

Yeni Medya Ortamında Kanvas Tabloların Yapısöküm Okuması Üzerine Bir İnceleme

A Review of Deconstruction Reading of Canvas Paintings in the New Media Environment

Murat BİROL*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 24.07.2023 ■ Kabul Accepted: 01.02.2024

ÖZ

Yeni medya ortamının sunmuş olduğu eğlence kültürleri çeşitli alanlara yöneliktir. Bu alanlardan biri de görsel sanatlar ve teknolojinin bir araya geldiği resim sanatıdır. Resim sanatının dijital ekranlarda kaybolan dokusu, sanatı biricik yapısından çıkardığı kadar mizahi yollarla yapılan çeşitlilik üzerinden onu basite indirgemıştır. Postmodern okumalar yapıldığında disiplinlerin birbiriyle etkileşimi sonucu eklektik bir yapıya bürünen resim sanatı, dijital yollarla ve bugüne özgü yorumlanarak yenilenmiş versiyonlarıyla çoğalmakta ve bir hayran/takipçi kitlesi yaratmaktadır. Yeniden üretimin parodize edilmiş biçimi olarak kanvas tablolar daha çok alanında öncü isimlerin öne çıkan çalışmalarıyla takipçi bağı kurmaktadır. Bu eserler yapıldığı zamanlardan günümüze gelen belirli bir tarza sahip, tanınır, kült ve popülerdirler. Yeni biçimleriye, kaynağına sâdık ancak çeşitli objelerle ilişkilendirilerek bugüne ayak uydurmaları yolunda onları "içimizden biri"/yaşanır göstermektedir. Tüketim ve moda kültürü dijitalize edilen bu figürlerin yeni çağ biçimlerini pazarlamada sosyal medya üzerinden etkin kılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, yeni medya ortamındaki kanvas tabloların yapım sökümleriyle okunması üzerinedir. Çalışma sonucunda, mizahın silahıyla kendilerini vuran görsellerin yapıldığı zamandan bugüne süregelen eşzamanlı, kült, biricik değerinin basite indirgenerek gündeme ayak uydurduğu noktada metalaştığı, tektipleştiği, standart ve homojen yapıya büründüğü görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Resim Sanatı, Yeni Medya, Kült ve Kültür, Yapısökümü, Çokanlamlılık.

ABSTRACT

The entertainment cultures presented by the new media environment are for various fields. One of these fields is the art of painting, where visual arts and technology come together. The texture of the art of painting, lost on digital screens, has not only removed the art from its unique structure, but also simplified it through the variety made in humorous ways. In postmodern readings, the art of painting, which takes on an eclectic structure as a result of the interaction of disciplines with each other, multiplies with digital means and its renewed versions with contemporary interpretations and creates a fan/follower base. As a parodized form of reproduction, canvas paintings mostly establish a follower bond with the prominent works of leading names in their fields. These works are well-known, cult and popular with a certain style from the time they were created. Their new forms, on the other hand, are associated with various objects that are faithful to their source, and show them as "one of us"/livable in the way they keep up with today. Consumption and fashion culture makes the new age forms of these digitized figures effective in marketing through social media. In this context, the aim of the study is to read canvas paintings in the new media environment using the method of deconstruction. As a result of the study, it has been seen that the simultaneous, cult, unique value of the images that shoot themselves with the weapon of humor has been commodified, uniformized, standardized and homogeneous at the point where it keeps up with the agenda by simplifying it.

Keywords: Painting, New Media, Cult and Culture, Deconstruction, Polysemy.



Giriş

Popülerleşmenin getirdiği bir unsur olarak, geçmişte resim sanatındaki Salvador Dali, Pablo Picasso, Vincent van Gogh gibi öncü isimler tarafından yapılan tabloların birkaçının öne çıkması sonucu bugün ikonik hale gelmesi ve mizansen edilerek sunumu söz konusudur. Caravaggio'nun "Medusa" (1598) ve "Narcissus" (1599), Giovanni Bragolin'in (Bruno Amadio adıyla da tanınan) "Ağlayan Çocuk" gibi portreleri, figürlerin bakışları, duruşları veya öyküleri itibarıyla uzun soluklu hafızalara kazınan ikonik imgeler haline gelmiştir. Kültürde de kapitalizme yansarak metalar üzerinde kitaplardan posterlere, oyuncaklardan tişörtlere, duvar süslerinden halı motiflerine değin işlenmekte ve tekrar etmektedir. Bu ikonlar "Afgan Kızı"/"Şerbet Güla, "Akbaba ile Afrikalı Çocuk" gibi bazen bir fotoğraf; Rose ve Jack'in "Titanic"te kollarını iki yana açarak geminin güvertesindeki pozları, Joel'in Clem ile birlikte buz tutmuş nehirde yattığı "Eternal Sunshine of Spotless Mind"taki gibi bazen bir film sahnesi; "Guernica/1937" (Pablo Picasso), "Nedimeler/1656" (Diego Velazquez) ya da "Öpücük/1908" (Gustav Klimt) gibi bazen bir ressamın tablosundaki figürden alıntılanır. Ressam tablosunda bulunan figürler ise resim olması dışında çeşitli objeler üzerinde motif veya tasarım amaçlı kullanılmaktadır. Örneğin Gencay Şaylan'ın "Postmodernizm" ve Raymond Williams'ın "Kültür" kitaplarında kapak tasarımı olarak "Mona Lisa" görseli kullanılmıştır. Yine M. Bilgin Saydam ve Hakan Kızıltan editörlüğündeki "Psikomitoloji-I" kitabı kapağındaki "Narcissus", Levent Tülek'in "Klişeler Kitabı"nda "Ağlayan Çocuk"/"Çiko", Stuart Hall'un "Temsil" kitabında Andy Warhol çizgisiyle "Marilyn Monroe" ve Michel Foucault'un "Kelimeler ve Şeyler" kitabı kapağında "Nedimeler" resmi dikkat çekmektedir. Bu örnekler çoğaltılabilmekle birlikte yenileri de eklenmektedir.

Öte yandan, postmodernizm, yapısı gereği, geçmiş ve gelecek arasında bir köprü kurarken, geçmişten beslenerek yeniyi yeniden yorumlamak üzerine kurulmuştur. Yeni bir şeyin üretimi söz konusu dahi değilken, eski üzerinden yeniyi elde ederek yeniymiş gibi sunumu postmodernizmin sanatla bütünleşik kurgusal yapısını ortaya koymaktadır.

Üretilen eskiyi tamamlayan bir yama gibi orijinali eskiden doğan yeni üzerine yapılandırılır veya derleme albüm gibi taklitlerin birbirine eklenmesi üzerinden bir yeni kolaj ortaya çıkmaktadır. Bu ise *ikonlaşma* kavramını mizahla ilintili bir biçimde yeni medya ortamlarında sıkça kendisini gösteren gençler arası bir paylaşım ritüeli haline gelmiştir.

Gençlik kültürü ve taklit kendini yeni medya ortamında göstermeye başlamıştır. Önceleri dizi ve film replikleri, sanatçı-politikacı-şarkıcı mimetikleri şimdilerde üstkültür çıktıkları biçiminde değerlendirilebilecek sanat yapıtlarının replikalarına dönüştürülmüştür. El yapımı, uzunca bir geçmişe sahip sanat eserlerinin dijital baskı ortamlarında kendini yenileyerek sunum ve çoğaltımı, sanatı genel anlamda yüzeysel kılarak onu bir meta biçimine dönüştürse de postmodern popüler düzeyde yeni medya ortamlarının izni ölçüsünce sahibini geri plana çekerek yapılan sanatsal/kurgusal karakterlerin ön plana çıkmasına olanak sunmaktadır. Bu noktada kanvas tablolar, ilgisine, kumaş ya da tuval üzerine dijital baskı yapılarak üretilen ve yeni iletişim teknolojileriyle bağdaşan bir biçimde çoğaltımını yeni medya ortamlarından alınarak somutlaşan bir "değer" sunmaktadır. Bugünkü algıya dönük cinsellik, şiddet ve mizah unsuru malzemelerinden biri de bu el yapımı sanat eserlerinin dijital ortamlarda farklı biçimlerdeki mizansenlerinden yaratılan bir tarzla oluşmaktadır. Bu tarz, eser sahiplerinin bilgi ve yorumlamaları dışında, salt bugünün sorunlarına da odak hale getirilerek elde edilen, üzeri oynanmış, "yeni" bir ürünle sonuçlanmaktadır. Eş deyişle, kaynak ve/veya malzeme vardır, bilgi ve içerik belirlidir, üzerine yalnızca yorum katılır. Tam da bu noktada içinde bulunan çağa özgü popüler hale gelen sorun veya durumlar, niteliksel yorumlamalar eşliğinde bu tabloların içeriklerine ilişkin bir araştırmayı gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda özellikle resim sanatına ilişkin içerikleri ele alarak popüler mizahla bir arada sunan ve ressamlarından daha çok ikonikleştirilerek toplumda gerçekçi ya da tanınır bir algı yaratan sanat eserlerinin kanvas tablolar üzerine işlenerek dijital iletişim ve dijital baskı ortamlarındaki sunumunun incelenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Sanatın eğlenceye dönüşümünde karakterize edilen kurgusal figürlerin gerçek karakterler şeklinde sunumuyla çağın etkisinde izler sürdüklerinin görsel hafızalara kazınışında eski ve yeninin iç içeliğiyle postmodernizmin görülen izdüşümü resim sanatı özelinde incelenerek eserlere nostaljik ve seküler (çağa uygun) bir hava katmaktadır. Bunların yaşaması bir derece gerçek dünya üzerindeki sanal hesaplar yoluyla oluşturulurken, ortaya çıkan ürünler bir yandan Pop-Art sanatı gibi bir yorumlama biçimine sahip olmakta bir yandan da bulmaca sayfalarındaki ünlülerin görsellerine can sıkıntısına çalاکalem gözlük-sakal çizme geleneğini yaşatma üzerine kurgulanır. Bu noktada resim sanatı, geçmiş ve gelecek arasındaki köprüde, postmodernizmi inşa eden önemli bir araç iken; buna paylaşım olanağı tanıyan yeni medya ortamlarıysa fotografik ve ikonik unsurları da içerisine alan, kapsayıcı bir algı mekanizmasına dönüşür. Burada, mizah yeniden üretilirken; *pastiş* ve *parodi* kavramlarının öne çıkmasıyla bir kurgu eşliğinde figürize edilen kült karakterlerin yaşam kültürü içerisindeki akım ve akışlara katılarak bir moda döngüsünde değerlendirilmesi ve dekoratif nesne olarak tüketiminden de söz etmek gerekir. Çalışmanın yöntemsel yol göstericiliği Jacques Derrida'nın *yapısökümü okuma yöntemi* üzerine kurulmuştur. Çalışmada, kültürel akış içerisinde dünyaca tanınan ünlü resim tablolarındaki karakterlerin çağa nasıl ayak uydurdukları, toplumsal gerçekliklerini nasıl yarattıkları, dönemselliklerinden sıyrılarak ve ait oldukları ressamın adıyla anılmalarına ilişkin kendilerini soyutlayarak nasıl evrensel bir kod haline getirildikleri konuları tartışılmıştır. Bunlar yaratılan figürlerin dil-söylem, davranış, giyim, aksesuar, bedensel ifadeler, mimik ve hareketleri üzerinde durularak kaleme alınmıştır. Çalışmanın özelinde değerlendirilen tablolar; Leonardo da Vinci'ye ait Mona Lisa, Edvard Munch'a ait Çılgılık, Vincent van Gogh'un portresi ve Johannes Vermeer'e ait İnci Küpeli Kız adlı eserlerdir. Kurgusal karakterlerin yapısökümü okumaları sonucunda, eser orijinaline ilişkin sürekliliğin sağlanmasında ve gerçekçiliğin yaratımında kendisine ve topluma birtakım yeni anlamlar yüklediği ve geleneksel algılamalar ışığında çokanlamlılığı zenginleştirdiği hatta bunu

bütünsel bir şölen haline getirdiği bu çalışmada irdelenmiştir.

Bir Akım ve Yaşam Kültürü: Moda Dekorasyon Nesnesi Olarak Görsel Sanatları Tüketmek

Yeni medyanın gelişme gösterdiği 2000'li yıllar ve sonrası dönem değerlendirildiğinde, öncelikli olarak görsel algıyı inşa eden yazı ve karakter biçimleri, fotoğraflar ve bunların kitle iletişim araçlarında sergileniş stilleri ya da enformasyonun araçsal tasarımları yeni bir kültürü beraberinde getirirken bir yandan yaşamı etkileyen/belirleyen içerikleri ve bunları tüketen toplum yapısının da anlamlandırma düzeyini ortaya çıkarmıştır. Yaşam bir kültür olarak değerlendirildiği zaman bunun içerisinde yeme-içmeden giyinme tarzlarına, toplumun kullandığı teknoloji pratiklerinden konuştuğu dil dizgelerine değin birçok etkileşimsel süreç karşımıza çıkmaktadır. Yaşam bir akım olarak değerlendirildiğinde ise burada toplumu ve kültürü bir araya getiren kullanım alışkanlıkları üç ayağında tüketim olgusu devreye girmektedir. Kültürden oluşan ve topluma yansıyan okuma-izleme-dinleme pratikleri, tüketime teşvik eden boyutunda en "beğenilenler"/"tutulanlar"/"bestseller" düzenlemeler şeklinde medyanın da gerek içeriksel gerek araçsal olarak içinde bulunduğu döngü sisteminin ilerlemesi için olmazsa olmaz boşluğunu tamamlamaktadır. Algı inşası ve anlamlandırma sürecinde gerekli olan işitsel ve görsel yapı, insanı inandıran, dil ya da dil faktörü olmadan onu harekete geçiren ve kanaatinin oluşumunda etken bir faktör olmaktadır. Bunun için de özel alanımızı kamusalılaştırdığımız ve kamusal ortamı özel alanımızda da yaşadığımız yeni medya ortamları postmodern birey için biçilmiş kaftan haline gelmiştir. İnsanı inandıran belge ise burada fotoğraf, görüntü ya da bireyin içinde bulunduğu toplumda kendini var ederken kullandığı dilin yapısı olur. Tüketim ise toplumda bireyi konumlandıran, bireyin beğenilerine göre onları genelleyerek toplumda altkültürler ya da sınıfsal temsiller yaratan ve bunu kendi aracı olan tüketim nesneleriyle sunan, gösterişi toplumda ön plana çıkaran bir ortamı beraberinde getirir.

Tüketim; sağlık, edebiyat, müzik, resim, estetik, sinema, internet, moda/tekstil ve mimari gibi birçok alanı ve aracı kapsamaktadır¹. Sunduğu içerik ve topluma yansıttığı araç bağlamında değerlendirildiğinde, tüketimin aynı zamanda farklı sektörleri bir araya getirdiği disiplinlerarası ve eklettik yapısını/sektörel iç içeliğini incelemek gerektiği görülür. Bu noktada, birçok alanın birbirini beslediği çıktılar aynı zamanda yeni medya ortamlarının içeriğini oluşturmaktadır. Örneğin bir fotoğrafçı, karesinde, bir bina paylaştığında ve önünde duran modelin giysilerine bakıldığında fotoğraf sanatının beraberinde mimari ve modayla bütünleştiği ve bunların belirli bir dönemde kategorize edilebildiği gerçeği karşımıza çıkar. -Çünkü tüketim, toplum ve kültür yapısıyla birlikte dönemselliği ve kategorizasyonu içinde taşır.- Anlamı tükettiğimiz bu nesnelere tüketimin yararlandığı alanları bize sunarken aynı zamanda bunların belirli dönemlere aidiyetiyle görsel algımızda anlamsal benzerlikleri ya da parça bütün ilişkilerine dayanan kültürel motifleri çıkarımlamamız için tüm gereken bilgi kısıntılarını kolektif biçimde bir araya getirir. Nitekim kimlik duygusu, tüketen bireyle birlikte arzu kadar bireysellikten kolektif bilince geçerken kolektif bellekle birlikte kolektif kimliği de öne çıkaran bir yapıyla tamamlanır. Bocoock'a göre Baudrillard (2014, s. 74) burada şunu vurgular: "Tüketiciler giyim eşyalarını, gıda, takı, mobilya ve/veya eğlence tarzını, kim olduklarıyla ilgili zaten var olan duygularını dışa vurmak için satın almazlar. Bunun aksine insanlar, kimlik duygularını, bu satın aldıkları şeyler yoluyla oluşturur". Bu durumda da arz belirleyici, toplum da etkileyici olmaktadır. Zafer (2021, s. 132), post-geleneksel olarak nitelendirilen toplumlarda yaşayan ve çağdaş birey olarak görülen tüketicilerin tüketim kültürü sayesinde kimlik ve statülerini belirlemekle birlikte toplumsal anlamda bir ayrıcalığa sahip olduklarını düşündüklerini vurgulamıştır. Bu çerçevede kültürel kavramlarını kısaca tartışmak gerekir:

Kültürün araştırılması demek kültürlerin kimliklerinin araştırılması, onları birbirinden ayıran ve birbirine yaklaştıran unsurların saptanması ve böylece arka planlarını anlamak demektir. Kültür ise insanların yapıp etmeleri sonucunda ortaya çıkan, gelişen ve dolayısıyla üretilen bir semboller dizisidir. Bu üretimin en ilksel ve arkaik biçimini kültürlerde bulabilmekteyiz (Yıldız Altın, 2019, s. 1065).

Çağının öncüsü, kendinden sonrakilerin üzerine konarak ilerlemiş ya da yorumlaması yapılan orijinal, has, kendine özgü, bozunum olmadan taklitlerin öncesince oluşturulmuş yapı kültürü açıklarken, toplum tarafından içselleştirilip dışlanması ya da nerede konumlandığı, kolektif bilinçte ne kadar yer ettiği, nasıl örüntülendiği ya da günümüze ne kadar gelebildiği, bugünü yansıtır yansıtmadığı bilgisi ya da öngörülebilirliği üzerine yapılan yorumlar kültür'ü ifade eder.

Yeni medya, algı ve anlamlandırma sürecinde yaratılan unsurları oluştururken; görsel-işitsel ve yazınsal temelinde modayı, müzik, resim ve dekorasyonu bir araya getirebilmekte ya da içerik üreticilerinin meslekleri aynı zamanda tüketimin kendisini belirlemektedir. Bir toplumda belirli kültürlerin tutulması adına sanat dallarından yararlanılırken bu eklettik yapı tüketimin doğasına denk düşmektedir. Dolayısıyla biricik süreçten geçen sanat çoğaltılarak topluma yayılmakta bunun için de kapitalist sektörlerden moda ve mimari, resim figürlerinden kazanım sağlamaktadır. Yaşam tarzları da bireyi ve yaşamlarını stilize ederken tüketimden ve kültürden beslenir, zira kişi, içinde bulunduğu kültürden başka kültürlere açıklığıyla kendisini gösteriyorsa bunu tüketim nesnelere yararlanarak çevresine duyurur. Kültürel göstergeler olarak çeşitli imgelere, ikonlara, sembolere başvurulur. Görsel kültüre yoğunlaşan yeni medya uygulamalarıyla paylaşımlar, takip ya da beğeniler ve sohbetler internet kültürünün görsel yansıması olarak birçok örnek sunmaktadır. Bu bağlamda, tarihte daha önce resmedilen tablolar "like" aracı olarak beyaz perde ve beyaz camdan öte beyaz ekranlara yansımakta, bunun

1 Tüketim gösterişe başvururken görseli kullanmakta; bu anlamda kültür, tüketim ve görsellik üzerinden ilerlemektedir. Tüketim kültürüne ilişkin alanlar aynı zamanda görsel kültürün alanları da olmaktadır. Bu doğrultuda Bernard'a göre (2002, s. 31), görsel kültürün görülen, işlevsel ve iletişimsel amaca sahip olması ancak, görüntü üzerine tasarım yapan endüstriyel tasarım, grafik tasarımı, medya, moda tasarımı ve seramik gibi pek çok alanın görsel kültüre dahil olmasıyla mümkündür.

dekorasyondaki adı kanvas tablo karşılığıyla gündeme gelmektedir. Tuval üzerine çeşitli baskı teknikleriyle orijinal resmin kopyalanarak sunulması ve gerçek resim haline getirilmesiyle elde edilen dekorasyon ürünü kanvas tablolar, internet kültürü içindeki dijital versiyonlarıyla da sıkça takip edilen içerikler sunmaktadırlar². Böylece Walter Benjamin'in el sanatlarının biricikliğine ilişkin sözleri doğrultusunda "sanat", meta tüketimini destekleyen ve kapitalizm için üretilen bir boyuta dönüşmekte ve Adorno'nun "popüler müzik eleştirisi"ndeki popülerlik kavramını internet kültüründeki "beğeni kazanmak" için üretilen sanat anlayışına yaklaştırmaktadır. Bu çerçevede müziği ya da kapitalizm sistemi içerisindeki diğer materyalleri tüketmek, kültür endüstrisi malzemelerini tüketmek, insanı, ev ve yaşamı içerisinde kategorilere ayırmakta, toplumdaki kültür ve anlamlandırma düzeyini belirlemekte ve metayı tüketen bir meta haline getirmektedir. Altınbaş Sarıgül (2019, s. 117), bu noktada, kültürel göstergelerin ve medya imgelerinin gerçeklik duygusu üzerindeki hegemonyası ile Pop Art'ta da sanatın biricikliğinin yerini kitle üretimine bırakarak sanat yapıtlarının kitlesel olarak üretilen bir meta olarak tasarlanmasından söz etmiştir. Buna örnek olarak da "Pop Art'ın en tanınmış ismi Andy Warhol'un Marilyn Monroe posterini yaparken görüntüyle istediği gibi oynayabileceği ve böylece posterini satın alan kişinin de kendini özel hissedeceğini öne sürdüğü" sözleri akla gelir (Şaylan, 2002, s. 92-93). Yeni medyanın görsele sunmuş olduğu çeşitli teknikler, efektler ya da filtreler de aslında buna benzer niteliktedir.

Sanat çeşitli dalları arasında eklektik biçimde konularını entegre ederek birbiriyle paslaşmaktadır. Örneğin resim ve sinema ya da moda ve mimari üreticileri aracılığıyla da birbiriyle etkileşmektedir. Bu sanat dallarının kendi içlerinde de gerçekleşebilmektedir. Bir filmin

anlamının aynı zamanda başka sanatsal biçimlerin verileriyle açıklanabileceğine değinerek başka sanatsal biçimlerin filmlerin anlamsal bakımdan kavranmasına önemli katkı sağladıklarını vurgulayan Aktulum (2018, s. 104), buna ilişkin, resme ya da yazına eğilimi olan yönetmenlerin bu alanların dilini kullanarak kendi film estetiklerini biçimlendirdiklerini öne sürmektedir. Estetik ise postmodern dönemde yazınsal değil, görsel alanla ilişkilidir. Bu doğrultuda, Lash ve Urry'nin, sanat nesnesinin bir metin yerine dünya üzerinde başka bir duyumsama nesnesi olması gerektiğini savunan Susan Sontag'ın (akt. Featherstone, 1996, s. 77) bu yeni duyarlılığın romana cephe alarak müzik, dans, resim, heykel ve mimariden yana çıktığı sözlerini vurgulamaları dikkat çeker. Burada "duyumsal olana verilen ağırlık, söylemle karşıt olarak figürlerin birincil dolaysızlığına verilen önemle, postmodern estetiğin bedensel estetiğe dönüşümüne" göndermede bulunmaktadır. Postmodernizm ve görsellik ise içeriksel anlamda gerçek ve kurguyu bir araya getiren ikircikliğiyle algıyı inşa etme sürecinde kimi zaman bir resim kimi zaman mizahi bir mizansen sunmaktadır.

Mizahın Yeniden Üretimi: Pastiş ve Parodi Kavramları Üzerinden Anlam İnşası

Mizah, yaşamın sıradanlığından kurtulmanın, onu olumlu veya olumsuz yönünden görüp değerlendirmenin, farklı bakış açılarını bir araya getirerek yeni bir bakış açısı sunmanın bir ifadesidir. Anday (1984, s. 82), mizahın her döneminde var olduğunu hatırlatmakla birlikte, nerede yaşam olursa orada karşıtlığın olduğunu ve nerede karşıtlık varsa da orada mizahın olduğunu belirtmiştir. Mizah; kahkaha, komedi/komik, güldürü, espri, şaka gibi ifadelerle anılsa da kendine özgü biçimleri olan bir kavramdır. Üslup, söz-sözcük oyunları ve söyleyiş güzelliği/inceliği de içinde edebî söz sanatlarından da beslenir nitelik kazanır. Yeri gelir kinaye, kimi zaman teşhis ve intak,

2 İnternet kültürü ve sanatı bir araya getiren dijital versiyonlar genellikle kitlelerin yoğun olduğu ve katılımcı kültürü biçimlendiren sosyal medya kanalları üzerinden sunulmaktadır. Görsel kültürün yoğun akışında ise Instagram kanalı üzerinden yapılan paylaşımlar buna örnektir. Instagram'ın sağladığı alışveriş olanaklarının ekonomik düzene verdiği biçimi değerlendirirken Cerci (2019, s. 74), katılımcı ve gereksinim sayısının her geçen gün artışıyla birlikte Instagram yoluyla alışveriş yapanların sayısının da milyonlarla ifade edildiğinin altını çizer.

bazı zaman da mübalağa olarak karşımıza çıkar. Taklidi (mimesis) içerdiği kadar, yeri gelir teşbihi, cinası, hicvi ve tecâhül-i ârif'i de malzemesi yapar. Örneğin Eagleton (2022, s. 16) bir mizah biçimi olan nüktenin entelektüel bir faaliyet olduğunu ifade etmiştir.

İki metnin çağa özgü niteliklerini bir araya getirerek sonrakinin öncekine gönderme yapması üzerine kurulu "metinlerarasılık"la ilişkili iki kavram öne çıkmaktadır. Fredric Jameson (1991: 45, 60) tarafından geliştirilen bu kavramlardan ilki, üslup ya da anlatının taklit edilmesi anlamına gelen ancak komedi gerektirmeyebilen "pastiş", ikincisi ise içeriğin taklit edilmesine karşılık düşen, sonucunda da amacına hizmet ederek güldüren "parodi"dir. Bu noktada pastişte, geçmişin bugünün koşullarına göre yeniden yorumlanış biçimi öne çıkmaktadır. Berger ise (2012, s. 99), parodi ya da komik taklidin üç türünden bahsetmekte ve bunları şöyle nitelendirmektedir: Özgün eserlerin parodileri, yaratıcı sanatçıların ayırıcı özelliklerinin parodileri ve belirli türlerin parodileri. Parodisi yapılan eser, tür ya da tarzın hakkında bilgisi olmadan da beğenilebileceğini söyleyen Berger, parodilerin en çok neyin parodisi olduğunun bilinmesiyle daha çok ilgi topladığının altını çizer. -Buna ek olarak bugün belirli karakterlerin de parodileri yapılmaktadır.- Nitekim bu süreç içerisinde okuyucu/izleyicide dikkat zirvede, odak nokta metinde ve hafıza görsel ya da işitsel olarak yoklanmaktadır. Bir bilmece veya bulmaca çözermiş gibi izleyici metne davet edilerek bağlı kalır.

Öte yandan, daha önceden yaşanan olguların, oluşan gündemin hatırlatma veya gönderileriyle basit ve ince farklılıklar yoluyla dokunarak işlenmesi, bazen daha önce üzerine yapılmış birçok esprinin dahi önüne geçmesini sağlarken bir yandan esprinin kalitesine/içeriğine göre espriyi yapan/hazırlayan veya yorumlayan kişiyi güldürünün kendisine veya güldürüyü çıkardığı malzemenin dahi önüne geçirebilmektedir. Bu noktada Charlie Chaplin'e benzeyen kişiler yarışmasında kendisinin birinci seçilmediği benzetmesinden hareketle, Mickey Mouse'un tanınırlık açısından üreticisi Walt Disney'in hatta "çizgi karakterlerin gerçek

yıldızların önüne geçmesi" örneği benzeşim anlamında değerlendirilebilir (Can, 1996, s. 10-13). Yine 1930'larda tanıtılan çizgi karakteri Betty Boop'tan esinlenerek 1940'ların orta yıllarındaki kariyerinin ilk basamaklarında Marilyn Monroe ve sonrasında 1980'lerde "Pop'un Kraliçesi" olarak anılan Madonna da tarzlarını çizgi karakterle -Betty Boop parodisi- aynı yönde çizmişlerdir (Global Icons: Betty Boop, 2021). Bir başka noktada rolünü canlandırdığı karakterin rolü oynayan oyuncunun popülerliği önüne geçmesi ya da oyuncunun gerçek adının anılmayıp rol verdiği karakter adıyla anılması -kurgu karakter adının gerçek adı önüne geçmesi- gibi örnekler de ("Gaffur"-Peker Açıklan; "Hürrem"-Meryem Uzerli) verilerek bunlar çoğaltılabilir.

Böylelikle postmodernizm çerçevesinde mizahın çeşitli sanatları bir araya getirmesi yolunda farklı malzeme ya da dallardan beslenmesi, kapitalizme bir araç edilmesi ve anlam inşası sürecinde farklı bakış açılarını ortaya sunması açısından önemli yerinin olduğundan söz edilmektedir. Mizah yoluyla bir şey bilmeyen bireyler için bir olay yeni bir şey üretilmiş biçimde gözükmektedir. Daha önce bir şeyler bilenler içinse olay yalnızca bir mizah niteliği taşımakta ve yeniden yorumlanışı algıda çokanlamlılığa yol açmaktadır. Öte yandan, sosyal medyadaki örneklerine bakıldığında mizahın sıklıkla dezenformasyon unsuru olduğu da görülmektedir. Bununla ilgili haber içerikleri üreten sayfaların ötesinde, haberleri kendi mizahi üslubuyla yorumlayan fenomenler takip edilmekte, yeni bir insan profili çıkması ötesinde yeni iş kolları ortaya çıkmakta ve yine bir insan metası sanal dünyadaki yerini kapitalizm sistemi içerisinde konumlandırmaktadır. Gündemde olup biteni takip edenlerin, gündem yorumlayıcıları takip etmesiyle ve üzerine bilgi kirliliği olduğuna bakılmaksızın benzer üsluplar ya da dil yapısı yoluyla gündemin tekrarlanması mizahı yeniden üretmektedir. Yaygın bir kopyalama anlamına gelen "yeniden üretim"e ilişkin Williams'ın (1993, s. 184-185) şu sözlerini de eklemek yerindedir: "Her türlü dil ya da sözlü olmayan bir etkileşim sistemi, yeniden üretim olanağını buldukça yaşar. Gelenek, eylemde, bir yeniden üretim sürecidir."

Sanatın başkalaşımı, kimliğin yeniden kazanımı, var olan algının yeniden anlamlandırılması, imajın yeniden üretilmesi ve anlamın ve/veya algının yeniden inşa edilip kimliğin stilize edilmesiyle ilgili bir süreç de yeniden başlamaktadır. Bu süreç dijitalize edilerek daha hür, modern, yeni tarz bir boyut kazanır. Jenkins ve arkadaşları da (2013, s. 298-304), önceden kitle iletişim araçlarına dayanan çağdaş sanatın, sosyal medya dönemiyle birlikte katılımcı kültüre evrilmesinden söz etmişlerdir. Buna göre, sosyoekonomik nedenler katılımı etkilese de bugünkü medyanın varlığında kullanıcı/katılımcıların kararları ve tercihleri belirleyici olmaktadır. Postmodernizmin çatısı altında pastiş-parodi, yorumsayıcı yaklaşımlar ve yeniden üretim konularıyla benzer metinler farklı formlarıyla karşımıza çıkmakta, orijinal ve taklit arasındaki zemin kayganlaşmakta, içselleştirilebilir olmasıyla ikircikli bir yapıya kavuşmakta ve bu da sanat ürünlerinin incelenmesi gerekliliğine vurgu yapmaktadır.

Yöntem

Bütünsel görsel birakımın, içerikleri, bir moda haline ve beraberinde takip-beğeni mekanizmasına dönüştürmesi dijitalleşen iletişime dönük olarak kültürel görsel bir yeni medya okumasını gerekli kılmıştır. Bu bağlamda Leonardo da Vinci'nin Rönesans örneklerinden kurgusal ilham olan karakteri Mona Lisa, Edvard Munch'ın Çığlık tablosu, Vincent van Gogh'un self/kendi portresi ve Johannes Vermeer'in İnci Küpeli Kız'ı çalışmanın örnekleri kapsamındaki yerini alır. Her 4 çalışmadan 2'şer örnekle toplam 8 örnek üzerinden görsellerin anlam örgüleri ve bağlam bilgileri orijinal eserler temelinde değerlendirilmiştir. Eş deyişle, 4 ressamın 4 eserinden karakterleri ve bunların 2'şer versiyonu seçilerek toplamdaki 8 çalışma bu araştırmanın örnekleme dahil edilir. Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak ulaşılan sonuç ve genellemeler, araştırmanın evreni için geçerlidir. Farklı metinlerin eklektik biçimde yansıdığı tabloları anlamlandırmak adına metinlerarasılık ve yapısöküm kavramları öne çıkmaktadır. Amacına uygunluğu düşünüldüğünde, çalışmada, 16. ve 19. yüzyıllar arasındaki üretimlerinde dünyaca ünlü ressamların sonraları popülerleşen ve popüler

kültür ürünleriyle harmanlanarak giyim ve dekor ürünlerinde öne çıkan tablo figürleri belirlenmiştir. Bu figürler çeşitli uluslararası dijital platformlarda karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca Google'a "ünlü ressamların popüler tabloları" yazıldığında da ilk 4 satırda ya da ilk 20 görselde bu tablolar yer alır (Google Görseller, 2024). Bununla birlikte, Pankhurst ve Hawksley'in 2018'deki "Sanatı büyük yapan nedir? Açıklamalı 80 başyapıt" çalışmasında da söz konusu eserlere yer verilmiştir. Eserlerdeki figürler farklı biçimlerde farklı tüketim objelerinde üretilirken aynı zamanda tüketime de aracılık etmektedir. Ayrıca çalışmadaki eserlerin dönemsel değişimlere göre uyarlanması sonucu gerçek bağlamından koparılarak, yeni anlamlarıyla yeni medya ortamında yeniden üretilen örnekler olduğu görülmektedir.

Amaçlı örnekleme ile seçilen tablolar, Jacques Derrida'nın çalışmalarını yapmış olduğu yapısöküm metoduyla yeniden üretim ve beraberinde yeniden okuma ve yorumlama süreçlerine dahil edilmiştir. Amaçlı örnekleme çerçevesinde Aziz (2011, s. 55), örnekleme ele alınan kimselerin çalışma amacına uygun yanıtı verebilenler arasındaki seçiminin önemine dikkat çeker. Yapısöküm çalışmalarının amacı ise, Derrida'nın da (1978, s. 12) belirttiği gibi, ayrıntılı bir metinsel ve kavramsal analiz yoluyla, birtakım temel kavramların hem tanımları yapılırken hem de bu tanımlamalar "yanlış" kullanılırken aslında kendi temellerinin altını oyduklarını, böylelikle de kendilerine karşı işlemekte olduklarını göstermektir. Berger'in (2012, s. 34) işaret ettiği gibi, "yıkıcı bir tema olarak yapısökümü, metinlerin belirli bir anlam içermediklerini, bunun herhangi bir metnin yakından incelenmesiyle anlaşılabilir"dir. Bir yandan burada anlam durakları da içeriğin biçimselliğini anlamada önemlidir. Erdoğan ve Alemdar (2010, s. 303), yapısökümü şöyle değerlendirir: "Bir metni karmaşık tarihsel ve kültürel süreç olarak görme-okuma ile ilgilidir (...) Bastırılanı, gizlenen, söylenmeyeni ve tutarsızlıkları inceler. Hatanın maskesini tümüyle ortadan kaldırmaz, metni yeniden tanımlar". Derrida'ya göre yapısöküm şu işlemleri gerçekleştirir:

Bir metne egemen olan karşıtlığı ve bu karşıtlığın ayrıcalıklı unsurunu ortaya çıkarmak; karşıtlığın metafizik ve ideolojik önvarsayımlarını belirgin tutmak; bu karşıtlığın, kendisince kurulduğu kabul edilen aynı metin içinde nasıl bozulup parçalandığını ve aksi bir durumun ortaya çıktığını göstermek; karşıtlığı altüst ederek daha önce ayrıcalıklı görünmeyen unsuru öne çıkarmak; karşıtlığı sarsıp yerinden oynatıp metnin söz konusu sorunsal alanına yeni biçim vermek (akt. Rifat, 2014, s. 46).

Bu çerçevede Graeme Burton'ın (1995, s. 154) görüntüsel çözümlemede sunduğu metotlar da belirleyicidir. "Resmin içeriğini tanımlayan kavram düz anlam; bu içeriğin/görüntü bütünü'nün olası anlamlarını ve parçadan bütüne gerçekte neyi anlattığını ifade eden kavram yan anlam ve bir görsel unsurun (ad, özellik, altyazı vb.) tüm resme hükmetmesi noktasında anlamı belirlediğine karşılık düşen lengerleme kavramı" burada dikkat çeker. Deleuze'ün (2015, s. 39; Akay, 2021, s. 272) sözün eyleme dönüşerek anlam olarak görünmesinin nedeni olayın anlamın kendisi olduğu ve anlamın yüzeyde olmasından kaynaklanmasıdır. Eylem de bu bağlamda yapısökümün kendisidir. Yapısökümsel analiz tam da burada etkili olmaktadır. Araştırmada söz konusu ressamın dışındaki diğer ressamın ve resimleri dışındaki diğer ressamın diğer resimleri birbiriyle ilişkilendirilmek dışında örneklem içerisine dahil edilmemekle birlikte araştırmanın sınırlılığını çizmektedir.

Analiz ve Elde Edilen Bulgular

Mona Lisa

Mona Lisa, 1503 yılında Leonardo da Vinci'nin fırçasıyla Rönesans'ın yeni tekniğiyle yapılmıştır. Resim ilk bakışta, gösterişsiz ama zarif giysili ve elleri mükemmel olarak biçimlendirilmiş bir kadının temsilidir. Figürün arkasında karmaşık büyüleyici bir arka plan yer alsa da izleyicisini resme çeken figürün muzip gözleri ve ünlü gülümsemesiyle Mona Lisa'nın yüzüdür (Pankhurst ve Hawksley, 2018, s. 39). Kaşların ve kirpiklerin yokluğu o zamanın modası olarak değerlendirilmekte, resimde ise bunun daha önce silinerek temizlenmiş olduğu düşünülmektedir (Hodge, 2022, s. 68). Ayrıca "Leonardo'daki gölge ışık, figürlerin resmin atmosferine alınmasını amaçlamaktadır. Öykünün kahramanı artık figür değil, gölge ışıktır" (Venturi, 2018, s. 57).

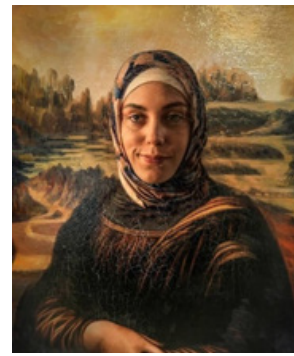
Görsel 1

Mona Lisa



Görsel 2

"Mona Lisa"



Görsel 3

"Mona Lisa"



Görsel 2'ye bakıldığında, 2020'de bir dijital dizi/film platformu olan Netflix'te gösterime giren "Bir Başkadır" dizisinin başrol oyuncusu olan Öykü Karayel'in diziden görüntüsü dikkat çekmektedir. Bu görüntü farklı birçok sosyal medya kanalında farklı kurgular üzerinden montajlanarak ve kopyalanarak sıkça paylaşılmıştır. Dizin bu görüntüsüne maruz kalan kimse, bir yandan diziyi merak etmekte ve izlemekte (popüler algıyla kültüre entegre olmakta) bir yandan da dizinin pazarlaması açısından reklamı yapılarak geniş izleyici kitlesi yakalanmaya çalışılmaktadır. Sosyal medyada ne kadar geniş yaygınlıkta paylaşım sağlanırsa o kadar sosyal medya kullanıcısı bu platformun da -Netflix'in- kullanıcısı olarak

dolayısıyla dizi izleyicisi olarak dönüş sağlayacak düşüncesiyle burada hareket edilir. Arka fon manzara resmiyle orijinaline benzer yansıtılmaya çalışılmıştır, ancak yapısöküm figürün kendisinde başlamaktadır³. Mona Lisa orijinalinde saçları açık bir karakterken; burada Mona Lisa olmadığını bildiğimiz dizi karakterinin olaylar karşısında ikonik tepkisi Mona Lisa'nın meşhur gülümsemesi görselinin yerine geçerek çağrışım yaratılmıştır. Şakı Aydın (2018, s. 98), Mona Lisa'yı uluslararası bir ikon haline getiren unsurun tüm Ortaçağ statü sembollerinden sıyrılmış biçimde, bir bireyin olağan karmaşıklığını gizem örtüsü altında yansıtıyor olmasından kaynaklandığını belirtmiştir. "Bir Başkadır" dizisinin Meryem karakteri hüznü gülümsemesiyle Mona Lisa'nın yüz ifadeleriyle özdeşleşir konuma getirilmiş, aynı zamanda karakterin duruşu resimdeki ana figürün duruşuna yedirilmiştir. Meryem, "omuzlarından öne eğimli duruşuyla, özgüvensiz bakışıyla" geleneksel özelliklere sahip bir karakterdir (Dinar Dizdar, 2021, s. 57). Yine göstergesel olarak bakıldığında, karakterin saç bölgesi kapalıdır, pastel krem tonlarında pardösü ve mavi-pembe tonlarında tesettürü vardır. Geleneksel ve modern modada postmodernizmle bir araya gelmiştir. Seküler yaşam tarzı olarak dönemin farklı ya da zıt tarzları da bir araya getiren çelişkisi vardır. "Postmodernist eserler, popüler kültüre ve geçmişteki modernist eserlere ait maddi fragmanların, müellifin yorumu veya ironik mesafesi olmaksızın yanayana getirildiği bir -görsel, sinematik veya edebi- kolaj pratiği olan pastiş teknikleriyle iş görürler" (Adorno'dan akt. Boucher, 2016, s. 120). 1980 ve 1990'lar Türkiye'de İslamcı hareketin yükselişe geçmesiyle pardösü ve tesettür giyim pazarının oluşması ve gelişmesi üzerine Navaro-Yaşın (2022, s. 233-237), kimlikler üzerinden yürütülen piyasa mücadelesinde

kadın giyiminin en simgesel unsur olduğunu belirterek "Meta olarak Tesettür"e yer verdiği çalışmada tesettür giyim mağaza sahiplerinin çoğunun tesettür giyimi benimseyen kadınların ucuz örtüleri ve pardösüleri tercih etmediklerini, yatırım yaptıkları en önemli giysinin bu olduğunu düşündüklerinden özellikle kaliteli malları aldıklarını ve bunların bedelini ödemekten kaçınmadıklarını ifade ettiklerini kaydetmiştir. Bu çerçevede tarzların metalar üzerinden çeşitlendirilerek sürdürülmekte olduğu söylenebilir. Dizi karakteri çekingen genç bir kadın temsilidir. Dizi ise Netflix dizisidir, Netflix ise cinsellik çağrışımlarıyla bilinir, ancak bu dizi için bu geçerli değil, zıt kutuplu bir anlayışa sahiptir. Açık ve örtük anlamlarıyla dizi metaforlar doludur, ancak Mona Lisa'nın modern sunumu ve Rönesans' temsili ile birlikte modern dönemin karşıtı olan gelenekselliğin bir arada ikircikliği sunması burada dönemsel değişkenliğin mesajını da izleyiciye gönderir. Bu da dolayısıyla Yeni Mona Lisa'nın "Meryem" olduğu mesajını karşımıza çıkarabilmektedir. Meryem, adı dolayısıyla dinler arasındaki kutsiyetiyle de (Hz. Meryem/Meryem Ana) bilinir. Bu da karakteri metinlerarasılığında dinden etkilenen isimler kategorisine taşır. Dolayısıyla kadın temsili gerek Meryem karakteri gerek Mona Lisa adına dini figürü de akla getirir⁴. Geleneksel bir kadın temsili olan Meryem, postmodern dönem uzantılı Yeni Mona Lisa olarak sunulurken Mona Lisa'nın el duruşu da Meryem'in karakteristik özelliğine denk düşerek "el pençe divan duran" bir özelliğini de vurgular. Başta önde, boynu bükük duruşuyla gelenekselliğin altı çizilirken temsil edilen kadın Meryem itaatkâr ve/veya sadık, evcimen ve mülayimdir. Duruş Türk-İslam ibadet anlayışındaki -namazdaki el bağlama hareketle birlikte karakterin geleneksel özelliğiyle de bütünleştirilmiştir. Meryem'in pardösüsü yerine

3 Portre tablonun arkaplanını oluşturan manzara bölümünde "insan yoktur, yalnızca kayalar, nehirler –sanatçının gözde motiflerindedir-, yollar ve bir de su kemeri vardır. Garip biçimde sol ve sağ parçalar birbiriyle eşleşmez, ufuk çizgileri de farklılık gösterir. Kadın figür bir sandalye üzerinde oturur, kolları ve son derece güzel bir biçimde çalışılmış eller sandalyenin kolu üzerine yerleştirilmiştir." (de Rynck, 2020, s. 107).

4 Rönesans portrelerinde kişilerin toplumsal konumlarını ifade edecek biçimde gösterişli giyindiklerini hatırlatan Şakı Aydın (2018, s. 97-98), Mona Lisa'da geleneksel statü sembolleri bulunmamasının da Vinci'nin eserini "doğanın güzel bir örneği" haline getirmesinde etken olduğunu belirtmiş ve Mona Lisa'nın 16. yüzyıl kutsal resimlerdeki Meryem figürlerini andırıldığını altını çizmiştir.

Mona Lisa'nın elbise bölümü üzerinde karakterin tesettürünün bulunduğu imajı yedirilmiştir. Meryem dini çağrıştıran özelliğiyle de kutsallık taşıyan bir yandan karakterin doğasına uygun düşmekte öte yandan Mona Lisa'nın benzersiz kutsiyetine denk düşmektedir. Bu haliyle Mona Lisa ise "Bir Başkadır". İroni ve metaforik anlatıma sahip bu görsel, çalışma adına yapısökümün de en belirgin örneği olmaktadır.

Bir diğer görsele bakıldığında, yine kültüre adapte edilmiş bir Mona Lisa çıkmaktadır. Bu kez dizi karakterine ilham olmamıştır, ancak "içimizden biri gibi" bir samimiyetle gelin olmaktadır. Türk kültür geleneğindedüğünarifelerindekikinagecelerinden biri yapılmaktadır. Bu kez gelin sandalyesinde oturan "bizim kız" Mona Lisa'dır. Sanki Türk-Müslüman coğrafyasında doğmuş, yetişmiş, kanlı canlı yaşayan bir insan gibi kişileştirilmiştir. Oturma pozisyonu tablonun durağanlığından denk düşse de resme hareketlilik unsuru katılmıştır. Burada odak nokta bir obje eş deyişle gelinin oturtulduğu sandalyedir, zira Mona Lisa da bir sandalyede oturmaktadır. Hareket unsuru katan ise gelenek sırasında gelinin arkadaşlarının/nedimelerin gelinin çevresinde dönerek ve ellerinde mumla birlikte kına gezdirerek şarkı söylemeleridir. Gelin ise ağlak durumda, aile eviyle duygusal bağlar yaşamaktadır. Mona Lisa'nın burada güleç ve ağlak durumuysa bir gelinin doğasına bir deyişle denk düşmektedir: "Hem ağlarım hem giderim". Mutlu bir evlilik kurmak adına aile evinden ayrılırkenki ağlama burada kastedilir. Bir bakıma "zafere giden yolda çekilen çile kutsaldır". Burada bireyi farklı bir yaşamla mücadelenin başlangıcı için eski bir alışkanlık haline gelen yaşamın terki anlatılmaktadır. Bu ruh durumu da Mona Lisa'nın doğal biçimidir, yüz ifadesidir, sembolik doğasına karşılık gelir. Yanan mumlar, kına tepsisindeki kırmızı kurdaleler gelenekselliğin simgesidir. Eski ve nostaljik bir unsur olan mum, romantizmi de simgeler. Burada da duygu yüklü an'ı karşılık verir. Mona Lisa, öte yandan, "evlilik çağı"na gelmiştir. Bir yaşam evresi gibi, kültürel bir "bizlik" kurmanın yoludur. İnsanın doğasınca evlilik kutsal olsa da Mona Lisa da insanın evrelerine aidiyetiyle burada dikkat çekmektedir. Bir imajında hemşire, bir imajında öğrenci, bir

imajında kucağındaki bebeğini emziren annedir. Tüm bunlar da ona "kutsiyet" yükler, oysa zaten insanlık tarihinde kültür ve şimdiki izleyicisinden yaşıdır, eskidir. Ama resimlerin yaşı olmadığından Mona Lisa hep aynı imaj yerine imajı manipüle edilerek veya çarpıtılarak hatta buradaki gibi Türk kültürüne de adapte edilerek "asimile olan" bir vatandaşı canlandırmıştır. Bu imajla milli duygulara seslenilir: Batıyı alt eden Doğu imgesiyle "Yerli Mona Lisa" Batı kaynaklarında Doğunun alt edilmesi aksine mağlup değil galip gelir. Tepsi figürün önünden tutulur, bu da bir kadın eliyle yansıtılmıştır. Arkasında iki gerçek kadın fotoğrafı flu olarak verilmiştir, gerçeklik ve dinamizm bir arada sunulmuştur. Fotoğrafın müziği, duyulmasa da kına gecelerinin unutulmazı "Yüksek Yüksek Tepeleri"dir. Zira genelde bu şarkıyla gelinin çevresinde dönülür. Amacı da yine geçmişini hatırlatıp (aile miti ekseninde "annesini, babasını, köyünü" özleterek) gelini ağlatmaktır. Kına yakmadan mumlar yakılır, gelinin başında kırmızı bir duvak bulunur (simli pullu kırmızı duvak detayı görselde de es geçilmemiştir) ve çevresindekilerden yükselen bu nağmelerle gelin çevresinde dönülür. Bu sırada Mona Lisa'nın görsele yansıyan an'ı klişe öyküyle algıda tamamlanır ve samimi-dostâne-duygusal bağ ile daha önce evlenen/evlenecek kimselerle de özdeşlik kurarak bir yaklaşımla izleyiciye seslenir.

Çığlık

Çığlık, Edvard Munch'ın fırcasından 1893 yılında ortaya çıkan korku, acı, sancı ve umutsuzluk imgelerindedir. Orijinal adıyla "Doğanın Çığlığı" (The Scream of Nature) olan bu resim, Munch'ın 1893-1910 yılları arasında yaptığı aynı konudaki dört eserden biridir. Resmin arka planında yer alan figürler tasasız biçimde yürürlerken öndeki figürün kurukafayı andıran özellikleriyle elleriyle korkmuş bir durumda başını tutması dikkat çekmektedir. "Tablonun içerisindeki çığlık atan figürün cinsiyetinin belli olmamasının nedeni sıkıntıların, yaşanmışlıkların ve duyguların cinsiyet ile ilişkisinden öte insan olmak ile ilgili olduğu vurgusudur" (Edvard Munch - The Scream/"Çığlık" Tablosunun Hikâyesi, 2022). Çığlık, 30 yılı aşkın sürede hazırlanmış ve Munch tarafından "yaşamın,

aşkın ve ölümün şiiri” olarak tarif edilen “Yaşam Frizi” adlı serinin bir parçasıdır. Figürün meşum halindeki korku ve dehşetin, kompozisyonda tekrarlanan dalgalı şekillerle aksettirildiği görülür (...) Girdap gibi dönen çizgilerin ve doğal olmayan güçlü renklerin endişe duygusunu vurguladığı söylenmektedir (Pankhurst ve Hawksley, 2018, s. 183; Hodge, 2022, s. 118). Gün batımı sırasında gerçekleşen bir an tuvale yansımıştır. Ressamın günlüğünde “doğanın çılgınlığı”nı hissettiği ve yorgun olduğu kaydedilmiştir, ancak burada ön plandaki figür kendisiyle özdeşim kurulduğu süreç dikkate alınırsa ötedeki figürlerden gerek çılgınlığı hissetmesi açısından gösterdiği mimikle gerekse de trabzanlara yaslandığı düşünülürse ayrıışmaktadır. Nitekim bir yerlere dayanmak gücün azalışı, yaslanılan yerden de bu yüzden destek alınmasıyla bütünleşir. İzgören (1998, s. 82), elin yanağa dayalı duruşunu değerlendirirken işaret parmağının beyni göstermediği durumda dinlenilmediğinin vurgusu şeklinde özetlemiştir. Burada da figürdeki rahat tavır ve alaycı bakış bu durumu destekleyicidir.

Görsel 4
Çılgılık



Görsel 5
"Çılgılık"



Görsel 6
"Çılgılık"



Çalışmaya dahil edilen örneklere bakıldığında, ilk replikada Mona Lisa'nın kendinden geçmiş hali ve karşısında "Çılgılık" atan kimseye karşı umursamaz tavrı dikkat çeker. Tablolar bu anlamda birbiriyle ilişki kurularak birer anlam ifade etseler de ayrı değerlendirildiğinde de farklı anlamlar aktarmaktadır. Söz konusu tablo burada gerçek bağlamından da kısmen kopararak (arka plana bağlı kalınarak "Çılgılık" olduğu bellidir) figür yeniden anlamlandırma sürecine girmektedir. Woodward (2013, s. 110) buna ilişkin olarak, egemen kültürel söylemlerin bizi düzgün veya geleneksel tarzı belli bir şekilde görmeye ittiğine değinerek ideolojik kod ve sembollerin belli bir toplamı üzerinden değil de, tamamen doğal ve Barthes'ın bahsettiği "tarihsiz" bir şey olarak görmeye yönelttiğinden söz etmiştir. Nitekim bu tabloda "Çılgılık" atarak üç boyutlu bir hale gelmiş ve adeta tablodan çıkmıştır. Üç boyutlu filmlerde olduğu gibi bir durum söz konusudur. Burada korku ve coşku durumu eş deyişle kendini kendinde tutamama ve dışavurma yanı sıra ressamın dışavurumculuğuna gönderme yapılmaktadır. Ayrıca ana karakter olarak ön plandaki figür 1996'daki "Mars Attacks!" filmindeki Marslı karakterlerden dolayı tanıdık gelmektedir. Yine figür, 1994'te Jim Carrey tarafından beyaz perdeye taşınan çizgi karakter "Maske"ye ("The Mask") benzerliğiyle dikkat çekmektedir. Filmler resimlere ya da resimler filmlere göndermede bulunan ana kaynaklardır. Benzer olarak, Alfred Hitchcock'un Psycho (1960) filmi bir sahnesinde Munch'ın Çılgılık tablosuna göndermede bulunur (Aktulum, 2018, s. 324). Gözün yuvalarından fırlarmışçasına irileşmesi, ağzın sona kadar açılarak alın bölgesinin çatılması ve genişlemesi burada "Çılgılık"ın ne için atıldığını belirsizleştirmiştir.

Bağlamına göre bu bir durumsa her duruma ayak uydurabilmektedir, dolayısıyla her bağlamda yeni bir anlam kazanabilmektedir. Burada Mona Lisa'nın kilolu ve omuzları açık haline dikkat çeker gibi bir Çıglık söz konusudur. Bu durum şaşırma durumudur. Mona Lisa'ya diğer tablodan bakması, aynı tabloda yer almayışları komşuluk ve bağlılık durumunu perçinlemekte ve algıda tamamlayıcılık ilkesiyle örtüşmektedir. Mona Lisa ise bu durumu takmaz bir ifade sergilemektedir⁵. Tablolar birbirleri arasında olduğu kadar kendi unsurları arasında da eklettikbiryapıyasahipolabilmektedir. Örneğinvan Gogh'un "Yıldızlı Gece" tablosu Çıglık'ın arka fonuna adapte edilerek iki resim bir arada bir anlam ifade edebilmekte, bu da hem metinlerarasılığı hem de göstergelerarasılığı etkilemektedir. Aktulum'a göre (2020, s. 17) göstergelerarasılık iki farklı gösterge dizgesi arasındaki (örneğin yazının resimle, resimin müzikle vb.) alışveriş işlemini, değişik gösterge dizgelerine ait yapıtlar arasındaki açık veya kapalı ilişkileri belirtir. Aynı zamanda bu, postmodern yapıların farklı imajları bir araya getirerek yeni bir tarz yaratması, ama yine de taklitten öteye gidememesi ya da özgün olamaması, ikircikli-çelişkili olması durumunu da desteklemektedir⁶. Figür tek başına alınarak da bir küpede veya kahve üzerine çizilen resimde farklı imajlar sergileyerek farklı anlamlara kapılar aralayabilmektedir. Smith'e göre (2007, s. 294), postmodern çalışma parçalı olma, pastiş ve yabancı sözcükler kullanma, uzman bilgisi olmaksızın yoruma kolayca ulaşma eğilimi gösterir, tarzı ironiktir ve altkültür-üstkültür keskinliğini flulaştırır.

Diğer figüre bakıldığında ise, bu kez yüzdeki ifade ya da mimiğin dışavurumuyla Çıglık'ın "sevinç çıglığı"na dönüştüğü fark edilmektedir. Bunu da kollardaki duruş destekler. Nitekim ellerin yüze konumu korku anlamındaki çıglıktan sıyrılarak

burada kolların yüze gitmeden yukarı kaldırıldığı görülmektedir. "Okey" anlamına gelen ellerin yukarı kalkışıyla baş parmakların işarete dayalı duruşu ve yüzdeki hafif gülümsemeye ağzın çıglıktaki gibi iki kısımda aralanışı süregitse de figür daha rahat bir hareket sergilemektedir. Bir önceki figüre göre orijinaline daha yakın iki boyutlu olan görselin arka planında aynı figürlerin yer aldığı görülse de orijinaline göre daha basit çizildiği fark edilmektedir. Turuncu, mavi ve sarının detaysız yer aldığı doğa manzarasında ön figüre dikkat çekilmek istendiği için arkaplan detaylarına yer verilmediği anlaşılmaktadır. Böylece arka plan daha flu, ön figür daha göze çarpmakta ve mizah da burada devreye girerek figürün orijinalindeki halini terk ederek acısını dindirdiği ve rahata kavuştuğu mesajı verilmiştir. Buradan hareketle eskinin kaygısı yerine yeninin mutluluğuyla yer değiştirdiği bir imaj da çizilmiştir. Bu, Çıglık'ın "her şey okey" parodisi olarak okunabilir. Orijinal tablo, "insanın korku ve dehşet dolu bir dünyada yaşadığını anlatır" (Sekmen, 2019, s. 7). Oysa burada yüzde şaşkınlık veya kaygı yoktur. Korkmamakta, ellerin dilinden yüze vuran ifadede gülümsemekten ağzın aralandığı bir imaj karşımıza çıkmaktadır. Var olan yapının yerine yenisi konulmuştur, ancak figür varlığından yine de ödün vermemiştir, zira imajı değişmemiş yine aynı giysi ve fiziki unsurlarla donanımlıdır. Postmodernizme göre de hiçbir şey yeni üretim değildir, aslında her şey birbirinin taklididir. Burada da asıl işlenen, orijinali olmadan başlı başına figür bir anlam ifade etmemekle, orijinalinden esinlenerek figüre yeni bir yorumlama biçimi geliştirilmektedir. Nitekim "postmodern kültürel kuramcılar da kendilerini genellikle yorumcu olarak düşünmeyi tercih etmektedirler. Bununla birlikte fikirlerin değişimini ve sağlıklı, dönüşlü eleştiriyi teşvik eden söylemlerin taşıyıcıları olarak kendilerini görmektedirler" (Smith, 2007, s. 317-318).

5 Aktulum (2016, s. 170-171), Peter Saul tarafından yeniden resmedilen Mona Lisa'nın yediği pizzayı kustuğu versiyonunu açıklarken aslında resmin kendisinin de bir tüketim nesnesi olduğunu belirtir. Saul'ün resmindeki Mona Lisa'nın alabildiğine deforme edilmiş, çirkin görünüme sokulduğu ve yüzünden terler aktığı belirtilir. Alıntılanan görüntü o kadar ticarileştirilir ki "iç bulantısı duymamak elde değildir" şeklinde yorumlanmış ve Saul'ün görüntüye abartılı bir şiddet imgesi katarak saldırgan hatta yergisel bir etki yaratarak izleyiciyi güldürdüğüne değinilmiştir.

6 Smith ve Riley (2021, s. 187), Derrida yorumuyla muğlaklık, belirsizlik ve kararsızlığın kesin ve nihai olanı ortaya çıkarmaya yönelik yoğun çabalar olarak görüldüğüne değinmiş ve metinlerin daima yazarların söylemeye niyetlendiklerinden daha fazlasını anlattıklarını vurgulamışlardır.

Vincent van Gogh'un Self Portresi

1889'da bir yıl süresince gönüllü olarak kalacağı akıl hastanesinde kendi portresini çizen Vincent Willem van Gogh, bir yıl sonra Paris'e yakın Auvers-sur-Oise'a taşındıktan birkaç ay sonra kendini göğsünden vurarak intihar etmiştir (Pankhurst ve Hawksley, 2018, s. 201). Mavi, sarı, kırmızı tonlarını kullandığı resimleriyle bilinen van Gogh'un kendini resmettiği portresinde de bu renkler egemendir. Kendisinin nasıl yüz hatlarına sahip olduğu, bakışı, duruşu bu portresinde kendisini gösterir. Sanatçının akıllardaki imajını somutlaştırmak amacıyla otoportreler resmi üreten sanatçılar hakkında bilgi vermektedir. Olduğu gibi mi olması gerektiği gibi mi çizdiği ise yaşama bakışına dair ipuçları sunar. Portrelerine dair yazdığı notların birinde de şöyle bir ifadesi kaydedilmiştir: "İnsanlar kendini tanımanın zor olduğunu söyler, ancak kendini resmetmek de kolay değil" (5 Things You Need to Know About van Gogh's Self Portraits, van Gogh Museum). Diğer tablolara bakıldığında Mona Lisa, Çiğlik ya da İnci Küpeli Kız kurgusal karakterlerden oluşur, kim oldukları veya yaşayıp yaşamadıkları belli değildir ya da üreticileri tarafından bilinmektedir ancak burada öyle bir özellik bulunmamaktadır. Kendini resmeden ressam tarihe kaynaklık ederek akıllardaki imajını kendi yaratmıştır. Nitekim yetişkinlik dönemine ait 1888'de sanatçının topluluk içindeki bir fotoğrafı da bulunmuştur. Fotoğraftaki hali de aslında iddiadır, zira otoportresindeki haline benzerlik taşıdığı için fotoğraftakinin ona ait olup olmadığı tartışma konusu olmuştur. Öte yandan, sanatçıların üretkenlik yanları yanında, realistik, mistik veya komik (kendisiyle alay eden) biri olup olmadığı bu portrelerde kendini ele verir. Burada da van Gogh'un sert mizaçlı bir duruşa sahip olduğu anlaşılır. Dolayısıyla sanatçı düz anlamında köşeli bir çehreye sahiptir. Yansıyan yaşlı olgunluk çağına denk gelmektedir, çizdiği an üzerindeki giysiler resmi bir imaj sergileyen gömlek ve ceketten oluşur ki bu da yan anlamında van Gogh'un oturaklı kişiliğine işaret etmektedir. Renkli gözlü (yeşil) ve kırmızı saçlı olduğu yine otoportre sayesinde anlaşılmaktadır.

Görsel 7

van Gogh'un Otoportresi



Görsel 8

"van Gogh'un Otoportresi"



Görsel 9

"van Gogh'un Otoportresi"



Görsellerdeki örneklerde, postmodern dönemle birlikte van Gogh'ta da "kendini salmış/salaş", "cool", "rahat tavır" dikkat çekmektedir. İmajı karikatürize ve modernize edilerek sunulmuştur. Portre, her iki görselde de tek başına verilmemiştir. Bilinmezlik ekseninde kendisine hatırlatıcı,

destekleyici-yardımcı modellerle bir araya getirilerek sunulmuştur. Görsel 8'de kurgusal karakterlerle görüntülenir; Görsel 9'da ise kendi gibi ressam gerçek diğer kişilerin otoportreleriyle bir araya getirilmiştir. Kurgusal karakterlerin kendisine eşlik ettiği görsel aslında bir ABD yapımı sitkomun parodisidir. 6 kişinin başrol olduğu gençlik-arkadaşlık dizisi olan Friends'te hepsi birbirine benzer yaşta 6 arkadaşın ayrı ve birbiriyle etkileşimli diyaloglarının yer aldığı yaşamları konu edilir. Burada da öteden beri üretim tarihleri birbirine yakın portreler -15 ve 19. yüzyıl arasında-günümüze kadar gelerek hâlâ genç kalabildikleri ya da yaşamdan çok da etkilenmeden (yılanmış şarap gibi metaforuyla) gençliklerini korudukları mesajı izleyiciye aktarılır. "Friends" dizisindeki 3 kadın 3 erkek karakter yapısı bozunuma uğrayarak burada ünlü ressamların ünlü tablolarındaki ikonik figürler olarak yer değiştirmiştir. Bedenleri aynı kalsa da kafaları tablolarındaki figürlere monte edilerek iki farklı yapı bir araya getirilmiş ve yeni bir anlam çıkarılmıştır. Burada gençlik, dostluk, teknoloji, dolayısıyla mutluluk mitinin yeniden üretildiği görülür. Çarpıtma, manipüle, aynalama gibi tekniklerle sağ-sol bakışları gerçekçi kılınmış ve fotoğrafa yeni bir anlam yüklenmiştir. Bu fotoğraftaki algı da Friends'teki algıyla ekilir, böylelikle iki yapı birbirine eklenerek ve yeniden üretilerek dizi ve resimi bilenler için yorum çerçevesinde bağlamsal ve biçimsel olarak apayrı bir anlam üretiminde bulunmaktadır. Sandro Botticelli'nin "Venüs'ün Doğuşu"ndaki (1485) Venüs, dizide Jennifer Aniston tarafından canlandırılan Rachel'in⁷; Johannes Vermeer'in "İnci Küpeli Kız"ındaki (1665) figür, dizideki Courteney Cox tarafından yaşam verilen Monica'nın ve Lisa Kudrow'un Phoebe karakteri yerine de Leonardo da Vinci'nin Mona Lisa'sındaki (1503) figürün tabloda yer aldığı görülmektedir. David Schwimmer'ın oynadığı Rose karakteri, yeni üretimde Vincent van Gogh tarafından oluşturulan van Gogh'un kendisi (1889) olarak yaşam bulurken; Matthew Perry'nin oynadığı Chandler karakteri, Agnolo di Cosimo'nun "Bir Genç Adamın Portresi"ndeki (1540) Bronzino

("Bronzino" adıyla bilinir ve resim kendi portresidir) ve Matt LeBlanc'in oynadığı Joey karakteri, Michelangelo Caravaggio'nun eseri "Çocuk ve Meyve Sepeti"ndeki (1593) erkek figür olarak yeni yaşamına devam etmektedir(!) Böylelikle tablonun amacı da aslında bilinen oyuncular ve figürler arasında özdeşlik sağlayarak izleyiciyle daha önceye dayalı geçmiş bir duygusal bağ kurulmasıdır. Renkli noktalı eğlenceli fontuyla "Friends" yazısı da diziye bilenler açısından gönderme taşır.

Vincent van Gogh'un tek başına sunulmadığı diğer görseldeyse bu kez yanında kendi gibi ressam arkadaşlarının otoportreleri ressama eşlik etmektedir. Bu isimler Frida Kahlo ve Salvador Dalí'dir. Bu ise bir filmin görselinin montajıdır. Quentin Tarantino'nun yönetmen koltuğundaki "Once Upon a Time...In Hollywood" filminden başrollerini Leonardo di Caprio ve Brad Pitt'in paylaştığı görselin versiyonuna yer verilmiştir. Yukarıdan çekilen bakış açısıyla figürlerin aşağıda araç içerisindeki konumları kadrajdaki yerini alır. Orijinal karede Brad Pitt direksiyon başındayken burada van Gogh aracın başındadır, nitekim tablonun arka fonunda bulunan manzara eş deyişle gökyüzü motifi de tanıdık bir manzaradır. Bu "Yıldızlı Gece" tablosudur ve tablonun imzası van Gogh'tur. Bu yüzden van Gogh ağırlıklı bir tablo üretilmiştir. Hem portre hem manzarasıyla van Gogh'a ait iki eser tek bir eserde buluşturulur ve kareye yedirilir. Çıktısında 3 ressamın 3 otoportresi ve 1 manzarasıyla içerisindeki kendi dahil -yalnızca kolajdan oluşan baskı eser- 5 eserden 2'si van Gogh'a aittir. Bu da beden dili okuması yapıldığında yaygın oturuşuyla ve ön plandaki duruşuyla van Gogh'a gönderme yapmaktadır, zira egemenlik alanı van Gogh'ta fazladır. Frida tablodaki tek kadın olarak iki kişilik yerde oturur bir tavır sergilemektedir, oysa arka koltuğun rahatlığı onu cezbetmektedir. Bunu da sigara görseliyle keyif yaparak yolculuğunu sürdürdüğü imajıyla yansıtır. Bir ve/veya birden çok eserin bir araya gelip yeni bir anlam ifade ettiği ya da anlam üretim sürecinde bulunduğu yapı postmodern eserlerin doğasında

7 "Aşk Tanrıçası Venüs, dünyaya güzellik getirir"(de Rynck, 2020, s. 86). Dizide de sarışın ve flörtöz karakteriyle Venüs'e en uygun olan Rachel'dir.

bulunur. Üstü açık nostaljik otomobil, renkli çiçek tarlaları ve beraberinde mavi bir gökyüzü ile yaz mevsimi vurgulanır. Yine Pitt'in yerine bulunan van Gogh'un üzerindeki siyah tişört de yaza vurgu yapan materyaldir. van Gogh, şoför mahalinde oturuş pozisyonundayken ön cama sağ kolunu uzatmıştır. Diğer eli çenesinin altında düşünür pozisyonundadır. Orijinalinde Brad Pitt de aynı durumdadır. Burada "van Gogh yaşıyor olsaydı Pitt gibi bir bedenesahip olurdu" gibi bir anlam okuması da yapılmakta, ayrıca durum gençlik, erillik, güzellik ve teknoloji mitlerine göndermede bulunmaktadır. "Bazı erkekler geleneksel erkeklik ve erkek iktidarında algıladıkları kriz karşısında, kuşatma altında görülen söz konusu geleneksel erkeklik normlarında kök salan estetik "beden çalışmasını" olumlu anlamlandırmaya yönelik bir yorumlayıcı strateji kullanır (Smith ve Riley, 2021, s. 395). Pitt'in yanında Leonardo Di Caprio'nun oturduğu yerde ise ikonik bıyıklarıyla da tanınan İspanyol Ressam Salvador Dali bulunur. Di Caprio'nun takım elbisesi ile objektiflere bakarak poz verir. Karede arka koltukta filmin yönetmeni Quentin Tarantino yerine Frida Kahlo'nun oturduğu görülür. Orijinal karede Pitt'in arka sırasında bulunan Tarantino'nun aksine Kahlo'nun Di Caprio'nun arkasına denk geldiği görülür. Frida, elindeki sigarasıyla arkada kendinden geçer bir halde keyif yapmaktadır. Yüzü önüne dönüktür. Bacakları ayırık oturmuştur. Sol ayağını koltuğa doğru (Pitt'in arkasına gelecek biçimde) uzatmıştır. Kafasındaki çiçek buketi ve kaşlarının bitişikliği Frida'nın ikonik göstergeleridir. Burada da arka plandaki çiçek renklerine benzer tonlarda çiçek desenli uzun bir etek giydiği görülür. Dyhouse'a göre de (2015, s. 64) çiçekler dişilikle ilişkilendirilmekte, kadınlar daima çiçeklerle kıyaslanmakta ve bu yüzden sıkça çiçeklere kadın isimleri verilmektedir. Frida da şair ya da ressam erkek egemen dünyasında öncü bir kadın temsilidir. Çiçek onu kadınsılaştırırken kadın olma özelliğini de çiçek üzerinden göstermektedir. Etek ve taç burada kadının dünyasına aitliğini vurgular.

Bunu ise üzerindeki ceketle kırmaktadır. Figürün üzerinde gri kareli bir maskülen ceket bulunur. Kırmızı çizmeleriyle figür yine dikkat çekmektedir. Bej deri koltuklarıyla aracın iç dekorasyonu orijinalinin aynısıdır. Turuncu üstü açık aracıyla üç ressamı bir araya getiren bu üründe mekân tasarımı yanında, arka plan unsurları, manzara ve gökyüzü bütünlük içerisinde sunulmuştur. Orijinalinde yönetmen arka koltukta otururken burada Frida yönetmen koltuğundaymış gibi rahat tavrıyla dikkat çekse de kaptan şoför mahalindeki van Gogh'tur zira diğer iki ressamın iki otoportresi yer alırken van Gogh iki çalışmayla bu üründe kendini gösterir. Üç ressamın kendilerine ilişkin ikonik göstergeleri de burada dikkat çeker. Bu bağlamda Dali'nin bıyıklarının şekli, van Gogh'un kırmızı saç ve sakalı, Kahlo'nun ise çiçekli saç tacı ve bitişik kaşları tek bir resimle bir araya getirilir. Ve unutulmamalı ki bunlar da aslında gerçek kimselerin birer temsilidir. Aktulum (2020, s. 82), en bilinenleri arasında bu durumu şöyle örnekler:

Mona Lisa'nın portresi değişik amaçlarla yeniden resmedilir. Aklimıza Marcel Duchamps'ın Mona Lisa üzerinde gerçekleştirdiği dönüştürüm işlemi gelir: Sanatçı L.H.O.O.Q'da Salvador Dali'nin bıyığını ve küçük bir sakalı Mona Lisa'nın yüzüne ekler, böylelikle resim üzerinde parodik bir dönüştürüm işlemi gerçekleştirir. Bilinen en önemli resim yıkıcı işlemlerinden biridir bu, çünkü Dadacı ressam Duchamp, bu yolla hem sanat tarihinin temel bir yapıtını hem de klasik yapıtların deposu durumundaki Louvre Müzesini eleştirir.

İnci Küpeli Kız

Johannes Vermeer ile anılan İnci Küpeli Kız, 1665'te üretilmiştir. "Kuzeyin Mona Lisası" veya "Hollandalı Mona Lisa" olarak anılır ve resmin odak noktası tablonun adında da anılan İnci Küpe'dir. Tablo üretimisıra kitapve filmeesin kaynağı olmuştur.⁸ Karanlık yüzeyde dikkat çeken ön plandaki tek figürün yüz ifadesi, bakışlarıdır. Bu resim bir portre türü olduğundan giysisin de farklı olduğu görülür. Kadın figürün yüzüne yansıyan ışık yüz hatlarındaki detayları sergilemek üzere kullanılmıştır. Gölge

8 2004'te Scarlett Johansson (Griet) ve Colin Firth'ün başrollerini paylaştığı dram, romantik ve biyografik türündeki "İnci Küpeli Kız" filmi Peter Webber tarafından yönetilmiştir. Hizmetçi-hırsızlık klişesi üzerine kurulan filmdeki çatışma, tablodaki gibi izleyiciyi küpelere odaklandırmaktadır.

ve aydınlıktan yararlanan resimde ayrıca dudak ve adında da geçen küpelerin parlaklığı dikkat çekmektedir⁹. “Girl with a Pearl Earring” orijinal adıyla Vermeer’in bu resminde kullandığı kadın figür günümüz dergilerinden reklamlarına kadar sembolik bir nesne haline gelir. Karaca reklamı bunun ilk örneklerindedir. Dünyanın inciyle üretilmiş ilk ve tek porselen yemek takımı “Fine Pearl” serisi çıkarken çekilen reklam filminde oynayan Tuba Ünsal burada tablodaki duruşuyla İnci Küpeli Kız’ı canlandırmıştır (İnci Küpeli Kız Scarlett değil Tuba Olmalıymış!, 2016). Bu anlamda manevi duygularla üretilen eser, reklamlarda ticari boyut kazanarak satışları yapılan ürünün maddesi ya da metası olmaktadır.

Görsel 10

İnci Küpeli Kız

**Görsel 11**

“İnci Küpeli Kız”

**Görsel 12**

“İnci Küpeli Kız”



Yöntemsel olarak belirlenen görsellere baktığımızda portrelerin renk ve çizgi unsurlarının değişmediği bu yüzden orijinalindeki göstergelere karşılık geldiğinden ikonik algıyı belirlediği söylenebilir. Renkler ressamın bir başka eseri The Milkmaid/“Sütçü Kız” ile benzer renkleri taşır. Görsel 11’de parodinin parodisi oluşturulmuştur. İnci Küpeli Kız yerine onun duruşunu taklit eden bir antikahraman ve Deathstroke’un parodisi olan Deadpool (Wade Wilson) yer almaktadır. İnci Küpeli Kız kırmızı maskeli süperkahraman yerine geçmiştir ya da onu taklit etmekte imajı verilmiştir. Deadpool, İnci Küpeli Kız’ın başlığını ve küpesini değiştirmeden elini ağzının olduğu yere işaret ederek bir duruş sergilemektedir. İnci Küpeli Kız, ressamın sevgilisi yerine geçen bir kadın temsilidir. Deadpool ise kurgusal bir karakter olarak burada iki karakteri bir araya getirmiş postmodern bir sembol niteliği taşır. Çağrışımsal özelliğiyle naif bir karakter yerine geçen eril güç göstergesi kahraman arketipiyle bir masal mitini de çağrışımsal özellikleriyle bu noktada gündeme taşır.¹⁰ Nitekim bu kolaj da Kırmızı Başlıklı Kız’da eril, kötü güç göstergesi kurtun; naif, zayıf ve dişil özellikler taşıyan babaannesi yerine geçmesiyle aynı mizahi yönleri nükteler. Eril, kötü güç göstergesi kurgusal karakter, bakışından ve

9 Tam da bu noktada yağlıboya resmi diğerlerinden ayıran şeyin nesnelere dokunabilirliğini, dokusunu, parlaklığını ve katılığını yansıtmadaki üstünlüğünü vurgulayan John Berger’in (2003, s. 88-89) yağlıboya nesnelere renklerini, doku ve sıcaklıklarını yansıtırken nesnelere bir yeri kapladığını hedef kitesine imleme yoluyla göstermesinden söz edilebilir.

10 Mitlerin ve masalların birçok ortak yanı vardır. Fakat kültürel kahraman, masallardan öte mitlerde dinleyiciye kendi yaşamında mümkün olduğunca benzemeye çalışması gereken bir figür olarak sunulmaktadır. Bir mit, tıpkı masal gibi içsel çatışmayı sembolik biçimde ifade edebilir ve nasıl çözüleceğini gösterebilir (Bettelheim, 2019, s. 34-35)

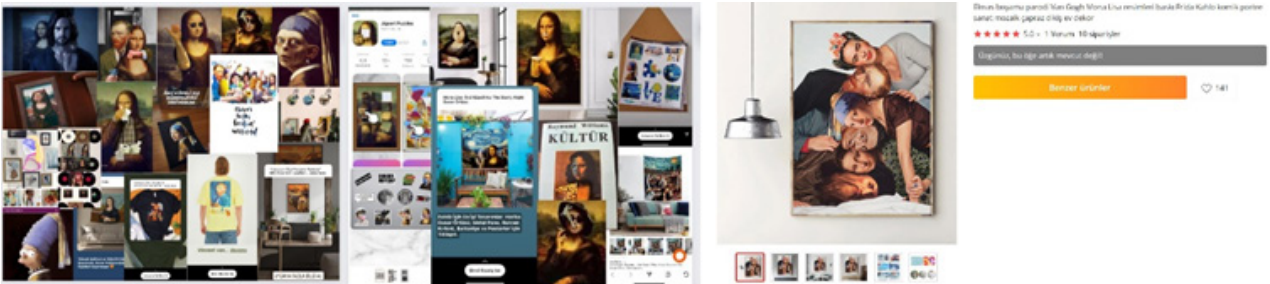
yüzündeki yumuşak hatlarından anlaşıldığı üzere bir kadın temsil yerine geçmektedir. Böylece eli yüzündeki dokunuşuyla kibar bir görüntü yaratan antikahraman gösterge sanki hiç çaktırmayan bir yıllanmış, kült ikonik gösterge olan “İnci Küpeli Kız”dır. Bedeninin çeşitli bölgeleri kırmızı ve siyah renkle ayrılan ve yüz portresine odaklı bu resimde de maskesiyle dikkat çeken deri kostümlü karakterin aynı zamanda mizahı kullanan cinsiyet vurgusu, sırtındaki silahının kemerinin pembe görüntüsüyle desteklenmiştir. Kurgusal yaratımında siyah olan silah askıları burada pembe verilerek de güldürü unsuru sağlanır. Bunun gibi ikonik hale gelmiş birçok sanatsal figüre popüler kültürde yer alan karakter ya da kahramanlar da dahil edilerek eklektik montajlar yapılabilmektedir. Ayrıca bu, baskı teknikleriyle çeşitli ürünlerin yüzeylerinde görmeye alışkın olduğumuz biçimde çoğaltılmaktadır. Burada çizgisel karakterlerden Simpsonların anne figürü Marge Simpson’ın da İnci Küpeli Kız yerine geçen portresi örnek gösterilebilir. Marge’in saçları olan mavi, İnci Küpeli Kız’ın başlığındaki mavi kısma denk düşerek çağrışımsal bir unsur yaratmakta ve karakterleri bir arada bütünleştirmektedir.

Bir başka görsel olan 12. Görsel’e bakıldığında da bu kez gözlük arkasından bakan bir İnci Küpeli Kız figürü izleyiciyi karşılamaktadır. Bakışları değişirse de bu bakışlar gözlük ardı bakışlara denk düşmekte ve böylece daha “cool” bir imaj -van Gogh’takine benzer biçimde- yaratılmaktadır. Eserin bu yeniden yorumlanan versiyonunda gümüş simli parlak gözlüğüyle göze çarpan figür, “hayata ışıltılı bakmaktadır”. Bu ışıltısını tümleyen başlığındaki mavi kısmın da burada gözlüğüyle uyum içerisinde olduğu görülmektedir. “Gümüş rengi, birlikte kullanıldığı tüm tonların etkilerini çoğaltır (...) Yaratıcılığı ve hayal gücünü geliştirir

ise bu rengin başka bir özelliğidir” (Arıtan, 1998, s. 21). Tablonun lengerlemesi “inci küpe” ve figürün parlayan dudakları, daha çok ışıldayan gözlüğü ve başlığı sayesinde ikinci planda kalır. Bu anlamda inci küpeler çok da bir anlam ifade etmemektedir. Sarı mavi yerine sarı gümüş rengi olan giysi aksesuarları elbette giysiyi de değiştirmiştir, zira figürün üzerindeki giysi sarı, pembe, turuncu ve beyaz çiçekli motifleriyle dikkat çekmektedir. Çiçekli giysi bir bahar havası taşımaktadır. Ve Frida’nın tacı ve eteği gibi kadına ait, burada da “İnci Küpeli Kız”ın kadınsılığını gösteren bir motiftir. Sosyal medyada ikonikleşen söz dizilerine (“caption”) dikkat çeken bir imajla “bu ışıltılı hayatı ben seçmedim” diyen İnci Küpeli Kız ortaya konulan yeni imajıyla bir sonraki çalışmaya, yeniden üretime ya da sosyal medyada malzeme haline gelen bu moda akımına ayak uydurmayı beklemektedir. van Gogh’un portresinin de içinde bulunduğu tablo örneklerinde görülen “İnci Küpeli Kız” figürüyle birlikte sosyal medyadaki dijital içeriklere bakıldığında da van Gogh ile birlikte ikilinin sevgili gibi pozlar verdiği görsellere sıkça rastlanır. Ayrıca bir araya getirilen figürler arasında bir film karesine benzer pozları da bulunur. Örneğin başka bir tabloda van Gogh Mona Lisa’yı rehin alır. Bir yandan görsel dijital kültürle ekilen medya algısı güzellik anlayışını bireye empoze ederek, güzel olmayanları da nesnelere üzerinden güzelleştirmeye yönelmektedir. Dolayısıyla nesne, güzelliğin ötesine geçerek bireyi de kaliteli, iyi görünümlü, güzel kılmaktadır. Burada da ışıltılı gözlük unsuru, kadın figürün önüne geçerek bugünkü estetik algıya seslenir nitelikte “fiziksel görünümünden memnun olmayan kişileri makyaj malzemelerinden, cilt bakım ve güzellik salonlarından, moda trendlerinden yararlanarak kendini güzelleştirdiği” savını desteklemektedir (Bakır, 2017, s. 128).

Görsel 13

Figürlerin birlikte sunumları: Kanvas tablolar ve tüketim nesnelərindeki baskıları



Öte yandan da ressamlar kendileri ve birbirleriyle olan ilişkilerinde parodize edilerek anılmakta, yaşatılmaktadır. Örneğin bir filmde, ana karakterin arkaplanında beliren bir tabloda kendisini hatırlatmakta ya da "Dinner For Schmucks"ta (2010) fare tarafından ti'ye alınan görsel gibi figürler taklit edilmektedir. Sosyal medyada fenomenlerin, çizgi filmlerdeki karakterlerin ya da fantastik film oyuncularının karikatürize edilen biçimleri yine bu tablolar üzerine yerleşmektedir. Kitap kapaklarında (Raymond Williams "Kültür" örneği) ya da albüm-plak kapaklarında (Cher örneği) da tablodaki figürler sıklıkla ilham olmaktadır. Tişörtlerden kırlentlere, sticker'lardan puzzle, küpe veya dijital oyunlara kadar da zamanında üretilen bu tablolar tasarım amaçlı kullanılmaktadır. Davut heykeli göğsüne işlenen veya kahve üzerine çizilen Çığlık tablosu öğeleri (resmin temsili) yine bunlara örnektir. Objeler yoluyla kullanılan araca göre de farklı sektörlere temel atan tablo figürleri; moda, dekorasyon, sinema, edebiyat ve kendi çerçevesi içindeki çerçeve olarak resim sanatında görünür hale gelir.

İnci Küpeli Kız'ın zafer işareti yaparak Çığlık figürünün köprüsünde onlara doğru geldiği bu sırada Mona Lisa'nın diğer iki figürün de önünde durarak ve elindeki akıllı telefonla poz vererek selfie çektiydikleri Yıldızlı Gece tablosu 4 ressamı da buluşturan (van Gogh, da Vinci, Vermeer ve Munch) bir günümüz kolajıdır. Yıldızlı Gece renk ve motifiyle Çığlık'ın fonu yerine geçmiştir.

Bilmeyen için sıradan bir resimken bilen için eklektik bu parçalar postmodernizm içerisinde benzer biçimlerde genellikle fark edilir. Bozunum ya da manipüle edilen görseller kolajlanarak bütün bir kompozisyonda sunulur. Böylelikle 4 farklı ressamca yapılan 4 ayrı tablo bir tabloda bir araya gelmiştir. Yapısöküm, metinlerarasılık ve yeniden üretim bu noktada önem taşır. Popüler kültür ürünü olarak bu selfie kültürü, yıldızlı gecelerde tıpkı gerçek ya da sanal diğer internet kullanıcıları gibi figürleri bir araya getirmiştir ve internet alışveriş sitelerinin müşterilerine sunmuştur. Birol (2023, s. 124-125), internetle birlikte dijital ortamlardaki alışverişin klasik alışverişe göre olumlu yönlerinin fazla olması nedeniyle en çok tercih edilen ortamlar olduğunu vurgulamıştır. Popüler kültürle birlikte dijital kültürün ürünü bu gibi metalar da kendi ortamında daha çok satış olanağı bulmaktadır.

Sonuç ve Tartışma

Popüler kültür okumalarında postmodernizm akımına ait özellikler çerçevesinde yapılan göndermeler ve metinlerarasılık sınıf-çatışma ve ayrımı ortadan kaldırmakla birlikte daha eklektik bir yapıya sokmaktadır. Kültürel miras niteliğindeki bazı ikonik görseller toplumların kolektif bilinçlerinde yer edinirken görsel içeriğindeki materyal olan çizgi, biçim, renk gibi unsurlarla kültürleştirilmektedir. Bu bağlamda Adorno da (akt. Boucher, 2016, s. 119) postmodernizm olarak nitelenen yüksek sanat ile popüler kültür

Görsel 14

Figürlerin birlikte sunumları: Döneme, ressama, yapıta ve stile ilişkin göndermeleri



arasındaki sınırın kaldırılması sonucu otonom sanatı kültür endüstrilerinden ayıran modernist stratejinin tahrip edildiğinin varsayıldığını hatırlatarak modernist eserlerin popüler kültürü çoğu zaman hicvederek kendi yüksek stilleriyle ticari klişeleri karşı karşıya getirmek yoluyla ironik biçimde tektipleşmeden uzaklaşmanın aracı olarak alıntılıdığını dile getirmiştir.

Tablolara bakıldığında sözsüz iletişim kodlarıyla donatılı, verdikleri mesajlarla hedef kitleyle doğrudan etkileşime geçen görselliğin ön planda olduğu görülür. Burada mizah kullanılırken beden üzerinden mizah yapılması söz konusudur. Bedensel mizah da görüntüye ve/veya görsele dayalıdır. Estetik kaygılardan uzak, estetiğin algıda hatırlatıcılığın ötesine geçemediği bir noktada ikonların söz konusu tavır, duruş, nesnelere uyumlulaşması, çağa adaptasyonu, yeniden biçim kazanmasıyla birlikte mizah amaçlı kullanıldığı gözlemlenir. "İdealbeden" yada "bodyshaming"/"dış görünüşle alay etme" direkt anlatımla ve/veya ironik biçimlerde sunulabilmektedir. Mizahın kullanılma biçimiye gündemin yoğunluğundan, sıradan ve demodeliğinden uzaklaşma çabasını göstermektedir. Bu doğrultuda da Eagleton'un (2022, s. 127) dediği gibi "karşılıklı kahkaha, gülen bedenin fiziksel olarak çözülmesinin zarar veremeyeceğini göstermesiyle, karşılıklı bir silahsızlanma biçimi olabilmektedir". Mizah, toplumları bu raddede de kaynaştırırsa ve birleştirirse de sanatın ve mizahın tektipleşmesi açısından bu durum ciddi bir soruna dönüşebilmektedir. Burada "görsel kültür, kültürel anlamlar üretmek konusunda, kültür içindeki estetik değerlerin, cinsiyet stereotiplerinin ve iktidar ilişkilerinin belirlenmesini ve bunların korunmasını görsellik merkezinde ele almaktadır" (Hatıpler, 2016, s. 33). Görseller incelendiğindeki genel sonuç da buna ilişkin çeşitli kültürlerden etkilenecek erkek ya da kadın figür fark etmeksizin metalaşmanın peşinde olduğu ve dolayısıyla kapitalist ideolojinin yeniden üretimine katkıda bulunduğu yönündedir. Tablolar dışında başka ürünler üzerinden metaların farklı örneklerce tartışılması ilerleyen dönemlerdeki çalışmalara önerilmektedir.

Öteden gelen kült göstergeleriyle ressamın bilinen tabloları ve kendileriyle özdeşleşen tarzları popüler kültür içerisinde biricikliğinden çıkarak yaygınlaşmıştır. Basım ve çoğaltma teknikleriyle, teknolojinin gelişmesiyle de dijital ekran yüzeylere taşınmıştır. "Kalem ve fırça yerine kodlar, programlar vardır. Asıl önemli olan oluşturulmak istenilendir. Düşünce, düşüncenin dışavurum biçimi, tercihler, seçim ve istek, sanatı oluşturma sürecinin parçasıdır ve teknoloji bunun için bir araçtır" (Avcı Tuğal, 2018, s. 253). Artun'a göre de (2015, s. 42) çokkültürlülüğün örgütlendiği, sanatla kültüralizmin birbirine kaynaştığı karmaşık ağlar dev bir küresel "makine" oluşturur; entelektüel ve bedensel enerjileri birbirlerine eklemeyerek, bununla semboller üreten sınırsız bir teknoloji" yaşama geçer. Yapısöküm çalışmaları açısından bakıldığında, üstkültür göstergesi olan tabloların kapitalist yaşam tarzı içinde meta olarak tüketilmesi, hedef kitesinde yarattığı ikircikli ilişkiyle dikkat çekmesi şeklinde okunabilmektedir. Bu ikilik tüketime işlevi olan sosyal statü ya da kimlik kazanma ve sınıf atlama çabasıyla birebir ilintilidir. Nitekim tabloyu meta olarak tüketen postmodern birey, tablonun üstkültür göstergesi olma özelliği dolayısıyla kültürel sermayesi zengin imajını sunmakta ve topluma kendini kazandırırken statükosunu ortaya koymaktadır. Bilmeyen kimseler için bu tablolar bir anlam ifade etmezken; bilen kimseler bunu kendisini yüksek kültüre ait kitleden biri gibi sunmaktadır, oysa yüksek kültürdeki ürünler aşaması zor olan, emek isteyen ve ticari kaygı gütmeyen niteliklere sahiptirler. Aksine popüler kültür ise "kâr zihniyetli yatırımcılar tarafından yalnızca parasını ödeyen izleyiciyi memnun etmek için toptan üretilen ve yüksek kültürden alıntı yaparak onu aşağıya düşüren" bir yapısı vardır (Gans, 2017, s. 43). Bu noktada doğal malzemelerden uzak, mizahın da dijital görsel kültüre eklemeliği bir kültüre ekilen bireyler için sanat ürünleri yalnızca meta olmakta ve sanatın anlamsal içeriği boşalmakta dolayısıyla lüks bir tüketim ürünü ya da objesi haline dönüştüğü görülmektedir. Zira "postmodernistler sanatta hiyerarşi kavramını reddeder ve elit kültür ile kitlesel medyanın sunduğu popüler kültürü ayırmazlar. Postmodernistlere göre hepsi yalnızca

sanattır ve biri öteki kadar iyi olabilir bu aynı zamanda orijinalliğin önemli olmadığı anlamına gelir” (Berger, 2018, s. 111). Orijinal ve replika arasında oluşan kaygan zemin ise parodi olarak benzer ifadeyle mizahı da içerisine alarak bugün sıkça sürdürülen bir tarzı ortaya çıkarmıştır. Yine bu belirsizliğin ortaya çıkmasındaki görülür eserleri olarak resim tablolarının somut örnekler gösterdiği bu çalışmada saptanmıştır.

Mizah unsuru kullanılan tablolarda ikonik figürlerin tavırları, tutumları, bakışları, yerleştirilen metinler ile sözleri, giysi ya da aksesuarları araçsal olarak kullanılan objeye bağlı iken içeriksel olarak günün moda olan konseptine göre değişim gösterir. Örneğin pandemi zamanı figürün eline yerleştirilen hijyen malzemeleri (çeşitli deterjanlar, kolonya vb.) ya da hastalığın belirtisine göre maske, peçete, soğuk algınlığı belirtisi olarak yanak ve burunda kızarıklık gibi göstergeler kullanılır. Ayrıca kimi görsellerde toplu selfie ve birbirlerine tamamlayıcı olmaları, kitap kapaklarında, duvar halılarında vb. yer almaları hepsinin genelleyici özelliğidir. Sonuçta tabloların orijinalleri düşünülürken, çizimlerin gerçek bağlamından koparılarak yeniden inşa edilmesi söz konusudur. Bu bazı zaman bulmacalardaki ünlülere eğlenmek amaçlı çizilen kaş, bıyık, sakal, küpe, saç, hızma, gözlük, şapka gibi unsurlardan oluşurken; bazı zaman adlarının neon harfler (neon yazılı figürlerin dekoratif malzeme olarak kullanımı) kullanılarak yazılışı ya da birtakım ikonların (Horus'un gözü/"tek göz", taç, Bitcoin, dudak arasından çıkan dil/"Rolling Stone"un logosu, dolar simgesi, gülen yüz ifadesi, pirlanta simgesi, kalp ikonu, dünya giyim markalarının desenleri ya da markalardan unsurlar vb.) dizilişi, yer alışıyla mümkün olmaktadır. Böylelikle klasik eserlerden üretilen kanvas tablolar, pop art sanatının unsurlarıyla da bezenebilmektedir. Woodward'a göre (2013, s. 108), "bir sanat baskısının imzalı, sınırlı bir edisyonuna sahip olmak bir afişten daha yüksek bir statüye olacaktır". Ancak tarzların karıştırılarak bir araya geldiği yeni sanat ürünleri ulaşım kolaylığı ve ucuzluğundan dolayı daha hızlı yayılmakta ve bugün tercih edildiğinden, her yerde karşımıza çıkabilmektedir. İmgelere farklı tarzlar

üzerinden yeni anlamlar yüklenirken modern ve geleneksel algılamaların birlikteliği ve işlenişi tabloların anlam açısından zenginleştirmekte ve çokanlamlı olmasıyla sonuçlanmaktadır. Değerli olan değersizleşirken; değeri az olan değerli olana yaklaşıyor değerli hale getirilmektedir. Resim sanatı kültürle birlikte popüler kültürün diğer alanlarını da içine alan film ve dizilerde ana veya ara karakterlerini etkileyerek ilerlemektedir. Bakıldığında, resmi alınan figürlerin filmlere ilham olarak veya filmlerin kimi sahnelerinde karşımıza çıkarak senaryoda gerçeğe dönük tanıdık geldiklerini veya kendilerini hatırlattıklarını söylemek mümkündür. İnci Küpeli Kız ve van Gogh, adına dram türünde filmler de üretilen figürlerdir. 1956'da üretilen ve van Gogh'un yaşamını anlatan ilk film "Ölmeyen İnsanlar", 1990 yapımı kardeşiyle ilişkisini konu alana "Vincent and Theo", 1991'deki son 67 gününü konu eden "Van Gogh", 2005'teki "The Eyes of van Gogh", 2007'de üretilen "The Yellow House", 2017'deki "Loving Vincent"/"Vincent'i Sevmek" ve 2018'deki "Van Gogh: Sonsuzluğun Kapısında" filmleriyle Hakan Gerçek'in van Gogh'u canlandırdığı TEK kişilik oyunu "VAN Gogh" da buna örnektir. Bu bağlamda, ikonlaştırma var olan gerçekliğe kalıcı bir algı bırakır. Yine çalışmada örneği alınan tablolar üzerinde de "DeadPool", Meryem ("Bir Başkadır"), "Friends" dizisi ve "Once Upon a Time...In Hollywood" gibi film ve/veya diziler üzerinden de göndermeler bulunmaktadır. 2003 yılında dram türünde vizyona giren "Mona Lisa Smile" da tabloyu refere etmektedir. Bunlar da mizahı aralayan bir pencere olarak sunulmuştur, nitekim figürlerin yerine geçen oyuncular ve dönüşümsel olarak oyuncuların yerine geçen resimler söz konusudur. Bütünlük kurulurken de var olan yapı sökülerek yeniden dikilmiştir. Postmodernizm etkileşimsel, dönüşümsel olarak monte edilir, kolajlanır, göndermeler yoluyla anlamsal açıdan da yeniden üretilir. Bunun yanında yapay zekâ programlarında da resim sanatının popüler ürünleri yeni yorumlarıyla dijital platformlardaki yerini almaktadır. Bunlar da yine sıklıkla çalışmadaki gibi mizah amaçlı ve tüketim amaçlı kullanılmaktadır.

Kaynaklar

- Academia de Dibujo y Pintura AD. (2015, January 3). El artista David Barton, mezcla diferentes personajes de la cultura pop con famosas obras de arte. [Status update]. Facebook. https://www.facebook.com/academiadartAD/posts/el-artista-david-barton-mezcla-diferentes-personajes-de-la-cultura-pop-con-famos/883257608389383/?locale=hi_IN.
- "Aesthetic temalı laptop sticker". (2023). Trendyol web sitesi. <https://www.trendyol.com/fec-reklam/aesthetic-temali-laptop-sticker-12-adet-p-245082454>.
- Akay, H. (2021). Yapısökümcü bakış tarzının gerçekleştirdiği büyük anlam ve eylem operasyonunu dil felsefesi üzerinden okumak. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 16(2), 270-283.
- Aktulum, K. (2016). *Resimsel alıntı: Resimlerarası etkileşimler ve aktarımlar*. Çizgi Kitabevi.
- Aktulum, K. (2018). *Sinema ve metinlerarasılık: Filmlerarası etkileşimler ve aktarımlar*. Çizgi Kitabevi.
- Aktulum, K. (2020). *Metinlerarasılık/göstergelerarasılık*. Kanguru Yayınları.
- Alpgenart. [@alpgenart]. (2020, Kasım 17). "Tablo Saçmalatmaca". Instagram. <https://www.instagram.com/p/CHsD83Mn-Q5/>.
- Altınbaş Sarıgül, F. (2019). *Popüler kültür; nedir? Ne değildir?* Altınbaş Üniversitesi Yayınları.
- Anday, M. C. (1984). *Gelişen komedyacı*. Adam Yayınları.
- Aritan, A. (1998). *Renklerin dünyası*. Aritan Yayınevi.
- Arruda, L. [@Monalinda]. (2023). Pinterest. <https://br.pinterest.com/arrudalilian/monalinda/>.
- Artun, A. (Editör.). (2015). *Çağdaş sanat ve kültüralizm: Kimlik ve estetik*. İletişim Yayınları.
- Avcı Tuğal, S. (2018). *Oluşum süreci içinde dijital sanat*. Hayalperest Yayınevi.
- Aziz, A. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. Nobel Yayınları.
- Bakır, U. (2017). *Güzel ise "evet": Reklam, ikna ve güzellik kültürü*. Say Yayınları.
- BBC. (2014, June 4). da Vinci's demons to film third season in Swansea. <https://www.bbc.com/news/uk-wales-south-west-wales-27696833>.
- Berger, A. A. (2012). *Kültür eleştirisi: Kültürel kavramlara giriş* (Ö. Emir, Çev.). Pinhan.
- Berger, A. A. (2018). *Medya çözümleme teknikleri* (N. Pembecioğlu, Çev.). Nobel Yayınları.
- Berger, J. (2003). *Görme biçimleri* (Y. Salman, Çev.). Metis Yayınları.
- Bernard, M. (2002). *Sanat, tasarım ve görsel kültür* (G. Korkmaz, Çev.). Ütopya Yayınevi.
- Bettelheim, B. (2019). *Masalların büyüü: Masalların işlenişi, önemi ve psikanalitik anlamları* (G. Elibal, Çev.). İnkılâp Kitabevi.
- Bırol, E. (2023). Türkiye'de en çok ziyaret edilen pazaryeri web sitelerinin görsel tasarım süreci. *İNİF E- Dergi*, 8(1), 107-131.
- Bocock, R. (2014). *Tüketim* (İ. Kutluk, Çev.). Dost Kitabevi Yayınları.
- Boucher, G. (2016). *Yeni bir bakışla: Adorno* (Y. Başkavak, Çev.). Kolektif Kitap.
- Burton, G. (1995). *Görünenden fazlası: Medya analizlerine giriş* (N. Dinç, Çev.). Alan Yayıncılık.
- Can, A. (1996). *Çocuk ve çizgi film*. Öz Eğitim Yayınları.
- Cereci, S. (2019). *Sosyal medya: Çağlar, ağlar, bağlar*. Onto Yayıncılık.

- Compare, F. R. [@fernandorodriguezcompare]. (2021, Mayıs 14). "Versiones: Noche estrellada-Vincent van Gogh". Instagram. https://www.instagram.com/p/CO2iKCnAUFj/?img_index=10.
- de Rynck, P. (2020). *Resim nasıl okunur: Eski ustalardan dersler* (N. Karasu Gökçe ve S. Yüzgüller, Çev.). Hayalperest Yayınevi.
- Deleuze, G. (2015). *Anlamanın mantığı* (H. Yücefer, Çev.). Norgunk Yayınları.
- Derrida, J. (1978). *Writing and difference* (A. Bass, Çev.). Routledge.
- Dinar Dizdar, T. (2021). İç göç ve kültürler arası iletişimde çatışma; Bir Başkadır dizisi göstergebilimsel analizi. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (8), 48-71.
- Dyhouse, C. (2015). *Gösteriş: Kadınlar, tarih, feminizm* (D. Akın, Çev.). Can Sanat Yayınları.
- Eagleton, T. (2022). *Mizah* (M. Pekdemir, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- "Edvard Mscream Çılgılık ve Mona Lisa..." (2023). AliExpress web sitesi. <https://tr.aliexpress.com/item/1005005343761862.html>.
- "Edvard Munch - The Scream (Çılgılık) tablosunun hikâyesi". (2022). Artucky. <https://artucky.com/blogs/blog/edward-munch-the-scream-ciglik-tablosunun-hikayesi#:~:text=Munch%2C%20ba%C5%9Far%C4%B1s%C4%B1z%20ve%20s%C4%B1k%C4%B1nt%C4%B1%C4%B1%20zamanlar%C4%B1nda,olmak%20ile%20ilgili%20oldu%C4%9Fu%20vurgulanm%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r>.
- Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (2010). *Öteki kuram*. Erk Yayınları.
- Failunfailunmefailun. [@failunfailunM]. (2023, Temmuz 6). Life is a journey, not a destination! Enjoy the journey. [Tweet]. X. <https://twitter.com/failunfailunM/status/1676914818727419905>.
- Failunfailunmefailun. [@failunfailunM]. (2018, Mayıs 29). The boy with pearl earring! #deadpool #ryanreynolds #deadpool2 #painting #drawing #vermeer [Tweet]. X. <https://twitter.com/failunfailunm/status/1001461895046496257>.
- Failunfailunmefailun. [@failunfailunM]. (2018, Nisan 28). Weekend mood. Wishing you a happy weekend. #mood #mygang #weekend [Tweet]. X. <https://twitter.com/failunfailunM/status/990192487586201600/photo/3>.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve tüketim kültürü* (M. Küçük, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Film Solucanı. (2018, Ağustos 26). Deadpool(?) İnci Küpeli Kız #deadpool. Facebook. <https://www.facebook.com/filmsolucani/photos/a.934604329912119/1879455182093691/?type=3&mibextid=WC7FNe>.
- Gans, H. J. (2017). *Popüler kültür ve yüksek kültür* (E. Onaran İncirlioğlu, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- "Global Icons: Betty Boop". (2021). <https://gammamedya.net/temsilcilikler/global-icons/betty-boop/>.
- Hatıpler, M. (2016). *Ekonomik boyutuyla görsel kültür ve kültür endüstrisi*. Değişim Yayınları.
- Hodge, S. (2022). *Sanatın kısa öyküsü* (D. Öztok, Çev.). Hep Kitap.
- "İnci Küpeli Kız, 1665, kanvas tablo". (2023). Hoghheim. <https://hoghheim.com/collections/kanvas-tablo/products/inci-kupeli-kiz-1665-kanvas-tablo>.
- "İnci Küpeli Kız neon led tabela". (2023). Trendyol web sitesi. <https://www.trendyol.com/akustik/inci-kupeli-kiz-neon-led-tabela-p-728768708>.

- “İnci Küpeli Kız Scarlett değil Tuba olmalıymış!”. (2016, Ekim 12). Sözcü. <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/magazin-haberleri/inci-kupeli-kiz-scarlett-degil-tuba-olmalymis/>.
- İzğören, A. Ş. (1998). *Dikkat vücudunuz konuşuyor! Türkiye’de beden dili, iş yaşamı ve renkler*. Elma Yayınevi.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press.
- Jenkins, H., Ford, S. & Green J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- “Jigsaw puzzles: A time killer art puzzle!”. (2023). App Store Preview. <https://apps.apple.com/tr/app/jigsaw-puzzles/id1660835173>.
- “Kımayı Getir Aney”. (2023). Pinterest. <https://tr.pinterest.com/pin/473018767097752443/>.
- “Komik Mona Lisa karikatür posteri duvar sanatı...”. (2023). AliExpress web sitesi. <https://tr.aliexpress.com/i/1005001640888020.html>.
- “Komik sanat van Gogh ve arkadaşlar...”. (2023). AliExpress web sitesi. <https://tr.aliexpress.com/item/1005002394717181.html>.
- “Komik temalı Mona Lisa leke tutmaz kumaş duvar örtüsü duvar halısı tapestry”. (2023). Trendyol web sitesi. <https://www.trendyol.com/on-the-clouds/komik-temali-mona-lisa-leke-tutmaz-kumas-duvar-ortusu-duvar-halisi-tapestry-p-758440330>.
- Koose Home. [@koose.home]. (2023, Aralık21). “Six best friends living together for art/with frame”. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C1Hh-JDvMCX/>.
- “Kültür paperback”. (2023). Amazon. <https://www.amazon.de/-/en/Raymond-Williams/dp/9755330224>.
- Made By Dıço. [@made_by_dico]. (2023, Ocak 19). “İnci Küpeli Kız baskılı A5 düzenleyici diktim...”. Instagram. https://www.instagram.com/made_by_dico/.
- “Marla Singer ahşap poster”. (2023). Trendyol web sitesi. <https://www.trendyol.com/hobishop/marla-singer-ahsap-poster-27x18-p-684575211>.
- “Masalsı geçmişe yolculuk, büyük boy poster, duvara asmalık, güzel, salon, mutfak, 70x100 poster”. (2023). Trendyol web sitesi. <https://www.trendyol.com/denizposter/masalsi-gecmise-yolculuk-buyuk-boy-poster-duvara-asmalik-guzel-salon-mutfak-70x100-poster-p-666788227>.
- “Mona Lisa, 1503, kanvas tablo”. (2023). Hoghheim. <https://hoghheim.com/collections/kanvas-tablo/products/mona-lisa-1503-kanvas-tablo>.
- “Mona Lisa İnci Küpeli Kız The Starry Night kanvas tablo.” (2023). Thelucidlab. https://thelucidlab.com.tr/products/mona-lisa-i%CC%87nci-kupeli-kiz-the-starry-night-kanvas-tablo?utm_content=Facebook_UA&utm_source=facebook&variant=44067240345853&utm_medium=paidd&campaign_id=120204196803930194&ad_id=120204196804000194.
- “Mona Lisa’yı rehin alan van Gogh”. (2023). Trendyol web sitesi. <https://www.trendyol.com/movas-sanat/mona-lisa-yi-rehin-alan-van-gogh-elmas-mozaik-tablo-mozaik-puzzle-40x53cm-e20203699m-p-454972756>.
- Navaro-Yaşın, Y. (2022). Kimlik piyasası: Metalar, İslamcılık, Laiklik. İçinde D. Kandiyoti & A. Saktanber (Editörler), *Kültür fragmanları: Türkiye’de gündelik hayat*. (ss. 229-258). Metis Yayınları.
- “Oversize t-shirt unisex”. (2023). Trendyol web sitesi. <https://www.trendyol.com/pd/saw/oversize-t-shirt-unisex-p-706734333>.

- Pankhurst, A. & Hawksley, L. (2018). *Sanatı büyük yapan nedir? Açıklamalı 80 başyapıt*. (S. Yüzcüoğlu ve G. C. Altun, Çev.). Hayalperest Yayınevi.
- Rifat, M. (2014). *Göstergebilimin ABC'si*. Say Yayınları.
- "Scream-Munch". (2023). Pinterest. <https://tr.pinterest.com/pin/688910074233898671/>.
- Sekmen, M. (2019). "Postmodernizm ve medya", İletişim Kuramları. <https://adm.ataaof.edu.tr/pdf.aspx?du=aKAF20pQ4SpQ6r2nyj211Q=#:~:text=Postmodern%20toplum%20Giddens'%C4%B1n%20da,ayr%C4%B1lmaz%20bir%20b%C3%BCt%20C3%BCnl%C3%BC%C4%9F%C3%BC%20oldu%C4%9Fu%20g%C3%B6r%C3%BClmektedir.>
- "Self Portrait, 1889, kanvastablo". (2023). Hoghheim. https://hoghheim.com/products/self-portrait-1889-kanvas-tablo?_pos=1&_sid=40f7689a3&_ss=r.
- Smith, P. (2007). *Kültürel kuram* (S. Güzelsarı ve İ. Gündoğdu, Çev.). Babil Yayınları.
- Smith, P. & Riley, A. (2021). *Kültürel kurama giriş* (S. Güzelsarı ve İ. Gündoğdu, Çev.). Dipnot Yayınları.
- "Spoof fun Mona Lisa drinking beer canvas painting posters and prints quadros wall art Picture for living room home decor cuadros". (2023). Amazon. <https://www.amazon.co.uk/Drinking-Painting-Posters-Quadros-Picture/dp/B099NDCXDN>.
- Şakı Aydın, O. (2018). *Arenadan ekrana şöhret kültürü*. İmge Kitabevi.
- Şaylan, G. (2002). *Postmodernizm*. İmge Kitabevi.
- "The Scream 1893, kanvas tablo." (2023). Hoghheim. <https://hoghheim.com/collections/kanvas-tablo/products/the-scream-1893-kanvas-tablo>.
- "Ünlü ressamların popüler tabloları". (2024). Google Görseller. https://www.google.com/search?q=%C3%BCnl%C3%BC+ressamlar%C4%B1n+pop%C3%BCler+tablolar%C4%B1&tbm=isch&ved=2ahUKEwj6-uP14YKEAxWThv0HHXxTC0wQ2-cCegQIABAA&oq=%C3%BCnl%C3%BC+ressamlar%C4%B1n+pop%C3%BCler+tablolar%C4%B1&gs_lcp=CgNpbWcQAZoFCAAQgAQ6CAgAEIAEELEDOgsIABCABBCxAXCDAToOCAAQgAQQigUQsQMqgWE6DQgAEIAEEIoFEEMQsQM6CggAEIAEEIoFEEM6BggAEUQHjoGCAAQCBAeUNwSWMx4YJ56aAFwAHgAgAG4AYgBkSKSAQQwLjM2mAEAoAEBqgELZ3dzLXdpei1pbWfAAQE&scient=img&ei=W7C3ZbrhAZON9u8P_Kat4AQ&bih=551&biw=1280.
- van Gogh Museum. (2023). "5 things you need to know about van Gogh's Self Portraits". <https://www.vangoghmuseum.nl/en/art-and-stories/stories/all-stories/5-things-you-need-to-know-about-van-goghs-self-portraits>.
- Venturi, L. (2018). *Resme nasıl bakılır?: Giotto'dan Chagall'a resim ve ressamlar* (E. Ermert, Çev.). Hayalperest Yayınevi.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. (S. Aydın, Çev.). İmge Kitabevi.
- Woodward, I. (2013). *Maddi Kültürü Anlamak* (F. B. Aydar, Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yıldız Altın, K. (2019). Kült ve kültür arasında: Yeni bir kült tanımlamasına doğru. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12(28), 1052-1068.
- Zafer, C. (2021). *Sosyal medya ve toplum*. Literatür Yayınları.

Extended Abstract

Although the presentation and reproduction of handmade works of art with a long history in digital print media makes art superficial in general and transforms it into a commodity form, it allows artistic or fictional characters to come to the forefront by pulling the owner into the background as allowed by the new media at the postmodern popular level. At this point, canvas paintings offer a “value” produced by digital printing on fabric or canvas and embodied by taking its reproduction from new media environments in a way compatible with new communication technologies. One of today's perceptual materials of sexuality, violence and humor consists of a style created from the different forms of mise-en-scene of these handmade works of art in digital environments. This style results in a tampered, “new” product that is obtained by focusing on today's problems, apart from the knowledge and interpretations of the authors. In this context, the aim of this study is to examine the presentation of artworks that create a realistic or recognizable perception in society by making them more iconic than their painters and presenting them together with popular humor by dealing with the content related to the art of painting, by processing them on canvas paintings and presenting them in digital communication and digital printing environments.

While the art of painting is an important tool on the bridge between the past and the future, building postmodernism; the new media environments that allow sharing, turn into an inclusive perception mechanism that includes photographic and iconic elements. Here, while the humor is reproduced; With the prominence of the concepts of pastiche and parody, cult characters, who are figured in the accompaniment of a fiction, should be evaluated in a fashion cycle by participating in the currents and flows in the culture of life and their consumption as decorative objects. The methodological guidance of the study is based on Jacques Derrida's deconstructive reading method. The paintings selected through purposeful sampling were included in the processes of reproduction and re-reading and interpretation

with the deconstruction method of Jacques Derrida's work. The aim of deconstruction studies, as Derrida (1978, p. 12) states, is to show, through a detailed textual and conceptual analysis, that certain basic concepts, both when being defined and when these definitions are used “wrongly”, actually undermine their own foundations and thus work against themselves. As Berger (2012, p. 34) points out, “deconstruction as a destructive theme is that texts do not contain a specific meaning, which can be understood by close examination of any text”. On the one hand, meaning stops are also important in understanding the formality of the content.

This study discusses how the characters in world-famous paintings, as cultural texts, create their social identities, how they keep up with the times, and how they become a universal code. These were written by emphasizing the language-discourse, behavior, clothing, accessories, bodily expressions, mimics and movements of the figures created. Paintings evaluated in the study; “Mona Lisa” by Leonardo da Vinci, “The Scream” by Edvard Munch, “Self-Portrait of Vincent van Gogh” and “Girl with a Pearl Earring” by Johannes Vermeer. As a result of the deconstruction readings of the fictional characters, this study examined that he added some new meanings to himself and the society in ensuring the continuity of the original and creating realism, enriching the polysemy in the light of traditional perceptions and even turning it into a holistic feast.

Looking at the paintings, we can see that the visuals are at the forefront, equipped with non-verbal communication codes and interacting directly with the target audience with the messages they convey. While humor is used here, it is seen that humor is made over the body. Body humor is also image and/or visual based. It is observed that the icons are used for humor purposes, with the attitude, stance, harmonizing with the objects, adaptation to the age, reshaping at a point where aesthetics cannot go beyond the reminder in perception, away from aesthetic concerns. The way humor is used, on the other hand, shows an effort

to get away from the busyness, the ordinariness and the obsolescence of the agenda. In this direction, as Eagleton (2022, p. 127) says, “mutual laughter can be a form of mutual disarmament, as it shows that the physical disintegration of the laughing body cannot do any harm”. When the visuals are examined, the general conclusion is that, influenced by various cultures, it pursues commodification, regardless of male or female figure, and thus contributes to the reproduction of capitalist ideology. Discussing commodities with different examples over other products other than the paintings is recommended for future studies. The art of painting progresses by influencing the main or intermediate characters in films and serials that include other areas of popular culture as well as culture. When we look at it, it is possible to say that the figures whose pictures were taken look familiar in the script or remind us of themselves, as inspiration for the movies or by appearing in some scenes of the movies.

Yazar Bilgileri

Author details

(Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi Tirebolu İletişim Fakültesi, murat.birrol@giresun.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6559-9403

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar Supporting-Sponsor

Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Biröl, M. (2024). Yeni medya ortamında kanvas tabloların yapısöküm okuması üzerine bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (66), 90-115. <https://doi.org/10.47998/ikad.1332119>