



Turkish Studies

Social Sciences

Volume 13/10, Spring 2018, p. 669-683

DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.13351>

ISSN: 1308-2140, ANKARA-TURKEY

Research Article / Araştırma Makalesi

Article Info/Makale Bilgisi

✍ Received/Geliş: Mart 2018

✓ Accepted/Kabul: Haziran 2018

✍ Referees/Hakemler: Doç. Dr. Özcan BAYRAK – Doç. Dr. Mesut GÜN

This article was checked by iThenticate.

İMGELERİN DİLİ: SANATIN TARİHİNİ DEĞİŞTİREN İMGELER- PİSUVAR VE COCA-COLA ŞİŞESİ

Arzu UYSAL*

ÖZET

Bir pisuvar nasıl olur da sanat tarihini dönüştüren, yeni söylemler yazılıp çizilmesine neden olan bir etkiye sahip olur? Ya da bir Coca-Cola şişesi nasıl olur da bir çöpe gitmeden önce anlık bir duygu ile sanatçının yapıtında tarih değiştiren bir imge olarak yerini alır? Zihinleri zorlayarak farklı kurgulara sahne olan bu imgeler üretildikleri zamanı-dönemi şaşırttıkları gibi şu anda da dikkat çekmeye devam etmektedirler. İlki üretimden çıktığı gibi sadece ters yerleştirilerek bir yarışmaya yapıt olarak gönderilirken, diğeri ise, günlük yaşamın “çöp”-atık nesnesi olan bir şişenin (Coca-Cola şişesi) kâğıt üzerine birden çok tekrarı ile yorumlanarak, herkesin ulaşabileceği, anlayabileceği bir sanat yapıtına dönüşür. 19. yüzyılda farklı arayışlara yönelen sanatçı, 20. yüzyıla gelindiğinde tamamen bağımsız yeni söylemlerin içinde bulmuştur kendini. Pisuvar, 19. yüzyılın ikinci yarısında üretilen ve söylem olarak çok etkileyici sonuçlar doğuran bir imgedir. 20. yüzyılın en etkili imgelerinden Coca-Cola şişesi imgesi ile Warhol’un bakış açımızı değiştiren ve hala sorgulanan sanat anlayışı sanatın tarihini yeniden yazmıştır. Kimi zaman yaşanan toplumsal travmaların sonucu olarak kimi zaman da sanatçının ruh halinin ürettiği bu imgeler günümüzde hâlâ konuşulmakta ve üzerinden yapılan sayısız okumalara neden olmaktadır. Bu makalede Marcel Duchamp’ın “Çeşme/Pisuvar-Fountain” ve Andy Warhol’un “Yeşil Coca-Cola Şişeleri-Green Coca-Cola Bottles” adlı yapıtlarından yola çıkılarak eser analizi yapılacaktır. Ayrıca bu imgelerin bir sanat nesnesine dönüşmesine neden olan sanatçı psikolojisi ve iki sanatçı arasındaki ortak noktalara dair yorumlar yapılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Pisuvar, Çeşme, Marcel Duchamp, Dada, Kavramsal Sanat, Coca-Cola, Andy Warhol, Pop Art.



THE LANGUAGE OF THE IMAGES: THE IMAGES THAT CHANGED THE HISTORY OF ART: URINAL AND COCA-COLA BOTTLES

ABSTRACT

How does a urinal have an effect that transforms the history of art and causes new discourses to be written and drawn? Or how does a Coca-Cola bottle take its place as a moment-shifting image in the artist's work with a sudden feeling before going to a trash? These images, which are the scene of different fictions continue to draw attention as they surprised the time-period which they were produced in. It is transformed into a work of art that everyone can understand and understand by interpreting with a plurality of revolutions on a paper (Coca-Cola bottle) paper which is a "garbage" object of daily life. In the 19th century, the artist turned to different quests and found himself in completely new independent discourses in the 20th century. Urinal is an image produced in the second half of the 19th century and has very impressive results as discourse. It is the Coca-Cola bottle from the 20th century's most influential sources, and Warhol's words have changed our point of view. As a result of occasional social traumas, sometimes these artifacts produced by the mood of the artist are still being spoken today and causing numerous readings to be made. In this article, a work analysis will be made by the works of Marcel Duchamp's "Fountain" and Andy Warhol's "Green Coca-Cola Bottles". In addition, interpretations will be made on the common points between the artist psychology and the two artists, which cause these images to turn into an art object.

STRUCTURED ABSTRACT

The 19th century has seen many developments and changes in history. World wars, economic crises and ideologies' collapses in the second half of the century have caused great damage. On the other hand, it is known that the most important developments of the century in the field of culture and art are experienced. Marcel Duchamp (1887-1968), a French-American painter, sculptor, writer, experimental filmmaker and chess player, questioned the idea behind the production of art, producing works of inquiry about the existence of art. Andy Warhol (1927-1987), a Russian-born American painter, film-maker, publisher, designer, director and writer, is one of the most important representatives of the Pop-Art movement. Indicating that the art of repetition is not boring, Andy Warhol states that his works speak about America and that he does not do America's social criticism.

It is thought that the interest between these two artists with their extraordinary and surprising works is striking. The partnership they have established in the context of the concepts they both discuss (such as sexuality, identity, death, fame) and sarcastic attitudes seems remarkable. Duchamp's ready-made object productions are known as the most impressive productions of the century. For example, "Fountain" is like the symbol of twentieth century art. The urinal, which is a bathroom

object, has been purified from any object status and upgraded to the artwork status.

Especially working on modern and contemporary art. William A. Camfield wrote in 1989 that a fountain / urinal was not a work of art and that Duchamp wrote for his work on Great Cam (1915-23) at the beginning of 1914 that the Çeşme had a connection between a woman and a man (urinal) . In the same note, Duchamp says, "Only one thing was allowed: for women it is idle and one lives with it." According to art historian Jack J. Spector (2005), the phrase "one lives with it" predicts the name of Rose Sélavy. Rose Sélavy is the alter ego created by Duchamp, the other I used to describe the complex sexual identity. "The writer and the gender confusion reached a peak in Rose Sélavy" (Spector, 2005), which is an amusing transformation of the female personality - gender, name and religion. In this research, "one lives with it" is considered as a reference to the artist's own complex sexual identity, homosexual, incestuous, bisexual identity, as well as female (aggressive) identity. Although it seems complicated and ambiguous, the common point in this interpretation is that the female body takes center. The work depicts male function with male-produced form and female form with inverted form. The woman finds meaning in the form of male man in the form of man. These complex indications show that the vagina is transformed from a passive receiver into an active source of matter (transforming the origin of the male urinal into a female reproductive organ) and transported into the active source. All of this supports the interpretation of Suzanne and Rose Sélavy. Duchamp, "Especially the portraits were only one of many initiatives to generate ideas about identity and self-representation" (Hawkins, 2015). The urinal is like a portrait that leaks Duchamp's identity whatever it is.

Pop Art In the late 1950s, Abstract Expressionism emerged as an independent but simultaneous reaction in America and England. It is possible to perceive art as a kind of trade in the production of a large part of Pop Art artists. In particular, Warhol's art can be positioned like this. It is known that the art of focusing on mass-produced commercial goods has also turned into iconic imagery at the same time (such as Campbell Chargers, Brillo Boxes). As Kuspit (2006) notes, Warhol itself is a brand like Coca Cola. As a matter of fact, the artist has iconified himself as a series of products, famous identities. "XX. It was thought that art works could always be diagnosed until the century. With Warhol it becomes clear that the artwork does not have to be in any particular form; his artwork may look like a Brillo box or a soup canteen "(Danto, 2010: 60). Or to the selected coca cola bottle to be studied in this study.

"Green Coca-Cola Bottles" are produced by serigraphy technique developed and developed by Andy Warhol's pioneer. The artist repeats a single Coca-Cola bottle on the company logo at regular intervals, 16 vertical, 7 horizontal. Duplicate images evoke mechanical reproduction. However, the black lines in the form of a grid on the surface seem to be printed on the green areas as if by hand. On the other hand, the shape of the grid created by these black lines gives the impression that the bottles are on the shelves. Each one of the bottles looks different with the effect of the green paint on the bottom. Again, the fact that the bottles are generally a little irregular, disturbing the general arrangement of the grill, allows the work to be perceived as both handmade and mass

production at the same time. The green color on the horizon probably evokes America's green dollars and spreads across the surface as a manifestation of wealth. At the same time, it is thought that the artist is an indication that they approve how much they like money as well as being a famous brand. On the other hand, each coca cola bottle, each soup box can be the portrayal of its implicit sexual identity, and can be perceived as an implicit reference to this identity. It is thought that his works generally discuss the connection between mechanical production and homosexuality. But the artist has chosen the way to say it indirectly, mysteriously and implicitly. In the work being examined, the image appears repeatedly and the sexist exists as a buzzing illusion. From another point of view; each object in the structure may also refer to a male-like female body that is primarily a body-body that can not express itself. It is a fertile female body that produces, replicates continuously like a machine. Looks like he's replaced his vicious body. Lines like swollen, female body support this idea. Frequent repetitions in the artist's work-arts can be considered as pathological at the same time. Maybe it represents a trauma of childhood. But all these writings and drawings do not go beyond an interpretation.

In the study, an American-made urinal, Duchamp's plumbing was described as an object focused on sexual identity-identities. It is believed that Duchamp has created a suitable space for the urinal to make multifaceted comments about his or her sexual identity. A determination that is deemed important; the work depicts sexual dudes that he / she can not live with / especially with his sister. On the other hand, it is alleged to carry clues about being homosexual as well as bisexual. It was also mentioned that the urinal had a humiliating-negative aspect to the female identity. Duchamp seems to have produced more than a sexist image of a sexist object. This ready-made object, perceived as a destructive blow in art, is actually thought of as an indication of the emotional collapse of the artist. At the same time, Duchamp also carries clues as to what he understands from the artist and sanat. This object seems to continue to be interpreted with secret, ambiguous, full of contradictions, and to produce new texts. Warhol's coca cola bottle is again interpreted as a mysterious opening of sexual identity. The expression "I want to be a machine" is not an obvious thing, but it is like a representation of a sexual impulse that she lived but could not express clearly. The multiple characters of Duchamp and Warhol's work have brought the question of what different pieces of art have brought together on the same surface or in the environment, what the pre-made works are, and this has caused many controversies. It is known that the definition of art also causes thinking about the error. The works that accelerate the narrative age, the end of the historical art, offer the freedom in which each artist can walk in diversity on his own way. Both artists appear to be using their images as an industrial product in an implicit way, as well as revealing themselves in photographs, embracing women's identities. These forms of sexist expression, sometimes appearing as aggressive, sometimes innocent, take place at a time when sexual differences are not accepted and even criticism is not accepted.

Keywords: Urinal, Fountain, Marcel Duchamp, Dada, Conceptual Art, Coca-Cola, Andy Warhol, Pop Art.

Giriş

19. yüzyıl tarihte birçok gelişimlere ve değişimlere sahne olmuştur. Yüzyılın ikinci yarısında gerçekleşen dünya savaşları, ekonomik bunalımlar, ideolojilerin yarattığı çöküşler büyük zararlar vermiştir. Öte yandan kültür-sanat alanında yüzyılın en önemli gelişimlerinin yaşandığı bilinmektedir. Ardı ardına çıkan sanat akımları bu duruma örnek olarak verilebilir.

XIX. yüzyılın son dilimi içinde harekete geçen atlımlar, kısa sürede avant-garde'ın çehresini belirlediği bir ortam hazırladı. Peşpeşe patladı büyük akımlar. Dönüştürücü anlayışlar çığ boyutlarını almakta gecikmedi. I. Dünya Savaşı bittiğinde, yeryüzünü ağır kan kokusu ve kalın bir bulut kaplamıştı: Yaşananların acımasızlığı, Sanat'ın gövdesinde de bir başkalaşımın gerçekleşeceğini garantiyordu bir bakıma. Marcel Duchamp'ın çıkışı bu dönemece denk gelir (Batur, 2004, s.29).

Fransız-Amerikalı ressam, heykeltıraş, yazar, deneysel film yapımcısı ve satranç oyuncusu Marcel Duchamp (1887-1968), sanatın var olma sebebini sorgular nitelikte işler üretmiş, sanatın üretimin ardında gerçekleşen düşünce olduğunu sorgulamıştır. 1915 savaşı sırasında Amerika'ya yerleşen sanatçıya, 1917'de Bağımsız Sanatçılar Topluluğu kurucu üyeliği teklif edilmiş ve aynı yıl onun da görevli olduğu bir sergi düzenlenmiştir. Sergiye R. Mutt ismiyle gönderdiği yapıt ya da sergi adıyla "Çeşme/Pisuvar-Fountain" büyük tepki almıştır. Bu hazır nesnesiyle (ready-made) Amerika'da Pop Art ve Kavramsal Sanat'ın temellerinin atılmasında etkili olduğu bilinmektedir. Hazır nesnelere önce kübist yapıtlar üreten sanatçı, yaşamının büyük bir bölümünü de üretmeden sadece satranç oynayarak geçirmiştir.

Rus asıllı Amerikalı ressam, film yapımcısı, yayıncısı, tasarımcı, yönetmen ve yazar olan Andy Warhol (1927-1987) ise Pop-Art akımının önemli temsilcilerinden biridir. Tekrarlardan oluşan sanatını sıkıcı bulmadığını belirten Andy Warhol, yapıtlarının Amerika'yı anlattığını, Amerika'nın toplumsal eleştirisini yapmadığını belirtmektedir. "Resmini yaptığım şeyleri, en iyi bildiğim şeyler olduğu için yapıyorum... Amerika'yla ilgili en harika şey, varsıyla yoksulun özünde aynı şeyleri tüketebilme geleneğini başlatmış olmasıdır" (Antmen, 2008, s.166). Çok ünlü biri ya da sokaktaki herhangi biri Coca-Cola tüketmektedir. "Düşünün ki Amerikan başkanı da Liz Taylor da ve kim olursanız olun siz de Coca Cola içiyorsunuz; Coca Cola Coca Cola'dır ve ne kadar para öderseniz ödeyin sokakta bir serserinin de içmekte olduğu bir Cola'dan daha iyi bir Cola yoktur" (Antmen, 2008, s.166). Warhol resim yaparken sürecin düşünme eylemi olmadan gerçekleşmesi gerektiğini savunmakta ve düşündükçe bir şey yapmadığı duygusuna kapıldığını belirtmektedir. Dolayısıyla Duchamp'ın tam tersi biçimde işler üretmektedir. Ya da böyle söyleyerek izleyiciyi düşünmeye sevk ettiği bir tür psikolojik kurgu yaratmış olabilir.

Sıra dışı ve şaşırtıcı eserleri ile bu iki sanatçı arasındaki ilginin çarpıcı olduğu düşünülmektedir. Her ikisinin de tartıştığı kavramlar (cinsellik, kimlik, ölüm, şöhret gibi) ve alaycı tavırları bağlamında kurdukları ortaklık da dikkat çekici görünmektedir. Örnekse, Mona Lisa. Öte yandan gösterilebilecek diğer ortaklıkları arasında gündelik nesne inançları, dil ve öfkelere olan ilgileri de sayılabilir.

Emile Durkheim'a göre anomik intihar, ortak inanç standartlarının ve toplumu birleştiren normların çökmesinin olası sonuçlarından biriydi. Ne var ki çöküşün kabul edilmesi ve bu durumdan yararlanılması intihar etmek gibi bir şeydir. Duchamp ile Warhol'un umursamazlıkları tam da buydu. Daha önce de belirttiğimiz gibi, Manet'in züppeliğinde de aynı şey gizliydi. Duchamp ve Warhol, züppe sanatçı geleneğini yirminci yüzyıla taşıdılar; Duchamp entelektüel bir züppeydi, Warhol'sa popülist bir züppe (...) (Kuspit, 2006, s.183).

Duchamp'ın neyin sanat nesnesi olduğuna dair geliştirdiği düşünme biçimi, yaşadığı yüzyılın önemli sanat anlayışlarından biri olarak görülmektedir. Kübizm, Dada ve Sürealizm'le olan ilişkisinden, hazır nesnelere kadar Duchamp, kurulu bir sanat sisteminin standartlarını ve uygulamalarını reddeden bir anlayış geliştirmiştir. Bu anlayışı ile de Pop Art, Kavramsal Sanat gibi daha sonraki hareketlerin yolunu açtığı bilinmektedir. Sanatçının en radikal hareketlerinden birinin hazır-gündelik nesnelere sanat nesnesi olarak sunulması olarak düşünülebilir. Andy Warhol'un

gündelik nesnelere olan ilgisinin de kuşkusuz Duchamp'ın üretimleri ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Warhol, Duchamp gibi tüketim nesnelere sanat nesnelere olduğunu olabileceğini fark etmiştir. Yapıtlarında ürettiği şey (kullandığı renkler, tekrarlar, nesnelere, insan figürleri) her ne ise, o şeyin yapımı aşamasında yaşanan zorlukların ironisini yaptığı görülmektedir.

Çeşme/Pisuvan: Sanatın Öksürüğü

Duchamp'ın hazır nesne üretimleri yüzyılın en etkileyici ve dikkat çekici üretimleri olarak bilinmektedir. Örneğe, “Çeşme/Pisuvan-Fountain” yapıtı 20. yüzyıl sanatının simgesi gibidir. Bir banyo nesnesi olan pisuvan, herhangi bir nesne statüsünden arındırılıp sanat yapıtı statüsüne yükseltilmiştir. Danto'ya göre “(...) diğer pisuvanlar ontolojik açıdan düşük bir kategoride kalırken bu, pisuvanın nasıl bu kadar çarpıcı bir terfiye maruz kaldığını açıklamaz. Bizi hala, biri sanat yapıtı olan, diğeri olmayan, ayırt edilemez nesnelere baş başa bırakır” (Danto, 2012, s. 24, 25). Bu muğlak durum, resim sanatının sonuna geldiğini işaret etme yolundaki görüşleri destekler nitelikte görünmektedir.

Duchamp için hazır yapıtı keşfetmek, zanaat temelli eski estetik yaklaşımı canlandırmak suretiyle resim sanatının sonunun getirilmesi olasılığını işaret ediyordu. 1953'te Harriet, Sidney ve Carroll Janis ile yaptığı yayımlanmamış bir söyleşide ifade ettiğine göre hazır yapıtı, onun “estetik değerlendirme fikrini el becerisine yahut yeteneğe değil, aklın seçimine indirgemesine” izin veriyordu (Thompson, 2014, s.120).

Duchamp, hazır nesne (ready-made) üretimi ile ilgili şu yorumu yapmaktadır:

Daha 1913'te bisiklet tekerleğini mutfak taburesine takmak ve onun dönüşünü seyretmek gibi eşsiz bir düşünceye kapılmıştım.

Birkaç ay sonra ucuza bir kış akşamı manzarası satın aldım, ufak biri kırmızı öbürü sarı iki küçük tuş vurduktan sonra resmi ‘Eczane’ diye adlandırdım.

1915'te New York'ta bir hırdavatçıdan kar küreği satın aldım, üstüne de ‘Kol Kırılması Olasılığına Karşı’ diye yazdım.

Söz konusu sunuş biçimini adlandırmak için *Ready-Made* sözcüğünü kullanmak işte o sırada geldi aklıma.

Çok açık seçik olarak ortaya koymak istediğim bir nokta var; diyeceğim, bu *ready-made*'lerin seçimini estetik nitelikli herhangi bir büyük zevkin etkisiyle, zorla benimsemedim (...)

Önemli bir özellik vardı: yeri geldiğinde *ready-made*'in üstüne yazdığım kısa tümceydi bu.

Söz konusu tümce, tıpkı bir başlık gibi, nesneyi betimleyecek yerde izleyicinin düşüncesini daha dilsel olan başka bölgelere sürüklemeye yöneliktir. Kimi zaman da sunuşla ilgili grafik nitelikli bir ayrıntı ekliyordum: bunu da, ses yinelenmelerine olan düşkünlüğümü karşılamak için ‘*ready-made aided*’ olarak adlandırıyordum.

Ready-made'in bir başka özelliği de benzersiz yanının olmayışındır (...) Bir *ready-made*'in kopyası aynı mesajı aktarır; aslında günümüzdeki *ready-made*'lerin neredeyse hiçbiri terimin kabul edilen anlamıyla özgün ürün değildir.

Egomanyak nitelikli bu konuşmayı bitirirken son bir açıklama daha yapmak istiyorum: Sonuç olarak, tıpkı sanatçının kullandığı boya tüplerinin mamul ve hazır olması gibi dünyadaki bütün tuvalerin de *ready-made aided* olduğunu söylemek gerekir (Batur, 1997, s.322-323).

Eğer böyle ise, Duchamp sanat mecrasının tüm sınırlarını sarsacak kilit nokta gibi sanatın tarihini değiştirecek tehlikeli bir yola girmiş görünmektedir. Sanatçı bu tehlikeyi sezmiş olmalı ki aynı kaynakta bu hazır nesnelere yıllık üretimini çok az sayıda tuttuğundan bahseder (Batur, 1997). Tarihsel sürece bakıldığında, sanatçının üretimleri sanatı ve üretenleri farklı yollara, farklı düşünme biçimlerine sürüklemeye neden olmuş; örneğe Dada sanat hareketinin öncülü olarak kabul edilmiştir. Bir yapıtı yol ayrımı gibi her şeyi değiştirecektir. Sanatın bittiği, dadacıların deyimleriyle öldüğü ya da Arthur C. Danto'nun ya da birçok sanatçı, düşünür ve yazarın da dediği gibi sonunun geldiği çağrışımdır. İtalyan siyaset felsefesi düşünürü ve eğitimcisi olan Giorgio Agamben'in de belirttiği gibi “sanatın kaybı o kadar tamamdır ki, artık bir kayıp olarak hissedilmez” (Artun, 2013).

Duchamp'ın yaptığı, sanatın bu türden kaybının yanı sıra patolojik olarak değerlendirilebilecek bulanıklaştırma girişimidir.

1917 yılında Bağımsız Sanatçılar Topluluğu'nun hazırladığı bir sergiye gönderilen porselen pisuvarın, JL Mott Iron Works tarafından imal edildiği bilinmektedir. Mott, New York'ta sıhhi tesisat demirbaşlarının üreticisi ve büyük bir mağaza sahibidir. Duchamp yıllar sonra "Mutt" takma adının Mott Works'ten geldiğini belirtmiş, ancak Mott (Mott Works'ü çok çağrıştırdığı için) yerine o dönemde herkesin bildiği çizgi roman karakterlerinden "Mutt ve Jeff"ten esinlenerek Mutt'u kullanmıştır. Mutt ve Jeff Amerikan çizgi roman karakterleridir. Bu çizgi roman haftanın altı günü günlük olarak yaklaşık 75 yıl basılmıştır. "Her ikisi de bir at yarışı arenasında ucuz koltuk satın almaktan hoşlanacak türden çocuklar, "kaybedenler" olarak düşünülmüştü. Karakterler Bud Fisher tarafından yaratılmıştır" (<https://trcs.wikispaces.com/Mutt+and+Jeff>). "Mutt" şişman, biraz komik, "Jeff" ise uzun boylu ince bir adam olarak görülmektedir. "Mutt" adının önüne ise Fransızcada biraz da argo anlamda "Para babası" anlamına gelen Richard'ı eklemiştir. "R. Mutt" olarak yazıldığında ise, okunuşuyla Almandaca "yoksulluk" anlamına geldiği bilinmektedir.



Resim 1. Jeff ve Mutt

Duchamp'ın pisuvarı sorunsallaştırıp ve imge olarak nesneyi bu şekilde kavramsallaştırması, görünen gerçeğin ardında olana odaklanma gerekliliğini gündeme getirmektedir. Bu durumda yapıtın ardındaki gerçeğe ulaşmak için birtakım kavramlar üzerinden düşünmek daha doğru bir yol olabilir. İlk olarak akla gelen kavramlar şöyle sıralanabilir: Cinsiyet, kimlik, cinsellik, psişik, patolojik (Çeşme gibi diğer tüm yapıtlarına da yüklenebilecek kavramlar olarak düşünülebilir). Duchamp'ın bu yapıtta olduğu gibi, kavramsal bir ağ örerek, toplumsal cinsiyetleri bir araya getirmeye yönelik sarsıcı olduğu düşünülen çabaları aslında özel yaşamını kapsıyor olabilir mi? Acaba bu yapıtta Duchamp cinsel dürtüsünü, onu değersiz kılacak biri konumuna düşüreceğinden korkarak, bulanıklaştırarak mı açığa vurmuştu? Kendini değersiz hisseden sanatçı yine değersiz görünen bir nesne üzerinden o saygın yerine, konumuna tekrar gelmeyi mi arzuladı? Proleter bir nesneyi aristokrat bir nesneye, hatta en üst sınıfa atlatarak statü, itibar mı kazanmış oldu? Trajikomik ya da soytarıca olarak algılanabilecek olan bu durum nihayetinde tuhaf kokuyor.



Resim 2. Marcel Duchamp, Çeşme-Fountain, 1917. Fotoğraf-Alfred Stieglitz.

Duchamp'ın hazır nesneyi çok konuşulacak bir sanat yapıtına dönüştürürken, yapıttaki alaycı tavrı hızlı bir şekilde seziliyor. Ancak Kuspit'e göre bu durum alaycı olmasının yanı sıra “ (...) onun nihilist kötümserliğinin en açık ifadesidir” (2006: 40). Sanatçının nihilist tavrına ilişkin bu yorumu basit işlevi olan bir nesneden çıkarmak olası görünüyor ilk bakışta. Hatta tam anlamıyla bu yapıtta anlam buluyor görünmektedir. Ayakta duran bir erkeğin idrarını alması ve çıkarması için tasarlanan pisuvar, aynı zamanda kadın bedenine yönelik benzerliğinden hareketle dişil bir görev üstlenmektedir (Daha önceki tuval resimlerinde olduğu gibi hazır nesnelere de cinsellik teması örtülü bir şekilde tekrarlanmaktadır). “Çeşme'nin erkek organı ile ilişkilendirilmesi mantıklıdır; ancak eleştirmenlerin son görüşüne göre, yuvarlak kompakt şekli, kadının niteliklerini ortaya koyuyor ve sıvı alım/çıkarma paradoksunu oluşturuyor” (Spector, 2005). Buradaki örtülü cinsiyetçi yaklaşımın sınırları zorladığı düşünülmektedir. Sanatçı erkek bedeninden yola çıkarak kadın bedenine yönelik bir saldırıda bulunmuş olabilir. Şöyle ki, bir idrar aparatının kadın formuna (örtük biçimde) benzetilir şekilde ters yerleştirilmesi ile kullandığı malzeme odaklı düşünüldüğünde, kadın bedeni bir nesne konumundadır ve sadece bu sıvıyı alım işlevi görmektedir. Küstahça bir hareket olarak algılanmakta aynı zamanda da sanatçının alaycı tavrı sezilmektedir. Öte yandan ulaşılamayan dişil bedene saldırgan olmayan bir gönderme olarak da düşünülebilir. Yani kız kardeşi Suzanne'a (1887-1968) karşı olan ilgisinin açığa vurumu olarak yorumlanabilir. Doğal olarak yukarıda bahsedilen “sanatçının kendini toplum karşısında değersiz hissetmesi” durumu kız kardeşe olan ilgisine bağlandığında normal görünmektedir. Ayrıca kız kardeşine olan ilgisinin onu hazır nesnelere yönelttiği söylenebilir. Örnekte Suzanne'nin 1911 yılında yaptığı ilk evliliğin hemen ardından “Bisiklet Tekerleği” (1913) adlı yapıtı üretmesi. Ulaşılamayan dişil beden, sanatçının duygusal çöküşüne sürüklenmesine ve üretimlerinin bu yönde biçim değiştirmesine neden olmuş olabilir.

Özellikle modern ve çağdaş sanat üzerine çalışan Prof. William A. Camfield 1989'da yazdığı bir metinde Çeşme'nin bir anda ortaya çıkan bir yapıt olmadığını ve Duchamp'ın 1914 başlarında Büyük Cam (1915-23) adlı yapıtı için yazdığı notta Çeşme'nin kadınla erkek (pisuvar) arasındaki bağlantısından bahsettiğini belirtmiştir. Duchamp aynı notta "tek şeye izin vardı: kadınlar için işeme aparatı ve biri bununla yaşar-idare eder" demektedir. Sanat tarihçi Jack J. Spector'a (2005) göre "biri bununla yaşar" deyişi Rose Sélavy adını öngörmektedir Rose Sélavy, Duchamp'ın yarattığı alter egosu, karmaşık cinsel kimliğini tanımlamak için kullandığı öteki ben'idir. Sanatçının “Yazarlık ve cinsiyet karışıklığı (...) kadın kişiliğinde-cinsiyetin, ismin ve dinin eğlenceli bir dönüşümü olan-Rose Sélavy'de doruğa ulaştı” (Spector, 2005). Yapılan bu çalışmada “biri bununla yaşar” deyişi sanatçının kendi karmaşık cinsel kimliğinin tamamına yani homoseksüel, ensest, biseksüel kimliğe ve bütün bunların yanı sıra kadın (saldırgan biçimde) kimliğine de bir gönderme olarak

düşünülmektedir. Her ne kadar karmaşık ve belirsiz görünse de bu yorumdaki ortak nokta merkezde dişi bedeninin yer almasıdır. Yapıt, erkekler için üretilmiş formu ile erkeğin fonksiyonunu, aynı formun ters çevrilmiş haliyle ise kadın formunu betimler niteliktedir. Kadın erkeğin formunda erkek kadının formunda anlam buluyor. Bu karmaşık göstergeler, vajinanın, pasif bir alıcıdan ziyade (erkek pisuarının kökenini bir kadın üreme organına evirerek) yapıtın aktif kaynağına dönüştüğünü gösterir. Tüm bunlar Suzanne ve Rose Sélavy ile ilgili yorumu destekler niteliktedir. Duchamp'ın, "özellikle portreleri kimlik ve benlik temsili üzerine fikir üretmeye yönelik birçok girişimden sadece biri idi" (Hawkins, 2015). Pisuar sanki bir portre gibi Duchamp'ın kimliğine dair ne varsa sızdırmaktadır.

Sanatçının avangard yanını tanımlayan nesne pisuar, Foster'in (2009) vurgusuyla çelişkili ve acımasız olarak sanat tarihinde yerini almıştır.

Duchamp gibi en sert avangard sanatçıların amacı ne soyut şekilde sanatı reddetmek ne yaşamla romantik bir uzlaşma sağlamaktır; sürekli olarak her ikisinin kurallarını sınamaktır. Bu sebeple yanlış değil; döngüsel ve başka bir açıdan da olumlayıcı olan avangard eylem aynı zamanda çelişkili, hareketli ve acımasızdır (Foster, 2009, s.43).



Resim 3. Rose Sélavy (Marcel Duchamp), 1921, Fotoğraf: Man Ray, Paris.

Duchamp'a göre "(...) sanatta, sanatçının etki alanı (...) dediği ve en gayretli sanatseverin bile giremeyeceği bir yer vardır. Sanatçının düşündüğü ve yaptığı, birkaç istisnai bireyde yankı uyandıran, onun dışında izleyicinin doğrudan alımlayamayacağı bazı şeyler vardır. (Thompson, 2014, s.311). Sanatçı o ulaşılmasını istemeyen alanı üretmiş görünmektedir.



Resim 4. Duchamp'ın 67. Cadde 33 Batıdaki stüdyosu, New York, 1917.

Çeşme'nin cinsel karakteri çok farklı bir incelemenin de konusu olmuştur. Tüm bunların ötesinde, Kaliforniya Üniversitesi sanat ve tasarım tarihi profesörü James Housefield, "Duchamp'ın Atlantik ötesindeki atölyesinde oluşturduğu *ready-made*'leri, Paris şehir görüntüsünü heykel formuna dönüştürmek [*translate*] ve tanıdık bir manzara yaratmak için kullandığını gösterecektir" (2012, p.1) yorumunu yapar. Örneğin "Şişe Askılığı" yapıtının "Eiffel Kulesi"ne, "Bisiklet Tekerleği"nin dönme dolaba ve "Çeşme"nin yapıtının da "Sacré-Cœur Bazilikası"na (Paris'in Montmartre mahallesinde bulunan önemli bir Hıristiyan yerleşimi) gönsel bir cinas yaptığını belirtir. "Atölyesinin içinde Çeşme'nin konumu, Sacré-Cœur'un kuzeyde tepenin üzerindeki yerleşimine mekansal referansta bulunur" (Housefield, 2012: 8). I. Dünya Savaşı sırasında Amerika'ya giden sanatçının, göçmen olmanın yarattığı o yabancılık duygusuyla atölye iç mekânını Paris coğrafyasına benzettiği görülmektedir. Böylece "Duchamp atölyesinde eş zamanlı olarak hem Paris'te hem de New York'ta olabilmektedir" (Housefield, 2012, p.27).

Pisuvan geçmişten günümüze imge olarak tekrar tekrar çalışılmaya devam etmiştir. Örneğe; Sherrie Levine'nin "Çeşme"si (1991), Maurizio Cattelan'ın "Amerika"sı (2016), Joel Holmberg'in "Tuvalet Kâğıdı Bariyerli Tuvalet"i (2017), Ilma Gore'un Louis Vuitton çantalarının üzerindeki monogramla kapladığı altın kaplama tuvaleti (2017). Elbette dünyanın en değerli tuvaleti yine de Marcel Duchamp'ın görünüyor. Sanat tarihinde skandal olarak görülen sıradan bir nesne, ait olduğu bağlamdan çıkarılarak sanat nesnesi konumuna getirilmiştir.

Sanatın Ezber Bozduğu An: Tekrar Ve Coca-Cola Şişesi İmgesi

Pop Art 1950'lerin sonlarında Amerika'da ve İngiltere'de birbirinden bağımsız ama eş zamanlı olarak Soyut Ekspresyonizme tepki olarak ortaya çıkmıştır. Warhol da dâhil olmak üzere pop sanatçılar, Soyut Ekspresyonistlerin yapıtlarını yüksek sanat topluluğunun anladığını ve halkın bu sanat yapıtlarına yabancı kaldığını düşündüler. Oysa Pop Art popüler kültür ve tüketimciliğin imgelerine odaklanır ve kendisini daha geniş kitlelere mal eder. Danto'ya (2010) göre Pop Art'ın en önemli özelliği başkalaşımcı olmasıdır. "Pop insanlara en anlamlı gelen şeyleri veya şey türlerini, başkalaşıma uğratarak bunları yüksek sanatın konusu statüsüne yükseltiyordu" (Danto, 2010, s.163). Pop kelimesini ilk olarak 1958'de İngiliz eleştirmen Lawrence Alloway'in Mimari Tasarım dergisinde yer alan "Sanatlar ve Kitle İletişim Araçları" adlı makalesinde kullandığı bilinmektedir.

Pop Art'ın ortaya çıkışı, sanatçıların sıradan nesnelere taşıdıkları potansiyel çerçevesinde "anamlı" birer imge olarak değerlendirilmelerine yol açmıştır. Bu eğilimin kavramsal dürtüsünün kökleri Marcel Duchamp'ın hazır yapıtın estetik niteliğinin reddine dayanıyorken zaman içinde söz konusu eğilim Jasper Johns, Cleas Oldenburg, Andy Warhol ve diğer sanatçıların elinde, başlı başına estetik bir birikim kazanmıştır. Seçilen nesnelere nostaljik bir tınısı olmalıdır... Aynı zamanda yaşam tarzının göstergesi olarak bu nesnelere gerçek potansiyelleri olmalıdır (Thompson, 2014, s.297).

Bütün bunların devamında Batur'a göre (2004, s.29) "20. yüzyıl sonsuz bir gürültü içinde geçti". Pop Art, gürültüye sebep olan çıkışlardan biridir. Danto'nun (2010) da deyişle, siyasette ve toplumda değişimlere işaret eden, felsefi dönüşümlere neden olan bir "sarsıntı"dır. Bu yeni hareketin, kitle kültürüne ait nesnelere kullanarak çağın eleştirisini yaptığı görülmektedir. Richard Hamilton'un "Günümüz Evlerini Bu Denli Farklı ve Cazip Kılan Nedir" adlı yapıtının Pop Art'ın ilk örneği olduğu bilinir ancak çağdaş sanatın önemli isimlerinden İskoç sanatçı ve illüstratör Eduardo Paolozzi'nin 1947'de "Pin-up Girl" (poster-kızı) isimli kolaj dizisiyle akımın ilk örneğini daha önce verdiğine ilişkin bilgilere de ulaşmak mümkün.

Marcel Duchamp'ın 20. yüzyıl başında hazır yapım nesnelere bağlamaları nedeniyle sanat eseri olarak sunmuş olması, pop sanatçılarının popüler kültür imgelerini benzer bir motivasyonla sunmalarında etkili olmuştur (...) Kullandıkları stil kitlesel medya üretiminin stillerine benzer: kalın çizgiler ve şekiller, parlak, uçucu renkler; genellikle tanınan nesne ve insanlara yönelik düz, dolaylımsız bir yaklaşım. Pop Art, ruhsal ve psikolojik bir derinlikten alabildiğine uzaktır. Yüzeyin ötesinde anlamlar, örtük ifadeler vaat etmez. Oyunu sever, paradik ve ironiktir. Ama ele aldığı nesnelere, kişiler, durumlar, edimler ve kavramlarla ilişkisi kesinlikle eleştirel değildir (<http://www.edebiyatvesanatakademisi.com/resim-sanati/pop-art-sanati-19215.aspx>).

Yapıtlarda, dergi ve gazetelerden kesilen tüketim maddelerinin, seks sembollerinin ve yiyecek reklamlarının, günlük yaşam nesnelere, çizgi film karelerinin vb. kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca kolajın yanı sıra serigrafi (ipek baskı) tekniğinin de sıkça başvurulan tekniklerden biri olduğu gözlenmektedir.

Pop art tüketim kültürünü ve reklamı adeta yüceltir. Hazır imgelerden yararlanılarak, izleyicinin gündelik yaşamının bir parçası olan nesnelere iki boyutlu yüzeylere aktarılır. Bu nesnelere arasında coca cola şişelerinden, konserve kutularına, yiyecek içecek malzemesine sıradan nesnelere sanatsal bir bağlamda yeniden yorumlamıştır sanatçılar. Özellikle Hollywood endüstrisiyle yakından ilgilenen pop sanatçıları için bir dönemin popüler film yıldızları esin kaynağı olmuştur. Başta Marilyn Monroe olmak üzere birçok ünlü kadın, pop sanatçıların yapıtlarında sanat tarihine mal olmuştur. Kadın imgesi pop sanatın başlıca konularından birisi olmuş, cinsellik yüklenmiş seyirlik bir nesne haline getirilmiştir (Ateş, 2014, p.2).

Pop Art'ın önemli isimlerinden olan Andy Warhol'un kuralları çiğneyerek, kültürleri (yüksek kültür/alçak kültür-popüler kültür) birleştirerek ya da karşı karşıya getirerek ve yalnızca sanat dünyasına değil temel mimari ilkelerine uygulanabilecek belirsizlikler de yaratarak bir tür ironi ürettiği gözlenmektedir. Sanatındaki ilk ironik durum sanatın o güne kadar uygulanan kurallarını çiğnemesidir. Tuvallere serigrafi baskı ile baskı yapmadan önce mekanik bir üretimmiş gibi elle-fırçayla özenle zemini boyaması da ironiktir. Değerli olmayan bir ürünü değerlendirerek onu çok büyük fiyatlara pazarlaması da ironik bir durum olarak değerlendirilebilir. Örnekler bu anlamda çoğaltılabilir. Kitlesel olarak üretilen ticari mallara odaklanan sanatının aynı zamanda ikonlaşmış imgelere dönüştüğü bilinmektedir (Campbell Çarbarları, Brillo Kutuları gibi). Kuspit'in (2006) belirttiği gibi Warhol'un kendisi de Coca-Cola gibi bir marka olmuştur. Nitekim sanatçı seri olarak ürettiği ürünler, ünlü kimlikler gibi kendini de ikonlaştırmıştır.

Pop Art sanatçılarının büyük bir kısmının üretimlerinde sanatı bir tür ticaret olarak algılamak mümkündür. Özellikle de Warhol'un sanatı böyle konumlandırılabilir. "(...) ürünleri, üretildikleri biçimde, yani mekanik olarak yeniden üretiyordu. Modern pazarlamanın seri üretim ve dağıtım yöntemlerine öykünen bir seri yeniden üretimdi onun yaptığı" (Kuspit, 2006, s.90). Hatta 1964'te "Fabrika" adlı kendi sanat stüdyosunu açarak, orada toplumun seçkinleriyle birlikte çalıştığı bilinmektedir.

Andy Warhol, zamanın popüler kültürünü yansıtan markalardan, logolardan, resimlerden ve gazete makalelerinden türetilen hazır imgeleri stilize ettiği için (genellikle tekrar veya renk eklenmesi ile), sanat dünyasının çok da yabancı olmadığı “kendine mal etme” (pastiş) eylemi Warhol'un sanatsal kariyerinin başlangıcında çok daha karmaşık hale gelen bir uygulama olarak birçok tartışmanın odak noktası olur. Pop Art orijinal ve yeni olanı yarattığı gibi aynı zamanda da postmodern'dir. Burada söz konusu olan yüksek sanatla alçak sanat (Pop Art- kitle endüstrisinin yarattığı sanat) karşı karşıya gelmektedir. “Böylelikle yalnızca modern çağda, yüksek sanat ile endüstrileşmiş alçak sanat ya da kitle üretimine yönelik kültür karşı karşıya geliyorlar” (Özbek, 2002, s.63). Andy Warhol'un üretimlerinin de postmodern olduğunu söylemek mümkün. “Şöyleki, Andy Warhol, yüksek sanat ve popüler kültür arasındaki çizgiyi bulanıklaştırıyor çünkü onun sanatı hem o anda yeni ve orijinal olanı, hem görüntülerin, hem de yazıların bir kombinasyonunu içeriyor” (Millie-Rose, 2010).

Sanatın gidebileceği kadar yol aldığı ya da felsefi doğasının artık anlaşılır hale gelmiş olduğu düşünüldüğü takdirde sanatçının bu özgürlüğü tanımlanabilir hale gelebilir. “XX. yüzyıla dek aslında sanat yapıtlarının daima teşhis edilebilir olduğu düşünülüyordu... Warhol ile birlikte sanat yapıtının hiçbir özel biçimde olmak zorunda olmadığı açık hale gelir; sanat yapıtı Brilllo kutusuna veya çorba konservesine benzeyebilir” (Danto, 2010, s.60). Ya da bu çalışmada incelenmek üzere seçilen Coca-Cola şişesine.

1886 yılında bir öğleden sonra, Eczacı Dr. John Pemberton hazırladığı içeceği, bir kaç sokak ötede bulunan Jacobs Eczanesi'ne götürdü. Bu yeni içecek, Jacobs Eczanesi'nde bardağı beş sentten satışa sunuldu (...) Dr. John Pemberton'ın muhasebecisi olan Frank Robinson içeceğe “Coca-Cola” adını verdi ve bu adı kendi el yazısıyla yazıya döktü. Bugüne kadar Coca-Cola adı hiç değişmeden aynı şekilde yazıldı (...) Pemberton'un ölümünün ardından Atlantali işadamı Asa Griggs Candler, yaklaşık 2.300 dolara iş haklarını satın aldı. Candler, şirketin ilk başkanı ve markaya gerçek vizyonunu kazandıran kişi oldu (...) 1893'te Asa G. Candler Coca-Cola'yı bir icattan bir markaya dönüştürdü. Ücretsiz tadılması için kuponlar dağıttı ve içeceğin dağıtımını yapan eczaneleri Coca-Cola markalı saat, takvim gibi tanıtım ürünleriyle donattı (...) 1895 yılında Coca-Cola her yerde görülmeye başlandı. Asa G. Candler, Chicago, Dallas ve Los Angeles'ta şurup tesislerini kurdu (...) 1889 yılında Benjamin F. Thomas ve Joseph Biedenharn Whitehead adlı iki avukat, Coca-Cola'yı şişeleyip satmaya yönelik münhasır hakları Candler'dan yalnızca bir dolara satın aldılar (...) Coca-Cola Şirketi, taktik içeceklerin çoğalmasını engellemek için reklam kampanyaları yaparak, Coca-Cola'nın orijinalliği vurguladı. Bu sırada Coca-Cola'yı taktitlerinden ayırmak için farklı bir şişe şekli oluşturmaya karar verildi (...) Indiana'da bulunan The Root Glass Company adlı şirket, karanlıkta veya kırıldığında bile tanınabilecek bir şişenin tasarlanmasını öngören yarışmayı kazandı. 1916 yılında herkesçe bilinen orijinal şişenin imalatına başlandı (...) Artık Coca-Cola markası ile özdeşleşmiş olan orijinal şişe 1916'dan bu yana hiç değişmeden bugünlere geldi. Bu dönemde, Coca-Cola Şirketi hızla büyüdü (...) Robert Woodruff, babası Ernest'in Şirketi Asa Candler'dan satın almasından dört yıl sonra 1923'te şirket Başkanı oldu (<https://www.coca-colaturkiye.com/tarihcemiz/dunyada>).

“Green Coca-Cola Şişeleri”, Andy Warhol'un öncülüğünü yapıp geliştirdiği serigrafik tekniği ile üretilmiştir. Sanatçı, şirket logosunun üstünde tek bir Coca-Cola şişesini, 16 dikey 7 yatay olmak üzere düzenli aralıklarla tekrarlar. Yinelenen görüntüler, mekanik yeniden üretimi çağrıştırmaktadır. Ancak, yüzey üzerinde yer alan ızgara şeklindeki siyah çizgiler, sanki manuel olarak yeşil alanlara basılmış gibi görünmektedir. Öte yandan bu siyah çizgilerin oluşturduğu ızgara biçimi, şişelerin raflarda yer aldığı hissini vermektedir. Şişelerin her biri alttaki yeşil boyanın da etkisiyle farklı görünmektedir. Yine şişelerin genelde biraz düzensiz olması, ızgaranın genel düzenliliğini bozarak, yapıtın aynı anda hem el yapımı, hem de seri üretim gibi algılanmasını sağlamaktadır. Zemindeki yeşil renk muhtemelen Amerika'nın yeşil dolarlarını çağrıştırmakta ve bir bakıma zenginliğin temsili olarak tüm yüzeye yayılmaktadır. Aynı zamanda sanatçının şöhretli olmak, marka olmak kadar parayı da ne çok sevdiğini onaylar nitelikte bir gösterge olduğu düşünülmektedir.



Resim 5. Andy Warhol, “Yeşil Coca-Cola Şişeleri”, 1962, Tuval Üzerine Akrilik, İpekbaskı ve Grafit Kalem, 210,2x145,1 cm, Whitney Amerikan Sanatı Müzesi, New York.

Öte yandan her bir Coca-Cola şişesi, her bir çorba kutusu onun örtülü cinsel kimliğinin portresi olabilir ve bu kimliğine dair örtülü birer referans olarak algılanabilir. Sanatçı, tarihsel olarak endüstrileşmeyi, yani makineyi doğal insan yeteneği ve üretkenliği için doğal olmayan tehdit olarak görenlere eleştiren bir dil kullanıyor. Aynı cinsiyete karşı olan arzusu makine ile benzerlik gösteriyor. Homoseksüel kimliğin, insan üremesi için doğal olmayan bir tehdit olduğu düşünülürse... Onu reddeden bir dünyaya yanıt niteliğindeki üretimlerinde seri üretime, tekrara yer vermiş olması da "Ben makine olmak istiyorum" deyişini desteklemektedir. Yapıtlarında genel olarak mekanik üretim ve homoseksüellik arasındaki bağlantıyı tartıştığı düşünülmektedir. Ve yine “Ben makine olmak istiyorum” söylemi, 1960'lı yılların sanat mirasına odaklanan bir öğretmen, küratör ve bilim adamı olan Micheal Maizels'e (2015) göre "Ben olduğum için kabul edilmek istiyorum"u çağrıştırabilir. Warhol yapıtlarında sadece endüstrileşen toplumu eleştirmekle kalmıyor aynı zamanda da bu toplumun cinsel hoşgörüsüne ilişkin ipuçları veriyor. Kısaca yapıtları o yıllarda Amerika'da yaşayan eşcinsel bir erkek olan Warhol'un yaşam biçimini yansıtmaktadır. Ama sanatçı bunu dolaylı, gizemli ve örtük biçimde söyleme yolunu seçmiştir. İncelenen yapıtta, imge tekrar tekrar görüntülenerek cinsiyetçi yan hastalıklı bir uğultu şeklinde var olmaktadır.

Başka bir bakış açıysa; yapıttaki her bir nesne onun kendini ifade edemediği bedeni yerine geçen öncelikle erkek görünümü dışı bir bedene gönderme de olabilir. Üreten, makine gibi sürekli çoğaltan, yani doğurgan bir kadın bedendir bu. Onun kısır bedeninin yerine geçmiş görünüyor. Şişenin, dışı bedeni gibi olan hatları bu düşüncüyü destekler niteliktedir.

Sanatçının yapıtlarındaki sık tekrarlar aynı zamanda patolojik bir durum olarak değerlendirilebilir. Örnekse, psikolojide geçen rahatsızlıklardan biri olan obsesif kompulsif bozukluk gibi. Sanatçının takıntılı ruh hali o kadar çok rahatsız edici bir hal almış olmalı ki tekrarlarla düşünceleri uzaklaştırmaya çalışma yoluna gitmiş görünüyor. Belki de çocuklukta yaşanmış travmayı (cinsel istismar) da temsil etmektedir. Ancak tüm bu yazılan ve çizilenler bir yorumdan öteye gitmemektedir.

Sanatçı 20. yüzyılın önemli isimlerinden olmasının yanı sıra çağın sanatı ve kültürünü etkileyenlerden olmaya devam edecek görünüyor.

Sonuç

Çalışmada, Duchamp'ın sıhhi tesisatçıdan almış olduğu Amerikan yapımı pisuvar, cinsel kimlik-kimlikler odaklı bir nesne olarak tanımlanmıştır. Duchamp'ın pisuvar ile kendi cinsel kimliği hakkında çok yönlü yorum yapabileceği uygun bir alan yarattığı düşünülmektedir. Önemli olduğu düşünülen bir tespitse; yapıt özellikle de kız kardeşi ile yaşadığı/yaşayamadığı cinsel dürtülerini betimler niteliktedir. Öte yandan homoseksüel ve aynı zamanda biseksüel olduğuna ilişkin ipuçları da taşıdığı iddia edilmektedir. Ayrıca pisuvarın kadın kimliğine karşı aşağılayıcı-alaysı bir yanı olduğundan da bahsedildi. Duchamp, cinsiyetçi bir nesnenin alaysı görüntüsünden daha fazlasını üretmiş görünüyor. Sanatta yıkıcı bir darbe olarak algılanan bu hazır nesne, gerçekte sanatçının duygusal çöküşünün göstergesi olarak düşünülmektedir. Aynı zamanda Duchamp'ın sanatçıdan ve sanattan ne anladığına ilişkin ipuçları da taşımaktadır. Bu nesne gizli, belirsiz, çelişkilerle dolu içeriğiyle yorumlanmaya, yeni metinler üretmeye devam edecek görünüyor.

Warhol'un Coca-Cola şişesi ise, yine cinsel kimliğin gizemli bir şekilde açığa vurumu olarak yorumlanmıştır. Sanatçının "makine olmak istiyorum" deyişi açık olmasa da yaşadığı ancak açıkça ifade edemediği cinsel dürtüsünün temsili gibidir. Kendi mahremiyetini örtük bir şekilde açığa vurur ve bunu basit bir nesne üzerinden yapar.

Duchamp ve Warhol'un yapıtlarındaki çoklu karakterleri, farklı yapıları aynı yüzeyde ya da ortamda bir araya getiren yönleri, hazır yapımları nelerin sanat yapıtı olduğu sorusunu gündeme getirmiş ve bunun üzerine birçok tartışmalara neden olmuşlardır. Hatta sanatın tanımının da yanlışlığı üzerine düşünmelere sebep oldukları bilinmektedir. Anlatı çağının yani tarihsel sanatın sonrasını hızlandıran yapıtları, her sanatçının kendi istediği yolda çeşitlilik içinde yürüyebileceği özgürlüğünü sunarlar.

Her iki sanatçının endüstri ürünü olan bir imgeyi örtülü bir şekilde cinsel kimliklerinin ifadesi olarak kullanmalarının yanı sıra kadın kimliğine bürünerek kendilerini fotoğraflarla da ifşa ettikleri görülmektedir. Kimi zaman saldırgan, kimi zaman da masum görünen bu cinsiyetçi ifade biçimleri, cinsel farklılıklarının kabul edilmediği, eleştiri bile kabul görmeyen bir dönemde gerçekleşiyor. Avam ya da basit bir nesne ile oluşturulan bu söylemler, sanatçıların kimlikleri hakkında açık olmayan itiraflar sunmaktadır. Geriye dönüp sanatın tarihine bakıldığında iki sanatçının da yaptığı en önemli şey, sanatı kurallarından kurtarıp özgür bırakmış olmaları gerçeğidir.

KAYNAKÇA

- Antmen, A., (2008). *20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel.
- Batur, E., (1997). *Modernizmin Serüveni*. İstanbul: Yapı Kredi.
- Batur, E., (2004). *İmgeleri Kim Dinler?* İstanbul: Yapı Kredi.
- Danto, A., C., (2010). *Sanatın Sonundan Sonra*. Zeynep Demirsü(Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Danto, A., C., (2012). *Sıradan Olanın Başkalaşımı*. Esin Berktaş ve Özge, Ejder (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Foster, H., (2009). *Gerçeğin Geri Dönüşü*. Esin Hoşsucu (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Kuspit, D., (2006). *Sanatın Somu*. Yasemin Tezgiden (Çev.). İstanbul: Metis.
- Özbek, M., (2002). *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*. İstanbul: İletişim.

Thompson, J., (2014). *Modern Resim Nasıl Okunur*. Firdevs Candil Çulcu (Çev.). İstanbul: Hayalperest.

İNTERNET KAYNAKÇASI

Adem. (2016). *Pop-Art Sanatı*. <http://www.edebiyatvesanatakademisi.com/resim-sanati/pop-art-sanati-19215.aspx> - Erişim Tarihi: 19.02.2018.

Ateş, Sevil (2014). *Pop Art Üzerine*. <http://sanatkaravani.com/pop-art-uzerine/> - Erişim tarihi: 20.02.2018.

Artun, Ali (2013). *Arthur Danto'nun Ölümü, Andy Warhol ve Sanatın Sonu*. <http://www.e-skop.com/skopbulten/arthur-dantonun-olumu-andy-warhol-ve-sanatin-sonu/1621> - Erişim tarihi: 06.12.2017.

_____. *Tarihçemiz*. <https://www.coca-colaturkiye.com/tarihcemiz/dunyada> - Erişim Tarihi: 24.02.2018.

Hawkins, Alexander (2015). *Meet Rrose Sélavy: Marcel Duchamp's Female Alter Ego*. <http://www.anothermag.com/art-photography/8084/meet-rrose-selavy-marcel-duchamp-s-female-alter-ego> - Erişim Tarihi: 25.01.2018.

Housefield, James (2012). *Marcel Duchamp'ın Sanatı ve Modern Paris'in Coğrafyası* (Çeviren: Ayşe Önuçak Bozdurgut). <http://www.e-skop.com/skopyazar/james-housefield/21700> -Erişim Tarihi: 08.02.2018.

Maizels, Michael (2015). *Doing It Yourself: Machines, Masturbation, and Andy Warhol*. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00043249.2014.993275> - Erişim Tarihi: 25.02.2018.

Millie-Rose (2010). *Postmodernism-Andy Warhol*. <http://tccpomo.blogspot.com.tr/2010/11/andy-warhol.html> - Erişim tarihi: 23.02.2018.

Öztuna, K. Ceren (____). *Pop Art'ın Tarihine Yolculuk*. <http://www.brandlifemag.com/pop-artin-tarihine-yolculuk/> - Erişim Tarihi: 25.12.2017.

_____. *Mutt and Jeff*. <https://trcs.wikispaces.com/Mutt+and+Jeff> - Erişim Tarihi: 19.01.2018.

Spector, Jack (2015). *Duchamp's Gendered Plumbing: A Family Business?* <http://toutfait.com/duchamps-gendered-plumbing-a-family-business/> - Erişim tarihi 13.02.2018.

GÖRSEL KAYNAKÇASI

Resim1.<https://trcs.wikispaces.com/Mutt+and+Jeff>

Resim2.https://www.huffingtonpost.com/entry/marcel-duchamps-fountain-of-disruption_us_58ead38ce4b06f8c18beed57

Resim3.<http://www.anothermag.com/art-photography/8084/meet-rrose-selavy-marcel-duchamp-s-female-alter-ego>

Resim4.<https://i.pinimg.com/originals/0e/b8/8c/0eb88ca1d1d22f930293d90ad77f73cf.jpg>

Resim5.<http://www.historygraphicdesign.com/the-age-of-information/postmodern-design/1070-andy-warhol>