklemeye (overload) yol açmaktadır (McQuail ve Windahl, 2005: s. 251)

Bütün bu hızlı gelişmeler iletişim alanında son derece büyük ve girift bir iletişim şekli ortaya çıkartmıştır. Bunun sonucunda dünya küreselleşmiş ve coğrafi uzaklıkların bir önemi kalmamıştır. İnternet teknolojileri sayesinde sermayenin uluslararası dolaşımı kolaylaşmıştır. Bütün bunlar devletlerin ekonomiye müdahalesini azaltmış, aynı zamanda iletişimin hızla artması siyasi yapıları da etkilemiştir.

İrge'nin aktarımı ile; İletişim teknolojilerinin enformasyon teknolojilerinin toplumlarda sos-ekonomik yeniden yapılanma süreçlerinin etkili bir biçimde uygulanması için, bir araç haline geldiğini ifade eden Castells *“ağlar oluşturmanın, insan etkinliğinin örgütlenmesinin dinamik ve kendi kendine genişleyen bir biçimi olarak oynadığı rolün özellikle önemli olduğunu; bu baskın ve ağlar oluşturucu mantığın toplumsal ve ekonomik hayatın bütün alanlarını dönüştürmekte”* olduğunu ileri sürer(Castells, 2007: s. 487).

Enformasyon teknolojilerindeki bu gelişmeler iletişimin küreselleşmesi ile birlikte yeni sermayeler yaratmış iletişimin küreselleşme sürecine en az iki kanaldan dahil edildiğini ileri süren McChesney'e göre, İrge'nin aktarımı ile *“iletişim ve bilgi, dijital ve uydu iletişim teknolojisinde meydana gelen olağanüstü gelişmelerle birlikte kapitalist ekonomilerde oldukça geniş ve önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Buna ilave olan kanalda da ticari medya, reklam telekomünikasyon pazarı hızla küreselleşmektedir. Üstelik küresel medya ve iletişim, küresel kapitalizm ordularının ilerlemesinde bazı sorumluluklar da üstlenmektedir”*(McChesney, 2003: s. 8-9).

İletişim dolayısıyla medya küresel bir güç haline gelmiş ve hatta ideolojik bir silah olarak kullanılabilir ve siyasal mekanizmaların eylemlerine toplumsal rıza göstermek veya karşı mekanizma oluşturmak için kullanılabilir hale gelir. Dolayısı ile medya , *“küresel ticari pazarın varlığını ve mutlaka kendi varlığını geliştirmek ve hakim konumunu korumak için söylemlerini geliştirmek durumundadır. Küresel ticari pazarın egemenlik alanının varlığı için, kendisine karşı ya da dışında kalan anlam ve değerleri sürekli olarak yorumlayarak yeniden üretecek, rızaya dayanan bir ortam yaratacaktır. Benzeşme ve yönlendirmeye açık kitle toplumu ise, bunun bir sonucu olarak karşımıza çıkacaktır”*(Bilgili, 2008: s. 61). Maddi kaynaklara ihtiyaç duyan medya unsurlarının reklamlara göre içeriklerinin uygulandığını söyleyebiliriz. Bu

yönlendirmeler insanlara bir rol biçmekte ve insanlar bu roller çerçevesinde kendilerine toplumda yer bulmaktadır.

İletişim ağlarının gelişmesi insanı geliştirdiği değiştirdiği ölçüde toplumu da değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Toplumsal beğeniler, normlar, roller değişmiştir. Her yenilik yeni bir değişim getirmiştir. Bu değişiklikler sanat ve kültür alanına da yansımış ve hatta sanatında değişime katkısıyla yeni oluşum ve değişimleri beraberinde getirmiştir. Bu yeni toplumun iletişim sistemleri birbirine bağlanan bir sürü sistemden oluşmaktadır. Bilgi aktarımlarının gerçekleşmesi için sistemlerin birbirine bağlanması zorunludur. Sistemler bilgi kanallarını içerdiği gibi, kaynakları, iletilicileri, alıcıları ve hedefleri de kapsamaktadır. Ve böylece geniş bir iletişim ağı oluşur.

2.3. DİJİTAL SANAT

Tolstoy, “Sanat, metafizikçilerin söylediği gibi; esrarengiz bir güzellik ideası ya da tanrının tecelli etmesi değildir. Sanat, estetik fizyologların söylediği gibi; insanın depoladığı enerjinin fazlasını açığa çıkardığı bir oyun da değildir. O, insanın duygularının dışsal işaretler yoluyla ifade edilmesi de değildir. O, hoş giden objelerin üretimi değildir. Her şeyden öte, sanat bir haz değildir. Aksine, insanları aynı duygu etrafında birleştiren yaşam için, bireylerin ve insanlığın sağlık ve mutluluğuna doğru süren ilerleyişte, insanlar arasında vazgeçilmez bir birlik ve beraberlik vasıtasıdır. şeklinde tanımlar”(Tolstoy, 2016).

Sanat özellikle çağdaş sanatla birlikte değişmiş ve dönüşmüştür. Kendisini farklı nesnelere, farklı hareketlerle bambaşka şekillerde ifade ederek insanları aynı duygular etrafında toparlamıştır. Teknolojinin sanata girmesi ile birlikte alanı çok daha genişler.

Dijital sanat; Dijitalize olmuş yeni dünyanın dijital teknolojisi ile üretilen fiziksel olmayan sanal nesnelere estetik değerlerle ve nokta, çizgi, ışık, form, doku, renk gibi ölçüleri barındıran sanat biçimine denmektedir. Sağlamtimur’un aktarımı ile;

“The Digital Art Practices & Terminology Task Force(DAPTTF) tarafından 2005 yılında hazırlanan “Dijital Sanat ve Baskı Sözlüğü” ne göre, dijital sanat, “bir veya daha fazla dijital işlem ya da teknoloji ile yaratılan sanat” (Johnson ve Shaw,2005,s.10) olarak tanımlanmaktadır. Çizgen ise, matematiksel olarak 0 ve 1’lerin oluşturduğu yeni teknik dille ekranda geliştirilen görselin grafik programlarla veya özel yazılımlarla başlayan dünyasına ve bu altyapının yeni bir teknik araç olarak sanatsal anlatıma, üretime yansımaya dijital sanat demektir(Sağlamtimur, 2010).

Dijital sanat ‘bilgisayar sanatı’ olarak da kullanılır fakat bu söz onu tam olarak tanımlamaz. Dijital sanatta bilgisayarla iç içedir. Yapımında aktarımında kullanılmasına rağmen sadece bilgisayar yeterli değildir. Sanatın temel özelliklerini barındırması gerekir. Yapısı ve kodlar kullanılarak oluşturulmasından ötürü Türkçeye “Sayısal Sanat” olarak çevrilir(TDK, 2021). Verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi manasında kullanılır.

Dijital sanatın oluşmasında en büyük etkenlerden biri kuşkusuz teknolojinin gelişmesi ve iletişim ağlarının çoğalmasındadır. Daha önceki konularımızda işlediğimiz gibi teknolojinin gelişmesini iletişim ağlarının çoğalmasını yaşadığımız pek çok olay ve kapitalist sistem desteklemiştir. Özellikle sanat alanındaki yeni arayışlar Empresyonizm ile başlayan farklı çalışmalar dijital sanatın oluşmasında etkili olmuşlardır. Pointilizm (Noktacılık) akımı sanatçıların bilimsel bulgularla hareket ederek renklere ve gözün görme biçimine göre noktasal hareketler yaparak beynin bu noktaları bütün algılayıp birleştirmesi yada Soyut Sanat (Abstract Art) akımının en önemli sanatçılarından Wassily Kandinsky de 1910’ tek tek parçaların bütüne gönderme yapabildiği, bütünü çağrıştırdığı savından yola çıkarak oluşturduğu çalışmalar dijital sanatın temellerini atmıştır.

Manovich’e göre atomistik yaklaşım özellikle 1990’larda yeni medya içerisinde farklı bir yüzle yeniden ortaya çıkmıştır. Seurat’ın noktalarının bir araya gelerek yüzeyleri oluşturması, Kandinsky’nin işaretlerinin, geometrik biçimlerinin belirli bir anlam, biçim ya da sese işaret etmesi gibi; bilgisayar ekranlarında yer alan dijital bir görüntünün de benzer atomik bir yapıya sahip olduğunu, geometrik biçimler,

çokgenler ya da vokseller gibi basit elemanların birer algoritmaları olduklarını ifade eder (Manovich, 2002: s. 4).

Dijital ortamda bu yaklaşımın devamını görürüz. Dijital sanattla üretilen şeyler pek çok piksel, alan ve katmanı bir araya gelmesi ile oluşturulmuş bir alandır. Tıpkı Pointilizm (Noktacılık) da biçimi oluştururken noktaları kullanması gibi, yeni medya da görüntüyü oluştururken bu yapıları bir arada kullanır. Manovich bilgisayar veri tabanının atomistik yapısını tanımlarken; *“dijital görüntünün piksellerden ve katmanlardan oluştuğunu, sanal üç boyutlu gerçekliğin basit çokgenlerden yapıldığını, web sayfalarının html ifadeleriyle temsil edilen ayrı nesnelere oluşturduğunu, web üzerindeki nesnelere köprülerle birbirine bağlandığını”* belirterek 1920’lerin avangard tekniklerinin (atomistik bir yaklaşım benimseyen biçimlendirme anlayışlarının) enfomasyon toplumunun bu yeni dijital gerçekliğinin en basit görünümü olduğunu aktarır (Manovich, 2002: 4). Buradan yola çıkarak bilgisayar ekranlarında gördüğümüz görüntülerin ardında sayısız kod ve katmanlar yer almaktadır. İzleyici bu kod ve katmanları görmez bizlere yansıtılan somut bir görüntüdür.

Fotoğrafın sanata dahil olması ve sinema alanında montajlama tekniğinin kullanılması ile yeni kullanım alanları oluşmuş, zaman içerisinde teknolojik olarak gelişmiştir. Bütün bu gelişmeler dijital artın doğmasına vesile olmuş ve hepsini bünyesinde toplamıştır. Fütürizm hareketinin iki boyutlu resim anlayışına hareket kazandırmaya çalışması da dijital sanatın doğmasına öncülük etmiştir. fütüristler; *“geleneksel sanatın yok edilmesi gerektiğini ve makine çağına uygun yeni bir sanatın yaratılması gerektiğini”* ilan etmiştir.

Teknoloji ilerledikçe dijital sanatın nitelikleri artmış, internet ağlarının çoğalması, yazılım uygulamalarının gelişmesi ile sanatçının hareket alanı genişlemiş ve düşünsel varlı görüntüye aktarmada, sunmada ona geniş alanlar tanımıştır. Teknoloji sanat üretmekte çok önemli bir yere gelmesinin yanında başlı başına sanat yaratımı halini almıştır. *“Artık sanatçı doğayı üretimlerinde yansıtmak yerine, teknolojinin varlığını kabullenerek onu üretiminde kullanmış ve bilgisayarların sınırsız işlem gücü ile kendine birçok yeni ifade biçimi bulmuştur”* (Kaprol, 2016: 1). Hızla gelişen teknolojik gelişmeler sayesinde *“yazılım sanatı, pixel, dijital*

sergilemeler ve hatta sanal gerçeklik gibi yeni alanların dahil olması sanatsal çalışmalar olarak kabul edilen aralığı iyice genişletmiştir” (Kaprol, 2016: s. 1). Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi, projeksiyon makinalarının gelişmesi bütün teknolojik altyapıların gelişmesi ile birlikte üretimler daha karmaşık ve iç içe geçen sanatsal yaratımlar yapmak için ortam hazırlamıştır. Günümüzde “(...) fiziksel uzam ile bağlantılı olan enstalasyon eserleri, sanal gerçeklikle iç içe girebilmekte, etkileşimli bir ortam yaratabilmektedir” (Sağlamtimur, 2010: s. 224).

Dijital sanat üretiminde teknoloji önceliklidir. Bilgisayar, fotoğraf, video, internet, yazıcı, tarayıcı, çizim, hesaplama ve ölçülendirme cihazları gibi çeşitli araçlar ve ortamları ve aynı zamanda fotoğraf işleme, resim yapma, 3 boyutlu görüntü ve animasyon üretme programları, yazılım alt yapıları dijital sanat yapmak için gereklidir. Dijital sanatçılar teknoloji konusunda iyi olmakla birlikte bu alandaki diğer uzmanlarla da çalışabilirler. Dijital çalışmalarda seyirciye diğer eserlerde olmayan dokunma hissi, eserin içinde olma hatta esere katkı verme hissi verilmeye çalışılır. Bunlar yapılırken projeksiyon aletleri dijital sanat için çok önemlidir. Üretimlerin çok büyük alanlarda kişilere ulaşması için projeksiyon aletlerinden yararlanılır. Gösterim teknikleri de çok gelişmiştir.

Dijital art konu kapsamı açısından çok geniş bir alandır. Paul “Digital Art” adlı kitabında şöyle der. Dijital sanat tabiri öylesine geniş bir alanı kapsar hale gelmiştir ki, "artık tek ve bütünsel bir estetiği betimlememektedir"(Paul, 2003: s. 7). Dijital sanat kapsadığı alan olarak, iletişimde bulunduğu alanlarla, estetik anlayışla birlikte çok geniş bir alana yayılmıştır. Bunda teknolojinin yaygınlığının ve ulaşılabilirliğinin de çok önemi vardır. Paul, ‘dijital sanat’ kavramının, bir dolu sanat eseri ve sanatsal pratiği içeren çok geniş bir yelpazeyi kapsar hale geldiğini, bu nedenle tek ve bütünsel bir estetik anlayışına gönderme yapmadığını belirtir(Paul, 2003: s. 7).

Dijital sanatın kullanıldığı alanlar olduğu gibi salt dijital sanatla inşa edilmiş alanlar da vardır. Temel olarak anlayış olarak farklı olsalar da dijital sanat çatısı altında buluşurlar. Paul şöyle ifade eder; “Fotoğraf, baskı, heykel ve müzik eserleri gibi geleneksel sanat eserleri yaratmak için dijital tekniklerden bir ‘araç’ olarak yararlanan bir sanat ile dijital teknikleri kendine ait bir ortam olarak gören, yani sadece dijital formda üretilen, kaydedilen, sunulup gösterilen sanatı birbirinden temel

anlamda ayırmak gerekir. Bu iki sanat anlayışı ve pratiği arasında belli ortak noktalar bulunsa da karakterleri, teknikleri ve estetikleri bakımından birbirlerinden belirgin biçimde ayrılırlar”(Paul, 2003: s. 14).

Dijital sanat, Yeni medya sanatı veya video sanatı, internet sanatı, multimedya sanatı, interaktif sanat, veya Tevfik Fikret’in belirttiği gibi sayısal sanat vb. çağımızın sanatı da diyebileceğimiz içinde bulunduğumuz çağın bütün argümanlarını kullanarak bizlere sunan teknolojik gelişmeler ile birlikte sonsuz olanakları olan sınıflandırılan biçimlendirme anlayışlarını bütün olarak kapsayan, teknolojinin sunduğu ifade olanaklarını gerek enstalasyonlara dahil ederek, gerekse tek başına bir ifade aracı olarak sunan yeni dünyanın estetik dilidir.

2.4. DİJİTAL SANATIN EKONOMİSİ

2.4.1.Çevrim İçi Sanat Piyasası Sanatın E-Ticareti

21. yüzyılda teknolojinin gelişmesi ve internetle birlikte iletişim ağlarındaki hızlı gelişme insanların pek çok şeye cep telefonlarından, bilgisayarlardan hızlıca ulaşması, satın alabilmesini kolaylaştırdı. E-ticaretin artması, insanların kütüphanelere, müzelere, hatta galerilere uzaktan erişebilmesi, çevrim içi sanat fuarları, çevrim içi bienaller, internetteki sanatçı portfolyoları, sosyal medyada sergilenen sanat yapıtları vb. pek çok şeyle birlikte çevrim içi yaşamımıza sanat piyasası da dahil olmaktadır.

Günümüzde her şey tüketilir hale gelmiştir özellikle postmodern yapı sanat ve pazarlamayı içinde eritmiş ve bu yapının en önemli taşıyıcılarından olmuşlardır. Sanatın var olduğu ilk yıllardan itibaren ilgi görmüş hatta roma döneminden itibaren sanat pazarlarının oluşmaya başladığı söylenebilir. Sanat yapıtlarının değer kazanmaya başlaması tam olarak sanat pazarlarının oluşması 1500’lü yıllarda Hollandalı tüccar sınıfının sanat yapıtlarına ilgi duyması ve artan ticaret hacmi ile sanat yapıtlarının ticari birer araç olarak görülmeye başlamasıyla olur. Aynı zamanda kent soyluları, aristokrat sınıf da kendilerini ayırt eden bir özellik olarak sanata ilgilerini

arttırmış ve ticari olarak görmeye başlamıştır. Sanata ilginin artması pek çok yeni sanat ve kültür merkezinin oluşmasını sağlamıştır. Özellikle Fransız ihtilalinden sonra ilgi artmış ve Avrupa bu işin merkezi konumuna gelmiştir. Sermayedar sınıfın sanata olan ilgisi ve alakası gelişmiş, o dönemin en önemli koleksiyonerleri ve sanat tüketicileri bu sınıf içerisinde çıkmıştır(Kaya, 2013: s. 32-33).

Sanatın ticari bir ürün olduğunun anlaşılması ile sanat artık postmodern dünyada yaratıcı tüketim olgusu kazanmış sanatçı ile sanat sever arasındaki köprüyü pazarlama inşa eder hale gelmiştir. Sanatla Pazar arasında şöyle ilişkiler oluşur; Pazar konsepti, sanat pazarı konsepti, tüketim kültürü konsepti ve buna bağlı olarak sanat yapıtlarının (yaratımlarının) tüketimi şeklinde konseptler oluşur. Baudrillard sanat pazarları için şöyle tanımlamalar yapmıştır.

Pazar; değişim ilişkisi ağlarının oluşturulduğu, geliştirildiği ve sürdürüldüğü mekânsal alan olarak tanımlanabilirken,

Sanat pazarı ise, değişim ilişkisine konu olan değer “sanat” olduğu pazar olarak tanımlanabilir.

Tüketim ise; bir yaşam tarzı ve kimlik oluşturma sürecini kapsayan simgesel süreçler dizisi olarak tanımlanabilir(Baudrillard, 2003).

Sanat pazarlaması diğer pazarlardan farklı bir yanı var sanat salt tüketicinin kullanımı için ya da tüketilmek için üretilmez sanat estetik amaçla ve kalıcılığı yakalamak için bir anlamda kendi için üretir. Birtakım sanatçılar için bilinirlik ve şöhret sanat yapıtının satılmasından daha önemli bir unsurdur. Sanat idealistliği ve ticari pazar arasındaki farktır. (Fillis, 2006: s. 31). Her ne kadar sanat yapıtı ve ticaret farklı amaçlar için olsa da sanatın ünüklüğü, idealistliği ve aynısının yapılamayacağı gerçeği onun değerini korumasındaki en önemli nedenlerdendir(Thompson, 2011).

Çildir ve Fettahoğlunun aktarımıyla; *“Milenyumdan sonra sanatta yaşanan yükseliş sürecinde, sanat pazarı sanatçılar, koleksiyonerler veya kurumlar onuruna düzenlenen kumsal partilerinden, küratörlüğü yapılmış yatlarda özel katılımlı akşam yemeklerine, ulaşılması zor ve özel yerlerde yapılan sanat satışları ve eğlencelerine kadar bir dizi faaliyeti kapsar hale gelmiştir. Sanat, mimari ve tasarım arasındaki iş*

birlikleri ile özel tasarım olan çok özel tüketim ürünleri ortaya çıkmıştır”(Horowitz, 2011).

Sanat pazarı dünyada üretimin ve ticaretin artması ile özellikle gelirin ve servetin de dünya çapında artması ile çok büyümüş ve değerlenmiştir(Wang, 2009: s. 1).

Çildir ve Fettahoğlu'nun aktarımıyla; Sanat Ekonomisi Vakfı'nın kurucusu olan kültür ekonomisti Dr. Clare McAndrew tarafından kaleme alınan Art Market 2019 raporunda, kapsamlı ve makro düzeyde küresel sanat pazarına ait bilgiler yer almaktadır. 2019 da yapılan bu çalışma 2018 yılı verilerine aittir. Bu bilgiler şöyledir.

Satıcılar
<ul style="list-style-type: none">- 2018 yılında bayi satışları yıllık %7 artışla 35,9 milyar \$ 'a ulaşmıştır.- Yeni alıcı bulmanın, 2018 yılında bayilerin belirttiği en büyük zorluk olmaya devam ettiği belirtilmektedir
Sanatçı Temsilciliği ve Cinsiyet
<ul style="list-style-type: none">- 2018 yılında yalnızca birincil pazarda çalışan galerilerin toplam satışlarının ortalama %63'ü ilk üç sanatçıdan gelmektedir.- Birincil pazarda çalışan galeriler için, 2018'de temsil ettikleri sanatçıların %36'sı kadın olmakla beraber, onların eserlerinin satışından elde edilen ciro, toplam yıllık cironun ortalama %32'sini oluşturmaktadır.
Müzayede
<ul style="list-style-type: none">- Güzel ve dekoratif sanatların ve antika eşyaların halka açık artırmasında satışlar (açık artırma evindeki özel satışlar hariç), 2018'de yıllık %3'lük bir artışla 29,1 milyar dolara ulaştı.

- ABD, açık artırma piyasasında %40'lık bir paya sahip iken, Çin ise %29'luk bir paya sahip olmuştur.

- 1 milyon doları aşan fiyatlarıyla sanat eserleri, güzel sanatlar ihalesi pazarındaki toplam satış değerinin %61'ini oluştururken, satılan malların sadece %1'ini oluşturmaktadırlar.

- Savaş Sonrası ve Çağdaş döneme ait eserlerin satışları, 2018'deki güzel sanat müzayede pazarının değerinin yarısını oluşturmaktadır.

Sanat Fuarlar

- Sanat fuarlarının satış hacimlerinin, 2018'de yıllık %6 artarak 16,5 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir.

- 2018'de sanat fuarlarında yapılan satışların hacmi, toplam global bayi satış hacmi içersin deki payı %46'ya yükselmiştir.

- 2018'deki 82 fuarda ve 27.000 sanatçının yapıtlarından sergilenenler arasında sadece %24'ü kadın sanatçılara ait olduğu belirtilmiştir.

Çevrim İçi

- 2018'de, çevrimiçi sanat ve antika pazarındaki küresel satışlar, yıllık %11 artışla 6 milyar \$ 'a ulaşmıştır.

- Sanat pazarı içerisindeki toplam çevrim içi satışlar, küresel satış değerlerinin %9'unu oluşturmuştur.

- 2018 yılında sanat pazarında e-ticaret yapan 70'den fazla şirketin, satış işlemlerinden %90'ı 5000\$ ve altındaki satışlardır.

- Daha önce çevrimiçi sanat satın almayan x kuşağının çoğuna kıyasla, Milenyum kuşağı koleksiyonerlerinin %93'ü çevrimiçi bir platformdan sanat yapıtı aldıklarını belirtmişlerdir

Kuşaklar ve Zenginlik
<ul style="list-style-type: none"> • ABD'li koleksiyonerlerin çoğunluğu 50 yaş ve üstü iken, Asya'daki yeni pazarlardaki koleksiyonerlerin %46'sı milenyum kuşağı koleksiyonerleri olduğu dile getirilmiştir. - 2016'dan 2018'e kadar olan dönemde milenyum kuşağı koleksiyonerlerinin %69'u güzel sanatlar, %77'si dekoratif sanatlar satın almışlardır. - Milenyum koleksiyonerlerinin %16'sı, 2016 ve 2018 yılları arasında sanat yapıtlarına 1 milyon dolardan fazla harcadığı gözlemlenmiştir. - Galeriler ve müzayede evleri satın almada en sık kullanılan kanallar iken, Asya'da sanat fuarları çok önemli görülmektedir. Nitekim, Hong Kong ve Singapur'daki koleksiyonerlerin %92 ila 97'si bir sanat eserini sanat fuarlarından aldığını belirtmiştir
Ekonomik Etki
<ul style="list-style-type: none"> • 2018'de, küresel sanat ve antika pazarında faaliyet gösteren 310 milyon işyerinin bulunduğu ve 3 milyona yakın insanın istihdam edildiği tahmin edilmektedir. - En büyük harcama alanı, 4,8 milyar dolara ulaşan sanat fuarlarıyken, ikinci en büyük alan 3,2 milyar dolar olan reklam ve pazarlama olmuştur.

TABLO 1: 2018 Yılı Küresel Sanat Pazarına Ait Bazı Bulgular. Kaynak: Arts Economics (2019) uyarlanmıştır.

Sanat pazarında en büyük paya sahip ülke Amerika'dır. Bunda Amerika'nın teknolojik olarak gelişmiş olması ve dünyadaki süper güç denilen ülkelerin başında gelmesi aynı zamanda Avrupa'da yaşanan savaşlar sonucu pek çok sanatçının Amerika'ya sığınması gösterilebilir. İkinci sırayı İngiltere alır. İngiltere tarih boyunca Avrupa'nın sanat merkezlerinden olmuştur. Özellikle kraliyet ailesi ciddi bir koleksiyona sahiptir. Üçüncü olarak Çin gelmektedir. Özellikle 21. Yüzyılda yaptığı

büyük atılımlarla ekonomisiyle çok büyüyen Çin diğer Pazar alanlarında olduğu gibi sanat pazarı alanında da kendini göstermiş ve önemli bir paya sahip olmuştur.

Bunların yanı sıra sanal işlemlerin gelişmesi ve sanal para birimlerinin oluşması Blockchain ve yapay zekanın gelişmesi ile bütün dünyada sanal alımlar başlamıştır. Böylece sanat pazarları gelişmiş, ilişki ağları genişlemiş ve hızlanmıştır.

Çildir ve Fettahoğlu'nun aktarımıyla; Küresel pazarın içerisinde yeni bir pazar olarak gelen çevrim içi sanat pazarı yükselişine devam ettirmektedir. Dünya çapında internet kullanımının artması ile sanal resim ve heykel piyasasında gözle görülür bir büyüme söz konusudur. Bu tahminin arkasında sanat ortamlarına artan talep hem de çevrim içi müzayedelerdeki, şeffaflık ve raporlama sistemlerinin görünürlüğü sayesinde sanat alıcılarında oluşan güven ortamı yatmaktadır (Hexaresearch, 2018: s. 8). Çevrim içi müzayedelerin çoğalması ile aynı zamanda Çevrim içi satın alımının kolaylaşması ve pek çok sanatçının çalışmalarına hızlıca ulaşılması daha fazla resim alıcısına ulaşılmasına neden olmaktadır. Bütün bunların getiri ise geleceğe dair öngörülen sanal sanat piyasasının daha da büyüyeceği resim alanının önemli bir gücü elinde tutacağı belirtilirken dijital sanatın da aynı zamanda çok büyük ilgi uyandıracığı da öngörülmektedir(Sanat Atak, 2019).

İlk kez 2013 Nisan ayında yayınlanan uluslararası bir sigorta grubu olan Hiscox ve sanat piyasasına ilişkin araştırma ve analizler yürüten ArtTactic, sanat piyasasında hızla büyüyen e-ticaret anlayışına ilişkin bir rapor yayınladı. “Çevrimiçi Sanat Ticareti” [The Online Art Trade] bu araştırmada sanat koleksiyoncuların satın alma alışkanlıkları incelenmiştir. Yaş, cinsiyet, coğrafi konum gibi kategorilere ayrılan, koleksiyon erlerin eserlerin sadece dijital görsellerinden hareketle nasıl alım yaptıkları ve bu davranışlarının sanat piyasasına nasıl yansımalarının olduğu neler katabileceği araştırılmıştır(Kemaliz, 2013).

2013 yılında çevrim içi sanat satışlarının incelendiği bu rapordan çıkan sonuçlar şöyledir. Araştırma 2012 Aralık ayından – 2013 Şubat ayı arasında yürütülmüştür. Araştırmanın içeriğini, uluslararası ölçekli 101 sanat alıcısı, 130 koleksiyoncu ve 58 galeriden edinilen yanıtlar oluşturmuş.

2013 yılında yapılan söz konusu çalışmaya göre, küresel sanat piyasasının % 48 gibi büyük bir orana sahip olan ABD'yi, % 22'lik oranlarla Çin daha sonra İngiltere izliyor. Araştırma sonuçlarına göre, koleksiyonerlerin % 71'i, sanat eserini reel de görmeden; yalnızca dijital görseline bakarak yapıtı satın almış.

25–29 yaş aralığındaki koleksiyoncuların % 43'ü; 65 yaş ve üstü koleksiyoncuların ise % 82'si, yapıtın orijinalini görmeden, yalnızca dijital görseli üzerinden satın aldıklarını belirtmişlerdir.

Rapora göre yapıtın sadece dijital görseline bakarak alanların oranı erkeklerde % 70, kadınlar da ise % 55 oranında dijital görseli yeterli bulduklarını belirtmişlerdir. Kadınların % 52'si galerilerin web sayfalarından alım yapmış, % 31'i de çevrimiçi galerileri tercih etmiş; erkeklerin % 48'i galerilerin web sayfalarından alım yaparken, % 22'si de çevrimiçi galerilerden alım yapmışlardır. Araştırma kapsamında değerlendirilen erkeklerin % 56'sı, koleksiyonlarına yeni eserler eklemek için çevrimiçi açık artırmalara katılırken; kadınların yalnızca % 26'sı koleksiyonlarına yeni eserler eklemek için bu yöntemi uygulamıştır.

Araştırmada galerilerle ilgili bulgular şu şekilde; 58 galerinin % 78 gibi bir çoğunluğu çevrimiçi alışverişi tercih etmediklerini müşterilerini galeriye çekmek istediklerini belirtirken, (%59), e-ticaret seçeneğini bünyelerine katmaktan bahsetmişler.

Hiscox-ArtTactic işbirliğiyle hazırlanmış olan rapora göre, çevrimiçi sanat piyasasının, genel sanat piyasasının oranına göre oldukça düşük satışlara sahip olduğu görülmüştür. Mart 2013 yılında yayınlanan TEFAF (The European Fine Art Fair / Avrupa Güzel Sanatlar Fuarı) raporuna göre, 56 milyar dolarlık bir küresel sanat piyasasından söz edilirken çevrim içi sanat piyasası bu oranın sadece % 1,6'lık kısmında yer almaktadır. Fakat işlem hacminin 2012 yılındaki 870 milyon dolarlık tahmini çevrimiçi işlem hacminin % 19'luk bir büyüme oranıyla 2017 yılında, 2,7 milyar doları bulması tahmin edilmiştir.

2013 yılında yapılan bu araştırmada Hiscox'un, güzel sanatlar bölümünün başkanı Robert Read, sanat yapıtlarının alım-satım süreçlerinde çevrimiçi ticaretin

giderek yerleştğini ve böylelikle sanat piyasasına yeni oyuncuların katıldığını belirtiyor. Ve çevrimiçi sanat piyasasının giderek artacağından bahsediyor.

2013 yılında rakamlar böyle iken çevrim içi sanat piyasasının yıldan yıla arttığını görebiliyoruz. 2020 yılı rakamları çevrimiçi sanat piyasasının bütün dünyada etkisini gösteren covid-19 salgını sonucu evlerine kapanan insanların bütün e ticaret hacimlerinin arttığı gibi sanat piyasasının da hacmini attırdığı bilinmektedir.

Seçkin'in yorumlarıyla; Covid-19'un dünyaya yayıldığı Mart 2020'den bu yana salgınının etkisi bütün dünyada bir anda artması ile birlikte zorunlu kapanışlar yaşadılar. Pek çok galeri sergilerini iptal edip kapandı. İlk adımda Art Basel ve UBS Market Report verilerinde belirtildiği üzere dünyada galeri satışları 2020'nin ilk yarısında yaklaşık % 40 düşüşe girdi. Galerilerin bazıları kapandı, bazıları sadece çevrimiçi satış yaptılar. Bazı galeriler ise farklı galeriler ile birleştiler ya da satılma yoluna gittiler(Seçkin, 2020).

Covid salgının başlaması ile birlikte insanlar evlere kapanırken evlerin önemi arttı ve emlak sektöründe hareketlenme gözlenmesi ile birlikte evde geçirilen vaktin artması ile "kendini iyi hissetme" çabaları evi güzelleştirme ve kendilerini iyi hissetmek için sanat eserlerine yöneldiler. Pandeminin ilk aylarında yaşanan şaşkınlık ve korkuyu üzerlerinden atan insanlar sanata ilgilerini geliştirdiler. Tabi bunda Mart-Nisan-Mayıs aylarında ekonomi çok yavaşlamışken girerken birçok sanat fuarı (Frieze, Art Basel) çevrim içi fuarlar düzenleyerek katılımcı galerilerden ücret almadı; birtakım galeriler ise işlerini ertelerken, Yeni sanatçı inisiyatifleri oluşmaya başladı. Farklı işbirlikleri kurulurken bir yandan da Instagram uygulaması çevrim içi global sanat pazarı haline dönüştü. "Sanatçılar, koleksiyonerler ve sanat piyasasının önde gelen isimleriyle her an, bazen aynı anda gerçekleştirilen onlarca canlı yayın ve sanatçı atölyelerinden röportajlar, bu dönemde farklı kesimlerden insanların sanata ilgisinin artmasını sağlayarak sanat piyasası izleyici kitlesinin büyümesini olumlu etkilediği görülmektedir." (Seçkin, 2020).

Türkiye deki ilk kurumsal sanat danışmanlarından Dolmacı; Sanat sektörünün alışlagelmiş düzenini derinden sarsan Covid-19 döneminde, teknoloji ve dijitalleşme sanat dünyasında güç dengelerini mi değiştiriyor? Sorusunu şöyle yanıtlıyor. Galeriler hızlıca sanal sergiler, fuarlar oluşturuldu. Sosyal medya hesaplarında yapılan canlı

yayınlar, mailingler ve alıcılara gönderilen düzenli bilgilendirmelerle korunmaya çalışılan sosyal bağlar ilişkileri sıcak tutmayı başardı. David Zwirner ve Gagosian gibi önde gelen galeriler, Art Basel Hong Kong gibi sanat fuarları bu duruma hızla uyum sağlamakta öncü oldular. Sanat dünyası örgütlenerek desteğe ihtiyacı olan, genç sanatçılara destek oldular. Çevrim içi müzayedelerin çok büyük bütçeli işler de satar hale geldiğini 500 bin TL'lik bir satışın gerçekleştiğini bütçelerin yükseldikçe Çevrim içi satışı tercih etmeyen sanat severlerin de artık çevrim içi yöneldiğini, genç sanatçıların internet aracılığıyla kendilerini sanat severlere tanıtmaya imkanı bulduğundan bahsetmekte ve yazının sonunda ise çevrim içi satışlar yükselse de Ancak sanat, aurası ile var olan bir alan, sosyalleşme üzerine kurulu bir sistem dolayısıyla fiziki mekanlar ve sanat eseri ile izleyenin teması her zaman var olacak ve önemini kesinlikle koruyacaktır demektedir.

Çevrim içi sanatın gelişmesi ile Art Basel ve UBS'in 2020'nin ilk yarısı için yaptığı ankete katılan koleksiyonerlerin %59'u pandeminin koleksiyon yapma heveslerini artırdığını söylerken, %31'i ise sanat eseri alımı yaptığını ifade etmişlerdir. 360 "high-net-worth" koleksiyonerin katıldığı anket sonuçlarına göre, koleksiyonerlerin %92'si 2020'de bir sanat eseri aldıklarını ve %50'si son altı ayda sanata en az 100.000 dolar harcadıklarını ifade etmişlerdir(Seçkin, 2020). Müzayede evlerinde salon müzayedeleri salgından dolayı ciddi düşüşler yaşarken çevrim içi müzayedeler yükselişe devam etti. Christies ve Sotheby's müzayedeleri çevrim içi ye geçerek büyük satışlar kaydettiğini belirten Seçkin, Ekimin ilk haftasında üç gün boyunca yapılan empresyonist, modern ve post-war, çağdaş sanat müzayedelerinden toplamda 387 milyon dolar elde edildiğinden bahsetmekte aynı zamanda Christie's'in Youtube, Facebook ve Wechat gibi sosyal medya mecralarından canlı izlenebilen müzayedesini 280 bin sanat severin takip ettiğinden bahsetmekte. Ayrıca çevrim içi müzayedelerde ilgi çeken bir durumun da 40 yaşın altını katılımcıların müzayedelere talebinin çoğalmış olmasıydı(Seçkin, 2020).

Hiscox 2020 çevrim içi sanat ticareti raporuna göre çevrim içi sanat ve koleksiyon satışları 2019 da %4 artarak 4,82 milyar dolara ulaştığı belirtildi. Öte yandan koleksiyon parçalarında şöyle bir dağılım oldu. %32 sini güzel sanatlar oluştururken mücevherler %23, dekoratif sanatlar %12, mobilya %8, pullar ve hatıra

eşyaları gibi koleksiyonlar tüm satışların dörtte birini %25 ini oluşturmakta olduğu belirtiliyor.

Raporda Covit -19 salgınının uzun zamandır beklenen dijital dönüşümü başlattığından bahsedilmektedir. Online müzayede evleri Christie's, Sotheby's ve Phillips tarafından geçen yılın aynı dönemine göre% 436 daha fazla çevrimiçi satış gerçekleştirdi.

Platformların büyük çoğunluğu (% 67), çevrimiçi sanat pazarının önümüzdeki beş yıl içinde birkaç küresel oyuncuya hakim olacağına inanıyor. Küresel olarak ankete katılan en büyük on platform, halihazırda toplam pazarın yaklaşık% 68'ini oluşturuyor. Ankete katılanların Yaklaşık% 63'ü galeriler gibi mevcut sanat pazarı operatörlerinin büyük çevrimiçi oyuncular olarak ortaya çıkmasını beklerken,% 48'i dışarıdan birinin (bir start-up veya teknoloji devi gibi) pazarı bozmasını bekliyor.

Ankete göre Çevrimiçi göz atma etkinliği, harcama, açık artırma satışları ve fiyatlarındaki artışların tümü Mart - Eylül 2020 arasında görüldü yeni sanat koleksiyoncularının ortaya çıktığı vurgulandı. Yeni sanat koleksiyoncularının (üç yıldan az bir süredir koleksiyon yapanların)% 82'si, 2019'da% 36 iken, Mart ve Eylül 2020 arasında çevrimiçi eserler satın aldı. Y kuşağı sanat meraklılarının yaklaşık% 69'u, aynı dönemde çevrimiçi sanat satın aldıklarını söyledi (2019'da% 40'a kıyasla).

Koleksiyonlardan alımların farklı nedenleri vardı bunlar şöyle açıklandı salgınla mücadele eden sanatçılara verilen destek, Mart ve Eylül 2020 arasında harcama yapmak için önemli bir motivasyon olarak ortaya çıktı bu tarz alımlarda (% 68) gibi bir oran görülürken, sadece sanat tutkusundan (% 95) görüldü. Alıcıların % 25'inin dörtte biri, Sanatçı Destek Taahhüdü gibi bağış toplama kampanyalarının Instagram sayfalarından doğrudan sanat satın aldıklarını söyledi; genç koleksiyonerleri desteklemek için yapılan alımlar % 36'ya yükseldi.

Anket katılımcılarından yeni sanat satın alanların işlem yaptıkları çevrimiçi platformlara bağlılıkları 2019'da %40 iken 2020 de yaklaşık yarısı (% 47), işlem yaptıkları çevrimiçi platformlara 'asla' veya 'nadiren' herhangi bir bağlılık hissetmediklerini söyledi.

Aynı zamanda çevrimiçi sanat satışlarında Instagramın desteğini büyük ölçüde görüyoruz. Sanatla ilgili amaçlar için tercih edilen platform olarak katılanların % 68'inin gösterdiği Instagram desteği, 2015'te sadece % 34 iken 2015'ten bu yana art arda arttı. Christie's ve Sotheby's gibi önemli sanat piyasası oyuncularını, potansiyel alıcıları doğrudan tercih ettikleri sanat eserlerine veya koleksiyon parçalarına bağlayarak Instagram Hikayelerinde 'yukarı kaydır' işlevini zaten bir süredir kullanmaktaydılar.

Covit -19 salgınıyla birlikte satın alma davranışında değişiklik oldu. 2020, Covid-19 salgınının bir sonucu olarak çevrimiçi sanat satın almaya doğru dramatik bir değişim görüldü. Christie's, Sotheby's ve Phillips'in çevrimiçi yalnızca açık artırma satışları 2020'de 2019'a göre % 524 artış yakaladı. yeni sanat koleksiyoncularının dörtte üçünden fazlası (% 82), çevrimiçi eserler alırken bu oran 2019 da % 36'ya tekabül ediyordu.

Aynı zamanda ankete katılan sanat severlerin düşünceleri bu aşamada hiçbir şey kesin değil. Bu değişikliklerin uzun ömürlülüğü sorgulandığında, çevrimiçi satış platformlarının %65'i salgının sektör üzerinde kalıcı ve dönüştürücü bir etki yaratmasını beklediklerini söyledi. Bunlara rağmen Sanatseverlerin galeriden alışveriş yapmaktan çok çevrimiçi satın alma konusunda endişelerinin olduğu belirtilmiş. Çevrimiçi sanat alıcılarının yaşadığı sorunları beş ana aşamada belirtiyorlar.

Satıcıya güven

Sanat

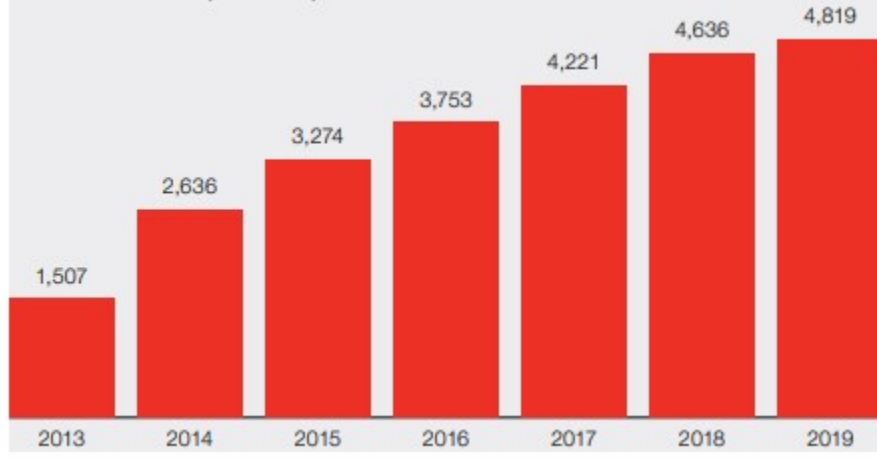
Değerleme ve fiyatlandırma

İşlem

Yerine getirme

Anket sonuçlarına göre çıkan grafikleri inceleyecek olursak;

Çevrimiçi sanat satışları (milyon dolar)



Şekil 8: Bu yılın küresel çevrimiçi tahmini, halka açık satış rakamlarına dayanmaktadır, ana çevrimiçi sanat ve tahsil edilebilir satışlarla ilgili bir anketten toplanan satış tahminlerinin yanı sıra bu raporun ekinde bahsedilen platformlar. Bu çevrimiçi sanat ve tahsil edilebilir satış işletmelerinin tüm popülasyonunu temsil etmemesi nedeni ile tahminlerimiz muhtemelen minimum düzeyde olacaktır.2021.
<https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

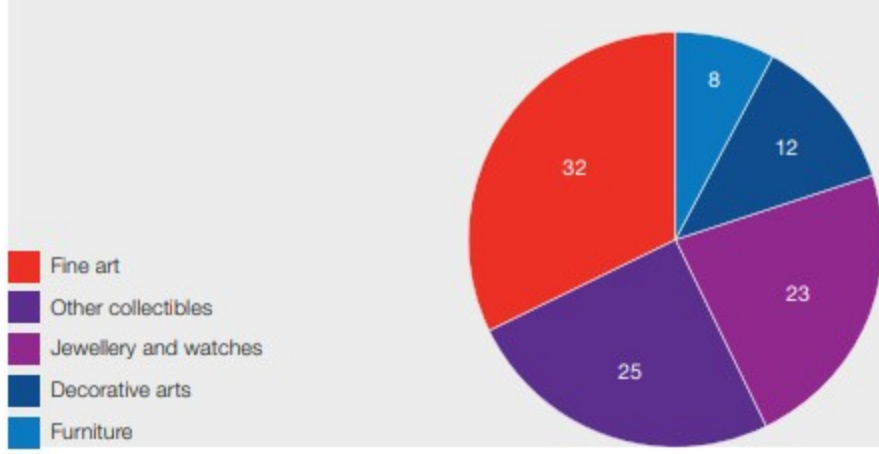
Yıldan yıla çevrimiçi sanat satışlarındaki artış (%)



ŞEKİL 9: 2015-2019 yılları arası çevrim içi satış grafiği, 2021.

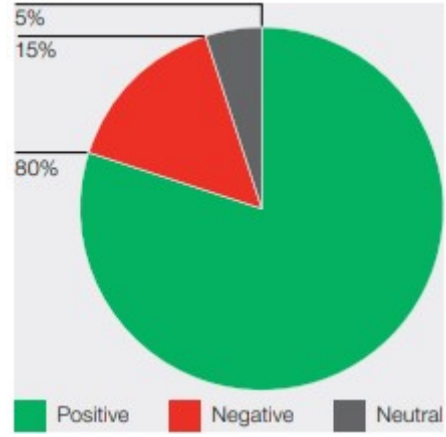
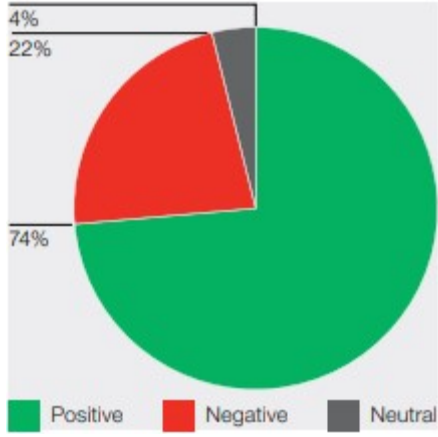
<https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

2019 çevrim içi sanat satışlarının kategoriye göre dağılımı (%)



ŞEKİL 10: grafiğin dağılımı sırayla Güzel Sanatlar %32, Diğer koleksiyonlar %25, Mücevher ve saatler %23, Dekoratif Sanatlar %12, Mobilya %8 ile gösterilmiştir. 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

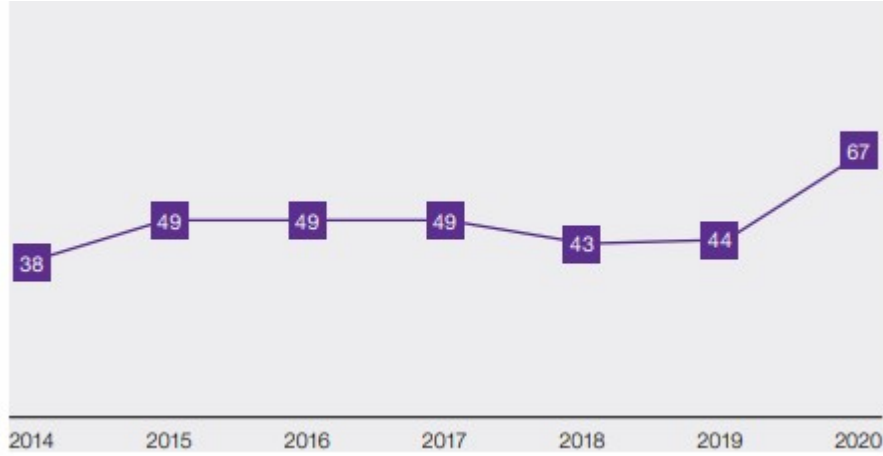
Hixos anketinde covid-19 salgınının dünyada başlangıcı olarak kabul edilen Mart ayı çevrimiçi satışları ile Mayıs ayı çevrim içi satışları karşılaştırılmış ve önceleri salgının şokunu yaşayan sanatseverlerin toparlanarak sanata yöneldikleri ve artışın yaşandığı gözlenmektedir.



ŞEKİL 11-12: Covi19 salgınının başladığı Mart ayı - Mayıs ayı, 2021.

<https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

Buradaki grafiklerde çok açık bir şekilde gösteriyor ki Covit-19 salgını sanat pazarında bir evrim hatta sanal piyasanın da katılması ile devrim yaratmış oldu. Ve salgın boyunca satışların artarak katlandığı gözlemlendi.

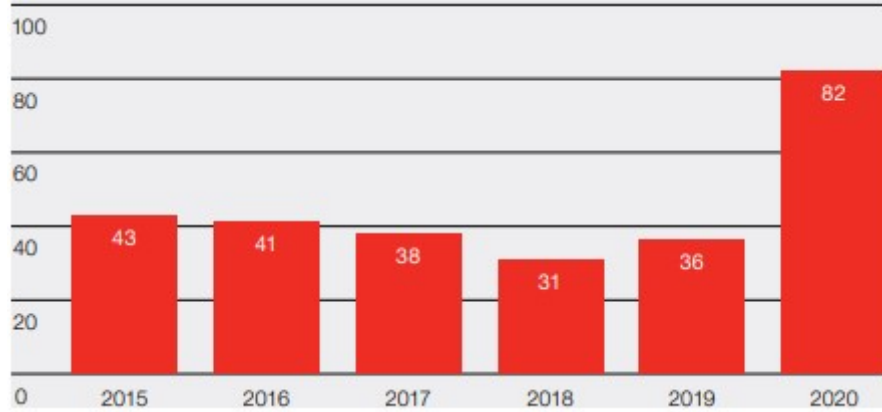


ŞEKİL 13: Son 12 ayda internetten sanat satın alan sanat alıcıları (%), 2021.

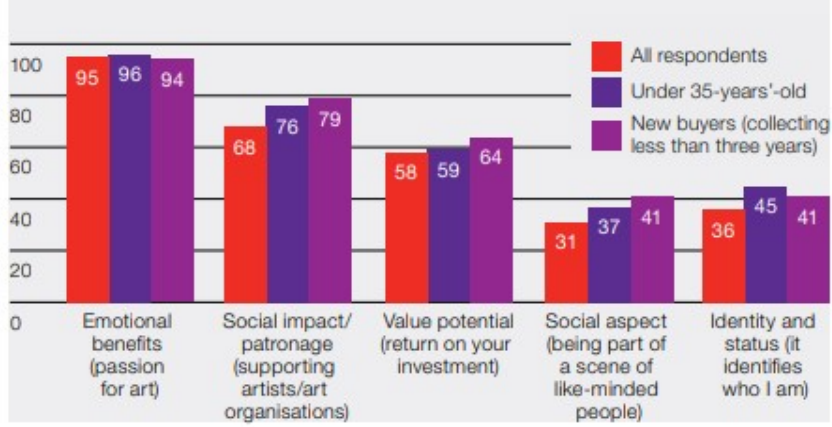
<https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>



ŞEKİL 14: Alıcılar çevrimiçi satın alınan resim başına ortalama fiyata göre (%),
 Birincisi, 10.000 \$ 'ın üzerinde çevrimiçi satın alınan tablolar
 İkincisi, 25.000 \$ 'ın üzerinde çevrimiçi satın alınan tablolar
 Üçüncüsü, 50.000 \$ 'ın üzerinde çevrimiçi satın alınan tablolar, 2021.
<https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>



ŞEKİL 15: Son 12 ayda çevrimiçi sanat satın alan yeni sanat alıcıları (üç yıldan daha az koleksiyon yapan) (%), 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>



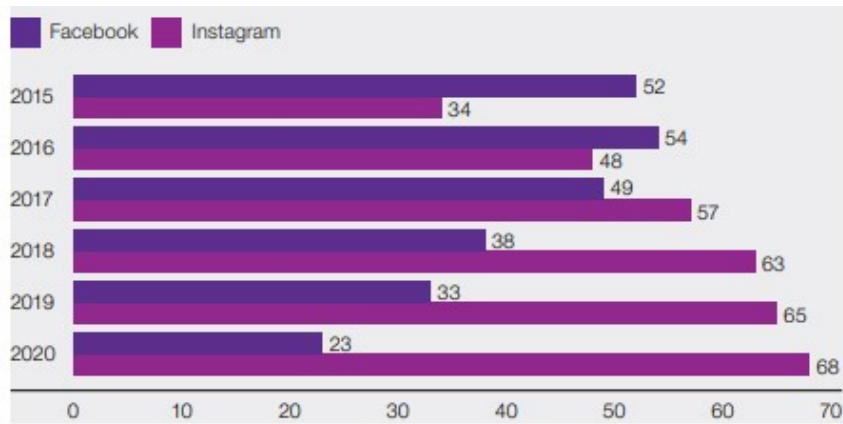
ŞEKİL 16: COVID-19 salgını sırasında sanat satın alırken önemli motivasyonlar (%), 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

Renkler yukarıdan aşağı: Tüm yanıtlayanlar

35 yaşın altında

Yeni alıcılar (üç yıldan daha kısa sürede koleksiyon yapanlar)

Soldan sağa: Duygusal faydalar (sanat tutkusu), Sosyal etki / himaye (sanatçıları / sanat kuruluşlarını destekleyen), Değer potansiyeli (yatırımınızın geri dönüşü), Sosyal yönü (benzer düşünen insanların olduğu bir sahnenin parçası olmak), Kimlik ve statü (kim olduğumu tanımlar)



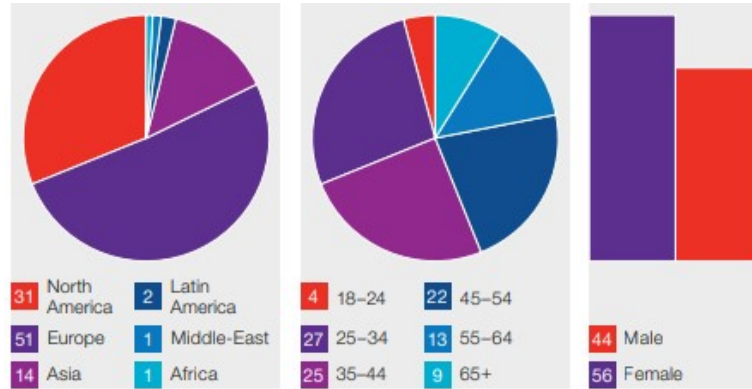
ŞEKİL 17: Sanatla ilgili amaçlar için hangi sosyal medya platformunun kullanıldığı. Yıllara göre. (%), 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

Medium	Online website	Social media
Paintings	82%	74%
Prints	71%	66%
Drawings	62%	41%
Photographs	54%	44%
Sculpture	38%	27%
New media art	17%	21%

ŞEKİL 18: COVID-19 salgını sırasında alınan sanatların ne tür bir ortam da satın alındığının yüzdeleri. 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>
Ortam(Boyama, Baskı, Çizimler, Fotoğraf, heykel, Yeni Medya Sanatı). Çevrim İçi website, Sosyal Medya,

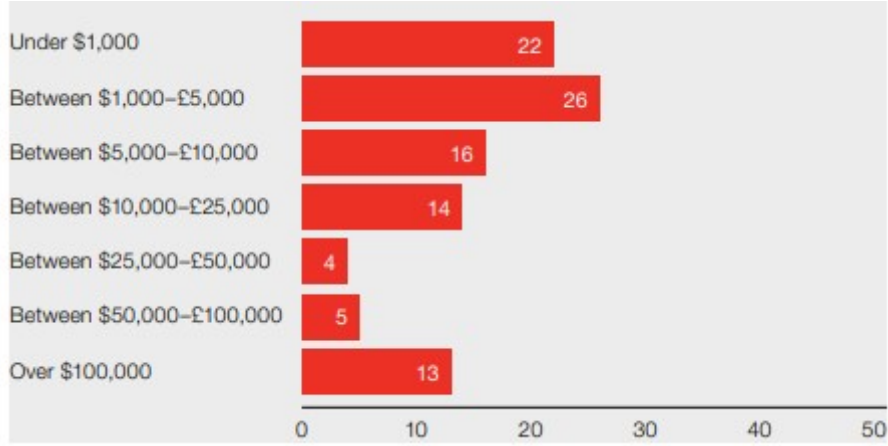
Paintings by price	Online website	Social media
\$100 and less	5%	4%
\$101–£500	13%	33%
\$501–£1,000	18%	15%
\$1,100–£5,000	22%	15%
\$5,001–£10,000	13%	15%
\$10,001–£25,000	11%	7%
\$25,000–£50,000	8%	7%
\$50,000 and above	11%	4%

ŞEKİL 19: COVID-19 salgını sırasında internetten satın alınan bir resmin ortalama fiyat tablosu. 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

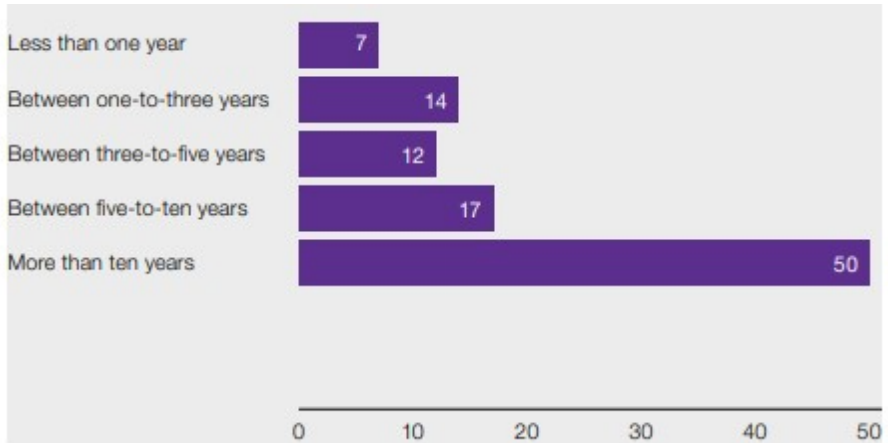


ŞEKİL 20: Çevrimiçi Platform Anket Bulguları. Cinsiyete, yaşa ve kıtalara göre Örnek Bulgular. 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

Eylül 2020'de ArtTactic tarafından anket yapılan 552 sanat alıcısının yanıtlarına dayanmaktadır. Bu anketin amacı, çevrimiçi sanat satın alma davranışının COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğini keşfetmekti, bu nedenle rakamlar 2020, Mart ve Eylül arasındaki döneme aittir.



ŞEKİL 21: Sanata ve koleksiyon ürünlerine yılda ne kadar harcadığı ile ilgili grafik. (%), 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>



ŞEKİL 22: Kaç yıldır koleksiyon toplanılıyor. (%), 2021. <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

Ankette NFT'nin sanat platformuna dahil olması ile birlikte Değiştirilemez token (NFT) platformlarının son zamanlarda büyümesi, dijital sanatçıların çalışmalarını satmalarına yardımcı oluyor. Beeples olarak bilinen Mike Winkelmann, "Mart ayında "Her gün: İlk 5000 Gün" adlı NFT'si müzayedede 69 milyon dolardan fazla satıldığını tarih yazdığını" belirtip çevrim içi sanat pazarıyla ilgili şunları söylüyor.

Hiscox'un, güzel sanatlar bölümünün başkanı Robert Read'ın çevrim içi sanat pazarının yükselişte olduğunu ve bu pazardaki payını geliştirmek istiyorsa müşteri yolculuğunu ve hizmetini iyileştirmelidir. Öyleyse, zaman çok önemli. Çevrimiçi sanat ticaretinin daha fazla fiyat şeffaflığı, durum ve özgünlük hakkında daha iyi bilgi sunması, son başarısının daha kalıcı olması için nakliye, çerçeveleme ve sigorta konularında yardım etmesi gerektiğinden bahsediyor. Ayrıca Çevrimiçi sanat pazarı, müşteri yolculuğunu doğru bir şekilde gerçekleştirebilirse kalıcı bir büyüme yaratmak için altın bir fırsata sahip olduğunu belirtilirken 2020'de büyük adımlar attığını, ancak daha fazla çevrimiçi sanat satıcısının 2021'de alıcıların beklentilerini karşılamak için oyunlarını yükseltmesini beklediklerinden bahsetmekte.

Robert Read'ın da belirttiği gibi çevrim içi sanat pazarını etkileyen yeni ve çok güçlü gelen oyuncuların başında NFT Değiştirilemez token, uygulaması geliyor. Fiziksel çevrim içi sanat pazarında yaşanan aksiliklerin önüne geçebilecek değişimi mümkün olmayan para ya da sanal çip ya da dijital öge olarak adlandırılan kopyalanamaz bir dijital imza ile şifrelenmiş yeni dijital sanat pazarı platformu olan NFT'nin ne olduğunu inceleyelim.

2.4.2.Çevrimiçi Sanat Satışlarını Etkileyen NFT Nedir?

Dijital devrim hemen hemen her sektörü etkilediği gibi sanat sektörünü de etkilemiştir. Tüketicilerin tercihleri Pazar paylarını etkiliyor ve bu durundan payını alan sanat sektörü her geçen gün şekillenmeye, dijitalleşmeye devam ediyor. Dijitalleşen dünyada ticaretin dijitalleşmesi gibi kullanılan paralar ve satın alma yöntemleri de ticarilemiştir. Son birkaç yıldır dijital olarak üretilen sanat eserleri NFT

denen yeni bir teknikle sanal olarak imzalanan ve satılan blockchain alt yapısına bağlanıyor.

Non-Fungible Token yani kısaca NFT olarak çıkan uygulamanın Türkçe karşılığı değişimi mümkün olmayan para ya da sanal çip ya da dijital öge olarak çevriliyor. Aynı zamanda eşsiz benzersiz anlamına gelmektedir ve kimileri tarafından da koleksiyonluk dijital varlıklar olarak ve ya bir şeyin gerçekliğinin dijital sertifikası olarak tanımlanabilir. Özel bir kriptografik para birimi türü olan NFT, özel bir dijital imzaya sahiptir. Kopyalanamaz ve türünün tek örneğidir. Kopyalanamaz olması ve türünün tek örneği olması başka dijital paralarla değiş tokuş yapılamamasını sağlar. Dijital dosyaların sonsuz yeniden üretilebilirken, onları temsil eden NFT'ler temel blok zincirlerinde izlenir ve teklik yani alıcılara sahiplik kanıtı sağlar. Bu durumda satılan sanat eserinin özgünlüğünü doğrulamaya ve kopyalanmasının önüne geçmeye yarar. (İçözü, 2021)

Geleneksel satış kanallarında satılan eserler için alıcıların şu gibi sıkıntıları olduğundan bahseden Tabak; *“Geleneksel satış kanallarından satışa sunduğum bir dizi dijital fotoğrafım var. Bu kanalların ciddi eksiklikleri var: Çok büyük bir tedarik akışı nedeniyle kalabalıklar. Kimlik doğrulama mekanizmaları yok ve bu nedenle mevcut baskıların sayısını sınırlamak için öncelikle sanatçıya güveniyorlar, Gelişmiş finansal işlemlerden yoksunlar Mekanik ve büyük itibari para birimleriyle sınırlıdır, Pratik bir kısmi sahiplik mümkün değildir ve Tüm satış kanalları tescilli olduğundan, çözümleri ve ürünleri özünde emanettir ve uzun bir süre boyunca aynı seviyede erişim sağlamak doğal olarak pek mümkün değildir”*(Tabak, 2020). Sanat eserlerinin orijinalliğini ispat etmenin zor, ve pek çok aşamasının olduğu aşıkâr. Sanat alıcılarının zaman zaman sahte eser yanılgılara düşmesi ciddi zararlar olmasına neden olmakta iken “NFT” sanatçılara bir çıkış yolu sunuyor. Blockchain, merkeziyetsiz yapısıyla, eserlerin herkes tarafından erişilebilir olmasını sağlarken, NFT eserlerin özgünlüğünü koruyor”(İçözü, 2021).

NFT yoluyla satılan eserler dijital pazar yerlerinde alıcılarla buluşuyor. NFT'ler genellikle dijital sanat eserleri satın almak ve satmak için kullanılır. NFT olarak sadece sanat eserleri değil, GIF'ler, tweet'ler, sanal ticaret kartları, fiziksel nesnelere görüntülerini, oyun skill veya skinleri, sanal emlak, video oyunu öğelerini, müzik

dosyalarını blockchain destekli dijital gerçeklikler yaratıp satışa sunabiliyorsunuz. Spor markası olarak, müzik ya da bir twitter gibi ürünleri de satılabilir. NFT de orijinal dosyanın herhangi bir kopyasına erişim, o ürünün sahibiyle sınırlı değildir. Böylece satılan ürünlerin en son ne zaman, ne kadardan satışa sunulduğu, ne kadar ilgi gördüğü ve geçmişte kimlere ait olduğu gibi bilgilere ulaşılabilir.

İlk NFT'ler Ethereum tabanlıydı ve 2015 yılı civarında ortaya çıktı. Daha önce kripto para birimleri üzerine spekülasyon yapan aynı yatırımcılar, büyük ölçüde artan hacimlerde NFT'leri alıp satmaya başladıkça, NFT'ler için pazara olan ilginin artması spekülasyonun artmasına neden oldu. Covid-19 salgınıyla daha çok dijitale yönelen müşteriler dijital paranın da değer kazanması ile birlikte NFT alımlarına yönelmişlerdir.

Tabak NFT üretimini şöyle açıklıyor; “Gelelim sanatçılar için en önemli konuya; Kripto-sanat nasıl üretiliyor? Ürettiğiniz sanat eserini token üretme platformlarını kullanarak blockchain alt yapısına aktarmanız gerekiyor. Bunun için Mintbase ya da Mintible gibi platformlardan faydalanabilirsiniz. Token'ı üretirken kripto para cüzdanınızı da bağlamanız gerekiyor. Ardından ürettiğiniz ürünleri OpenSea gibi pazar yerlerine yükleyebiliyorsunuz”(Tabak, 2020). Dijital verinin platformlara eklenmesiyle oluşturulan değiştirilemez token, verinin özgünlüğünü kanıtlayan benzersiz bir kimlik ortaya çıkarır. Blok zinciri defteri sayesinde doğrulanabilen bu kimlik, verinin orijinalliğinin teyit edilebilmesine imkan tanır ve kriptografik bir algoritmayla yönetilir. Bu kriptografik algoritma, yalnızca token sahibinin hak iddia edebileceği bir kimlik oluşturur ve takibini sağlar. Değiştirilemez tokenler, belirlenen veriyi harf ve sayılardan oluşan 40 basamaklı bir şifrelemeyle güvence altına alır ve sahibinin dijital cüzdanında saklamasına imkan tanır. Bu verilerin sahip olduğu 40 basamaklı kripto şifrenin kırılması, günümüzde imkansızdır. Bu durum, kripto varlığı elinde tutan kişiye mutlak hak sahipliği sağlar(Ozan, 2021).

NFT'yi üreten sanatçı eserini satsa da eserin telif hakkını elinde bulundurabilir. NFT alıcısı ise işe özel erişim elde etmez, orijinal dosyanın mülkiyeti de alıcıya geçmez. Alıcı var olan dosyayı alır ve aynı şekilde satabilir.

Günümüzde Rarible (Digital Collectibles), Opensea (Digital Marketplace), Nifty Gateway (Digital Art), superRare (Digital Art), Enjin (Gaming), Decentraland (Virtual

Reality) gibi birçok NFT platformu üzerinden dakikalar içinde kendi NFT'nizi oluşturmak mümkündür. NFT oluşturmak için dijital cüzdana sahip olunması yeterlidir.

Covit-19 salgınıyla birlikte galeri ve müzelerin kapanması NFT satışlarının ön plana çıkmasına neden oldu Kripto para birimi sanat analizi platformu Türkiye Bilişim Vakfı'nın aktarımıyla CryptoArt.io'ya göre değiştirilebilir olmayan token (NFT) sanat eserlerinin toplam ticaret hacmi Aralık 2020'de 8,2 milyon dolara ulaşarak en yüksek seviyeye çıktı. NFT satışlar Kasım 2020'de 2,6 milyon dolar seviyelerinde seyreliyordu. CyrptoArt.io kurucusu Richard Chen konuyla ilgili olarak CoinDesk'e yaptığı açıklamalarda şu ifadeleri kullandı: *"Kripto yerlileri, NFT'lerin orijinal sanat eserinin gerçekliğini doğrulamaya getirdiği değeri anlamaya başlıyor. Dahası, Beeple gibi ünlü dijital sanatçılar, NFT'lerin ne olduğunu ve komisyonlar dışındaki sanatçılar için nasıl yeni bir iş modeli açtıklarını keşfediyor"*(Blockchain, 2021).

11 Mart tarihi dijital sanat için bir kilometre taşı olarak kayda geçti. Beeple ismiyle bilinen Mike Winkelmann adındaki sanatçı, tamamen dijital ortamdaki eserini 69,3 milyon dolara satarak, bir sanatçının hayattayken ulaştığı en yüksek üçüncü miktara ulaştı. Sosyal ağlarda 2,5 milyon takipçisi olan Beeple Zinciri kırma yöntemi ile yapılan "Everydays," projesiyle, her gün yeni bir dijital sanat eseri yayınlıyor. Proje bu yıl 14. yılını kutluyor. Christie's'e satılan eser ise bu projenin ilk 5 bin günün bir kolajı. Eserin ismi de bunu yansıtıyor: "Everydays: The First 5000 Days"(İçözü, 202).



ŞEKİL 23: "Everydays: The First 5000 Days"

<https://webrazzi.com/2021/03/12/nft-eserini-69-milyon-dolara-satan-beeple-yeni-bir-rekora-imza-atti/>

NFT satışlarından 1 milyon dolar gibi yüksek meblağa kazanan ilk sanatçılardan biri Murat Pak oldu. Çeşitli görseller ve videolardan oluşan eserleri yüksek meblağalara satılarak oldukça dikkat çekti. Bir diğer dikkat çeken şeylerden biri ise Murat Pak'ın asla kendini göstermemesi gizemini koruması oldu. Türkiye Bilişim Vakfı'nın aktarımıyla; CryptoArt'ın verilerine göre, Pak'ın çeşitli platformlardaki 268 sanat eseri, toplam 1.079.382 ABD Doları (1.881 ETH) karşılığında satıldı. Crypto Art platformu, SuperRare, Nifty Gateway, MakersPlace ve Async Art gibi en büyük kripto sanat pazarlarında sanatçıları ve eserlerini takip ediyor. Bunlar, blokzinciri sanat sahnesinin büyük bir kısmını oluşturuyor(Blockchain, 2021).

NFT satışıyla dikkat çeken bir diğer Türk sanatçı da Tarık Tolunay oldu "Fractal İstanbul - Pandemi" isimli eserini Blockchain ile imzalayarak satışa çıkardı. 20 Ethereum'a alıcı bulan eserin tek orijinal hali, yaklaşık 36 bin dolara alıcı buldu.



ŞEKİL 24: Tarık Tolunay "Fractal İstanbul - Pandemi", 2021.

<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/turk-sanatci-tarik-tolunay-da-nft-furyasina-katildi-eseri-36-bin-dolara-satildi-41765064>

Gün geçtikçe dikkat çeken bir platform olan NFT dünyası her geçen gün yeni sanatçılar ve eserlerle yeni rekorlara imza atmaya devam ediyor. Bir yandan da şu soruyu akla getiriyor. Sanatçıların gün geçtikçe daha fazla dijital sanata yönelmeleri, dijital alandaki sanatçı sayısını artırdıkça üretilen işlerin kalitesinde ve fiyatında düşüşler meydana getir mi? sorusunu akla getiriyor.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. DİJİTALLEŞEN DÜNYADA SANATÇI VE SANAT DANIŞMANLARI İLE SANAT İLETİŞİMİ VE SANATIN PİYASASI ÜZERİNE

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu araştırma da dijitalleşen dünyada sanatın konumunu, dijitalleşme ile birlikte oluşan dijital sanatın oluşumunu ve geleceğini, dijital sanatın pazarının nasıl olduğunu oluşan pazarın piyasaya ne gibi yenilikler getirdiği araştırılmıştır. Araştırma kapsamında Sanat, sanatın var oluşundan günümüz dijital sanata nasıl geldiği ile sanat pazarını etkilen unsurlar birlikte araştırılmıştır. Araştırma sonucunda sanatçılarla görüşülmüş ve dijital sanatın geleceği ve pazarı hakkında görüş alınmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Çalışmanın temel amacı; Dijitalleşen sanatın ve dijital pazarın ne olduğu, geleceği nasıl şekillendireceği ile ilgili bilgi toplamaktır. Bu doğrultuda dijital sanat ile ilgili doğru bilgilere ulaşılması ve aynı zamanda gün geçtikçe büyüyen dijital sanat pazarı hakkında veriler sunarak sanat severlere ve sanat alıcılarına rehber olmaktır.

Dijital sanatın ve dijital sanat pazarının çok yeni olması ve gün geçtikçe büyüyen bir alan olması nedeni ile yeterince çalışmanın olmadığı gözlemlenerek sanat dünyasına ve sürekli gelişen sanat piyasasına katkıda bulunulabileceği öngörülmüştür.

3.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmada ele alınan konu dijitalleşen dünyanın sanata yansımaları, dijital sanat ve sanat pazarına etkileri araştırılmıştır. Çalışmanın derinliği açısından sanatın nasıl oluştuğu ve zaman içerisinde dijital sanata nasıl evirildiği ile birlikte araştırılan dijital sanat pazarının tarihsel süreçte tüketim kültürü ve iletişim olanakları ile nasıl geliştiği ve günümüzde hangi evrede olduğu rakamlarla belirtilerek araştırmanın çerçevesini oluşturmaktadır. NFT gibi dinamik ve yeni alanların olması literatür açısından sınırlılık oluşturmuştur

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı araştırma ile ilgili dijital sanat üreten sanatçılar ile görüşmek ve onların bu alanla ve sanat pazarı ile ilgili görüşlerini almak olmuştur.

3.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırma evrenini dijitalleşme ve sonucunda dijitalleşmenin sanata ve sanat pazarına yansımaları oluştururken örneklem olarak dijital sanatın geldiği nokta ve aynı zamanda dijitalin sanat pazarını nasıl etkilediği bu zamanda geldiği nokta doğrultusunda bu alanda çalışan sanatçılar seçilmiştir.

3.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada nitel veri toplama yöntemi olan mülakat görüşme yöntemine başvurulmuştur. 4 farklı dijital sanat üreten sanatçıyla görüşme yapılmıştır. 1 sanat danışmanı ile görüşülmüştür.

Bu doğrultuda katılımcılara 10 soru yöneltilmiş ve verilen cevaplar doğrultusunda ortak veya farklı ifadeler kavramsallaştırılarak alana katkı yapması öngörülmüştür.

3.6. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırmada çalışmanın dayanağı olarak dijitalleşen dünyanın sanata gerisi üzerinde durulmuştur. Buna bağlı olarak şu hipotezler çerçevesinde oluşturulmuştur.

- Dijitalleşmenin getirisi olan dijital sanat ve onun yarattığı yeni sanat anlayışı ile sanat ortamını ne yönde değiştiği.
- Dijitalleşmenin getirisi olan Dijital Sanat Pazarının bu pazarı nasıl etkilediği, geleceğinin nasıl olacağı, sanata etkisinin neler olacağı.

3.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma kapsamında dijital sanat üreten sanatçılara ve sanat danışmanına dijital sanatın ne olduğu, sanata etkileri, geleceği ve dijitalin sanat pazarını nasıl etkilediği ile ilgili 10 soru yöneltilmiştir. Mülakatta sorulan sorular şu şekildedir.

1. Dijital sanatı nasıl tanımlarsınız? Size göre dijital sanat, genel anlamda sanat tanımını değiştirdi mi? Tüketim kültürünün buna etkisi nedir?
2. Sanat ve teknoloji arasındaki bağ nedir? Bu çerçevede dünyada ve Türkiye’de yeni medya izleyicisinin sanata bakışı nasıl?
3. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) maddi değeri nasıl belirlenir? Koleksiyonerlerce klasik yöntemle mi alınıp satılır? Veya Yeni Dijital Sanatı farklı kılan şey nedir? Dijital Sanat Pazarı hakkında ne düşünüyorsunuz?
4. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) sıçrama noktası ya da kırılma noktası diyebileceğiniz bir zaman, bir iş, oluşum nedir? Geleceğini nasıl görüyorsunuz?
5. Ülkemizde yeni medya sanatını, nasıl buluyorsunuz? Türkiye’de Yeni Medya izleyicisini değerlendirebilir misiniz?
6. Yeni medya iletişimi hakkında ne düşünüyorsunuz? Dijital sanatının iletişimini nasıl sağlıyorsunuz? Bilinirliği ne düzeydedir?
7. Günümüz sanatı içerisinde kendi işlerinizi nasıl tanımlarsınız. Sanatın hangi alanında konumlandırırsınız? Dijital sanatın zorlukları sizi sınırlayan tarafları nedir?

8. Eserlerinizi nerelerde sergiliyorsunuz. Yeni medyanın sergileme sürecinde nasıl bir rolü oluyor?
9. Eserlerinizi nasıl koruyor ve depoluyorsunuz? Eserlerinizin yok olma durumu geleceğe aktarılamaması konusunda kaygılarınız var mı?
10. Sanatınızı geliştirirken kişi, kurum veya örgütlerden destek alıyor musunuz? Alıyorsanız bu hangi yönde ve ne için oluyor?

Bu çalışmada 5 farklı katılımcı ile görüşülmüştür. Çalışmada 3 farklı sanatçıya doğrudan sorular yöneltilerek görüşleri alınmış. Refik Anadol ile yoğunluğundan dolayı birebir görüşülememiş fakat yazışmalar neticesinde ekibinin ilettiği röportaj videoları, görüşlerini belirttiği yazıları, biyografisi ve şahsen iki yıldır yakın takipçisi olarak izlediğim canlı videoları ve sunumları neticesinde çözümlene yapılmıştır. Arttv'nin kurucusu ve sanat danışmanı İnci Aksoy ile görüşülmüştür.

Bu çalışmada tarihçe olarak ilklere değinilen literatür taramalarına ek olarak dijitalleşen dünyada oluşan, dijital sanatı irdelemekte ve aynı zamanda tarihten bu yana birlikte seyreden, birbirlerine bağlanan dijitalleşen dünyadaki sanat pazarının sonucu incelenmiştir. Hızlı değişimlerin olduğu günümüzde sanat ve sanat pazarı adına da büyük değişiklikler yaşanmış ve 2015 yılından beri var olmasına rağmen covid-19 süreciyle popülerleşen NFT alt yapısına bağlanan dijital satışlarla ilgili görüşe değinilmiştir. Nitel görüşme yöntemi benimsenmiş ve dijital sanat, ya da medya sanatı, ya da sayısal sanat olarak nitelendirilen sanatın sanatçılar açısından nasıl algılandığı. Nasıl tanımlandığına, geleceğini nasıl gördükleri, sanatçıların dijital sanatın ne olduğu, üretimi, sergilenmesi, saklanması ve pazarı ile ilgili verdikleri cevaplar incelenerek dijital sanat ve sanat pazarı ile ilgili çözümleneler yapılmıştır.

Katılan sanatçılara yöneltilen sorular neticesinde sağlanan cevaplardan ortak ve farklı ifadeler alınarak bu alana açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Görüşülen kişilere bu aşamadan sonra katılımcılar denilecektir. Katılımcılara sorulan sorular bağlamında şunları ifade etmişlerdir.

İlk olarak dijital sanatın tanımı sorularak bu alandaki kavram karmaşasının netliğe kavuşulması bağlamında bu soru yöneltilmiş fakat alanın tanımından çok isim karmaşası olduğu göze çarpmıştır. Dijitalleşmenin getirisi olarak ortaya çıkan sanata dijital sanat tanımlaması ve ismi verilmesinin yanında bilgisayar ve teknolojisinin

getirisi sonucunda oluşan yeni medya ile de kavramsallaşmış ve her iki isim de aynı üretimler için kullanılmaya başlanmıştır. Katılımcılar kimi yerde medya sanatı kavramını kimi yerde ise dijital sanat kavramını kullanmışlardır. Bu anlamda Tefik Fikret Uçar yepyeni bir isim ortaya koyarak sayısal sanat kavramının kullanılması gerektiğini belirtmiştir.(23.03.2021) Dijital kelimesinin köken olarak *digitus* "parmak, özellikle işaret parmağı" sözcüğünden alıntı olduğunu, aslında dijital derken elle yapılan sanat anlamına geldiğini bu nedenle sayısalın bu kavramı çok daha iyi karşılamadığını ve aynı zamanda Türkçe bir kavram olması nedeni ile sayısalın kullanılmasının çok daha doğru olduğundan bahsetmiştir. Refik Anadol ise (15.05.2021), “Ted” video konuşmasında kendisini “Medya Sanatçısı” olarak tanımlarken diğer konuşmalarında veya sanatından bahsederken dijital sanat kavramını çokça kullandığını görüyoruz. Daha önce yapılmış bazı çalışmalardan “Yeni medya Sanatı” olarak ta kullanıldığını gördüğümüz bu alanda artık bilinirliğinin artması ve çeşitlenmesi ile yeni kelimesinin de Refik Anadol’un kullanımından kalkmış olduğunu görüyoruz. İnci Aksoy ise dijital sanatı “Dijital sanat, yeni medya sanatı olarak adlandırılmakta ve sanatçının düşünsel ve işlevsel temelini teknolojik ortam üzerine aktarmaktadır” böyle ifade etmiştir.

Sanatın tanımını değiştirip değiştirmedeği konusunda verilen cevaplardaki genel kanı ise şu şekilde; sanatın tanımının değişmeyeceği sanatın var olduğu günden beri işlevinin aynı olduğu ve yüzyıllar sonra dahi aynı olacağından bahsedilmiş. Değişen tek şeyin sanat üretim aracı olduğu söylenmiştir. Sanatın varlığında mühim olan şeyin onun bize hissettirdikleri olduğu malzemenin değişmesi ile duygunun değişmeyeceği eğer öyle olsa idi eline her kalem alanın yazar. Her boya ya da bilgisayar kullananın ressam olması gerektiği bu nedenle de tanımını değiştiremeyeceği vurgulanmıştır. Malzemenin farklılaşmış olması alanının genişlemesine katkı sağladığı belirtilmiştir. Artık tuval ve boya yerine bilgisayar ekranının kullanıldığından bahsetmişlerdir.

Sanat ve teknoloji arasındaki bağın da aynı tuval ve boya gibi araç olduğu sanat şemsiyesi altında aslında hepsinin sanata hizmet eden araçlar olduğundan bahsedilmiş. Mühim ve kalıcı olanın sanatın ta kendisi olduğu vurgulanmıştır. Her yeni katılan aracın sanatı beslediği ve bir araç olduğu gerçek amacı sanat olduğu katılımcıların hemfikir olduğu alan olmuştur.

Sanatın günümüzde var olan yapısıyla tüketim kültürü ile Olan İlişkisinin Kaçınılmaz Olduğu belirtilmiştir. Sanatın maddi değerini yapıtın kendisinin belirlediği yani sanatsal özgünlüğünün olması gerektiği, yeni bir şeyler ortaya koyması gerektiği, estetik değerlere sahip olması gerektiği belirtilmiştir. Malzemesinin değişmesinin değeri ile ilgili olmadığı bir yapıtın değerinin onun sanatsal nitelikler taşıması ile alakalı olduğu konusunda hemfikir olunmuştur. Bunu belirtirken Yücel Dönemez(15.05.2021) eserlerin maddi değerlerinin günümüzde talebe göre değerlendirildiğini, yüksek sanatsal değerler taşımasa da sanatçılar kendi reklamlarını yaparak yani post modern dünyanın olanaklarını kullanarak yüksek fiyatlar belirleyebileceğinden bahsetmiştir. Ve eklemiştir sanatın tarih içerisinde onları ayıklayacağını belirtmiştir.

Ayrıca sanatın değerinden bahsederken katılımcılar şu anda popüler olan kripto sanattan bahsetmişler kripto sanatın sanat fiyatlarını hatta sanatın yönünü belirleyebileceğinden çok yeni bir alan olduğundan bahsetmişlerdir. Bu da sanat ortamına daha çok dijital ürün üretmek, daha çok ve yüksek dijital satışlarla yansımıştır. İnci Aksoy Sanat eserinin biricikliğinden ve yücelik ve olağan üstünlük duyguları uyandırdığına değinmiş ve her ne kadar bizler sanat eserlerine farklı anlamlar yükleysek de piyasanın bizden bağımsız olarak her esere bir değer biçtiğinden bahsetmiştir. Ve şu örneği vermiştir. *“Mart ayında, Bepple olarak da bilinen dijital sanatçı Mike Winkelmann'ın bir digital sanat eseri, yaklaşık 70 milyon dolara satılarak tarihe geçti. Şimdi çoğu kripto sanat eseri, dijital para birimleri kullanılarak satın alınıyor.”*

Bütün katılımcıların görüşü NFT'nin geleceğinin olacağına yönelik olmuştur. Yücel Dönemez(15.05.2021) kendisinin de NFT sistemine birtakım işlerini yüklediğini fakat bir nevi para borsası olduğu kapitalizmin yenilenme araçlarından biri olduğundan bahsetmiştir. Ayrıca NFT alan kişinin aldığı ürünü sergilemeden cüzdanda tutmasının sanata pek katkısının olmayacağından bahsetmiştir. Bu alandaki görüşlerden yola çıkarak NFT'nin çok yeni bir alan olması neticesinde katılımcıların da kesinleşmiş görüşlerinin olmadığı görülmüştür

Türkiye’de ve dünyada dijital sanatın etkilerinden bahsederken Tevvfik Fikret Uçar(28.01.2021) sayısal sanatın dünyadaki ve Türkiye’deki bilinirliğinden

bahsederken bunun sadece ona ulaşabilenler için geçerli olduğundan bahsetmiştir. Evinde dijital iletişim var olan kişiler için konuşula bileceğinden bahsetmiştir. Gürbüz Doğan Ekşioğlu (01.04.2021) ise yeni kuşağın ekrana bakmaya alışık olduğunu neyi gördüler ise onu arayacaklarını doğal olarak onların çağında üretilen sanatın onların ilgisini çekeceğinden bahsetmiştir. Bu konuda Yücel Dönemez(15.05.2021)ise yurt dışında bu alanın bilinirliğinin çok daha iyi olduğunu. ilgi çektiğini fakat Türkiye’de böyle olmadığını insanların ve galerilerin pek ilgilenmediklerinden bahsetmiştir. Refik Anadol ise röportajlarında gün geçtikçe ilgi duyulan bir alan olduğu ve bunun kendisini çok heyecanlandığından bahsetmiştir. İnci Aksoy ise kabul edelim veya etmeyelim gelecekte var olacak bir sanat olduğundan bahsetmiş ve pek çok başarılı Türk sanatçının varlığından söz etmiştir.

Katılımcıların da belirttiği gibi dijital sanata geleceğin sanatlarından diyebileceğimiz gibi aynı zamanda bu dijital dünyaya erişebilenler için var olabilen bir sanat yapısı olacaktır. Dijital kullanım artsa da halen dijitale erişemeyen veya kullanamayan pek çok insan vardır. Fakat gelecekte dijitale erişimin daha çoğalacağını düşünürsek dijital sanata olan ilgi de artacaktır.

Dijital sanatın iletişimi hakkında genelde hemfikir olunmuş iletişimi sosyal ağlar ile yaptıklarını. Medya üzerinden sağladıklarından bahsetmişlerdir. Sosyal medya sayesinde üretimlerini hızlı bir şekilde bütün dünyaya iletebildiklerini bu şekilde insanlarla buluşturabilme imkanı sağladığından bahsetmişlerdir. Çok daha hızlı ve kolaylaştığından söz etmişler fakat bu hızın ve kolaylığın aynı zamanda üretilen işlerin değerinin bilinmemesine yol açacağını ya da kalıcılığının uzun olmadığından bahsetmişlerdir. İnsanların hızlı ve kolay ulaştıkları şeyleri hızlıca tükettiklerinden hem avantaj, hem de bir dezavantaj oluşturduğu söylenmiştir.

Sergileme yöntemi olarak halen müzelerde ve galerilerde sergilenmesi en tercih edilen yöntem iken insanlara ulaşma aracı olarak sosyal medyanın da etkin olarak, aynı zamanda ilgi uyandırdığı amaçlı etkin olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Yücel Dönemez(15.05.2021) bu konuda dijital çalışmaların sergilenmesi için ona uygun dijital alt yapının olması gerekliliğinden bahsetmiş sponsorluk gerektirebileceğinden bahsetmiştir. Refik Anadol bu anlamda sergilerini yaparken veya öncesi aşamalarında sponsorlarla çalışmalarından bahsetmektedir. Yapay zeka veri çalışmaları yapmak için ciddi teknolojik malzemeye ihtiyaçları olduğu gibi sergileme aşamasında da

sergilenen alanın o sergiyi kaldırabilecek teknolojik donanıma konuma sahip olması gerektiğinden bahseder. Sergilemenin yansıtıcılarla yapıldığı sergilerinde yüksek teknoloji gerekliliğinden bahseder.

Dijital sanatın saklanması korunması geleceğe kalması konusunda farklı yöntemler göze çarpıyor. Tevfik Fikret Uçar(28.01.2021) eserlerini muhakkak kitaba dönüştürdüğünü ve çoklu sayıda basım ile onları geleceğe bırakabileceğine değinmiştir. Gürbüz Doğan Ekşioğlu (01.04.2021) da Tevfik Fikret Uçar gibi eserlerini basılı malzeme şekline getirerek koruduğunu ve geleceğe bırakabileceğini söylerken Yücel Dönemez(15.05.2021) farklı çalışmalarını farklı saklama yöntemini benimsediğinden bahseder. Dijital çalışmalarını sayısal veri hafıza kartlarında bulundururken basılı işlerini ise o şekilde koruduğunu söyler. Refik Anadol ise bu anlamda ayrıştır ve işlerini hem bilgisayarlarda hem de internet bulut ortamında sakladığından bahseder. Ve bütün işlerinin tamamen kaybolabilmesi için bütün dünyada elektriğin yok olması gerektiğini başka türlü yok olamayacaklarını söyler.

Dijital sanatın geleceğine yönelik katılımcılar dijital teknolojinin daha da gelişeceğini düşünerek dijital sanat ortamının da onunla birlikte gelişeceği belirtmişlerdir. Tevfik Fikret Uçar(28.01.2021) dijitalin geleceğinin olacağını “Geleceğin sanatı diyebilirim, ortam olarak geleceğinin daha gelişerek artacağını düşünüyorum ama tercih meselesi. Sürekli enerjiye ihtiyaç duyan bir ortam.” Şeklinde belirtirken kısıtlılıklarına da dikkat çekmiş dijital sanatın gelişmesinin ortamının gelişmesine bağlı olacağını vurgulamıştır. Dünya üzerinde herkesin aynı imkanlara sahip olmadığını dijital ortama ulaşamayan insanların olduğundan bahsederek dijital sanatın kısıtlılıkları hakkında bilgi vermiştir. Ayrıca gelişmesinin o ortama ilgi duyanlar için geçerli olduğunu da eklemiştir.

Gürbüz Doğan Ekşioğlu (01.04.2021) ise asıl olan sanatın ruhu olduğu ve sanat malzemesinin değişime açık olduğunu günümüzde de her geçen gün yeni teknolojinin üretildiğinden bahsetmiştir. Özellikler teknoloji çağında doğan büyüyen insanların o teknolojiye alışık oldukları için, teknolojinin sağladığı duygulara aşina oldukları için sanatsal arayışlarının da o yönde olacağından bahsederek dijital sanatın ilerde çok daha büyük yüzeylere yansıtılabileceğini “Mesela bir uydu ile dünya üzerine yansıtabilir. Ve bunu aydan seyredebilirsiniz.” Şeklinde Örneklıyor.

Yücel Dönemez(15.05.2021): “Şimdi benim gördüğüm bu hareketli şeyler var duvarlara, her yere yansıtılan onlardı bu kırılma noktası son geldiği nokta ondan sonra nereye gider benim tahminim hologram gibi belki gökyüzüne yansıtırsınız. Öyle geliştirirler teknolojiyi. Yani bunların dışında bir şey olacağını sanmıyorum. Giderek daha da küçüleceğini görüyorum. Sanatsal olarak.(...)gene eskiye tarih tekrür eder. Dijitaller boya ile karıştırılıp belki yeni bir şey, daha küçük ebatta olabilir. Belki bir evde 500 tane eser olabilir. O tür bir şeye dönüşecek.” Şeklinde düşüncelerini ifade ediyor.

Refik Anadol ise dijital sanatı yaparken bilimden ve teknolojinin geldiği son noktadan referans aldığını bu şekilde hayaller kurarak bu hayallerini yapay zeka ile buluşturduğunu ve bilimin ve teknolojinin sınırı olmadığını dijital sanatın da sürekli ilerleyerek nerelere varabileceğini tasavvur edemediğinden çok daha ilerleyeceğinden ve çok güzel, büyüleyici işler çıkacağından bahseder. Aynı zamanda Refik Anadol 12 kişilik bir ekibinin olduğunu, yaptığı çalışmalarını “içinde mimarların, bilgisayar ve veri bilimcileri, sinir bilimcileri, müzisyenler ve hatta hikayecileri hayallerimi gerçekleştirme de bana katılmaya davet ettim.” Diyerek yapay zeka ile çalışmanın farklı uzmanlıklar gerektirdiğinden bahsetmiştir. Aynı zamanda çalışmalarında çok yüksek teknolojileri kullandığını ve çoğunlukla teknolojik firma işbirliklerinin olduğunu pek çok konuşmasında vurgulamıştır.

İnci Aksoy ise “*Dijital sanatın değişiminin ve dönüşümünün iyi yönetilmesi ve dijital sanatçıların dijital sanat yapabilecek bilgilerle donatılması ve yetiştirilmesi gerekmektedir. Bunun için, dijital sanatçıların öğrenim ve eğitiminde güzel sanatlar fakültelerinin önemi büyüktür. Özellikle görsel iletişim tasarımı, grafik ve animasyon bölümlerinde okutulan; bilgisayar teknolojileri, desen, temel tasarım, bilgisayarla tasarım, illüstrasyon, dijital illüstrasyon, multimedya konulu derslere ve stüdyo çalışmalarına önem verilerek, birçok başarılı dijital sanat alanlarının bilgi birikimini kendi estetik sürecine dahil ederek, yaratıcı yorumlarını sürdüreceğine ve sanatın ifade alanlarının daha genişleyerek, sınırlarını aşacağını düşünüyorum.*” Düşüncelerini böyle ifade etmiştir.

Elde ettiğimiz veriler ışığında dijital sanat ya da medya sanatı, ya da sayısal sanat olarak adlandırılan sanatın çıkış noktasının dijital teknolojilerin gelişmesi olduğunda

hemfikir olan katılımcılar, bir kağıt yüzeyini resmeder gibi, çalışmaktan tamamen dijital teknolojinin getirdiği programlar ile farklı teknikler yaratmaktan, yapay zeka ile üretilen işlere kadar bütün alanı kapsayan bu sanat dalını isimlendirme konusunda hemfikir olamamışlardır. Her biri kendisine uygun gelen isim ile adlandırmayı uygun bulmuştur.

Aynı şekilde katılımcılar geleceğin sanatı olduğunda hemfikir oldukları gibi bu sanatın ciddi yatırımlara gerek duymasından dolayı sermaye ve kapitalizm ilişkisine vurgu yapmışlar ve sanatın kapitalizm ve sermaye ile ayrılmaz bir bütün olduğunun bu doğrultuda gelişme alanı bulduğunun ipuçlarını vermişlerdir.

Dijital sanatın ve NFT teknolojisinin gelişmesinden heyecan duyan katılımcılar çok yeni bir teknoloji olmasından kaynaklı NFT teknolojisine karşı merak içerisinde ve yapılan yenilikleri takip eder halde, satılan işlere ve işleyişi merakla takip ettikleri göze çarpmıştır. Özellikle NFT satışı yapan ülkemiz sanatçılarından onların isimlerinden bahsetmişler ve ne kadar ücretlerle sattıkları ile ilgili bilgi vermişler. Bu anlamda heyecanlandıklarını göstermişlerdir. Yücel Dönmez bizzat kendi, eserlerinin bir kısmını NFT ortamına taşıdığından bahsetmiş fakat konuşmalarından bu alan ile ilgili tereddütleri olduğu anlaşılmıştır.

Bir diğer bulgu geleceğin sanatı olduğu yönünde hemfikir olmaları olmuştur. Dijital dünyada geleceğinin olduğunu yenilenerek gelişerek devam edeceğini öngörmektedirler.

SONUÇ

Sanat estetik niteliği bakış açısına göre değişkenlik gösteren göreceli bir kavram olarak tanımlansa da mutlak bir değer olduğu kabul görmektedir. Eserin değeri üretildiği çağ içindeki toplumsal, fiziksel ve psikolojik koşullarla değerlendirilmelidir. Tarım toplumlarının, endüstri toplumlarının ve içinde bulunduğumuz çağın sanata bakış açısı ve yorumlaması farklılık göstermektedir. İçinde bulunduğumuz çağı ‘‘endüstri ötesi’’ çağ olarak tanımladığımızda dünya ileriye doğru hızlıca yol almaktadır. Şimdiye kadar geçirdiği en hızlı yol aldığı ve değişime uğradığı derin sosyal çalkantılar yaşadığı, kültür karmaşasıyla karşılaştığı bir yeniden yapılanma sürecine doğru girmiş. İnsanlığın şuanda geldiği nokta geçmişin geleneksel toplum değerleriyle çatışma yaşamaya başlamış. Bu yeniden yapılanma sürecinde insanlık teknoloji ile gelişmiş telekomünikasyon sistemleri ile donanmış hayatta zaman, mekan, hız, gerçeklik, beden, nesne, iletişim algısı, dünya algısı tamamen değişme uğramaktadır.

Bu değişimin merkezinde ve hatta değişimin öncülerinden biri sanat olmuştur, tarihten bu güne gelişiminde topluma yön veren ve kültürün içerisinde yoğrulan önemli bir unsur olmuştur.

Günümüzde yapılan pek çok şey dijital süreçlerden geçmektedir. Dijitalleşme insanın günlük yaşantısında var olmakta ve bütün yaşamı kendi potasında yoğurarak sunmaktadır. Günümüzde zaman, mekân, kimlik, benlik, iletişim, tüketim, üretim süreçleri ve olguları müstakil değerler değildir ve dijitalleşmeyle yeniden inşa edilmişlerdir. Aktif kullanılan dijital unsurlar, iletişim ağlarının yoğunluğu, bilgiye çabuk ulaşılması gibi durumlar günlük hayatımızı şekillendirmiş ve dijitalle bağlı dijitalle şekillenen bir yaşam biçimi ortaya çıkartmıştır.

Yeni dijital dünyada sanatta dönüşüme uğramış ve dijitalleşmiştir. Bu doğrultuda sanatçılarla görüşülmüş ve dijitalleşen sanat ve sanat pazarı hakkında görüşlerini aldığım sanatçıların sanatın dijitalle yöneldiğini kabul etmekle birlikte aslanan şeyin sanat ve sanatçı ruhunun varlığı olduğu konusunda hemfikir olmuşlardır.

Dijital sanatın bir yenilik olduğunu kabul etmekle birlikte teknolojik alt yapı gerektirmesi sergilenme süreçlerinin teknolojik imkanlardan dolayı zor olabileceği gibi sınırlılıklarının olduğu konusunda görüşler belirtmişlerdir.

Teknoloji ile birlikte sanatın dijitalleştiğini kabul eden katılımcılar bu oluşan yeni sanatın ismini tanımlamak konusunda katılımcıların farklı isimler ile görüş beyan ettiklerini, geniş bir alanı kapsayan dijitalleşen sanatın ismi konusunda ortak bir görüşün çıkmadığını gördük. Yapısı gereği dijital olarak değerlendirilen sanatın, medya sanatı ve sayısal sanat olarak farklı isimler aldığını fakat ortak noktasının sanatçı ve sanat üretme ruhu olduğunu gördük.

Dijitalleşme ile hayatın her noktasına yansıyan yenilikler dijital eserler de de varlığını göstermiş değeri tıpkı dijitalleşen eserler gibi dijital varlıklar üzerinden belirlenir olmuştur. Non-Fungible Token (NFT), en kısa tanımıyla başka bir eşi daha bulunmayan dijital varlıklar olarak karşımıza çıkmıştır. Arz talep dengesi, tüm değeri olan varlıklarda olduğu gibi NFT’lerde de fiyatların belirlenmesini sağlamaktadır. Tüm NFT’lerin benzeri olmayan eşsiz bilgiler barındırmaları ve kolayca erişilebilir olmaları, bu alana ilgiyi arttırmıştır. Bu anlamda dijital sanat pazarı hakkında görüşlerini aldığımız katılımcıların da bu alana oldukça meraklı oldukları, takip ettikleri ve yenilikler konusunda takipçi oldukları gözlemlenmiştir.

Günümüzde gelinen noktada sanat ve dijital birbirini besleyen kanallar olması sanat pazarını geliştiren bir yapıya bürünmüştür. Dijital, sanat ve sanat pazarı birbirinden beslediği gibi birbirlerini yenilik ve farklılıklar açısından besleyen kanallar olmuştur. Dijital sanatçı Refik Anadol bu konuda şu soruları sorarak bize ışık oluyor.“21. Yüzyılda yapay zeka olmak ne anlama geliyor. Herhangi bir android yalnızca onunla işbirliği yaptığımız sürece akıllıdır. İnsan zekasının üretmeyi amaçladığı, ancak bunları yapma kapasitesinin olmadığı şeyleri inşa edebilir. Örneğin faaliyetlerinizi ve sosyal ağlarınızı düşünün onlarla etkileşime girdikçe daha akıllı hale geliyorlar. Makineler anıları öğrenebilir veya işleyebilirse onlarda rüya görebilir mi? Halüsinasyon görebilirler mi? İstmeden hatırlıyor olabilir mi? Veya birden fazla insanın hatıraları arasında bağlantılar kurabilirler mi? 21. Yüzyılda yapay zeka olmak hiçbir şeyi unutmamak anlamına mı geliyor? Eğer öyleyse yüzyıllardır medyada tarihi yakalama çabamızda deneyimlediğimiz en devrimci şey değil mi?” diyerek teknolojinin ve sanatın geldiği, bizi götürebileceği noktaları işaret ediyor.

Tüm bu söylemler bize Gombrich'in Sanatın Öyküsü kitabının girişinde söylediği şu sözü akla getiriyor. "Sanat" diye bir şey yoktur aslında. Yalnızca sanatçılar vardır. Sözüden yola çıkarak sanat ve sanatçı var olduğu sürece üretmeye devam edecek ve içinde bulunduğumuz gezegenle birlikte değişimine ve dönüşmesine hep birlikte tanık olacağız.



KAYNAKÇA

Kitap Kaynakları

- Antmen, Ahu (2010). *20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Artun, Ali (2006a). *Sanat Müzeleri 1: Müze ve Modernlik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artun, Ali (2006b). *Sanat Müzeleri 2: Müze ve Eleştirel Düşünce*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artun, Ali (2011). *Çağdaş Sanat Örgütlenmesi, Estetik, Modernizmin Tasfiyesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Atiker, Erhan (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumunu*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Aydoğan, Filiz (2000). *Medya ve Serbest Zaman*. İstanbul: Om Yayınevi.
- Baudrillard Jean.(2008). *Tüketim Toplumunu: Söylenceleri/Yapıları* (Çev. H.Deliçaylı, F.Keskin) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Zygmunt (2005). *Bireyselleşmiş toplum* (Çev. Y. Alogan). İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Becer, Emre (2018). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Benjamin, Walter (2012). *Fotoğrafın Kısa Tarihi* (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Berman, Marshall. (1994). *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor* (Çev. Ü. Altuğ, B.Peker). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bocock, Robert (2009). *Tüketim* (Çev. İ.Kutluk). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Castells, Manuel (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi* (Çev. E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Claudon, Francis(1988). *Romantizm Sanat Ansiklopedisi* (Çev. Ö. İnce, İ.Usmanbaş). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dickerson, Madelynn (2019). *A'dan Z'ye Sanat Tarihi* (Çev. O. Düz). İstanbul: Say Yayınları.
- Ergüven, Mehmet (1992). *Yoruma Doğru*. İstanbul: Yapı Kredi yayınları.

- Eroğlu, Feyzullah (2010). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Featherstone, Mike (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü* (Çev. M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gans, Herbert J. (2012). *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür* (Çev. E.O. İncirlioğlu). İstanbul: YKY Yayınları.
- Grafik ve Fotoğraf (2011). *Sanat Tarihi Dönemleri*. Ankara: T.C. Millî Eğitim Bakanlığı.
- Gombrich, Sir Ernst (2007). *Sanatın Öyküsü* (Çev. E.Erduran, Ö.Erduran). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hauser, Arnold (1984). *Sanatın Toplumsal Tarihi* (Çev. Y. Gölönü). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- İbrahimgil, Zeki Mekmet, (2015). *Ortaöğretim Sanat Tarihi Ders Kitabı*. Ankara: Koza Yayınları.
- İbrahimgil, Mehmet Zeki (2015). *Ortaöğretim Sanat Tarihi Ders Kitabı*. Ankara: Koza yayın dağıtım.
- İpşiroğlu, N.ve İpşiroğlu, M. (1991). *Sanatta Devrim*. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Kahraman, Hasan Bülent (2007). *Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye*. İstanbul: Agora Kitaplığı
- Karagöz, Emel (2010). *Sosyal Bilimlerde Kuram Oluşum ve Süreci ve İletişim*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Krauss, Rosalind (2002). *Mekana Yayılan Heykel, Sanat Dünyamız*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Kumar, Krishan (1999). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma* (Çev. M. Küçük). Ankara: Dost Yayınevi.
- Kuspit, Donald (2010). *Sanatın Sonu* (Çev. Y.Tezgiden). İstanbul: Metis yayınları.
- Levinson, Paul (1999). *Digital McLuhan: Information Millennium Kılavuzu*. Londra: Routledge
- Lynton, Norbert (1982). *Modern Sanatın Öyküsü* (Çev. C. Çapan ve S. Öziş). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Maigret, Eric (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (çev. Halime Yücel). İletişim Yayınları, İstanbul.
- Marx, Karl (2000). *1844 el yazmaları* (Çev. M. Belge). İstanbul: Birikim.
- Manovich, Lev (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Pres.

- McLuhan, Marshall & Powers, Bruce R (2001). *Global Köy*. (Çev. B ve Ö.Düzgören)İstanbul: Scala Yayıncılık
- Özkol, Osman (2008). *Kültür ve Küreselleşme*, İstanbul: Açılım Kitap
- Serullaz, Maurice (1991). *Empresyonizm Sanat Ansiklopedisi*. İstanbul:Remzi Kitapevi.
- Shiner, Larry (2010). *Sanatın İcadı, Bir Kültür Tarihi* (Çev. İ. Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sivri, Medine (2008). *Paul Eluard ve Nazım Hikmet'te Renklerin Dili, Şiirde Renkler Açısından Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım*. Ankara: Kanguru Yayınları.
- Şahiner, Rıfat (2013). *Sanatta Postmodern Kırılmalar*. Ankara: Ütopya Sanat Dizisi.
- Şişman, Ahmet (2011). *Sanata ve Sanat Kavramlarına Giriş*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Thompson, Don (2011). *Sanat Mezat*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tolstoy, Lev Nikolayeviç (2016). *Sanat Nedir?* (Çev. M. Beyhan). İstanbul: Türkiye İş bankası Kültür Yayınları.
- Törenli, Nurcan (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Turani, Ahmet (2010). *Çağdaş Sanat Felsefesi*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Yücel, Derya (2012). *Yeni Medya Sanatı ve Yeni Müze*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları.
- V. Diakov & S.Kovalev, (2014). *İlkçağ Tarihi* (Çev. Ö. İnce).İstanbul: Yordam Kitap.
- Wands, Bruce (2006). *Dijital Çağın Sanatı* (Çev. O. Akınhay). Akbank Kültür Sanat Yayınları: İstanbul.

Tez/Bildiri/Makale ve Diğer Kaynaklar

- Altunay, Alper (2012).“Kes-Kopyala-Yapıştır: Bir Sanat Yüzeyi Olarak Ekran.” *Yeni Medya ve... kitabının içinde*, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi. S. 13- 41.
- Ali Emre Aydın, Mehmet Marangoz, Aytekin Fırat, (Haziran 2015). “Tüketim Kültürü Çalışmaları Üzerine Bir Literatür Taraması.” *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 23-40.
- Amin, A. (1997). “*Post-Fordizm: Models, Fantasies and Phantoms of Transition*.” in *Post-Fordism: A Reader*, (Ed. by Ash Amin), p:1-40, Oxford: Blackwell Publishers.

- Ataseven, Serpil Yayman (2018). "Modernizmin Sanatsal Gelişimi." *idil*, 7(48), 1021-1030.
- Aytaç, Ömer (2004). "Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman." Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 28 (2), 115-138.
- Başlar, Gülşah (2013). "Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm." Marmara Üniversitesi, Radyo TV ve Sinema Bölümü. Yayın Yeri: İstanbul, (...), Cilt 2, 823
- Baştan, Serhat (2004). "Dijital Ekonominin İletişim Endüstrileri Üzerine Etkileri, Değişen Tüketici Tercihleri Ve Yeni Bir İzleyici Kültürünün Doğuşu." *Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler*, 2(1).
- Bodur, Cengiz (2010). Görsel Anlatımda Dijital Yaklaşımlar. *Yüksek Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Çeber, Tansel (2017). "İzleyiciyi İzlemek; Sanat Eseri, Sanatçı Ve İzleyici İlişkisi Üzerine." *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, (38), 87-97.
- Çetin Çildir & H. Seçil Fettahlıoğlu (2019). "Sanat Ve Pazarlama İlişkisi." *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü Dergisi*, 1(1),41-59.
- Çokokumuş, Benan (2012). "Dijital Ortamda Kültür ve Sanat." *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education (IJTASE)*, 1(3), 51-66.
- Değirmencioğlu, Gürsoy (2016). "Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği", *Trt akademi*, 1(2) Dijital Medya Sayısı, 592.
- Doğan, Oytun (2013). Sanat Pazarlaması Bağlamında Müzecilik ve İletişim Stratejileri. *Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eker, Metin & Aslan, Tamer (2011), "Tüketim Kültürü ve Sanat Eğitimi: Postmodern(ist) Sanat Eğitiminde Gelenekçi Dirençler İle Gelecekçi Stratejilerin Kültürel Bileşkeleri." *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(1), 179-200.
- Erbay R.E, Tulgar D. & Özden M. (2018). "Dijital Ekonomi ve Dijitalleşmenin Ekonomik Açıdan Sonuçları." X. IBANESS Kongreler Serisi, Ohrid/Makedonya. s.351.
- Erdoğan, Melih (2013). "Küresel Çağda Çağdaş Sanat ve Küresel Sanat Pazarı." *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 75-98.
- Ersöz, Betül & Özmen, Mehmet (2020). "Dijitalleşme ve Bilişim Teknolojilerinin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri." *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, Yaz, 11(42). 170-179.

- Fillis, Ian (2006). "Art For Art's Sake Or Art For Business Sake: An Exploration Of Artistic Product Orientation." *The Marketing Review*, 6(1), 29-40.
- İrge, N. Filiz (2012). "Enformasyon Toplumu ve Toplumsal Değişim Sürecinde Sosyal Medya." *Akdeniz İletişim Dergisi*, Sayı:17, 64-86.
- Kale, Nesrin (1999). "Modernizm & Postmodernizm." *Doğu Batı Dergisi*, Sayı:19, 31-51.
- Karakaş, Yelda (2019). Dijitalleşmenin Modern Gündelik Hayata Yansımaları ve Hikikomori Örneği. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Radyo-Televizyon ve Sinema Bilim Dalı. Ankara.
- Metin Eker & Tamer Aslan, (2011). "Tüketim Kültürü ve Sanat Eğitimi: Postmodern (ist) Sanat Eğitiminde Gelenekçi Dirençler İle Gelecekçi Stratejilerin Kültürel Bileşmeleri." *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(1), 179-200.
- Öndin, Nülifer (2009). "XX. Yüzyıl Sanatının Kuramsal Dili Anlamsal Sorgulamalar." *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları*, İstanbul. Sayı:715.
- Ören, Şenkaya (2015). "Sanatın Doğuşunda İletişimle Aralarındaki Varoluşsal Birliktelik ve Sanat Eyleminde Psikolojik İletişimin Önemi", *Atatürk İletişim Dergisi*, (Sayı 8), 207-226.
- Öztürk, Lütfü (2002). "Dijital Uçurumun Küresel Boyutları." Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Dergipark, Bildiri 1-10.
- Paul, Christiane (2002). "Renderings of Digital Art", *Leonardo*, Vol:35, No:5.
- Reiss, J. H. (2001). *From Margin to Center-The Spaces of Installation Art*, Cambridge: The MIT Press.
- Sağlamtimur, Zuhâl Özel (2010). "Dijital Sanat." *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 213-238.
- Senemoğlu, Olkan (2017). "Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz." *İnsan&İnsan*, Yıl 4 (12), 66-86.
- Senemoğlu, Olkan (2017). "Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü." *İnsan & İnsan*, Yıl 4,(12), 66-86
- Süzen, Hatice (2018). "Modern Batı Sanat Akımlarının Güncel Sanata Katkıları." *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2(1), 3-27.
- Şahin, Hikmet (2012). "Postmodern sanat." *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 1(5), 90-111.

- Toy, Ertan (2017). “İnteraktif Sanatın Oluşum Süreci ve Günümüzdeki Durumu.” *Görsel İletişim Tasarımı ve Animasyon*, İstanbul, Pegem Akademi, 108-120.
- Türkmenoğlu, Harun (2014). Teknoloji İle Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 87-100.
- Torun, Ayla (2015). Walter Benjamin, Sanat Eserinin Aurası ve Yeni Medya Sanatı. *International Multilingual Academic Journal*, 2(1), 1-9.
- Thompson, John B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. California: Stanford University Press.
- Uçan, Bahadır (2013). “Türkiye’de Karikatürün Dijital Dönüşümü: Uykusuz Dergisi.” *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 3(3), 41-50.
- Yayman Ataseven, Serpil (2018). “Modernizmin Sanatsal Gelişimi.” *İdil Dergisi*, cilt 7(48), 1021-1030.
- Yıldırım, Merve (2020). “İnvazyon ve Dijital Sanat.” *ODÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Mart 2020; 10 (1), 188-200
- Yücel, Derya (2010). Dijital Sanat Pratiklerinin Müzeolojik Bağlamda Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Winegard, Ebru (2019). Dijital Medya Teknolojilerinin Sanatın Ve Tasarımın Yaygınlaşmasındaki Yeri Ve Önemi, *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı, İstanbul.

İnternet Kaynakları

- Artun, Ali (2015). “Sanat Para Simbiyozu,” skopbülten, http://www.e-skop.com/skopbulten/sanat-parasimbiyozu/2432#_edn2 (Erişim. 24.04.2020).
- Artun, Ali (2015). “Sunuş / Sanat Piyasası ve Sanatın Özerkliği,” skopbülten, sayı(8), <https://www.e-skop.com/skopdergi/sunus-sanat-piyasasi-ve-sanatin-ozerkligi/2612> (Erişim. 25.04.2020).
- Artun, Ali; (2015).” Sanat Piyasası ve Galerilerin Örgütlenmesi” skopdergi, (Sayı 8) <https://www.e-skop.com/skopdergi/sanat-piyasasi-ve-galerilerin-orgutlenmesi/2602> (Erişim. 11.07.2020).
- Beech, Dave & Marx, Karl (2019). “Kapitalist Üretim Tarzında Meta ve Sanatın Metalaşması Üzerine”(Çev. E. Gen). skopbülten, <https://www.e->

skop.com/skopbulten/kapitalist-uretim-tarzinda-meta-ve-sanatin-metalasmasi-uzerine/4433 (Erişim. 05.02.2021).

Bionluk, “Dijitalleşen Dnyada Dijitalleşen Sanat Hakkında”
<https://bionluk.com/blog/dijital-sanat-nedir-1244> (Erişim. 21.05.2020).

Cemalioğlu, Koray (2020). “İnternet Nedir? İnternetin Tariğesi”,
[https://www.milleni.com.tr/blog/internet/internetnedir#:~:text=%C4%B0nternet%2C%20%C4%B0nter%20\(aras%C4%B1nda\)%20ve,\(a%C4%9F\)%20kelimelerinin%20birle%C5%9Fmesinden%20olu%C5%9Fur.&text=K%C4%B1saca%20internet%20TCP%2FIP%20olarak,elektronik%20ileti%C5%9Fim%20a%C4%9F%C4%B1%20olarak%20nitelendirilir](https://www.milleni.com.tr/blog/internet/internetnedir#:~:text=%C4%B0nternet%2C%20%C4%B0nter%20(aras%C4%B1nda)%20ve,(a%C4%9F)%20kelimelerinin%20birle%C5%9Fmesinden%20olu%C5%9Fur.&text=K%C4%B1saca%20internet%20TCP%2FIP%20olarak,elektronik%20ileti%C5%9Fim%20a%C4%9F%C4%B1%20olarak%20nitelendirilir) (Erişim. 01.03.2021).

Gönülal, Özand (2009). “Sanat Nedir”, Sanatteorisi.com, <http://www.sanatteorisi.com/sanatteorisi.asp?sayfa=Makaleler&icerik=Goster&id=2740> (25.04.2020).

Hiscox, https://www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2020-07/Hiscox_online_art_trade_report_2020-new.pdf (Erişim.13.05.2021).

“Çevrimiçi Sanat Ticareti” (2013). Sanatatak,
<http://www.sanataak.com/view/cevrimici-sanat-ticareti> (Erişim. 09.05.2021).

“Dijital Sanat Nasıl Korunur”, (2019). Sanatatak,
<http://www.sanataak.com/view/dijital-sanat-nasil-korunur> (Erişim.09.05.2021).

“Dijital Sanat Nasıl Korunur”, (2019). Sanatatak,
<http://www.sanataak.com/view/dijital-sanat-nasil-korunur> (Erişim.09.05.2021).

Dolmacı, S. (2021). “Üst Düzey” <https://www.youtube.com/watch?v=e2q45fjFKd4> (Erişim. 10.05.2021).

Erbay R.E.; Tulgar D. & Özden M. (2018). “Dijital Ekonomi ve Dijitalleşmenin Ekonomik Açıdan Sonuçları”, X. IBANESS Kongreler Serisi,
https://www.researchgate.net/profile/OezlemErguet/publication/331480725_Cok_Yunlu_Kontenjans_Tablolarinin_Gorselleştirilmesi_Saglik_Verileri_Uzerine_Bir_Uygulama/links/5e3302d0a6fdcc96578e69b/Cok-Yuenlue-Kontenjans-Tablolarinin-Goerselleştirilmesi-Saglik-Verileri-Uezerine-Bir-Uygulama.pdf#page=351 (Erişim. 08.02.2021).

Fenomen felsefe dünyası, “Postmodernizm”
<http://www.fenomen.org/postmodernizm/37-postmodernizm-nedir/151-postmodernizm.html> (Erişim. 13.05.2020).

Gökçe, Müzdat (...). Yeni Medya Kavramı ve Toplumsal Sosyalleşme Aracı (Derleme)file:///C:/Users/User/Downloads/Yeni_Medya_Kavrami_ve_Toplumsal_Sosyalle.pdf (Erişim.13.02.2021).

- Gökçel, Furkan (2021). “10 Başlıkta Yeni Medya Nedir? Ne Değildir?”
<https://furkangokcol.com/yeni-medya-nedir/8> (Erişim. 26.02.2021).
- İçözü, Tuğçe (2021). “Kripto para dünyasında esen NFT rüzgarına ve dijital sanat eserlerine dair bilmeniz gereken her şey” Webrazzi,
<https://webrazzi.com/2021/03/03/nft-nedir/> (Erişim. 10.05.2021).
- İlham, (Gelecek.Net (2017). ‘Sanatın Yeni Şekli: Dijital Sanat’,
<https://www.gelecekburada.net/sanatin-yeni-sekli-dijital-sanat/>(Erişim (Erişim. 13.05.2020).
- Johnson, Harald ve Shaw, John S. vd. (2005). “Glossary of Digital Art and Printmaking”, <http://www.dpandi.com/DAPTTTF/glossary.html> (Erişim. 02.10.2020).
- Kaprol, Tuğçe (2016). "Geçmişten Günümüze Yeni Medya ve Türkiye'deki Yansımaları", <http://www.artfulliving.com.tr/sanat/gecmisten-gunumuze-yeni-medya-ve-turkiyedeki-yansimalari-i-6667> (Erişim. 06.04.2021).
- Kemal, Yavuz (2020). “Dünya sanat tarihinin ana dönemleri”,uzmanasoruyorum,
<http://uzmanasoruyorum.com/?question=dunya-sanat-tarihinin-ana-donemleri-kronolojisi-nasildir.>(Erişim. 08.06.2020).
- Kurşun, Hüseyin; (2018). “Tüketim kültürü veya kültür tüketimi”,
<https://www.mepanews.com/tuketim-kulturu-veya-kultur-tuketimi-13439yy.htm> (Erişim 19.05.2020).
- Marx, Karl (2019). ”Kapitalist Üretim Tarzında Meta ve Sanatın Metalaşması Üzerine” (Çev. Elçin Gen). skopbülten,
<https://www.eskop.com/skopbulten/kapitalist-uretim-tarzinda-meta-ve-sanatin-metalasmasi-uzerine/4433> (Erişim. 21.05.2020).
- NFT sanat eserleri satışı Aralık ayında zirve yaptı”, (2021). Blockchain,
<https://bctr.org/nft-sanat-eserleri-satisi-aralik-ayinda-zirve-yapti-20466/> (Erişim.10.05.2021).
- Osborne, Peter, (2017). skopbülten, “Çağdaş Estetik / Çağdaş Ne Zaman Başladı?” (Çev. Ayşe Boren). <https://www.eskop.com/skopbulten/cagdas-estetik-cagdas-ne-zaman-basladi/3309/> (Erişim:15.02.2020).
- Ozon. (2021). “NFT Nedir? NFT ile Rekor Fiyatlara Satılan Dijital Sanat Eseri” Ozonblog, <https://blog.ozan.com/nft-nedir/> (Erişim.10.05.2021).
- Postmodernizm. (Erişim. 22.11.2020). <https://www.fenomen.org/postmodernizm/37-postmodernizm-nedir.html>.
- Sadık, Celil (2018). Sanat Nedir? Sanat Kelimesinin Kökeni, tarihli sanat,
<https://www.tarihlisanat.com/sanat-nedir/> (Erişim.09.05.2020).

- Sadık, Celil (2018). Sanat Tarihi Nedir? Sanat Tarihi Biliminin Gelişim Süreci, tarihli sanat, <https://www.tarihlisanat.com/sanat-tarihi-nedir-html/> (Erişim.09.05.2020)
- Sadık, Celil (2018). Sanat Akımları,Rönesans Nedir? Ortaya Çıkışı, Orta Çağ ve Hümanizm,<https://www.tarihlisanat.com/ronesans/#:~:text=R%C3%B6nesans%20kelimesi%20ilk%20kez%20dini,%E2%80%9DYeniden%20Do%C4%9Fu%C5%9F%E2%80%9D%20anlam%C4%B1na%20gelir.> (Erişim.21.05.2020).
- Sanat Akımları Nelerdir?. Arkhe sanat. <https://www.arkhesanat.com/sanat-akimlari-nelerdir/> (Erişim.04.04.221).
- Seçkin, Aylin (2020). “Covid-19’dan sonra sanat piyasası”, Bilgimag, <https://mag.bilgi.edu.tr/tr/haber/covid-19dan-sonra-sanat-piyasasi/> (Erişim.10.05.2021).
- Sırça, Kevser (2019). “İnternetin Tarihi” <https://icerik.com/blog/internetin-tarihi>(Erişim.05.05.2021).
- Tabak, Hulki Okan (2020). “Değiştirilemez Bir Jeton Basmak: Bir Fotoğrafçının Kişisel Deneyimi”, medium,<https://medium.com/coinmonks/minting-a-non-fungible-token-personal-experience-of-a-photographer-> (11.05.2021).
- TDK. (tarih yok). TDK: <https://sozluk.gov.tr/7d58f991e0d> (Erişim. 2021).
- 10 Başlıkta Yeni Medya Nedir?(Erişim. 24.05.2020).<https://furkangokcol.com/yeni-medya-nedir/> (04.03.2021).

EKLER

Bu bölümde yer alan röportajlar görüşme esnasında sanatçıların konuşmaları olabildiğince doğrudan deşifre edilmiştir. Konuşmaların akışına göre bazı sorular yer değıştirmiş veya daha önceki sorularda cevabı verildiğı için yeniden sorulmamıştır. Sorulardan bağımsız anlatılan, Örneklemlerden bazıları deşifre edilmemiş, üç nokta ile gösterilmiştir.



KİŞİSEL GÖRÜŞMELER

UÇAR, Tevfik Fikret, İle Görüşme, Kişisel İletişim, 28.03.2021. Sanatçı, Akademisyen

EKŞİOĞLU, Gürbüz Doğan, İle Görüşme, Kişisel iletişim, 01.04.2021. Sanatçı, Akademisyen

ANADOL, Refik, Video Deşifresi, Yazışmalar, 06.04.2021. Sanatçı

DÖNMEZ, Yücel, İle Görüşme, Kişisel iletişim, 15.05.2021. Sanatçı

AKSOY, İnci, Görüşme, e-mail üzerinden. 01.06.2021. Sanat Danışmanı, Arttv kurucusu

Uçar, Tevfik Fikret, ile Görüşme, Kişisel İletişim, 28.03.2021. Sanatçı, Akademisyen

1. Dijital sanatı nasıl tanımlarsınız? Size göre dijital sanat, genel anlamda sanat tanımını değiştirdi mi? Tüketim kültürünün buna etkisi nedir?

Öncelikle ben dijital yerine sayısal olarak tanımlıyorum. Latince *digitus* "parmak, özellikle işaret parmağı" sözcüğünden alıntıdır. Yani aslında elle yapılan bir eylem kökenlidir. Parmakla saymak bağlantılı olarak "sayısal" diye çok da güzel bir karşılığı var. Bu nedenle sayısal olarak kullanılması çok daha doğru olan ve ayrıca Türkçe.

Anladığım kadarıyla, yağlı boya ve fırça ile yapılan yerine sayısal ortamda yapılan bir sanattan bahsediyorsunuz. Bazı şeylerin genel anlam içerisinde değer ifade edebileceğini düşünüyorum. Sanat sanattır, sanatın kendi değerleri içinde bir sanat ögesi yer alıyorsa bu ortamda yer alır. Bunun sayısal olması, fırça ile olması, sahne üzerinde olması, gökyüzünde olması, lazerle yapılıyor olması onun çeşidini tanımlar, kalitesini ve yapısını tanımlamaz.

İnsanoğlu halen sorunlarını çözemediği için sanat var, hala sevgi ve hoşgörü başrole geçemediği için sanat var. Sayısal olup olmaması sadece onun malzemesini tanımlıyor. Sadece yeni bir ortam ortaya çıkıyor. Bunun medyumu mecraları ve malzemesi değişiyor.

Tüketim kültürünün bu işe ciddi bir etkisi var. Sebebi de şu adı üstünde tüketim devam ettiği sürece ayakta kalacak bir kültür. O da kapitalizmin bir malzemesi. Öyle olmak durumunda. Günümüzde her şey hızlıca sahip olunan, hızlıca tüketilen ve hızlıca eskitilip kenara atılan bir halde tüketim kültürü sayısal malzemeyi geliştirmiş durumda. Belirli bir ölçüde değersizleştirmiştir. Bunun da en azından kalite açısından büyük bir gelişme olmadığını görüyorum.

2. Sanat ve teknoloji arasındaki bağ nedir? Bu çerçevede dünyada ve Türkiye’de yeni medya izleyicisinin sanata bakışı nasıl?

Sanat ile teknoloji arasındaki bağı sadece üretim alanı olarak düşünüyorum. Benim düşünceme göre bilgisayarda yapılması onun sayısal sanat olduğu anlamına gelmiyor. Sadece malzemesi sayısal olabilir. Sanatı bir şemsiye olarak ele alıyorum.

Teknolojinin bununla çoğu kez hiçte etkisinin olmadığını düşünüyorum. Örneğin İranlı bir şair yıllar önce şiir yazmış ya da Hayyam ya da Nazım eğer onların elinde bilgisayar olsaydı farklı şiirler mi yazacaktı, sanatsal olarak çok daha iyi şeyler mi üreteceklerdi. Herkes bilgisayarda bir şeyler yazıyor, o sadece bir araç, Orhan Pamuk dolmakalemle yazınca mı Nobel alıyor? Bunlar araç sadece. Bazı şeylerin amaç, bazı şeylerin araç olduğunu düşünüyorum. Biz çoğu zaman bunları birbirine karıştırıyoruz. Tabi türden türe değişebilir. Örneğin bir sinema yönetmeni farklı bir şey oluşturmak için şu anda teknolojik olarak daha büyük bir şansa sahip, elindeki teknolojik imkanla daha hızlı film oluşturabilir. Hızlıca Filmin istediği gibi olup olmadığına bakabilir. Bu sadece üretimi tanımlayan bir konu.

Yeni medya dediğimiz çalışma alanı kendi içerisinde sayısal bir ortama ihtiyaç duyuyor. Yeni bir şey, yeni bir ortam bu açıdan sanata bakacak kişilerin sayısal medya okuryazarlık bilgisine sahip olması gerekir. Eğer sahip değilse bir bakış açısı da olmuyor. Evinde radyo olmayanın ya da teybi olmayanın müzik zevki gibi o sadece sokakta çalan şarkıyı biliyor. Bahsettiğiniz konu sadece o ortam ve teknolojinin geliştiği ortamlarda olabilir. Batı ve uzak doğuda gelişmiş bir ortam. Türkiye’de gelişimi az. Medyasının yaygınlaştığında olacak şey. Bunun için de sayısal okuryazarlığın olması lazım.

3. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) maddi değeri nasıl belirlenir? Kleksiyonerlerce klasik yöntemle mi alınıp satılır? Veya Yeni Dijital Sanatı farklı kılan şey nedir?

Şimdi kripto sanat vs. söz konusu, özgünlüğünün, sanatsal değerinin olması gerekiyor ki onun sayısal değeri olsun. Sanatsal olarak estetik ölçülere sahip olmalı, derinlikli olmalı. Sadece sayısal olması ona özel bir şey katmıyor. Özü İşin sanatsal niteliğidir. Sanatçılar da bu dili yeni yeni öğreniyor olanaklarını keşfediyor.

Asıl olan işin sanatsal niteliğidir. Bu da zamansızdır.

4. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) sıçrama noktası ya da kırılma noktası diyebileceğiniz bir zaman, bir iş, oluşum nedir? Geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Sıçrama noktası veya kırılma noktası diyebileceğimiz kesin bir nokta yok sadece bunun yaygınlaşması söz konusu olabilir. Herkesin evinde teknolojik ortamının olduğu durumlar için konuşabiliriz. Halen suya ulaşamayan insanlar olduğunu düşünürsek onlar için geçerli değil.

Geleceğin sanatı diyebilirim, ortam olarak geleceğinin daha gelişerek artacağını düşünüyorum ama tercih meselesi. Sürekli enerjiye ihtiyaç duyan bir ortam. Tablo sadece kendi enerjisine sahip bu da bir tercih meselesi. Ama ileriye dönük daha çok tercih edileceğini düşünüyorum.

5. Ülkemizde yeni medya sanatını, nasıl buluyorsunuz? Türkiye’de Yeni Medya izleyicisini değerlendirebilir misiniz?

Yeni medya sanatında, yeni medya izleyicisi bunun içinde olan izleyicidir. Yaygınlık kazanması sadece o ortamın içinde olan izleyici için geçerlidir. Onun doğru orantısı öyle sağlanabilir. Bu ortama ulaşabilenlerle sınırlı gayet tabii. Zamanla daha da yaygınlaşarak gelişecektir.

6. Yeni medya iletişimi hakkında ne düşünüyorsunuz? Dijital sanatının iletişimini nasıl sağlıyorsunuz? Bilinirliği ne düzeydedir?

Bilinirliği düşük düzeyde, fakat söylediğim şeyden dolayı evine her hangi bir sayısal ortam girmemiş insan bunu bilemez. Araç ve amaç meselesi. Sanat dalları arasında çok yeni oluşumların genel kitleye ulaşılabilirliğinin artması o konuya ilgi duyanlar için geçerlidir.

7. Günümüz sanatı içerisinde kendi işlerinizi nasıl tanımlarsınız. Sanatın hangi alanında konumlandırırsınız? Dijital sanatın zorlukları sizi sınırlayan tarafları nedir?

Benim çerçevemde bir sürü bir sürü dal var.(...) Benim çalışmalarında gördüğünüz şey sizin zihninizdeki bir yolculuğun başlangıç noktası. Benim

çalışmalarım bitmiş bir eserden çok size bir yolculuk başlangıcı vaad eden çalışmalar. Baktığınızda sizi düşündürecek belki hafif gülümsetecek bir yere gittiğiniz çalışmalar. Ben size hafif aralanmış bir kapı sunuyorum. Oradan girip bir yere gitmenizi hayal ediyorum. Onun için bu çalışmaları yapıyorum. Sonra siz oraya gidiyorsunuz, belki çok daha ilginç yerlere gidiyorsunuz ben size o yolculuğu vaad ediyorum. Bunun yanı sıra onun anlam, algı kavram gibi şeylerden bağımsız sadece yüzey plastiğin üzerindeki kaligrafinin dansını çalıştığım çalışmalarım da var onlarda hedefim bambaşka. Onlar bir çeşit görsel müzik denemeleri, biçimsel danslar.

(...)Ben her şeyi önce elimle çiziyorum sonrada bunu sayısal hale getiriyorum. Bunun sayısal olarak çözümlenmiş olması dediğim gibi sadece üretim aracı olmasıdır. Bunun benim adıma bir sınırlılığı yok. Mesajla ilgili olan görsel yapımı buna göre kurguluyorum ve bu görsel yapının aynı olması zaman içerisinde bir eş algı biçimi ve ortaya çıkan üründe de birbirine benzeyen bir dil yaratıyor. Bunu da özellikle istiyorum çünkü bir seri yaratıyorum. Yani araç çoğu kez görsel tanımlamalar ve benzerlikler de yaratıyor.

8. Eserlerinizi nerelerde sergiliyorsunuz. Yeni medyanın sergileme sürecinde nasıl bir rolü oluyor?

Covit-19 sürecinde bir sınırlama olduğu için ve her yer kapalı olduğundan. Ben bu süreçte bu açmazı sayısal bir ortamda sosyal medya üzerinden aşmaya çalıştım. Instagram üzerinden “grafikret” hesabımdan paylaştım. Farkı tek tuşla en azından beni izleyen birçok kişiye ulaşabiliyorum. Bu bir avantaj sağlayabilir. Ancak ben karşılığında değer verilen bir şeyin daha değerli olduğunu düşünüyorum. Gombrich’in sanatın öyküsü kitabında çok güzel anlatır “bir sergiye giderken siz onunla ilgili algılarınızı açmaya başlarsınız” der. Hazırlanılır. Saçını başını tarar, bir özen gösterir. En başta saygı gösterir. Sonrada doğal olarak böyle bir yolculuktan sonra hazır bulunuşluk seviyem yükseldiği için ondan farklı zevkler alırım. Bazen çok kolay ulaşılabilen şeylerin daha az zevk alınmasına sebep olabiliyor. Çünkü günlerce, yıllarca, aylarca uğraşmış emek harcanmış çok uzun zamanda yapılmış bir iş bizim cep telefonlarımızda parmağımı şöyle kaydırma anında saniyenin kesirlerinde bu işe bakıp parmağımızla üstüne tıklayıp geçiyoruz. Belki kocaman bir iş, belki detayları var. Bu zamanla özensizlik ve değersizlik de yaratıyor doğrusu. O yüzden ben bütün

çalışmalarımı kitaba dönüştürmeye çalışıyorum. Çünkü kalıcı olan şeyin o olduğunu düşünüyorum.

9. Eserlerinizi nasıl koruyor ve depoluyorsunuz? Eserlerinizin yok olma durumu geleceğe aktarılamaması konusunda kaygılarınız var mı?

Eserlerimi muhakkak ki kitap yapıyorum çünkü bir kitap yanar, 5 kitap yanar ama 2 bin kitaptan bir kopya bir yerlerde kalır. Dijital ortam dahi geçici olabiliyor. Yağlıboya resim gibi bir tane değil üretilmiş işler nitelik değerinden çok nicelik değeri yok o yüzden bir kitap yaparak yaygınlığını sağlıyorum. İlerde sergi ile destekleyebilirim.

10. Sanatınızı geliştirirken kişi, kurum veya örgütlerden destek alıyor musunuz? Alıyorsanız bu hangi yönde ve ne için oluyor?

Hiç kimseden destek almıyorum kimsenin de almaması gerektiğini düşünüyorum. Şunu unutmayın biri size destek veriyorsa sizin üzerinizde muhakkak bir sınırlama kısıtlama bir baskı yaratır. Bu sanatçı özgürlüğü için risklidir. Biri çıksa ve bütün işlerimi alsın, hiçbir şey demese bile ben zihnimi sınırlayıp artık hep aynı doğrultuda işler yapabilirim. Bu çok tehlikeli bir şey. Bana göre sanatçının en büyük kıymeti özgün ve özgür düşündür. Hiç bir şey karşılıksız değildir, her tür destek beraberinde bir sınırlama yaratır, karşılık verme duygusu oluşturur. Bu konuda dikkatli olmak gerek.

Ekşioğlu, Gurbüz Doğan, İle Görüşme, Kişisel İletişim, 01.04.2021. Sanatçı, Akademisyen

1. Dijital sanatı nasıl tanımlarsınız? Size göre dijital sanat, genel anlamda sanat tanımını değiştirdi mi? Tüketim kültürünün buna etkisi nedir?

Nasıl giyim tarzımız değişiyor, saç modelimiz değişiyor, her şey değişiyor, sanatta teknoloji ile birlikte değişiyor. Teknoloji ve sanat nedir diye baktığımızda bütün insanlığın hissettiklerini bazı kişiler sanat ehli olan kişiler de hissederek ve kendi teknik ve becerileri ile dışa yansıtırlar. Bu toplum tarafından algılanır. Herkes aynı şeyi düşünse de dışarıya yansıtamaz. Ben de düşünüyorum o da düşünüyor fakat o ifade edemiyor. Bunu ortaya çıkaran şey benim sanatçı olmamadan kaynaklı peki sanatçı olunur mu sanatçı doğulur mu dersek? Sanatçı doğulur fakat sanatla buluşamayan pek çok insan vardır. Sanatçı doğamayan bazı insanlarda sanatçı olur bunun karşılığı emek, çaba ile olur. Mağara döneminde birden bire o dönemde bütün insanlar bilgisayar kullansa imiş mağara devrinde yapılan o resimler yerine bilgisayar resimleri olacakmış. O dönemin malzemesi kömürmüş daha sonraki dönemde kurşun kalem olmuş, başka bir şey olmuş, daha sonraki dönemlerde boya icat edilmiş ve her malzeme kendine göre bir biçim oluşturmuş. Yani her resmi aynı duyguyu boyayla, kalemle ya da dijital olarak yaptığımızda konu aynı fakat etkileri farklı oluyor. Yapmış olduğumuz malzeme etkiyi değiştiriyor. Dijital sanatta ben kağıda çizer gibi yapıyorum. Ama bana göre asıl dijital sanat Refik Anadol gibi sadece bilgisayarın olanakları, bilgisayar verileri ile yapılan sanat dijital sanat. Çünkü benim yaptığım ya da başka bir illüstratörün yaptığını, yani yağlıboyanın dijital olarak ya da sulu boya, ya da kalemle yapılması gibi bir sonucuna götürüyor.

Bir öğrencim var Amerika'da dijital çalışıyor eserlerine bir insan baktığında yağlı boya diyebilir fakat ben onun dijital olduğunu anlayabiliyorum. Dolayısı ile insan aynı insandır. Mağara devrindeki bir annenin çocuğuna olan duygusu ile bu günkü annenin yada bundan beş yüzyıl sonraki bir annenin çocuğuna olan duygusu, sevmesi arasında hiçbir fark yoktur. Duygular değişmez sadece teknoloji değişir. Sanatta da aynı şekilde teknoloji değişiyor teknolojiye göre biz sanat yapıyoruz. Duygularımızı ifade edebiliyoruz. Mesela Aşık Veysel okuma yazma bilmiyor ama birden bire şiir

yazıyor. Şiiri ezberliyor o sırada köye gelen satış yapan birisi var ona okuyor o kağıda geçiriyor çünkü bütün köyde okuma yazma bilen birisi yok. Dolayısı ile teknoloji ile sanatın duygusu değil de, biçimi teknolojiye bağlı olarak değişiyor. Mesela 6 metreye, 12 metre büyüklüğünde iş yapan sanatçılar var kuru boya ile kurşun boya ile yapılabilir mi? Oldukça zor. Sonuçta özde sanatçı değişmiyor duygu değişmiyor. Edebiyatta da böyledir. Shakespeare'in söylemiş olduğu sözler halen geçerlidir. Çünkü o zamanki duygu ile şimdiki duygu arasında fark yok.(...) İlk insan ile bu zaman arasında bir fark yok. Sanatçı için de öyle mesela bir heykeltıraş ise o zaman çamur varsa çamur, mermer varsa mermerle ifade edebilir, taş varsa taş ile ifade edebilir. Dijital sanatta bugün teknolojinin getirmiş olduğu bir malzeme. Malzeme olarak dijital sanatın olanakları çok fazla. Hareket var, 3. Boyut var, ses eklenebiliyor. Büyük alanlar üzerine olabiliyor. Mesela bir uydu ile dünya üzerine yansıtabilir. Ve bunu aydan seyredebilirsiniz.

4. Sanat ve teknoloji arasındaki bağ nedir? Bu çerçevede dünyada ve Türkiye'de yeni medya izleyicisinin sanata bakışı nasıl?

Dijitalin başlangıcında Video art var. Video artta sanatçı çekime alıp kendi videosu ile kendi ekranında sürekli yayınlıyor. O artık kendi eseri oluyor. Ya da bugünkü dijital artta NFT diye bir sistem çıktı o sistemi bildiğim kadarı ile açık arttırmada satıyorsunuz. Mesela bizim İstanbul resimlerini yapan çizer, karikatürist işini yüksek fiyatlara sattı. Ya da mısırlı bir sanatçı aynı şekilde. Kişi o işi almıyor dijital olarak o işi alıyor. Ama sanatçı o işi tekrar dijital olarak başka bir yere satamıyor. Yapmış olduğu işi. Dijital sanatın avantajı şu ben bir resim yollayacağım Amerika'ya nasıl yollayacağım kargo ile, resim bükse o kadar zor o kadar masraflı ama dijital sanatta internetten tık diye yollayabiliyorsunuz anında, son derece de pratik. Şuanda çoğu çocuğun elinde ekran var. Çocuk hayatı boyunca kağıda bakmıyor. Hep ekrana bakıyor. Dolayısı ile ekranda yapılan görebileceği şeyler onun ilgisini çekiyor. Çünkü o ondan zevk alıyor. Yani şeyden zevk almıyor. Mesela biz mektup kuşağından geliyoruz mektubun özelliklerini biliriz. Duygusunu biliriz. Orda gözyaşı vardır, mürekkebi dağıtmıştır. Belki oraya bir öpücük kondurmuştur. Ruj izi vardır. Kağıdı vardır, kokusu vardır. Biz onu özlüyoruz fakat yeni kuşak o mektubu görmemiştir özlemez o gördüğü şeyi özlüyor.

Sanat ve teknoloji arasındaki bağlantı malzeme ile ilgili malzeme değişince sanatın biçimi de değişiyor. Yeni nesil de bu sanatın büyüüne kapılıyor. Refik Anadol'un yaptığı gibi bizim ülkemizde bir ilk yaşandı dakikalarca sergiye girmek için beklendi bunu da başaran dijital sanat. İzleyici farklı olanın peşinden koşar. (...) farklı sanat eserine bakmak, farklı sanat eseri almak, yeni, olan şey farklı oluyor. Bunu da çağımızda yeniliği yapan şey de dijital sanat.

5. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) maddi değeri nasıl belirlenir? Koleksiyonerlerce klasik yöntemle mi alınıp satılır? Veya Yeni Dijital Sanatı farklı kılan şey nedir? Dijital Sanat Pazarı hakkında ne düşünüyorsunuz?

Sanatçının ününe göre sanat eserinin fiyatı değişir. Mesela Netflix'te sahte eserler ile ilgili bir belgesel var. Bir adam ünlü ressamların resmini birebir yaptırarak çok yüksek rakamlara satabiliyor. Ama baktığımız zaman aynısı, ressam olmayan ama resimle uğraşan birisi yapabiliyor bunları. Olay şu resmin tabii orijinal olması çok önemli ama kişinin meşhur olması o işi daha çok sattırıyor. Koleksiyoner zengin kişi diyor ki benim evimde Jackson Pollock'un resmi var diyor. Ve o resmin fiyatının pahalı olduğu biliniyor. İnsanlar şöyle demeye başlıyor. Şu kişinin evinde şu resim var. Bu resme sadece o sahip olarak kendisini toplumun daha üst seviyesine koyabiliyor. Yani ilgi toplamak istiyor. Adından bahsettirmek istiyor. Bir zenginlik göstergesi. Kasaının evinin duvarında durması gibi bir şey. Dolayısı ile meşhur olmak kişinin pazarlaması illa onun resminin çok güzel olması anlamına gelmiyor. Bu ticari bir olay bir belki lobi olayı. Çağımızda reklamcılık pazarlama bir pazara kazanma aracı. Bizim meşhur olarak gördüğümüz, meşhur ise zaten hayranlık uyandırır hayran olduğumuz çok sanatçı, yazar belki onun ününü hak eden çok daha fazla kişi var biraz da hayat şans meselesi çünkü bilim değil bu sübjektif bir olay. Sanat eserinin sanatçı tüketici bugün İstanbul da ya da müzelerde diyelim ki "Artel" ya da başka müzelerde sergilenmesi ve fiyat farkını getirir. Ben belirli fiyata satıyorken o çok daha fazlasına satıyor olabilir. (...)

6. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) sıçrama noktası ya da kırılma noktası diyebileceğiniz bir zaman, bir iş, oluşum nedir? Geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Kırılma noktası diye bir şey olmaz dönüşüm vardır. Video art teknolojinin gelişmesi ile dijital sanatın daha öncesi. Video art hala vardır çünkü video artta konu vardır. Senaryo vardır. Dijital sanatta daha çok teknolojik göstergeler vardır. Seyredersiniz onun etkisi biter. Öbüründe bir hikaye vardır. Video arttaki, bir hikayeyi belki on sene siz yaşarsınız. Dolayısı ile video arttaki bir olay olsun o da dijital sanat, yada Refik Anadol'un yapmış olduğu sanat dijital sanat orda kendi içerisinde teknolojik. Yani on sene sonra bu gün çok yeni olan bir sergi, tasarım düzenleme on sene sonra çok da zevk almadığımız bir şey haline gelecek onun yerine de başa bir şey çıkacak çünkü işte bak uygulama üzerinden konuşuyoruz. Bunu bu sene öğrendik peki beş sene sonra ne olacak, belki beş sene sonra 3 boyutlu konuşacağız sizinle. Sanatın asıl şeyi ruh. Van Gogh'un ruhu aynı koşullar da yaratılsın ki çünkü yaşadığımız ortam bize o duyguları yaratabiliyor. Van Gogh da yaşamış olduğu ortamdan dolayısı ile resimleri yapabiliyor. Nazım hikmetin on iki yıl hapse yatması sonucunda yazdığı şiirler gibi (...) Koşullarla kişilerin yan yana gelmesi gerekiyor. Aynı tuvalle boyanın buluşması gibi.(...) Sanatçı yaratıcı olarak doğmuştur yaratıcılığını yaşamış olduğu koşullarla yansıtır. Beckett diyor ki hep diyor başarısız olun, daha çok başarısız olun diyor. Yani başarısızlığın zor koşulları sizi zorlayabileceğini ve o şekilde sanat yapabileceğini söyler. Konformist bir insan sanat yapamaz. Kişi ise bir duygu çıkaramaz gördüklerinin türevini yapar.

7. Ülkemizde yeni medya sanatını, nasıl buluyorsunuz? Türkiye'de Yeni Medya izleyicisini değerlendirebilir misiniz?

Türkiye'de yeni medya sanatı Refik Anadol'la ortaya çıktı ama video art yapan çok sanatçı var. Özellikle öğrenci kesiminden onlar devam ediyorlar mı etmiyorlar mı bilmiyorum. Bir sanatçının asıl şeyi video sanatı yapması değil sanatını devam ettirmesi çok önemlidir. Sanatını devam ettirirken kişisel bir dil bulması çok önemlidir yani şive gibi diyebilirim. Bir sanatçının işini adını görmeden bu kişi bu işi yapıyor diyorsanız o kişi sanatçı unvanını hak eder bana göre yoksa güzel iş yapan çok kişi vardır bana göre. Türkiye'de yeni medya sanatı okullar açılması gerekir. Maddi bir

karşılığı var. Ekonomik olarak kişinin çok para harcayabiliyor olması gerekiyor. Hevesli olması gerekiyor. Vs vs. aynı yemek gibi birtakım maddeler bir araya gelip lezzeti ortaya çıkartıyorsa sanatçının oluşması içinde bir takım etkenlerin olması gerekiyor. Onların yan yana gelmesi gerekiyor. Türkiye de sanat konusunda iddialı bir ülke her şeye rağmen mesela “Kontemporer Art” uluslararası sanat fuarı yapılıyor. Şuanda “art Ankara” ismi ile Ankara bir sanat fuarı var. Çok sanatçı var, çok güzel sanatlar fakültesi var dünyaya entegre oldu. Yurtdışında olanlar var. Yine de hiçbir zaman zengin bir ülkedeki insan kadar güzel sanatlara dijital sanata zaman ayıramayacağız.(...) coğrafya kaderdir diyoruz ya sanatçılar içinde oldukları yer bir kader.

8. Yeni medya iletişimi hakkında ne düşünüyorsunuz? Dijital sanatının iletişimini nasıl sağlıyorsunuz? Bilinirliği ne düzeydedir?

Dijital sanatın iletimini sizden sonra hemen bir tane resim yapıp veya tamamlayarak hemen sosyal medyada paylaşacağım. Anında yapıp anında paylaşmak, buna Çin’deki de bakıyor. Japonya’daki de bakıyor. Işık hızında bir hız. Çok avantajlı bir durum. Ama çok hızlı tükeniyor bu anlamda yani 3 saat sonra yapmış olduğunuz işin etkisi gidiyor. Unutuluyor. Çünkü ekran dokunma duygusu yok. Bir resim paylaşıyorum. A çok güzel diye yazıyorlar fakat aynı resmi daha öncede paylaştım aynı kişi o zamanda yazmış şimdide ilk defa görmüş gibi yazıyor. Ama bir galeriye gidip görse bir müzeye gidip görse ben bunu daha önceden görmüştüm diyecek. Dokunma duygusu kayboluyor. Ebat kayboluyor. Ne kadar büyük yaparsan yap kare bir alana sığdırmak zorundasın. Kâğıt üzerine yapılmış bir iş ekrana konulunca çok farklı. Mesela sergilerime gelemeyenler internette gördük diyorlar. Ama internette görmekle canlı görmek arasında fark var. İnternette gördüğünü unutabilirsin. Mesela ben sizi görüyorum ama modada görsem tanımayabilirim. Dijitalin böyle bir sıkıntısı var. 5 duyardan meydana gelmişiz. O beş duyunun hepsini kullanamıyorsunuz.(...) avantajları da var. çok büyük alanlara yapılabilir. Video art sürekli hareket halinde vs. filan gibi avantajları var. Yani her şeyin bir avantajı ve dez avantajı var. Aslolan şey sanatçının olması. İnsan her zaman olduğuna göre sanatçı her zaman olacaktır. Teknoloji de sanatı biçimlendiren bir, Sanatçıda var olan onu biçimlendirip sonuçlandıran bir araç.

9. Günümüz sanatı içerisinde kendi işlerinizi nasıl tanımlarsınız. Sanatın hangi alanında konumlandırırsınız? Dijital sanatın zorlukları sizi sınırlayan tarafları nedir?

Ben kendim ressam olmak amacıyla İstanbul'a geldim. Grafik tasarım alanına girdim. Grafik sanatları görsel iletişim alanıymış ben grafiğin ne olduğunu bilmiyordum buna girerken. Grafik tasarımda illüstrasyon yani konuyu resimleyerek ifade etme dersi benim ressam olma duygumla birleşti. Nasıl illüstrasyon grafik alanında bir iletişim alanıysa yine karikatür de görsel iletişim aracı. İllüstrasyon süsleyici olarak kendisini ifade ederken karikatür ise daha sert daha vurucu daha ekspresyonist ifade ediyor. Ben illüstrasyon ile tanımlarım ama karikatür yarışmalarına da katıldım. Dolayısı ile çok ödül alınca karikatürist olarak ismim medyada duyuldu. Burada ben sergiler açtım. Yağlıboya, akrilik. Ressamlar bana sanatçı der grafik tasarımcılar illüstratör der. Karikatüristler de karikatürist der üç tane kimliğim bir arada var. Dijital sanatta teknolojinin gelişmesi de benim tablet sahibi olmamı yani çizmemi sağladı.(...) bir ekranı kâğıt gibi kullanarak orada çizimlerimi yapıyorum. Gösteriden daha çok ifade etmeyi yaratıcılığı sevdiğim için o şekilde işler yapıyorum ve bu insanların hoşuna gidiyor.(...) işlerimi hızlı yapabiliyorum. hızlı üretilen hızlı tüketilen bir alan. Beni ifade etmek istediklerimi anlatıyor. Diğer sanatçılardan da ayırıyor. Bazı insanlar çok büyük ekran çalışıyor. Detay detay. Ama ben çok uzun çalışmam bir iki saati geçmez. Ama orijinal bir iş için on beş gün çalışırım.

10. Eserlerinizi nasıl koruyor ve depoluyorsunuz? Eserlerinizin yok olma durumu geleceğe aktarılamaması konusunda kaygılarınız var mı?

Eserlerimi galerilerde sergiliyorum. 34 tane kişisel sergi açtım. Pandemi olmasaydı 4 tane daha olacaktı. Yeni medya ile birlikte yapmış olduğum işleri de Fine Art diye bir baskı tekniği var özel bir kâğıt var. Yüzde yüz pamuktan.(...) üzerine basılan boya 150 yıl solmuyor. Fiyat olarak biraz yüksek maliyetli. Onları özgün baskı gibi numaralayıp, imzalayıp, belki sertifika da olabilir. İsteyene verebiliyorsunuz.(...)

11. Sanatınızı geliştirirken kişi, kurum veya örgütlerden destek alıyor musunuz? Alıyorsanız bu hangi yönde ve ne için oluyor?

Eserler zaten bir koleksiyoner almışsa hayat boyu onu korur çünkü para demek. Benim duvarlarımda da durabiliyor. Dosyalarım dada durabiliyor. Bağımsız bir atölyem var orda duruyor. Sergilerde çalınan işlerim de oluyor. Dijital sanatın bir de olumsuzluğu benim bir işimi İngiltere'deki bir ressam almış imzamı da silmiş, üzerinde bir takım oynamalar yaparak bir çağdaş sanat sergisi açmış, ödül almış, müzelere girmiş. Ya da imaj bank gibi sitelerde işimi alıp imzamı silip satıp üzerinden para kazananlar var. Yasalar her zaman durumların arkasından geliyor. Bir turizm firması işlerimi kullanıyor. Ben yurt dışından bunlarla uğraşamam. Çok maliyetli.

Hiç kimseden destek almadım. Sponsorluk da almadım her şeyi kendi başıma yaptım. Yani birde onu sevmiyorum. Sponsor olduğu için benden başka bir şey bekleyecek.

Anadol, Refik, Video Deşifresi, Yazışmalar, 06.04.2021. Sanatçı

Ben bir Medya sanatçısıyım.

Verileri bir pigment olarak kullanıyorum. Ve yapay zeka destekli bir düşünme fırçasıyla boyuyorum. Mimari alanları tuval olarak kullanarak binaların hayal kurması ve halüsinasyon görmesi için makinelerle iş birliği yapıyorum. Tüm bunlar ne anlama geliyor merak ediyor olabilirsiniz. Bu yüzden lütfen sizi işime ve dünyama götürmeme izin verin. İstanbul'da büyüyen bir çocukken sekiz yaşındayken hayal gücünün gücüne şahit oldum. Bir gün annem eve bilim kurgu filmi "Blade Runner'ın" video kasetini getirdi. Daha önce hiç görmediğim bir yer olan Los Angeles'in geleceğinin çarpıcı mimari vizyonuna hayran kaldığımı açıkça hatırlıyorum. Bu vizyon hayallerimin bir tür temelini oluşturdu. 2012'de Tasarım Medya Sanatları yüksek lisans programı için Los Angeles'e geldiğimde bir araba kiraladım ve yakın geleceğin o harika dünyasını görmek için şehir merkezine gittim. Kafamda tekrar tekrar devam eden bir sözü hatırlıyorum: Android Rachael'in anılarını aslında ona ait olmadığını fark ettiği ve deckart'ın onların aslında başka birinin anıları olduğunu söylediği sahne. O andan itibaren ilham kaynaklarımdan biri de bu soru oldu. Bir makine başkasının anıları ile ne yapabilir? Ya da başka bir deyişle 21. Yüzyılda yapay zeka olmak ne anlama geliyor. Herhangi bir android yalnızca onunla işbirliği yaptığımız sürece akıllıdır. İnsan zekasının üretmeyi amaçladığı, ancak bunları yapma kapasitesinin olmadığı şeyleri inşa edebilir. Örneğin faaliyetlerinizi ve sosyal ağlarınızı düşünün onlarla etkileşime girdikçe daha akıllı hale geliyorlar. Makineler anıları öğrenebilir veya işleyebilirse onlarda rüya görebilir mi? Halüsinasyon görebilirler mi? İstmeden hatırlıyor olabilir mi? Veya birden fazla insanın hatıraları arasında bağlantılar kurabilirler mi? 21. Yüzyılda yapay zeka olmak hiçbir şeyi unutmamak anlamına mı geliyor? Eğer öyleyse yüzyıllardır medyada tarihi yakalama çabamızda deneyimlediğimiz en devrimci şey değil mi? Diğer bir deyişle Riddley Scott'ın "Blade Runner'ın dan buyana ne kadar ilerledik? 2014 yılında stüdyomu kurdum. Ve mimarları, bilgisayar ve veri bilimciler, sinirbilimciler, müzisyenler ve hatta hikayecileri hayallerimi gerçekleştirme de bana katılmaya davet ettim. Veriler pigment olabilir mi? Bu, medya sanatlarını mimariye yerleştirme sanal ve fiziksel

dünyalarla çarpışma yolculuğumuza başlarken sorduğumuz ilk soruydu. Böylece verinin şiirselliği diyebileceğim şeyi hayal etmeye başladık. İlk projemizden biri olan “Sanal Tasvirler”, San Francisco şehri tarafından istenilen halka açık bir veri heykel parçasıydı. Çalışma, şehrin kendisinin akışkan bir bağlantı ağını tasvir ederek izleyiciyi yaşayan bir kentsel mekanda muhteşem bir deneyimin estetik parçası olmaya davet ediyor. Aynı zamanda burada temsil edilen Twitter paylaşımları gibi hayatımızdaki görünmez verilerin nasıl görünür hale gelebileceğini ve kolektif olarak deneyimlenebilecek duygusal bilgiye dönüştürülebileceğini hatırlatır. Aslında veriler ancak deneyimlendiğinde bilgi haline gelir. Ve bilgi ve deneyimin ne olduğu pek çok farklı biçim alabilir. Bu tür bağlantıları makine zekasının geniş potansiyeli aracılığıyla keşfederken itina gösterdiğimiz bir bağlantı da insan duyguları ile makinelerin doğayı simüle etme kapasitesi arasındaki bağlantı.

Bu araştırmalar rüzgar verisi tablolar üzerinde çalışırken başladı. Rüzgar sensörlerinden topladığımız gizli veri setlerine dayalı görselleştirilmiş şiir şeklini aldılar. Daha sonra rüzgar hızını fırtınayı ve yönü ruhani bir veri pigmentine dönüştürmek için üretken algoritmalar kullandık.(...) “İstanbul Boğaz’ı” adlı bu kinetik veri heykeli, doğal olayları yeniden hayal etme kapasitemizi sorgulamaya benzer bir girişimdi. Marmara denizinin yüksek frekanslı radar koleksiyonlarını kullanarak deniz yüzeyi verilerini topladık. Ve dinamik hareketi makine zekası ile projelendirdik. Sakin ama sürekli değişen sentetik deniz manzarasına dalma hissi yaratıyoruz.(...) yapay zeka araştırmaları her geçen gün artıyor ve bizim kendimizden daha büyük, daha bilgili bir sisteme bağımlılık hissi ile baş başa bırakıyor.(...) bir bina öğrenebilir mi? Hayal edebilir mi? Bu soruları yanıtlamak için L Phil arşivlerinde kayıtlı olan her şeyi toplamaya karar verdik. Kesin olarak 77 terabayt dijital olarak arşivlenmiş belek makine zekasını kullanarak 100 yıl öncesine dayanan tüm arşiv, binanın dış görüntüsüne yansımalar halinde geldi. Los Angeles’in kalbinde bir fütürist kamu deneyimini gerçekleştirmek için 42 projektör gerekti.(...) benim için tam burada olmak aslında 21. Yüzyılda yapay zeka olmanın anlamı hayal edebileceğimiz şeyi öğrenmek hatırlamak için bu zihni eğitmek bizim, insanların elinde.

1. Dijital sanatı nasıl tanımlarsınız? Size göre dijital sanat, genel anlamda sanat tanımını değiştirdi mi? Tüketim kültürünün buna etkisi nedir?

Dijital sanatı ben 87 yılında başladım Şikago da bilgisayarı tanıdıktan sonra dedim geleceğin sanatı bu. 60'lı yıllarda sanıyorum Dali demiş geleceğin sanatı bilgisayarla olacak diye fakat ben albümler yapıp Türkiye'ye getiriyordum. Dijital sanatı da albümler halinde gösteriyordum. Alay ediyorlardı benimle bu sanat olmayacak, böyle bir şey olmaz boşuna uğraşıyorsun. Fakat Amerika da yaptığım ilk dijitaleri kapışmışlardı Amerika'lılar. Çok ucuz veriyordum. Bazen hediye ediyordum ama çok meraklıydılar. 2001 yılında Ankara'da kişisel dijital sergisi açtım. Kataloğu da var. Dijital kişisel sergisi dünyada ilkti ondan önce bir sanatçı dünyada kişisel dijital kolaj sergisi açmamıştı. Duymadık biz. Zaten Şikago Çağdaş Sanatlar Müzesi kreatörlerinin de mektupları bende duruyor. Portfolyomu incelemişler en şaşırdıkları şey daha oradaki çağdaş sanatlar müzesi dahi bir şey yapmamışken bu konuda ben kişisel sergi açtım. Bizim ülkemizde ya insanlar kötü niyetli. Sanatçı konusunda. Türkiye'den birinin dünyada bir ilk yapacağına inanmıyorlar. Benim kar resmi de "Land Art" da dünyada ilk dünya çağdaş sanat araştırmaların da geçiyor.(....) yabancılar ilgi gösteriyor ama Türkiye'de daha o konu yok.

Dijital sanat sanatın tanımını değiştirdi tabi çoğu boya sanatçısı dijital baskı yapıp üstünü boyuyor falan bir şeyler yapıyorlar ben mesela tuval çalışmalarım ayrı. Fakat tuval çalışmalarım da kullandığım üslubum dijital çalışmalara yakın bazı şeyleri zannediyorlar ki dijital çalışıyorum ilgisi yok. Bir taraftan dijital bir taraftan tual çalışmalarını yapıyorum. Şimdi NFT de de satışa çıkacak oldu bazı çalışmalarım. NFT Türkiye'de sitesinde.

Tabi toplu olarak satılırsa gelişecek oda satılmaya başladı dijital sanat. Bizim ülkemize görmediği ilgiyi dünyada görüyor. Türkiye'den Norveç Oslo'da bir koleksiyonere sattım 110x110 cm bir işimi katalog da görmüş oradan o dijitali istiyorum dedi. Türkiye den gönderdik. Türkiye dede satılanlar oldu bastırmıştım o

zamanlar. Şimdide üzerine boya ile müdahale yaptığım oldu. Bir şekilde alıştırmaya çalışıyoruz işte kültür meselesi.

2. Sanat ve teknoloji arasındaki bağ nedir? Bu çerçevede dünyada ve Türkiye’de yeni medya izleyicisinin sanata bakışı nasıl?

Şimdi gençler bir sürü teknoloji şeyini kullanıyorlar programlarını ama sanat yok. Sanatta nasıl ki amatör, hobici, yani çok el ustalığı iyi olan çok desen çizen gördüğünü kopya eden kişi gerçek sanatçı sayılmıyor. Çünkü o el ustalığı ile. Gerçek sanatçı bir şeyler katan, bir mesaj veren, felsefesini koyan, yaratıcı işler yapanlar. Buğu soyut çalışmalar sanatta önem kazanıyor. Özgün soyut çalışmalar. Ama figüratif çalışmalar eskinin kötü taklitleri gibi duruyor. Eskinin üstüne bir şey koyamadılar figüratifte zaten oradan sanatçı kavramsal sanata geçti.

Türkiye’de müzayedeler var mesela benim de işlerimi satıyorlar. Dijital baskılar üzerine boyayla da müdahale olarak yaptıklarımı koydum onlar pek ilgi göstermediler ama diğer işlerim iyi satıldı. Yani daha Türkiye’ye zaman var.(...)

3. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) maddi değeri nasıl belirlenir? Koleksiyonerlerce klasik yöntemle mi alınıp satılır? Veya Yeni Dijital Sanatı farklı kılan şey nedir? Dijital Sanat Pazarı hakkında ne düşünüyorsunuz?

Maddi değeri belirli bir şeyi yok, talebe göre değerlendirilir. Yani bugün sanatın şeyi artık hiç değeri olmayan bir şeyi reklam yapsın, tanıtsın o talep görüyor. İyi sanatçı gibi çıkıyor ortaya ama gerçek sanatçı öyle sanat tarihine göre onlar kalıcı olmayacak sanat tarihi ayıklıcaak. Özgün çok değişik yeni kavramlar getiren, yeni boyutlar getiren sanatçıların adı ön plana geçecek.(...)

Şimdi bu NFT çıktı. Para borsası gibi bir şey alan ne yapacak onu yani para cüzdanı gibi tutacak kimse sahip olamayacak o alandan başka nasıl satacak. Görsel sanatta benim bildiğim değerlendirilir. İnsanlar karşısında durup keyifle bakar. Heyecanlanır, hislenir. Bir şeyler arar. Her gün değişik şeyler görür. Bunlar alacak elektronik ortamda cüzdanda tutacaklar. O bir kapitalizmin sanattaki bir dürtüsü. Yenilik yapılsın diye onu getirdiler. Nasıl kripto paralar çıktı paraya karşı, şimdi sanat büyük paralara alınıp satılınca bu sefer ona da çıkardılar. Tamamen hepsi paraya endeksli şeyler. NFT

çizimler sanat ama cüzdanda durdukça sanata bir katkısı yok. Onları alanlar yayması lazım.

Farklı kılan dijital sanatı programı bilen programın özelliklerini kullanırsa rutin oluyor. Mesela ben Photoshop'u kullandığım zaman Şikago Üniversitesi içinde bir sergi yapmıştım. Photoshop profesörü geldi incelediler baktılar dedim “ki siz daha nelerini yaparsınız Bu Programla” “yok dedi Ben Nasıl Yaptığımı Çözmeye Çalışıyorum. Sen Kendine Göre Kullanmışsın Biz Biliyoruz Bunları”(...)

4. Yeni Medya sanatı (Dijital Sanatın) sıçrama noktası ya da kırılma noktası diyebileceğiniz bir zaman, bir iş, oluşum nedir? Geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Şimdi benim gördüğüm bu hareketli şeyler var duvarlara, her yere yansıtılan onlardı bu kırılma noktası son geldiği nokta ondan sonra nereye gider benim tahminim hologram gibi belki gökyüzüne yansıtırsınız. Öyle geliştirirler teknolojiyi. Yani bunların dışında bir şey olacağını sanmıyorum. Giderek daha da küçüleceğini görüyorum. Sanatsal olarak(...)gene eskiye tarih tekerrür eder. Dijitaller boya ile karıştırılıp belki yeni bir şey, daha küçük ebatta olabilir. Belki bir evde 500 tane eser olabilir. O tür bir şeye dönüşecek.

5. Yeni medya iletişimi hakkında ne düşünüyorsunuz? Dijital sanatının iletişimini nasıl sağlıyorsunuz? Bilinirliği ne düzeydedir?

Instagram da, Facebook ta ayrıca sanat sitelerim var oralarda yazıp çizip paylaşıyoruz. Yabancı gruplarla paylaşıyoruz. Bütün dünyaya yayıyoruz kısa zamanda. Ben bir şey yapığım zaman oturuyorum onu onlarca grupla paylaşıyorum. New York'tan Tokyo'ya kadar bir sürü yere gitmiş oluyor. Birileri görüyorlar, yani onun yayılma boyutu büyük. Olanağı büyük.

Bilinirliği artık biliyorlar. Bütün dünya biliyor. Türkiye de biliyor. Ama bir tek yatırım aracı olarak bizim ülkemizde zayıf. Ama dünyanın bir sürü yerlerinde artık ön planda.

6. Günümüz sanatı içerisinde kendi işlerinizi nasıl tanımlarsınız. Sanatın hangi alanında konumlandırırsınız? Dijital sanatın zorlukları sizi sınırlayan tarafları nedir?

Benim sanatıma multimedya diyorum. Land Art ile Türkiye’de bir ilk yaptım. Kar resimleri yapmıştım bir vadide. o zaman baya ses getirmişti.(...) Protez sanat yaptım orada dijitali çok kullandım kapitalizmi eleştiren resimler yaptım. Kapitalizmin yeni bir din olduğunu vurgulaya şeyler yaptım. İsa’nın eline kredi kartları ile haç yapıverdim. Şimdi bitcoin ile aynı haçı yeniledim.(...) kendi tuval tekniğimi yarattım.(...) heykel çalıştım.(...)

Türkiye biraz varoş kalıyor çağdaş sanatta. Koç kurmuş Artel’i bizden bir şey yok. Benim yaptıklarım bir sentez çağdaş sentezi. Bunu yapmak önemli.(...)

Valla sınırlılıkları sponsor olsa daha farklı şeyler yapacağım. Kendi olanaklarımla iyi şeyler yapıyorum diye düşünüyorum. Ama mesela yapay zeka sergisi yaptım. Bedri Baykam’ın sanat merkezinde gazete sayfalarıydı. Yabancı yerli gazete sayfasına haberler yazdım gelecekte olası olaylarla ilgili, yeni teknolojilerle ilgili, olayların haberleri. Medya kökenli olduğum için o gazete kupürleri resim olarak her biri sergilendi büyük boyutlarda. Değişik bir sergiydi. Ve yılın sergisiydi.(...) o zaman o türle pek ilgilenmediler. Yeni medya sanatıydı. Duruyor hepsi bende. İlgi görmedi. Onu İngiltere’den teklif geldi burada yapalım diye belki Londra’da yapacağım daha sonra.(...)

7. Eserlerinizi nerelerde sergiliyorsunuz. Yeni medyanın sergileme sürecinde nasıl bir rolü oluyor?

Yeni medyayı müzayedeler de denedik. Sergilerde pek sergilemedik.(...) dijital yeni medya sanatı pek yok.(...) Türkiye’den talep yok. Bağlantılar önemli işlerden çok.(...) Şişhane Kasımpaşa girişi metro istasyonlarında dijital işlerim var. 22 metre kare modern Türkiye sentezi. 15 er metre kare de Bizans sentezi Osmanlı fetih 4 tane orda iş var.(...) dijitalden güzel paralar da kazandım. Bilgisayarlar aldım onun için.

8. Eserlerinizi nasıl koruyor ve depoluyorsunuz? Eserlerinizin yok olma durumu geleceğe aktarılamaması konusunda kaygılarınız var mı?

Hafızalara alıyorum. Basılmışlar var. A4 ebadında çok kaliteli baskılar yapıyorum Amerika'dan getirttim kağıtlarını. Öyle bir arşiv oluşturuyorum. Hafıza kartların da da oluşturuyorum. Satılan işlerim de kamusal alanda ilelebet kaldığı kadar kalacak.

9. Sanatınızı geliştirirken kişi, kurum veya örgütlerden destek alıyor musunuz? Alıyorsanız bu hangi yönde ve ne için oluyor?

Hiçbir destek almıyorum sadece yurt dışında sergi yaptığımız zaman hafif katkı yapıyorlardı o kadar. Onun dışında zengin kesimin yapması lazım. Umurlarında değil. Onlar tanıdıklarına eşine dostuna. O zaman Türkiye'de sanatın önü açılmaz. Hakkedene bir şeyler yapacaksın ki koysun ortaya.

Aksoy, İnci, E-mail yazışmaları, 01.06.2021. Arttv kurucusu, Sanat Danışmanı,

1. Dijital sanatı nasıl tanımlarsınız? Size göre dijital sanat, genel anlamda sanat tanımını değiştirdi mi? Tüketim kültürünün buna etkisi nedir?

“Dijital sanatı” başka hiçbir araçla elde edilemeyecek sanatsal yapıtları, bilgisayar teknolojisini kullanarak üretmek” şeklinde tanımlanabileceğini söyleyebiliriz. Dijital sanat eseri oluşturabilmek için vazgeçilmez tek malzeme bilgisayardır. Bilgisayar desteği olmadan yapılmış hiçbir şey dijital sanat sınıfına girmez.

Dijital sanat bu görsel patlamada etrafa yayılan piksellerde içinde hayal gücü ve insana ait hisler barındıran etkileyici görseller üretmenin bir diğer adıdır. Üretim yeri bilgisayar, üreten ise insandır. Bilgisayar sadece ifade kullanılan bir araçtır.

Sanatçıların teknolojiye başvurusu yeni bir uygulama değildir. 19.yüzyılda fotoğraf makinesinin ortaya çıkışı, sanat camiasında tartışmalar meydana getirmiştir ve daha sonrasında gelişen dijital sanat için bir zemin hazırlamıştır.

Bilgisayar teknolojisinin bu denli önem kazanması, bazı sanatçıların tekniklerine yardımcı olması için bilgisayar programlarını tercih etmelerine, bazılarının ise sanatsal üsluplarını teknoloji bağlamında ilerletmelerine neden olmuştur.

Geleneksel sanat eserinin aksine insan tarafından algılanan biçimiyle sanat objesi aynı şey değildir. Temel biçim, teknik bir ortam aracılığıyla insan tarafından görülür, duyulur, hissedilir hale getirilir.

Üretim ve tüketimin birbiri ile bağlı olarak artması sonucu tüketim toplumunun oluşumunu temelleri atılmıştır. Günümüzde tüketim geçerli sebeplerinden biri ise küreselleşme sürecinde kullanılan yepyeni iletişim araçlarıdır. İnternet erişiminin dünya nüfusunun yarısından çok kişiye ulaşması yeni ortaya çıkan ve her gün hızlanan iletişim cihazları ile sağlanmaktadır. Her geçen gün ise internete ulaşan birey sayısı artmaktadır.

Tüketim toplumu kavramı her şeyi ele geçirdiği gibi sanatı da etkisi altına almayı başarmıştır. Sanat artık kendi özgün düşüncelerini ortaya koymaktan ziyade tüketim toplumunun etkileri altında kalmış ve özünü yitirmeye başlamıştır.

2. Sanat ve teknoloji arasındaki bağ nedir? Bu çerçevede dünyada ve Türkiye’de yeni medya izleyicisinin sanata bakışı nasıl?

21. yüzyılın başlarında giderek gelişen iletişim teknolojileri, özellikle sanat gibi medyalar üzerinde kaçınılmaz ve geriye dönüşü olmayan bir etkide bulunmaktadır. Bugünün sanatı videoartlar, ses enstalasyonları, ışık enstalasyonları ile şekillenmektedir.

Dijital sanat, yeni medya sanatı olarak adlandırılmakta ve sanatçının düşünsel ve işlevsel temelini teknolojik ortam üzerine aktarmaktadır. Klasik sanatın estetik kaygısını bu sanat alanında beklemek pek doğru değil. Çünkü en önemli özelliği, gelişen teknolojiyle birlikte sürekli değişim içinde olması ve tabii yaratıcı ve özgürlükçü olması!

1990'lardaki dijital gelişmelerin sonrasındaki dijital sanat üretimindeki artış, sanat çevreleri ve müzeler tarafından kabul görmüştür. Tüm dünyada olduğu gibi, dijital sanata Türkiye'de de ilgi her geçen gün büyüyor. Eğitim Kültür ve Araştırma Vakfı olarak 2004 yılında Dijital Art'ın ilk örneklerinden diyebileceğim sanatçı Hamdi Telli'nin 'Noktanın Boyutları' adlı sergisini sanatseverlerle buluşturmuştuk. İleri ki yıllarda hızla gelişen teknoloji bu alanda yeni sanatçılar ve eserlerle tanışmamıza yol açtı. Refik Anadol, Pınar Yoldaş, Genco Gülan, Candan Şişman, Erdal İnci gibi sanatçıların başarılı çalışmaları hem ülkemizde hem de yurtdışında büyük beğeni ile izlenmektedir.

3. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) maddi değeri nasıl belirlenir? Koleksiyonerlerce klasik yöntemle mi alınıp satılır? Veya Yeni Dijital Sanatı farklı kılan şey nedir?

İnsanoğlu artık sanat aracılığı ile iletişim kurmakta, toplumsal yaşamda bireysel ifadeyi teknolojik üretimin sunduğu avantajlar ile güçlendirerek yeni ifade araçlarına yer vermektedir. Sanat eseri her zaman özel duyguların özel sonuçları olarak ortaya

çıkılmış, biricik bir şeydir; beğeni ve yücelik, olağanüstülük duygusu uyandırır. Bu durum ister böyle olsun ister olmasın, biz sanat eserini dilediğimiz gibi yüceltelim veya yüceltmeyelim, piyasa bizden bağımsız bir şekilde ona her zaman bir değer biçer. Mart ayında, Beppe olarak da bilinen dijital sanatçı Mike Winkelmann'ın bir dijital sanat eseri, yaklaşık 70 milyon dolara satılarak tarihe geçti. Şimdi çoğu kripto sanat eseri, dijital para birimleri kullanılarak satın alınıyor.

Bu teknolojinin benim ilgimi çeken tarafı ise dijital sanat eserlerinin satışı için yeni bir alan açması ve yeni oluşan bir koleksiyoner kitlesinin kripto sanat satan bu platformlardan büyük alımlar yapmaya başlaması. Pandeminin fiziki mekâna bağlı sanat kurumları üzerindeki en kritik etkisi bu yapıların sanat izleyicisi ve alıcısıyla buluşma olanaklarının kısıtlanması oldu. Özellikle Mart 2020 sonrasında dijital dönüşümün hızlanmasıyla, mekâna ve etkinliğe bağımlı olan sanat aktörleri kendi fiziki yapılarına alternatif olabilecek yollar aramaya başladılar. İptal olan uluslararası sanat fuarlarının sundukları OVR'lar (online viewing room), galerilerin geliştirdikleri dijital satış kanalları ve müzayede evlerinin düzenledikleri çevirim içi müzayedelerin yanı sıra NFT'lerin satıldığı platformlar da bir yandan sanat izleyicisinin radarına girdi.

4. Yeni medya sanatı (Dijital Sanatın) sıçrama noktası ya da kırılma noktası diyebileceğiniz bir zaman, bir iş, oluşum nedir? Geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Dinamik bir çevrede bulunan her şey, her türlü gelişim ve değişimin etkisinde kalmaktadır. Bilgi çağında bilgi toplumunun fertleri de bu değişimden nasibini almaktadır. Yaşadığımız yüzyıl bilişim çağıdır ve bilişimdeki teknolojik yenilikler ve değişiklikler sanatı da etkilemiş ve bunun sonucu olarak da dijital sanat veya bilgisayarlı sanat dediğimiz sanat türü ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak sanat da teknolojiden kaçamamıştır. Bütün uygulamaların ve yaşam tarzımızın teknoloji ile bütünleştiği günümüz toplumunda, sanatın da gelişime ayak uydurarak sadece dijital olması beklenemez ama dijital sanatın gerçekten bir sanat olduğu dijital teknolojilerin ise yani kullanılırsa var olabilecek olanakları sunduğu belirtilebilir.

Dijital sanatın değişiminin ve dönüşümünün iyi yönetilmesi ve dijital sanatçıların dijital sanat yapabilecek bilgilerle donatılması ve yetiştirilmesi gerekmektedir. Bunun için, dijital sanatçıların öğrenim ve eğitiminde güzel sanatlar fakültelerinin önemi

büyüktür. Özellikle görsel iletişim tasarımı, grafik ve animasyon bölümlerinde okutulan; bilgisayar teknolojileri, desen, temel tasarım, bilgisayarla tasarım, illüstrasyon, dijital illüstrasyon, multimedya konulu derslere ve stüdyo çalışmalarına önem verilerek, birçok başarılı dijital sanat alanlarının bilgi birikimini kendi estetik sürecine dahil ederek, yaratıcı yorumlarını sürdüreceğine ve sanatın ifade alanlarının daha genişleyerek, sınırlarını aşacağını düşünüyorum.

5. Ülkemizde yeni medya sanatını, nasıl buluyorsunuz? Türkiye’de Yeni Medya izleyicisini değerlendirebilir misiniz?

Dijital sanatın ağırlıklı yayılma alanı internettir. Bu durumda dijital sanatın her ne kadar bilgisayarla yapıldığını bilsek de internet üzerinden yayıldığını ve geliştiğini kabul etmeliyiz ve bu gerçek bize, bu sanat dalının belirli bir kitle tarafından bilindiği ve kabul edildiği gerçeğini gösterir. Bu kitle çok özeldir; hemen hemen hepsi genç ve kendini genç hisseden çağı yaşayan insanlardır ve dolayısıyla dijital sanatın ortaya çıktığı nokta herkesin kolay kavrayabileceği bir düzeyde değildir.

ÖZGEÇMİŞ

İsim/Soyisim: Semiha Yıldırım

Eğitim Durumu: Çukurova Üniversitesi / Grafik (Lisans)

Kocaeli Üniversitesi / Görsel İletişim Tasarımı ve Reklamcılık (Yüksek Lisans)

Mesleki Durumu: Memur / Grafiker

