



# SANAT ESERLERİNİN DEKOR VE AKSESUARLARDA KULLANIMININ SANAT YAPITI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Birsen ÇEKEN**

Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü. birsen.ceken(@)hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8112-992X

**Sibel KURTOĞLU**

Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı. sibel.kurtoglu@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4453-7451

Çeken, B. ve Kurtoglu, S. "Sanat Eserlerinin Dekor ve Aksesuarlarda Kullanımının Sanat Yapıtı Açısından Değerlendirilmesi". Sanat Eğitimi Dergisi, 10/1 (2022 Bahar): s. 85-93. doi: 10.7816/sed-10-01-06

## ÖZ

Endüstri devrimi ile teknolojinin gelişmesi seri üretimlerin ve tüketim nesnelerinin hızla çoğalmasını sağlamıştır. Sürdürülen yaşamın içerisine fabrikasyon ürünlerinin girmesi, orijinalliğin üretim ile paralel bir şekilde azalması kopya ve taklit ürünlerin artmasına sebep olmuştur. Üretilen nesnelerin arz-talep ilişkisi bağlamında seri üretimleri çıkmış ve ihtiyaçtan kaynaklı üretimler kadar zamanla beğeniye yönelik dekoratif ve süsleme ile ön plana çıkan eserlere dönüşmüştür. Zamanla popüler kültürün beğeni duygusu, günlük kullanım ve tüketim ürünleri üzerinde haz aldığı veya gösterişe dayalı unsurları görme isteği baş göstermiştir. Üretimdeki bu değişim sanat eserleri üzerinden kullanılmaya başlanmış, bireyin sahip olamayacağı birçok ürün ihtiyaç kaynaklı olmayarak beğeni üzerine kişinin haz duygusunu tatmin etmeye üretilmiştir. Ulaşılamayacak sanat eserlerinin dekoratif ürünlerde, tekstil ve günlük kullanım eşyalarında sergilenerek kullanılması sanat eserinin değeri üzerinde sorgulamalara sebep olmuştur. Sanat eserlerinin imitasyonlarının, sanatsal olmayan ortamlarda kullanılmasının hem hazır nesne ürününün ticari değerini etkilemiş olması gerçek eserinin de bu pazarlamacı anlayıştan ne derece etkilendiği araştırılmıştır. Hem güncel bir konuyu ele alması hem de sanat eserine bakış açılarının değişimini ele alması bakımından araştırmanın kendinden sonra yapılabilecek konu kapsamındaki araştırmalara kaynaklık etmesi beklenmektedir. Bu araştırmanın amacı günümüzde, geçmiş dönemlere ait müzelerde sergilenen sanat eserlerinin günlük kullanım ürünlerinde yansıtılmasını araştırmak ve bu kullanımların sanat eserinin değeri üzerinde oluşturduğu farklılaşmayı irdelemektir. Araştırma sonucunda sanat eserlerinin dekoratif ürün ve nesnelere kullanımının, eserin bilinirliği, reklamı gibi değişkenleri etkilediğini söylemek mümkündür.

**Anahtar Kelimeler:** Sanat eseri, tüketim ve sanat, hazır nesne, dekorasyon

*Makale Bilgisi:*

*Geliş: 12 Mart 2022*

*Düzeltilme: 17 Nisan 2022*

*Kabul: 29 Mayıs 2022*

## Giriş

Günlük kullanım nesnelерinin yaşamsal, zamansal vb. koşullara bağlı kalarak gösterdiği değişimler, sanat eserlerinin aktarılma veya ürünü pazarlama açısından tüketim nesnelерinin üstlendiği görevde dönüşümler yaşattır. Sanat eserlerinin zanaat ürünleri üzerinden reklamının yapılması, ticari amaçlarla sanat eserlerinin belirli yüzeylerde kullanımı, eserden referans olarak dekoratif objelerde gösterimi ve popüler hayatın bir pazarlama unsuru olarak kullanımı bu araştırmayı kapsamaktadır. Özellikle Orta çağ da üretilen eserler veya aşk temalı günümüz kitlesinin hakim olduğu çalışmalar bugün bilinirliğini, ticari amaçlar sayesinde arttırmıştır. Sanatçıların yaşamı ile eserin oluşturulduğu dönemdeki yaşamdan etkilenilerek veya sanatçının hayatının sinemalara taşınması günümüz kitlesinin eser ile bağ kurmasını sağlamıştır. Bu bağ ticari amaçlarla güdülen pazarlamacılığı sağlayarak, bir ürünün maliyetini, değerini, reklamını sağlayabilecek bir etken olmuştur. Sanat eserinin tarihi veya sanatçı kimliği sayesinde bir sanatçının tanınırlığı veya eseriyle ön plana çıkması, ticari bir amaç ve müzede sergilenen bir eserin arasında izleyici sayısına varana kadar paralel bağ oluşabilmektedir. Günümüzde popüler kültürün bir unsuru olan sosyal medyada bu ticari reklamın büyümesinde bir role sahip olabilmektedir. Burada dönen reklam pazarlamaları, bireyin dekoratif bir obje üzerinden sanat bağlamında bir haz duymasını düşündürmekte ve ticari kaygıların alıcıyı manipüle etmede bu hazzı kullanma ihtimalini düşündürmektedir. Bu alışveriş akıllara mağara resimlerinde insanları sahip olmak istediği veya sahip olamadığı vahşi hayvan resimlemeleriyle, psikolojik ve ruhsal boyuttaki sahip olabilmeyi getirmektedir. Modern kültürde kişinin sahip olmaya gücünün yetmeyeceği tabloyu, orijinalini kopya ederek perde, halı, aksesuar veya kanvas tablolarda çoğaltıp kullanması esere sahip olma arzusunu yerine getirebilmektedir. Bu yönüyle sanata ilgi duyan veya çağa ayak uydurma gereksinimiyle kişinin eseri evinde kendine kullanımı bireyin kendini tanıtp dışavurmasıdır. Bu psikolojik derinlik ticaret unsuru olabilmış bugün hemen her yerde eserin kopyalarının dekorlarda, stilde, aksesuarlarda, tüketim malzemelerinde kullanımı görülmektedir. Eserin bu örneklerde; tanınabilirliği açısından, müzelere izleyici çekmesi açısından veya sosyal medyada orijinal eserle fotoğraflarının ilgi görmesi açısından değeri artsa da eserin her yerde kullanıma açık olması bir sanat eserinin sanatsal değerini sorguya açık hale getirebilmektedir. Sanatsal değeri yüksek bir eserin bir kahve bardağı üzerinde veya bir paspas, halı, perde üzerinde kullanımı eserin sanatsal değerini sorgulatabilmektedir.

## Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, günümüzde sanat eserlerinin dekor ve aksesuar üzerinde kullanımlarının sanat eserinin niteliğine ne yönde etkilediğini ortaya çıkarmaktır. Eserin sanat piyasasındaki değerini, tanınırlığını ve anlamının değişimi incelenerek görseller üzerinde incelemeler yapılmıştır. Bu araştırma ile bir sanat eserinin reklam ve pazarlama aracına dönüşerek eser veya eserin imgelerinin kullanımı ile piyasada ki konumu ele alınarak güncel bir konunun olumlu ve olumsuz yönleri incelenmiştir.

## Yöntem

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak konu kapsamında yazılan ilgili yayınlar incelenerek literatür taramaları yapılmıştır. Konu kapsamında bazı sanat eserlerine yer verilerek görsel incelemeleri ile araştırma derinlemesine incelenmiştir.

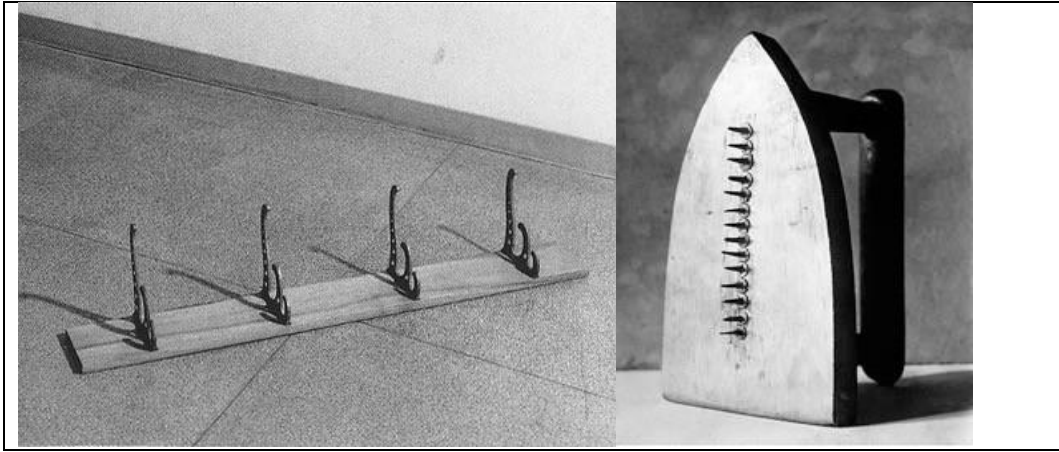
## Günlük Kullanım Malzemelerinin Sanat Nesnesine Dönüşüm Süreci: Modern Çağın Sanayi Devrimi

20. yüzyıl içerisinde, sanat tarihinde ve teorisinde alışlagelenin ötesinde çok önemli gelişmeler yaşanmıştır. Geleneksel sanatın hala bir şekilde varlığını sürdürdüğu bu ortamda, sanatın yapısı ve sanatçıların kendi yaratılarıyla etkileşim kurma biçimleri önemli ölçüde değişmiştir (Aypek Arslan ve Dağlı, 2021:150). Sahip olunan ürünlerin sıradanlaştığı, çok daha hızlı ve fazla bir biçimde üretimlerin gerçekteştiği günümüzde kullanım süreleri kısalan, gündün güne yeni ve üst modellerin üretildiği tüketim malzemeleri hızını kesmeden üremeye devam etmektedir. Bu hızda yaşama ayak uydurmaya çalışan insanın, geçmiş ve şimdiki arasında bir köprü kuran nesnelere, aynı hızla üretilip tüketilen nesnelere yerini alması sanat alanında güncel sanat konularına etki etmiştir. Sanatçının geçmişinden bir parça gördüğu eşyalara anlamlar ve amaçlar yükleyerek geçmiş ile bugünü bir araya getirme çabası özdeşleştirdiği objeyi sanatsal anlamlar çerçevesinde yeniden üretmeye başlamıştır. Bu sanat dünyasının hızla değişen alanlarında sanatçının eser üretme sürecinde değişen hızla ayak uydurmasını sağlar (Arıç, 184). 19. Yüzyıl sonrasında hızla gelişen teknoloji, üretim-tüketim dengesinde yeni bir toplum biçimini doğurmuş, hızlı üretimler beraberinde hızlı tüketimi meydana getirmiş ve bunun sonucunda bir kullan at döngüsü ortaya çıkmıştır. Bu sonuç hızlı tüketimi bir sorun haline getirmiş olsa da sanatçı açısından alternatif malzeme kullanımı

olanağı sağlamıştır (Gökçen Özer, 2019:1) Tüketim nesnelerinin bu hızda üretilmesi sanayi devrimi sonrasında başlamıştır. Ürünlerin, kişilerin ihtiyaçlarına yönelik değil aynı zamanda hobilerine, ilgi duyduğu tasarımlara yönelik olarak üretilmesi ticari bir amacın sonuçlarını aynı hızda doğurmuştur. Makineleşmenin sağladığı bu üretim tüketim dönüşümü alıcı ile pazarlayıcı arasında reklam, tasarım, dekorasyon gibi etmenler ile sıradan bir ürünü ilgi çekici hale getirmektedir. Yaşanan bu değişimin hızlı üretim ile aynı hızda tüketimi sağlaması ürünün çabuk eskimesine dolayısıyla durmadan yenisinin bir versiyonunun yapılmasını gerekli kılmıştır. Tüketim hızı her ne kadar üretimin devinimini arttırarak sıradanlığı ve tekrarı getirmiş olsa da bu üretim ve tüketim hızı bazı sanatçılar açısından ilham aracı olmuştur.

19. yüzyıl sonrasında Endüstri ve Fransız devriminin etkileri, makineleşmenin çoğalması, üretimlerin hızlanması ve hazır nesnelerin tüketimi; klasik ve geleneğe bağlı sanat anlayışlarının terkedilişlerini beraberinde getirmiştir. Sanatçıların bu dönüşümden etkilenerek yeniliklerin peşinden gitmeleri ve bu yenilikleri bir ilham aracı olarak kullanmaları sanatta bazı olguların değişmesini sağlamıştır (Çeken, Akengin, Arslan Aypek, 2017:47). Örneğin Dada sanatı ile hazır tüketim nesnelerinin sanat eserlerine dönüştürülmesi gerçekleşmiş olup günümüze kadar devam eden bir sanat anlayışını sağlamıştır. Birçok sanatçı tüketim nesnesinin geleneksel sanat anlayışına aykırı bir sanat aracı olduğunu düşünse bile, sanatta hazır nesne kullanımı; eserin güzelliğini ya da anlatımını değil sanatçının amacının ne olduğunu ve sanat eserinin amacına yönelik bir anlatım aracı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Örneğin Marcel Duchamp'ın sanat eserlerinde kullandığı ürünler alışılmadık dışında bir sanat anlayışını getirmiş, klasik sanata modern bir soluk yaratmıştır. Eserlerinde günlük kullanım eşyalarına yeni anlamlar yükleyerek sanat galerilerinde sergilemesi, birçok sanatçıya ilham olmuş ve birçok sanatçı bu sanat anlayışını benimseyerek tüketim nesnelerini bir araç olarak kullanmıştır.

Örneğin Duchamp, Trap (tuzak) adlı eserini günlük kullanım nesnesi olduğu rolden çıkararak yeni anlamlar yükleyip galeri de sergilemiştir. Nesnenin, günlük hayattaki rolünün aksine galeriye girdikten sonra bir sanat eseri konumuna gelmesi ile bu görüntüye alışkın olmayan izleyici için sorgulama süreci başlamış olmaktadır. Sanatçı bu eserin kapağa yakın konulmasını söylemiştir ve birçok izleyici tarafından bunun bir eser olduğunun farkına dahi varılmamıştır. Benzer amaç 'Cadeu' (hediye) adlı eserinde de görülmektedir. Hazır yapım bir ütü kullanılarak altına dikenler eklenmiş ve böylece ütünün işlevini kaybederek yeni anlamlar kazanmasını sağlamıştır (anetteinselberg.com, 2018).



**Resim 1.** Marcel Duchamp, Trap (Tuzak) ve Cadue (Hediye) (Bağlantı 1, 2022)

Tüketim nesnelerinin işlevinin dışına çıkarak bir sanat nesnesine dönüşmesi, sanat eserlerinin oluşum ve sergileme biçimlerini değiştirmiştir. Tüketim kavramı ile benzersiz bir ilişki kuran sanat nesnesi hızla tüketilebilen ve el değiştirebilen bir meta kavramına dönüştürülmüştür. Bu ilişki günlük kullanılan tüketim ürünlerinden yola çıkarak başlamış olduğu bir sanat hareketi doğrultusunda göstermiş olduğu tepki, günlük kullanılan tüketim nesnelerinin bir sanat nesnesi şeklinde tekrar kullanılması ve bu doğrultuda devam eden sanatçıların, tüketim toplumuna bir başkaldırı niteliğinde yapmış olduğu eserleriyle günümüze kadar gelmektedir (Sevilay, 2020:75).

### **Hazır/Tüketim Nesnelere Üzerinde Sanatsal Arayışlar**

Nesnelere yüklenen ve onların değerine kaynaklık eden sebepler sanat tarihi süresi kapsamında değişikliğe uğramıştır. Döneminde ihtiyaçlar, inanışlar doğrultusunda değeri olan nesnelere süreç içerisinde sanatçının bakışıyla,

fikirle ve onu sunuş şekliyle değişikliğe uğramıştır (Başoğlu, 2019:11). 21. yüzyıl sanat hareketleri dolaylı ve dolaysız yönden tüketim toplumuna ve popüler kültüre hizmet etmektedir. Bu yönden düşünüldüğünde sanat eseri aslında bir tüketim nesnesi haline dönüşmektedir (Sevilay, 2020: s.81). Tüketim nesnelerinin sanat eserlerine dönüşmesi sayesinde sanata kavramsal bir anlam yüklenmiştir. Farklı işlevlerle kullanılan bir ihtiyaç sonrasında üretilen hazır nesnelere, tüketim eşyaları sanatçının özgün düşüncesi ile görüldüğünün arkasında bir anlam çokluğu oluşturur.

Örneğin bir çatal veya pipo gündelik ihtiyaçlar kapsamında kullanıldığında bir sanat eseri değildir. Bunun gibi eşyalar varlık alanından ayrılmadığı, yeni bağlamlara sahip olmadığı sürece sanat alanlarına dahil olamaz. Ancak sahip olduğu bağlamlar değiştiği takdirde göstergeye dönüşerek yeni anlamlar kazanabilir bu sayede ise sanat yapıtı olabileme potansiyeline sahip olabilirler. Bu süreç kavramsal bir inşa sürecinin başlamasını sağlamaktadır (Sankır, 2018: s.528-529) Sanat yapıtları ile tüketim nesnelerinin etkileşimleri bu süreçte başlamış olup bu etkileşim zamanla sanat yapıtlarını tüketim nesnelere dönüştürebilecek bir süreç yaşayacaktır. Günlük kullanım eşyaları sanatçı dokunuşuyla sanat eserlerine dönüşebiliyorken günümüzde sanatçıların yaşattığı dönüşümler ticari, zanaat ve pazarlama anlayışları ile yeniden üretilmekte ve ticari kaygılarla sanat eserlerine ait izlenimler tüketim ürünlerinde karşımıza çıkmaktadır. Tüketim ürünlerinin sanat eseri görselleri veya sanatçı portreleri ile üretilmeye başlanması sanat eseri bağlamında düşünüldüğünde eserin ve sanatçının tanınırlığını arttırırken, hazır nesnelere ise pazarlamanın ve ürünün çekiciliğini arttıran bir girişim olarak düşünülmektedir. Bu pazarlama anlayışında alıcının sahip olamayacağı bir sanat eserinin, günlük kullanım nesnesinde veya dekoratif bir üründe kullanımı alıcıyı cezbetmekte ve gerçeğine sahip olunamayacak bir esere taklidi ya da benzerine sahip olma arzusuna itmektedir. Goodman'a göre, bir nesne yaşadığı an ve koşullarda farklı niteliklere sahip olabilmektedir. Yani bir nesnenin belirli bir biçimde simgeye dönüşmesi sanat yapıtı olarak değerlendirilebilir. Bir taş yol üstünde durduğu sürece sanat eserine dönüşüm süreci başlar. Ancak Rembrandt'ın bir tablosu soğuk havanın girmesini engellemek için kırık bir camı onarmak amacıyla kullanıldığı sürece sanat yapıtı işlevini kaybedecektir (Sankır, 2018:529). Bir sanat eserinin günlük kullanım nesnesine dönüşmesi veya eserin bir izleniminin tüketim nesnesi üzerinde izdüşümlerinin yansıtılması ürüne sanat eseri niteliği kazandırmaz.

Sanat ile sanat olmayan arasındaki ayrım tarihsel süreç ve sosyal alan bağlamında ortaya çıkan pratiklerin toplumsal formlarına dayanır. Sanat ve sanat olmayan arasındaki ayrım değişken gerçekliklere değil toplumsal örgütlenmelerin eylemsel pratiklerine dayanır. Bu pratikler yapıtların sanat eseri olarak algılanmasını sağlayan tasarlanmış ve uzmanlaşmış sanatsal mekanlarla bütünleştiği sürece gerçekleşir (Williams, 1993:129). Artık nesnelere işlevsel açıdan değerlendirilmemekte ve kendi gerçekliklerinin dışında yüklenen gerçekliği de yansıtmaktadır. Nesnenin odak noktasına alındığı yeni bir anlatıma kavuşturulduğu bağımsız denemelerin gerçekleştirildiği modernizm çağında değişim ve dönüşümün devam edeceği biçimselliğin değil anlamlılığın önem kazandığı kavramsal sanat anlayışları doğmuştur (Arıç, 187). Yaşanan bu dönüşümler günümüzde ticari kaygılarla üretilen objelerde sanatsal değeri olmayan ancak sanat eserini referans edindiği için alıcı bulabilen bir pazarlama sürecine girmiştir.



Resim 2. Edvard Munch'ın Çığlık Tablosu'nun Iphone Kılıflarında Tasarlanması (Bağlantı 2, 2019)

Edvard Munch'e ait "Çığlık"tan esinlenerek tasarlanan telefon kılıfları bilinen bir sanat eserine gönderme yapmakta ve pazarlama açısından sanatı bir araç olarak kullanmaktadır. Modernizmin ilk çağlarında nesnelere anlam

kazanarak sanat eserine dönüşürken, günümüzde nesne üzerinde sanat eserine yer verilerek ürünü eserin değeri üzerinden pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Günümüzde Hazır nesnelerin üretiminde özellikle dekoratif ve aksesuar ürünlerinde sanat eserlerinden esinlenimler gerçekleşmektedir (Resim 3). Yapılan uygulamalarda sanatsal bir değer görülmemekle beraber kullanılan sanatçı ya da sanat eserinin popülerliğinden ötürü bir kalite farkı yaratabilmektedir.



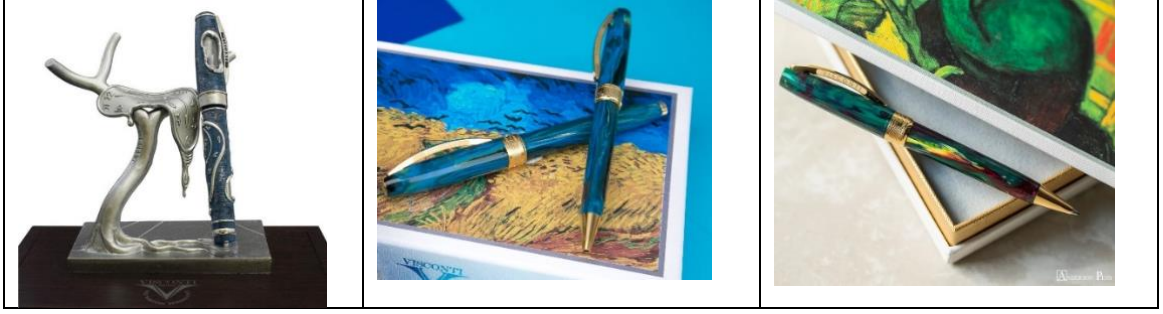
**Resim 3.** Vincent Van Gogh - Teras Cafe Adlı Eserin Farklı Dekoratif Yüzeylerde Uygulamaları (Bağlantı 3, t.y.)

Van Gogh gibi dünyaca tanınan bir sanatçının eserleri birçok tasarımcı için ilham kaynağı olabilmektedir. Alıcı tarafından bu eserin tanınıyor olması, sanatçının evrensel niteliğinin olması ve eserlerin bilinirliği üretilen objede kullanılarak alıcıyı gündelik kullanım eşyaları üzerinden manipüle edebilmekte ve ticari açıdan kalite değişkenini ortaya çıkarmaktadır.



**Resim 4.** Cartier, Salvador Dali'nin Eriyen Saatler Eserinden Esinlenerek Tasarlanan Saat (Bağlantı 4,t.y.)

Dali'nin sürrealist tablolarından olan "Melting Clock" eserinden esinlenerek tasarlanan saatler alıcıların, bir sanat eserinden çıkan objenin gerçek hayatta kullanılmasından etkilenmekte ve bu ilişki ticari bir birlikteliği doğurmaktadır (Resim 4).



**Resim 5.** Visconti; sanatsal kalemler, Salvador Dalı Serisi ve Vangogh Serisi Dolma Kalem (Bağlantı 5, 2018)

Bu ticari anlayış, günlük kullanım ürünlerinde işlevsel olarak sanat eserinden bir göndermeye sahip olmasa bile obje üzerinde renk veya eser görselini referans olarak gerçekleşebilmektedir. Örneğin Visconti markası 4 farklı ressamdan esinlenerek kalem tasarımları uygulamış ve günlük kullanım eşyası olan kaleme sanatsal bir dokunuş ekleyerek kalite ve tasarım açısından zanaat ve ticaretini gerçekleştirmiştir (Resim 5). Sıradan bir ürünün estetik ve sanatsal referansı sayesinde ürünün sanat yoluyla pazarlanması sağlanmıştır.



**Resim 6 .** Sonia Delaunay'ın eserlerinde oluşturulan giysi tasarımları (Bağlantı 6, 2021)

Sanatçıların eserlerinden ilham alarak oluşturulan tasarımlar tekstil ürünlerinde de kullanılmıştır. Örneğin Sonia Delaunay renk teorileri ve renk skalaları üzerine araştırmalar yapan ve eser üreten bir sanatçıdır. Günümüzde nl markaların giysi tasarımlarına ilham olan bu eserler ile yine bir günlük kullanım nesnesine sanatsal dokunuş ekleyerek estetik değerini arttırmıştır. rnlerde sanat eserleri referans alınırken, eserin reklamı üzerinden tasarımlar yapılmakta ve referans alınan sanat eseri ne kadar tanınmışsa ürün pazarlaması açısından o kadar değer artmaktadır. Dünyanın en büyük müzelerinde sergilenen sanat eserleri, ticari kaygılarla paspas da olabilmekte, kullanılan bir koltukta da olabilmektedir. Eserin bir p kovası üzerinde tasarlanması gerçek sanat eserinin değerinde bir değişime sebep olmazken ürünün işlevini değiştiren de bir etkiye sebep olmamıştır. Oluşturulan tasarımlar yalnızca sanat eserinin grselliğinden dolayı kullanılmamakta, bazen de sanatçının bir konu üzerine nc olmasından veya kullanılacak ürünle sanat eseri arasında bir detayın tasarıma etki ettiği düşünülebilmektedir. Örneğin ışığın sanatçısı Rembrandt'ın eserlerinin abajurlar üzerinde tasarlanması bir gerekçe olarak düşünülebilmektedir. Son zamanlarda özellikle yeme-içme gibi tüketime yönelik sektörlerin servis ve dizaynlarında sanat ile işbirliği içinde adım atan firmalar bu girişimlerini ilerleterek sanat eserlerinin görselleri ile bir çeşit ticari anlaşma ve tanınırlık gerçekleştirmektedir. Sanattan ilham alarak üretimler yapan bu sektörler; sanat eserinin rengi, mesajı veya sanatçının tanınırlığı üzerine tasarımlar oluşturarak reklam boyutunun dışında eseri yerel bir mecradan evrensel bir alana taşıyarak eserin bir kez daha ticari kaygılarla tanınırlığını sağlamaktadır.



Resim 7 . Karaca "Frida" Koleksiyonu (Bağlantı 7, 2021)

### Sonuç

Çağımızda sanat eseri kavramı ve değeri; mekân, teknoloji, sanatçı ve kimlik unsurlarıyla yeni bir anlam kazanmaktadır. Eserlerin sahip olduğu değerler özellikle yerel olmayan, evrensel bir unvana sahip ise, günümüzün ticari kaygılarıyla sanatsal düzenlemeler dışına çıkarılarak günlük kullanıma aktarılabilmektedir. Bu araştırma kapsamında bilinen sanatçıların veya sanat eserlerinin, sahip olduğu ün ve bilinirliğe göre pazarlama anlayışıyla tüketim nesnelerinde kullanımı incelenmiş, bu inceleme sonucunda ise sanat değeri olmayan bir tüketim nesnesinde sanat eseri veya sanatçıya ait bir referansın bulunuyor olması tüketim nesnesini olduğundan daha değerli gösterdiğine ulaşılmıştır. Aynı durum sanat eseri açısından incelendiğinde, eserin popülerliğinin arttığını, eserin bulunduğu galeri, şehir, müze gibi mekanların da eserle beraber bilinirliğinin arttığını dolayısıyla sanat eserinin sanat değerleri açısından aynı kalabileceği fakat insanlar arasında bilinirliğinin ve değerinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Gün geçtikçe sanatın alet edildiği günlük kullanım eşyaları ve tüketim ürünlerinin artıyor olması sanat eserini bir reklam, pazarlama, piyasa anlayışıyla değerlendiriliyor olması günümüzde sosyal mecraların, popüler kültürün, beğeni kaygılarının bir sonucudur. Aslına sahip olunamayacak eserlerin imitasyonlarının bir telefon kılıfı, üzerine basılan bir halı ya da paspas gibi kullanım eşyalarında sergileniyor olması bu eşyalara sahip olan kişinin anlık beğeni duygularına hitap etmekte ve sanat eserini sadece bilinirlik düzeyinde etkilemektedir.

### KAYNAKÇA

- Arıç, T. (2019). Sanatsal Düşüncenin Aktarımında Günlük Kullanım Nesnelerinin Değişen Rolü . Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi , (42) , 183-194 . DOI: 10.32547/ataunigsed.482661
- Aypek Arslan, A., Dağlı B. (2021). "Reflection of Climate and Environmental Changes on Culture and Art". The Journal of Academic Social Science Studies, Year: 14 - Number: 87, p. 145-156. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/JASSS.52774>
- Başoğlu, B. (2019). Sanat Yapıtında Gündelik Nesnenin Kullanımı ve Değer Sorunu. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çeken, B., Akengin, G., Arslan Aypek, A. (2017). Sanatsal Bir Başkaldırı Olarak Dada. Akdeniz Sanat Dergisi, 10(20).
- Gökçen Özer, F. (2019) Çağdaş Sanatta Endüstriyel Objelerin Kullanımı, yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Sankır, H. (2018). Gündelik Nesnenin Sanatsal Dönüşümü: Sıradan Nesnelerin Sanat Eserine Dönüşüm Süreci Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. Journal of History Culture and Art Research, 7(5), 524-543.
- Sevilay, M. E. (2020). Tüketim Toplumu Ve Sanat Nesnesi Diyalogu . Akademik Sanat , 5 (9) , 71-84 . <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademiksanat/issue/53949/676924>
- Williams, R. (1993). Kültür. Ankara: İmge.

Hazır-Yapım Sanat Eserleri: Marcel Duchamp, 2018. Çevrimiçi Erişim: <https://anetteinselberg.com/2018/06/26/hazir-yapim-sanat-eserleri-marcel-duchamp/> Erişim Tarihi: 05.01.2022

## Görsel Kaynakça

- Resim 1. Hazır-Yapım Sanat Eserleri: Marcel Duchamp, 2018. Erişim Tarihi: 05.01.2022,  
<https://anetteinselberg.com/2018/06/26/hazir-yapim-sanat-eserleri-marcel-duchamp/>
- Resim 2. Edvard Munch'ın Çığlık Tablosu'nun Iphone Kılıflarında Tasarlanması ,Eylül, 2019. Erişim Tarihi 08.01.2022, <https://pembeteknoloji.com.tr/edvard-munch-ciglik-tablosu-iphone-kilifina-tasindi-19820/>
- Resim 3. Anonim, Teras Cafe Adlı Eserin Farklı Dekoratif Yüzeylede Uygulamaları. (t.y.) Erişim Tarihi: 05.01.2022 <https://www.cipcici.com/tr/urun/blackout-perdeler/vincent-van-gogh-teras-kafe-blackout-perde>
- Resim 4. Cartier, Salvador Dali'nin Eriyen Saatler Eserinden Esinlenerek Tasarlanan Saatler (t.y.) Erişim Tarihi 15.01.2022, <http://gossipguyistanbul.blogspot.com/2013/02/dalinin-eriyen-saatleri-cartierde-hayat.html>
- Resim 5. Visconti; Sanatsal Kalemler, Salvador Dali Serisi ve Vangogh Serisi Dolma Kalem, Şubat,2018, Erişim Tarihi 15.01.2022 <https://www.alwaysfashion.com/en/sanatsal-kalemler>
- Resim 6. Sonia Delaunay'ın eserlerinde oluşturulan giysi tasarımları, 2021, Erişim Tarihi: 01.02.2022, <https://blog.daum.net/kmozzart/18037>
- Resim 7. Karaca "Frida" Koleksiyonu , 2021. Erişim Tarihi: 06.02.2022, <https://www.yeryuzundebeyazizler.com/sanatsal-karaca-frida-serisi-191>





## EVALUATION OF THE USE OF ARTWORKS IN DECOR AND ACCESSORIES IN TERMS OF ARTWORK

Birsen EKEN, Sibel KURTOĞLU

Advancement of technology ensures proliferates of mass production and consumer goods with the help of industrial evaluation. Inserting fabrication products into sustainable life decreasing authenticity in indirect proportion to production gives rise to increasing imitation product and knockoff. Manufactured products' serial production shows up within the context of supply demand and it has been turned into monument which comes into prominence of ostentatious decoration and ornament as much as the production of output from necessity in time. Kick of popular culture, demand of basic components based on "vanity-driven" and delice on daily use and consumption arises in time. That change in production has been used on masterpieces, several products which individual can never have, have been produced not from necessity but on-demand to satisfy the sense of pleasure. Using unattainable masterpieces by displayed on decorative productions, goods of textile and daily use causes questioning of value. It has been investigated that Imitation of masterpieces usage in an artificial setting has affected the commercial value of finished product and impact of marketing perceptive on real monument to what extent. Research is supposed to be the source for the next research in this context not only by handling the recent subject but also the variation of perspectives about the masterpiece. The aim of this research is searching the reflection of archaic masterpieces displayed on museum to daily use products and investigating the differentiation of their usage on the masterpieces. It is possible to say that the usage of masterpieces on decorative and daily use products effects the variables like familiarness and advertisement of piece of art.

**Keywords:** Artwork, consumption and art, ready made object, decoration