

GÖRÜNTÜLERİN HAKİMİYETİ: MURAT PULAT'IN TEST YAYINI SERİSİ ÜZERİNE

FIRAT ARAPOĞLU

"Bir açıklama: Şiddet içerikli TV programlarını izleyen çocuklar büyüdülerinde şiddete daha eğilimli oluyorlar. Fakat TV şiddete neden olur mu ya da şiddete eğilimli çocuklar tercihen şiddet içerikli programları izlemekten mi keyif alıyor? Olasılıkla her ikisi de doğru. TV'deki şiddetin ticari savunucuları herhangi birisinin televizyon ve gerçeklik arasındaki durumu ayırabileceğini ileri sürmekte. Fakat Cumartesi sabahındaki çocuk programları, saatte 25 şiddet hareketi içerecek bir ortalamaya sahip bugün."

Carl Sagan

1950'lerin ortalarında Amerika'da Jasper Johns ve Robert Rauschenberg öncülüğünde, İngiliz muadilinden farklı olarak bir Pop Art akımı ortaya çıkmıştı. İroni ve sanat karşıtı estetiğini kullanmaları, bu grubun 1950'lerde sıklıkla kullanılan bir terim olan "Neo-Dada" tabiri içerisinde değerlendirilmeleri ile sonuçlandı. Pop-Art için Jasper Johns'un kullandığı bir tanımlama aslında işin özünü vermekte: "zihnin zaten bildiği şeyler". Zihnin bu bildiklerinin sayısı çok, ama en önemlilerinden birisi starlar, oyuncular, pop kültürün ikonları.

Bu giriş yapmamın nedeni, Murat Pulat'ın Alan İstanbul'da sergilenecek son serisi üzerine kısa bir okuma yapma arzudan kaynaklanıyor. Murat Pulat, sinema ve TV imgelerinden hareketle aslında izlerkitlenin - ABD, Avrupa ve Türkiye fark etmiyor) şöhrete ve trajediye duyduğu saplantılı ruh halinin bir yorumunu yansıtıyor. Karşılaşılan imgeler, filmlerin çeşitli ikonik ekran görüntülerinden alınmakta. Marilyn Monroe'dan Audrey Tautou'ya birçok figürün yer aldığı resimler, sinema endüstrisinin yönlendirilmiş ve koşullu kargaşasını ele alıyor. Sinema ya da TV izleyicilerinin yakından aşına oldukları imgeler, bu seride Pulat'ın çalışmalarında daha da yakınlaşıyor, zira bundan daha birkaç on yıl önce bu görüntüler sadece çeşitli dergilerin belirli sayılarında yer almaktaydı. Kitle kültürü/eğlence kültüründen türeyen bu imgelerin sanata çağırılması, bir tür imgesel hazır-nesnelere olarak sanatçının çalışmalarında işlev görmekteler – Nam June Paik, TV'yi bir hazır-nesne olarak dönüştürürken, 1960'ların başında bunun başlangıç hareketini vermişti.

Murat Pulat 20.yy.'ın en etkili sanatçılarından birisi olan Andy Warhol'un izinden giderek, Pop-Art'ın erken dönemlerinin arkeolojik çıkış noktalarını tekrar yüzeye taşıdığını ileri sürebilirim. Burada Amerikan/Avrupa kültürünün modası olarak popüler kitle medyasının yayılımını ve bunun global olarak temsil ettiği trajedi ve şöhret kavramlarını ele alıyor. Murat Pulat'ın farklılaştığı bir nokta ise, daha önceki süreçlerde dergilerden, gazetelerden ya da afişlerden türetilen işlerin, burada bir ekran görüntüsünü ele geçirme (capture) yöntemi ile tuvale yansıtılması. Böylece şunu iddia edebilmek olası: Sinema endüstrisinin ikonik imgelerinin bir tür aracısı olduğu kitle kültürünün çürümüş saplantılı hallerine dair şiddet,

trajedi ve ölümü içeren imgeler, Pulat'ın fırçasında bir tür filtreye uğrayarak varlık buluyor. Pulat'ın sanat tarihine katkılarından birisi olarak not edilebilir.

Murat Pulat'ın filmler, reklam ve onların ikonik görüntülerine olan aşinalığı gayet açık. TV kanallarının yayın yaşamına başlamaları öncesi, izleyicilerinin kanaldan haberdar olması için bir süre uyguladıkları süreç olan "Test Yayını", Pulat'ın resimleriyle sanki ileriki bir sürecin habercisi gibi. Öte yandan TV yayınlarının izleyiciyi maruz bıraktığı apolitikleşme ve yaşanmayan "yaşantıların" temsil edildiği sinema ve TV'nin işlevi de buna eklenebilir. Böylece sinema, reklam "eksik" yaşamların tamamlanmasına ya da eksikliklerin tüketimle tamamlanmasına neden oluyor – bu arada sinemanın da çoğu zaman bir tüketim nesnesi olduğunu unutmadan.

Tüm bu imgelerde karşılaşılan imgelerin ön-ikonografik tasarımları nedir? Saf bir güzelliğin simgesi olarak sadece donuk bakışlar ya da gülümsemeler ile yansıtılan imgeler, korkunun, çaresizliğin ya da cinnetin simgesi olarak çılgınlıklar, şaşırarak bakan gözler, haykırışlar, heyecanlar vb.. Her birinin ayrı birer konumu simgelediği Test Yayını serisi, asıl yayına geçilmeden önceki "var olma" arzusunun bir tür yansıması. Tüketim kültürü içinde değerlendirilmesi gereken bu edim, yüzlerce kanal ve izleme/izlenme retoriği üzerinden düşünülmeli. Türkiye'de de 1990'lardan bu yana özel TV kanallarının kurulması ile birlikte, tüm bir görsel tüketim şovunu ülkede görmek mümkün oldu. Ses ve bilgi iletebilen ve internetin yaygınlaşması öncesi en etkili kitle iletişim aracı olan TV, Pulat'ın resimlerinde bizlere iki ucu da "lekeli" bir değneği hatırlatıyor: Bir yanda TV'nin etkili bir bilgi üretim, dağıtım ve tüketim aracı olarak kullanılabilme olasılığı, öte yanda düşük statüdeki izlerkitlenin daha da aşağıya yuvarlanması için de kullanılabilmesi. Zaten Yoko Ono, Nam June Paik, Wolf Vostell gibi neo-avangardın temsilcilerinin TV'nin ironisini yapmaları da bu ikinci nedenden kaynaklanmıştı.

Bu imgelerin üretiminin dayandığı sermayenin, Pulat'ın resimlerinde görülen yer yer flu görüntülerin kaynağı olduğu düşünülebilir. En nihayetinde bu görüntülerin üreticileri devletten karşılıksız krediler alan, toplumu oyalamak için üretilen bir mekanizmanın başındakiler. Bu daha ileriki bir spekülasyonun konusu olsun; fakat Pulat'ın resimlerinde görünür kıldığı başka bir gerçeklikle bitireyim: TV ya da sinema kişinin ilgisini ve algısını çeken bir odak nokta olarak, hep dış dünyadan bahseder. Böylece kişi, ilgi alanını dışarıdaki olgu ve olaylara odaklarsa, yakınındaki olgu, olay ve kişilere dair konsantrasyonunu kaybeder. Bu, bir önceki kuşak için TV ve sinemaydı, günümüzde internet, sosyal medya için de aynı şeyler söylenebiliyor? Belki de test yayını, bir sonraki süreçte buna evrilecek; kim bilir?